

BAB V

SARAN DAN KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Anak-anak sering kali tidak suka mengonsumsi sayuran dan buah-buahan dikarenakan rasa dari beberapa sayuran dan buah-buahan tidak disukai anak, tekstur dari sayur dan buah tertentu sulit di cerna oleh sistem pencernaan mereka. Sayur dan buah merupakan nutrisi alami yang baik untuk pertumbuhan anak kecil. Cara menyiasati pengolahan sayur dan buah secara kreasi akan lebih baik dilakukan untuk anak-anak akan lebih tertarik untuk memakannya.

Seiring perkembangan jaman, banyak makanan yang menarik dan tidak tahu kandungan yang didalamnya apakah baik untuk anak atau tidak.

Dengan adanya kampanye ini, maka informasi mengenai sayur dan buah serta tips-tips yang ada di dalamnya akan bermanfaat untuk ibu-ibu yang sibuk dengan pekerjaannya.

Dalam skema perancangan buku ini, penulis mendapatkan sekali wawasan yang sebelumnya tidak diketahui tentang sayur dan buah dan segala manfaatnya. Selain itu, penulis mendapatkan wawasan mengenai kampanye terutama proses komunikasi visual yang efektif dan harus diterapkan agar kampanye ini menarik dan sesuai dengan targetnya.

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

Menurut Dosen Penguji, visual yang di aplikasikan ke dalam media kampanye, warnanya kurang sesuai dengan objek yang di kampanyekan. Warna kuning mewakili warna asam. Seharusnya jangan menggunakan warna kuning dalam pengaplikasian media kampanye. Ide yang digunakan sangat bagus, tetapi dalam mengaplikasikan media kampanye kurang bagus. Dalam meningkatkan kampanye ini, *event* pun perlu diatur kembali baik dalam hal pelaksanaan, visualisasi, dan kreatifitas menciptakan *event* baru yang lebih baik lagi dimana hal ini akan menjadi pendukung utama dalam mengajak masyarakat untuk ikut serta dan menyampaikan informasi seputar pengolahan dan penyajian sayur dan buah secara kreatif.

Dalam pelaksanaan kampanye yang memiliki tahap *awareness*, *informing*, dan *reminding*. Ada beberapa yang perlu di perhatikan seperti:

1. Pemilihan Media Tambahan

Media tambahan dapat disesuaikan dengan lokasi pelaksanaan kampanye, terutama penempatan media yang sudah tersedia.

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* maha seperti media online (*facebook* dan *website*). Melalui media tersebut, informasi yang disampaikan seperti memberikan ‘gosip’ hangat pada masyarakat untuk diperbincngkan.

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

Pada tahap akhir *reminding* inilah yang berperan besar dimana tahap ini bersifat abadi yang dapat dipergunakan dalam jangka waktu lama.

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 dimana hal ini akan menjadi pendukung utama dalam mengajak masyarakat untuk ikut serta dan menyampaikan informasi seputar pengolahan dan penyajian sayur dan buah secara kreatif.