

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam melaksanakan dan meningkatkan upaya konservasi pada bangunan tua tak pernah lepas dari berbagai kendala yang perlu diatasi. Kurangnya rasa kepedulian akan pentingnya bangunan-bangunan tua untuk dilestarikan menjadi kendala terbesar dalam melaksanakan konservasi di kawasan Dago. Selain itu juga, pengetahuan masyarakat akan pembangunan yang dilaksanakan dan juga konservasi pembangunan pun masih minim di mana seringkali konservasi ini dianggap menjadi penghalang dalam melaksanakan pembangunan.

Untuk itu melalui kampanye bertemakan meningkatkan konservasi ini, masyarakat akan disuguhkan berbagai pengetahuan lengkap seputar konservasi sendiri dengan pengamatan secara langsung dalam event kampanye tersebut. terutama masyarakat dalam usia 25-35 tahun, yang memegang peranan dalam pembangunan di kawasan strategis seperti Dago ini. Dengan mengikuti event tersebut, target sasaran akan diajak untuk menyadari betapa pentingnya konservasi dan bagaimana indahnya hasil pembangunan yang telah disertakan pada bangunan tua. Pada akhirnya mereka pun mau peduli dan ikut serta mengaktifkan konservasi bangunan tua tersebut.

Melalui event kampanye yang dilaksanakan tersebut, dapat menjadi media dalam mengubah pola pikir masyarakat di sini dalam melaksanakan pembangunan dan konservasi dengan menyampaikan pesan bahwa proses konservasi itu tidaklah menghambat pembangunan sehingga harus disertakan dalam setiap pembaharuan pada bangunan tua terutama di kawasan Dago, terlebih dengan pembangunan tersebut perlindungan bangunan pun dapat terlaksana dengan baik.

Kampanye konservasi ini terbagi dalam dua tahap di mana pada tahap awal bertujuan untuk menyadarkan dan mengajak masyarakat mau peduli dengan memberikan informasi dan penggambaran langsung bagaimana indahnya detail bangunan tua yang dipertahankan, hingga pada tahap berikutnya masyarakat dapat ikut serta mengaktifkan konservasi tersebut.

Event kampanye pun menjadi cara efektif dalam mengembangkan kampanye ini di mana masyarakat dapat terjun langsung untuk melihat dan belajar bagaimana proses dan peranan konservasi dalam bangunan tua dengan suasana yang lebih fun dan menarik. Dengan ini target sasaran akan tertarik untuk mengikuti dan pesan kampanye pun akan mudah ditanamkan dalam pola pikir mereka hingga pada akhirnya konservasi dapat terlaksana dengan baik di Dago.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, kampanye ini perlu melakukan riset yang lebih lengkap guna mendukung kelancaran dalam pelaksanaan. Mulai dari *budgeting*, *timeline* dan juga pemilihan media yang tepat dan sesuai dengan target sasaran.

5.2.1 Saran dari Para Dosen Pembimbing dan Penguji

Dalam pelaksanaan kampanye yang memiliki tahap *informing* dan *reminding* ini, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti :

1. Pemilihan Media Tambahan

Media tambahan dapat disesuaikan dengan keadaan lokasi pelaksanaan kampanye, terutama penempatan media yang sudah tersedia seperti TVC. Di muka depan Jl. Ir. H. Juanda sendiri terdapat sebuah TVC besar yang terpasang. Media ini lebih efektif digunakan dibandingkan dengan media berjalan pada angkot.

Selain itu *budgeting* yang diperlukan pun tidak memerlukan biaya mahal di mana media TVC ini jika ditawarkan pada pemerintah daerah kota Bandung sendiri akan diberikan keringanan ataupun tanpa biaya, terlebih tema kampanye ini menyangkut kawasan Dago sendiri.

2. Waktu Penyebaran Media

Setiap media memiliki sifat dan waktu penyebaran yang berbeda-beda terutama dalam hal menggugah dan membuat masyarakat tertarik akan informasinya. Dalam tahapan kampanye, hal ini sangat penting untuk diperhatikan.

Pada tahap *Informing I* media awal yang disebarkan berperan penting untuk menggugah emosi dan rasa ingin tahu melalui informasi

yang disampaikan. Untuk itu media-media yang murah atau tanpa mengeluarkan *budgeting* mahal seperti media *online* (*facebook* dan *website*) dan TVC dapat dikeluarkan pada tahap awal ini. Melalui media tersebut, informasi yang disampaikan seperti memberikan “gosip” hangat pada masyarakat untuk diperbincangkan.

Setelah informasi ini mulai marak, masyarakat akan mencari tahu lebih lanjut. Saat seperti itu dapat disebarakan media-media cetak seperti poster, billboard, dan sebagainya. Penyebaran media ini dapat dikategorikan dalam tahap kampanye *Informing II*.

Pada tahap akhir *Reminding* inilah yang berperan besar di mana tahap ini bersifat abadi yang dapat dipergunakan dalam jangka waktu yang lama. Media yang dipakai pun dapat meliputi batu prasasti berkenaan “Kawasan Dago menjadi Kawasan Konservasi Bangunan Tua” dan pembagian merchandise pada para peserta event.

5.2.2 Saran Pengembangan

Dalam meningkatkan kampanye ini, event pun perlu diatur kembali baik dalam hal pelaksanaan, visualisasi, dan kreatifitas menciptakan event baru yang lebih baik lagi di mana hal ini akan menjadi pendukung utama dalam mengajak masyarakat untuk ikut serta dan menyampaikan informasi seputar konservasi dan indahnya pelaksanaan konservasi tersebut dalam bangunan tua di Dago.