

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari banyaknya jajanan tradisional yang dimiliki oleh kebudayaan Sunda, masih banyak remaja yang kurang menyadari berbagai nama dan jenis dari jajanan tradisional tersebut. Penulis ingin memperkenalkan jajanan tradisional Sunda menggunakan kampanye yang disertai 3 media yakni melalui *puzzle game*, acara *culinary day* jajanan tradisional, dan juga *website*. Media-media tersebut digunakan untuk menarik perhatian dan rasa ingin tahu para remaja sebagai target *audience* kampanye ini sehingga sebagian besar digunakan media *digital* seperti permainan ponsel pintar dan promosi yang menggunakan media sosial dan *banner*.

Dengan melalui media game sebagai langkah awal, pengenalan bentuk dan nama jajanan tradisional dipertanyakan sehingga target *audience* harus mencari tahu bentuk dan nama jajanan yang benar untuk menyelesaikan game tersebut. Koin yang dikumpulkan dalam permainan dapat ditukarkan menjadi uang elektronik dalam *event* yang bertujuan agar target *audience* mampu melihat dan mencicipi langsung jajanan tradisional yang ada. Sebagai pengikat dan penyedia informasi terdapat *website* untuk kampanye ini. Semua unsur media kampanye ini diharapkan dapat menjadi satu kesatuan yang mampu mengenalkan jajanan tradisional Sunda kepada remaja dengan efektif. Walaupun dari segi visual masih terdapat kekurangan, penulis mengharapkan konsep kampanye yang penulis rancang dapat kelak benar-benar dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Bandung.

5.2 Saran

5.2.1 Terhadap perancangan

Kampanye ini baru merupakan konsep perancangan penulis, maka perancangan tugas akhir ini masih banyak menemui kekurangan terutama dalam eksekusi visual dan kemungkinan terhadap kekurangan media yang seharusnya dimasukkan juga baik dalam identitas maupun promosi karena kurangnya waktu yang tersedia untuk menyelesaikan semuanya secara maksimal. Karena itu jika

terdapat mahasiswa tugas akhir yang berniat untuk membuat dengan topik serupa, maka tugas akhir yang penulis buat masih bisa terbuka untuk menggunakan banyak media lainnya yang belum digunakan untuk dikembangkan dan disempurnakan. Perancangan kampanye ini juga dapat dieksekusi untuk pembahasan topik makanan daerah lain dengan menggunakan konsep yang sama.

5.2.2 Terhadap *audience*

Diharapkan dengan melalui perancangan kampanye ini, target audience yakni para remaja sebagai pecinta kuliner nusantara mampu lebih mengenal dan ikut melestarikan kembali makanan tradisional terutama jajanan tradisional yang mulai terpinggirkan agar dapat terus ada. Tidak hanya kuliner lokal daerah Sunda, namun untuk kuliner lokal daerah lainnya juga. Dengan pengenalan dan pengetahuan baik dari sejarah, nama, dan bentuk dari jajanan tradisional maka kuliner lokal Indonesia akan dapat kemudian diwariskan pada generasi berikutnya.