

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data dan fakta yang diperoleh mengenai budaya gemar membaca, beberapa masyarakat masih memiliki frekuensi membaca yang jarang dan sangat jarang. Hal ini menandakan bahwa masyarakat masih banyak yang belum menerapkan budaya membaca secara kontinu dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga diperlukannya media kampanye yang tepat untuk mengampanyekan budaya gemar membaca kepada masyarakat, agar masyarakat dapat menerapkan budaya gemar membaca dalam kehidupannya.

Dalam hal ini, dilakukan sebuah perancangan media kampanye untuk mengampanyekan budaya gemar membaca kepada masyarakat. Media yang dipilih adalah media kampanye yang sesuai dengan target marketnya yaitu kalangan menengah, menengah atas seperti poster, x-banner, dan sosial media agar mudah dijangkau masyarakat. Dengan menggunakan ilustrasi sebagai visual karena target market berusia 10-16 tahun, hal ini supaya target market dapat tertarik mengikuti kampanye budaya gemar membaca.

#### **5.2 Saran**

Sekarang ini budaya gemar membaca masih kurang mendapat perhatian dari pemerintah, padahal banyak manfaat yang didapat dari membaca. Diharapkan dengan perancangan media kampanye budaya gemar membaca agar pemerintah dapat lebih memperhatikan dan menindaklanjuti supaya masyarakat dapat menerapkan budaya gemar membaca dalam kehidupan secara konsisten dan kontinu. Saran dari penguji saat dipersidangan yaitu untuk menggambarkan kampanye lebih remaja seperti remaja aktif dan *fun* yang tidak membosankan, serta menambahkan media kampanye seperti website dan menggunakan bahasa yang disukai anak remaja. Dan juga untuk menambahkan riset untuk target market lebih banyak mana anak yang gemar menulis dan anak yang gemar membaca.