

## B A B V

### K E S I M P U L A N D A N D A N S A R A N

#### 5.1 K e s i m p u l a n

Kampanye penghijauan di lahan terbatas itu perlu dilakukan karena melihat keadaan di sekitar kota Bandung akhir-akhir ini terjadi perubahan cuaca yang ekstrim dan suhu udara kota Bandung yang sangat tinggi jika udara cerah yang merupakan dampak dari yang namanya *global warming*. *Global warming* merupakan masalah alam yang harus dikurangi karena lama-kelamaan bumi akan terasa memanas dan banyak bencana alam terjadi dan yang paling terkena dampak dari bencana tersebut adalah target yaitu orang-orang menengah ke bawah.

Awal kampanye akan dilakukan dengan penanaman menggunakan tanaman konsumsi yang pemeliharaannya mudah tapi bisa menghasilkan dan menguntungkan, hal ini dikarenakan target jika mau melakukan sesuatu harus ada manfaatnya bagi mereka, selain itu target juga tidak mengenal arti kata dari *global warming* karenanya agar target mau menanam, merawat dan memelihara tanamannya selalu harus dilakukan secara bertahap atau pelan-pelan. Juga tidak lupa memberikan pendalaman dan pengetahuan mengenai *global warming* secara bertahap dan pelan-pelan serta memberikan pengetahuan bahwa penanggulangan terhadap masalah tersebut melalui penghijauan.

Kampanye ini akan dilakukan secara bertahap agar target mengetahui kegunaan dari menanam tanaman dan akhirnya menjadi tertarik dan mau menanam serta merawat tanaman tersebut. Kampanye dilakukan dengan tiga tahapan yaitu tahun pertama dan kedua menggunakan tanaman konsumsi yang berfungsi sebagai penghematan atau pesan yang berhubungan dengan pendapatan karena target sangat kritis terhadap masalah keuangan. Tahun kedua pun masih sama tapi lebih ke arah keindahan menggunakan berbagai cara pemanfaatan yang ada untuk penanaman di lahan terbatas seperti pagar tanaman, *wall garden*, dan tanaman rambat. Barulah setelah tahun ketiga mulai dikenalkan dengan yang namanya *global warming* itu, dan

tanaman yang dapat mengurangi polusi udara agar orang-orang yang sudah terbiasa menanam tanaman konsumsi jadi tertarik untuk menambah jenis tanamannya.

Kampanye disesuaikan dengan targetnya yaitu haruslah menggunakan kata-kata yang jelas, gambar yang menarik perhatian agar target mudah mengerti dan tertarik mau menanam. Selain itu karena target lebih percaya hal yang nyata maka gambar harus menggunakan foto. Logo dari kampanye pun dibuat dengan 2 bentuk, yang pertama kalau dilihat dari dekat sedang melakukan penanaman dan bentuk yang kedua jika dilihat dari jauh adalah dampak dari orang yang sudah melakukan penanaman yaitu senang dan tersenyum akibat dari hasil tanaman yang ditanamnya. Hal ini menandakan bahwa jika kita menanam maka hasil dari menanam tersebut bisa mendapatkan suasana hati kita menjadi senang.

## **5.2 Saran Penulis**

Saran yang diberikan penulis oleh dosen penguji saat sidang akhir adalah agar lebih mengolah lagi penerapan visualnya karena dalam penerapan visualnya penulis terlalu banyak menggunakan tulisan yang seharusnya tulisan digantikan lebih banyak objek-objek gambar dan ada beberapa pesan yang dirasa kurang cocok untuk targetnya seperti *merchandise* piring yang dirasa target memang lebih sering makan sayuran jadi kata "asik" kurang tepat (kesannya jarang makan sayur). Penggunaan bahasa pun masih terlalu kaku seperti bahasa dari pemerintah lebih baik menggunakan bahasa seperti pantun yang lucu. Diharapkan mahasiswa lebih baik lagi dalam pengerjaannya di masa mendatang.