

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kampanye program komunitas Asosiasi Remaja Mandiri ini ditujukan kepada generasi muda di Kota Bandung dalam rentang usia 15-22 tahun, untuk memberikan kesempatan kedua bagi mereka yang tidak berada dalam bangku pendidikan dan kepada mereka yang putus sekolah atau kuliah akibat faktor ekonomi. Perancangan kampanye komunitas ini juga sebagai bentuk rasa kepedulian terhadap generasi muda sebagai penerus bangsa.

Konsep pembuatan kampanye sosial komunitas Asosiasi Remaja Mandiri (ARM) ini adalah kampanye dengan *budget* yang rendah, sesuai bentuknya (komunitas) dimana media sosial menjadi kekuatan utama untuk komunikasinya. Faktor lainnya yang membuat media sosial dan internet menjadi kekuatan utama komunikasinya adalah karena sesuai dengan *target audience* yang adalah generasi muda dalam rentang usia 15-22 tahun yang sangat aktif dalam dunia *online* dan sosial media.

Diharapkan kampanye komunitas sosial Asosiasi Remaja Mandiri ini dapat menjadi wadah dan teman penolong bagi generasi muda yang tidak memiliki kesempatan untuk mengenyam bangku pendidikan sehingga mereka bisa mendapatkan pelatihan ilmu pengetahuan dan keterampilan sebagai bekal hidup mereka ke depannya.

5.2 Saran

Penulis menyarankan agar masyarakat dan lembaga-lembaga pendidikan dapat lebih pro aktif untuk saling berbagi kesempatan dan berbagi ilmu pengetahuan,

membantu pelajar-pelajar yang tidak memiliki kesempatan akibat sistem pendidikan yang kurang memperhatikan mereka yang kurang mampu dan hanya mengakomodir mereka yang memiliki biaya untuk mengenyam pendidikan formal.

Saran dari penguji adalah agar pada poster informing dibuat poin-poin agar lebih mudah terbaca, pada poster reminding agar tokoh didalamnya diberikan identitas keterangan agar lebih dipercaya, juga pada *postcard series* agar menggunakan elemen grafis yang serupa dengan yang tertera pada seri poster.