

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Pelanggaran lalu lintas sudah menjadi fenomena yang sering kita alami pada sosial dan selalu terjadi setiap waktu. Pelanggaran lalu lintas seperti tidak memakai atribut lengkap saat berkendara dapat beresiko tinggi untuk mengalami cedera yang fatal ketika mengalami kecelakaan di jalan raya. Untuk memperkuat fenomena sosial ini dan memperkuat masalah sosial yang ada, penulis mengumpulkan data dengan melakukan studi eksisting, studi referensi, dan juga wawancara dengan pihak kepolisian lalu lintas dan pengendara sepeda motor. Hasil dari studi eksisting menunjukkan bahwa pihak pemerintah dan organisasi sudah membuat kampanye namun tidak efektif dan sesuai dengan kaidah keilmuan desain komunikasi visual. Adapun, dari hasil wawancara dengan pihak kepolisian lalu lintas dan pengendara motor mendapatkan *insight* bahwa masih banyak sekali para pengendara yang tidak patuh dan meremehkan atribut berkendara yang lengkap ketika sedang mengendarai sepeda motor. Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor seperti mementingkan *outfit* dan alasan lebih simple. Setelah permasalahan sosial sudah dipahami, penulis akhirnya merancang strategi untuk menyelesaikan masalah desain yaitu dengan cara membuat media kampanye. Pertama-tama penulis membuat pesan utama, tujuan, dan creative brief untuk menentukan pesan yang akan disampaikan pada target sasaran yaitu pengendara motor. Pesan tersebut berisi ajakan dan himbauan untuk memakai celana panjang dan tidak memakai celana pendek saat berkendara sepeda motor. Setelah itu pesan dirangkai agar mampu memiliki makna dan arti yang berdampak kepada target sasaran dengan mengubah pola pikir agar selalu safety saat berkendara. Maka dari itu penulis membuat rangkaian kampanye ini menggunakan model AISAS untuk membantu proses perancangan kampanye yang efektif.

Selanjutnya, penulis akan melakukan proses mencari ide dan konsep berdasarkan dari strategi kampanye yang dipilih. Yang pertama adalah menentukan

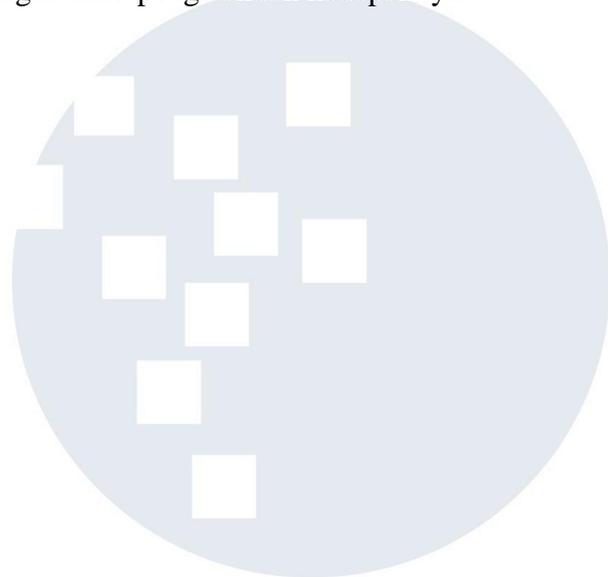
big idea. Big idea yang penulis tentukan adalah “*Bold Moves Safe Roads*” yang memiliki arti tetap keren saat berkendara dengan aman. Big idea ini tercipta dari keywords “tegas, keren, dan praktis” yang dicari melalui proses mind mapping. Berdasarkan dari konsep dan ide yang telah dibuat, akhirnya penulis dapat menerjemahkan dari pesan kampanye kedalam bentuk visual dengan cara menentukan kombinasi fotografi, tipografi, warna, *copywriting*, dan elemen grafis. Dari hal tersebut terciptalah sebuah panduan visual yang disebut dengan *stylescapes*. Dari visual tersebut akhirnya diaplikasikan ke berbagai media seperti poster, *Instagram feeds*, *Instagram story*, *billboard*, dan *merchandise*. Semua media yang telah dirancang ini berharap bisa untuk mencapai tujuan utama kampanye sosial ini, yaitu untuk selalu berkendara *safety* menggunakan celana panjang saat naik motor.

## 5.2 Saran

Setelah selesai melakukan perancangan untuk mempersuasi para pengendara motor memakai celana panjang saat berkendara, penulis melakukan proses yang akhirnya menghasilkan rancangan kampanye hingga mencapai titik ini. Tidak jarang juga penulis mengalami banyak tantangan ketika sedang mengerjakan perancangan kampanye ini seperti dari segi waktu, kemampuan yang penulis miliki, dan tenaga yang terkadang kurang fit. Proses yang paling banyak memakan waktu adalah proses perancangan dimana penulis harus memikirkan pesan kampanye, gaya visual, dan pemilihan media agar mendapatkan hasil kampanye yang efektif untuk target audiens.

Berikut ini adalah saran yang penulis berikan kepada para penelitian kedepannya, pembaca, dan dosen. Untuk saran penelitian kedepannya penulis harus lebih lengkap dalam menjelaskan proses perancangan, alternatif desain, referensi desain, dan lainnya. Hal tersebut penting karena akan membuat para pembaca bisa lebih jelas dan mudah dalam memahami tiap proses perancangan yang telah penulis buat dalam topik kampanye sosial ini. Jika ada yang ingin membuat penelitian ini dengan topik serupa, penulis menyarankan untuk para pembaca, peneliti, dan dosen merubah target medianya menjadi media informasi. Karena sifat dari penelitian yang sudah dibuat penulis ini terlalu mengarah ke persuasi dan sebaiknya

diperbanyak dalam segi informasinya karena fenomena pada topik ini sangat menarik dan bisa dikulik lebih dalam. Selain itu juga perbanyak kata-kata majas seperti metafora, hiperbola atau gaya bahasa lainnya agar menciptakan pesan kampanye atau media informasi yang menarik dan tepat sasaran bagi target audiens. Untuk universitas sendiri penulis mengharapkan semoga penelitian ini bisa berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan kedepannya.



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA