

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Semangat nasionalisme yang kian memudar di Indonesia memberikan perhatian khusus pada beberapa kalangan untuk meningkatkan kembali semangat nasionalisme. Salah satu yang menjadi isu utama dalam meningkatkan semangat nasionalisme adalah pembangunan kepribadian dan karakter. Hal ini dapat diajarkan melalui Gerakan Pramuka di Indonesia. Salah satu Gerakan Pramuka tertua di Bandung yaitu Gugus Depan Pramuka ITB.

*Image* Pramuka yang ada di Indonesia sebelumnya terkesan kuno, tidak menarik dan membosankan. Warna yang digunakan adalah coklat tua dan coklat muda yang menyerupai warna tanah. Sedangkan lambang tunas kelapa sendiri terkesan cukup kuno, sehingga paduan warna dan lambang Pramuka tidak begitu cocok dengan remaja. Padahal remaja lebih menyukai warna-warna cerah dan ceria. Oleh karena itu, visual *rebranding* untuk Unit Kegiatan Pramuka ITB memakai warna-warna yang lebih cerah untuk menimbulkan suasana ceria dan nyaman untuk remaja.

Sedangkan event “Jelajah” yang akan diadakan secara berkala dapat membantu sebagai daya tarik Pramuka ITB di kalangan remaja. Perancangan *event* ini bernuansa petualangan dengan acara utama yaitu menjelajahi suatu tempat. *Event* ini ditujukan untuk kalangan remaja setingkat sekolah menengah pertama, karena pada faktanya belum banyak acara sejenis yang diselenggarakan untuk remaja sekolah menengah pertama di Kota Bandung.

*Event* ini juga diharapkan dapat membantu Kwardcab Kota Bandung dalam memantau perkembangan Pramuka di Kota Bandung. Para peserta yang dilibatkan dalam acara ini berasal dari beberapa sekolah, sehingga para peserta dapat saling mengenal dan menambah teman dari berbagai sekolah.

Dari segi visual, perancangan *event* ini memberikan kesan bertualang dan tidak membosankan. Penggunaan ilustrasi vektor dianggap cocok dengan karakter remaja yang suka bermain dan ceria. Paduan warna cerah juga menimbulkan kesan menyenangkan. Sehingga pada keseluruhan perancangan, *event* ini sudah sesuai dengan target yaitu remaja setingkat sekolah menengah pertama.

Sedangkan untuk pemilihan media yang cenderung menggunakan media sosial dianggap tepat karena remaja sering menggunakan media sosial, sehingga informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik dan menyeluruh. Beberapa kunjungan yang dilakukan ke beberapa sekolah juga merupakan salah satu cara yang efektif dalam menginformasikan *event* “Jelajah” secara lebih mendetail.

Pendidikan karakter sangat penting diajarkan untuk membangun generasi penerus, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa pendidikan karakter perlu diterapkan sejak dini. Pramuka ITB dapat menjadi wadah pendidikan karakter bagi usia remaja. Oleh karena itu perancangan promosi Pramuka ITB melalui *event* Jelajah ini dilaksanakan karena dianggap cukup tepat dalam membantu memberikan solusi bagi pendidikan karakter.

## 5.2 Saran

Perancangan promosi Pramuka ITB melalui *event* “Jelajah” sebagai wadah pendidikan karakter bagi remaja merupakan tahap awal sosialisasi kegiatan kepanduan yang mengutamakan pendidikan karakter. Berikut ini terdapat beberapa rekomendasi mengenai perbaikan dan tambahan konten yang mungkin perlu dilakukan untuk perancangan proyek sejenis, antara lain :

- Pramuka ITB memiliki potensi yang besar untuk dapat menjadi wadah pendidikan karakter di Kota Bandung, sehingga sebaiknya promosi yang dilakukan dapat lebih efektif dan efisien dari sebelumnya.
- Media yang digunakan untuk mempromosikan Pramuka ITB akan lebih baik jika ditambahkan media yang dapat bergerak seperti video atau hal lainnya sehingga tidak terlalu kaku.

- Sebaiknya keunggulan Pramuka ITB dari segi teknologi lebih ditonjolkan sebagai identitas dari ITB.
- Perlu diperkaya inventarisasi parameter-parameter yang digunakan dalam perancangan promosi organisasi atau komunitas yang bersifat sosial untuk dapat memperoleh data-data yang faktual dan akurat guna mengkaji dan memperkaya metode promosi yang sudah ada.