

## **BAB V**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Etika keramahan merupakan salah satu warisan budaya yang dimiliki oleh warga Indonesia. Khususnya di daerah Jawa Barat mayoritas penduduknya adalah masyarakat Sunda yang memiliki ciri khas dan watak yang ramah sekali pada jaman dahulu. Etika keramahan merupakan bagian dari budaya ramah tamah hanya saja dalam keramahan lebih memperlihatkan *gesture* atau gerak tubuh dalam bertingkah laku. Melalui etika keramahan Sunda memberikan ciri khas tersendiri terhadap suku Sunda dan memberikan pembuktian dari warga Barat yang sangat senang untuk datang ke Indonesia karena keramahan yang dimiliki oleh setiap daerah. Seiring berkembangnya jaman saat ini dengan adanya teknologi modern yang canggih dan juga semakin terbuka luas budaya luar baik yang positif maupun yang negatif etika keramahan ini mulai meluntur khususnya pada usia remaja. Banyak juga faktor yang menjadi alasan etika keramahan ini meluntur misalnya saja faktor keluarga yang kurang membiasakan anak sejak kecil untuk berperilaku baik, faktor lingkungan dan komunitas, budaya luar yang masuk dan masyarakat Sunda memiliki sikap yang mudah menyerap hal baru dan dengan cepat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga bagi sebagian orang yang kurang bisa memilah antara yang baik atau buruk.

Kampanye ini bertujuan untuk memberikan pengenalan kembali akan etika keramahan tradisi Sunda dalam berperilaku sehari-hari khususnya pada remaja modern di Kota Bandung. Selain itu melalui kampanye ini juga diharapkan budaya ramah ini dapat kembali bangkit dan kembali di terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan kampanye ini lebih diarahkan kepada anak remaja khususnya tingkat SMP-SMA dimana rentang usia tersebut merupakan usia remaja awal – remaja akhir yang mulai mencari

jati diri menuju dewasa hingga yang mulai menentukan pola hidup seperti apa yang akan ia bawa untuk kehidupan selanjutnya.

Atribut kampanye disesuaikan dengan target market yang akan dituju, karena lebih ke usia remaja maka ada media sosial yang digunakan untuk mengkampanyekan etika keramahan. Media yang lainnya seperti poster, iklan majalah, katalog, banner, dan ambien media yang berdekatan dengan remaja dibuat dengan warna dan bentuk dari elemen grafis yang lebih modern. Dengan adanya kampanye Perancangan Desain Media Kampanye Etika Keramahan Tradisi Sunda Untuk Remaja Modern di Kota Bandung ini diharapkan mampu membiasakan target untuk berpola hidup ramah untuk dibawa ke dalam pola berperilaku sehari-hari dan dalam dunia kerja. Karena dengan ramah akan menjadi poin plus pada cerminan diri kita dan hal seperti itu diperlukan juga dalam dunia pekerjaan.

## **5.2 Saran**

Dalam kampanye Perancangan Desain Media Kampanye Etika Keramahan Tradisi Sunda Untuk Remaja Modern di Kota Bandung ini semoga dapat membantu menjaga dan melestarikan warisan budaya nenek moyang sebagai pencipta. Selain itu juga diharapkan dapat membantu program Bapa Walikota dalam program “Rebo Nyunda” yang digabungkan dengan program kampanye ini dapat terus berjalan dan berkembang menjadi acara rutin di Kota Bandung. Selanjutnya kampanye Perancangan Desain Media Kampanye Etika Keramahan Tradisi Sunda Untuk Remaja Modern di Kota Bandung ini dilakukan bersama dengan Dinas Kebudayaan dan beberapa perusahaan swasta yang ikut berkontribusi untuk melestarikan budaya Indonesia khususnya di daerah Jawa Barat.