

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Meningkatnya tren memelihara satwa liar menyebabkan satwa liar di Indonesia terancam punah. Menurut survei yang dilakukan oleh *Born Free UK* (2021), hampir 4.000 satwa liar dipelihara sebagai hewan peliharaan. Apabila satwa liar tidak dipelihara sesuai dengan kebutuhan dan regulasi, maka satwa akan menderita penyakit dan penyimpangan perilaku. Saat ini, masih banyak masyarakat yang memelihara satwa liar secara ilegal dengan alasan kesenangan, ataupun karena kurangnya pengetahuan masyarakat. Oleh karena itu, penulis merancang kampanye untuk menyebarkan informasi untuk menyadarkan masyarakat untuk tidak memelihara satwa dilindungi secara ilegal.

Penulis melakukan pengumpulan data dengan melakukan *research*, wawancara, dan kuesioner. Metode perancangan yang digunakan penulis adalah metode desain oleh Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions* (2011) dengan tahapan orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi. Pada mulanya, penulis mengumpulkan seluruh data yang telah penulis dapatkan. Penulis lalu menganalisis dan mengolah data tersebut untuk dijadikan patokan dalam pembuatan konsep. Dalam tahap konsep, penulis menentukan *Big Idea* perancangan, yaitu “mengembalikan kebebasan bagi satwa yang terikat”. Perancangan kampanye tersebut menggunakan tahapan strategi AISAS dengan nama kampanye yaitu Home.

Dengan dilakukannya perancangan ini, penulis berharap yang diberikan melalui media-media kampanye dapat memberikan edukasi kepada masyarakat, serta masyarakat dapat lebih tersadarkan dan membantu dalam pencegahan terancam punahnya satwa liar di Indonesia.

## 5.2 Saran

Setelah penulis menjalani dan menyelesaikan perancangan kampanye ini, penulis mendapatkan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk perancangan dengan topik yang serupa, yaitu:

- 1) Target dalam perancangan ini adalah orang yang telah memelihara satwa dilindungi secara ilegal. Namun, dalam penelitian ini responden merupakan orang yang ingin memelihara satwa dilindungi, sehingga terjadi ketidaksesuaian antara tujuan dengan karya yang dibuat.
- 2) Dalam merancang media kampanye, penting bagi peneliti untuk menerapkan *call to action* pada media kampanye yang dirancang sesuai dengan tujuan kampanye. Berkaitan dengan perancangan ini, media yang telah dirancang tidak mengajak target untuk melapor kepada pihak berwajib.
- 3) Dalam merancang suatu karya, penting bagi perancang untuk lebih bereksplorasi dalam mengembangkan ide dan konsep yang sesuai dengan topik rancangan.
- 4) Dalam merancang aset visual pada karya, perancang sebaiknya menggunakan elemen visual yang dapat memperkuat urgensi dari permasalahan yang diangkat. Selain itu, visual yang digunakan sebaiknya dapat dipahami maknanya secara langsung oleh target.
- 5) Kampanye ini berfokus pada pembebasan satwa dilindungi ke alam liar. Untuk perancangan selanjutnya, perancang sebaiknya melakukan penelitian lebih lanjut mengenai aspek legalitas dan merancang kampanye untuk mengajak target yang memelihara satwa dilindungi secara ilegal menjadi legal.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A