

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perkembangan kota Bandung yang sangat pesat akhir-akhir ini menimbulkan banyak permasalahan. Mulai dari permasalahan kebersihan, ketertiban, keamanan, kenyamanan, dan keindahan terasa makin memburuk. Sehingga Bandung saat ini sudah jauh dari kata Bandung kota kembang, malah Bandung saat ini memiliki julukan baru yang berkonotasi negatif. Sebenarnya pemerintah sendiri sudah membuat berbagai upaya penengalungan permasalahan yang terjadi di Bandung, akan tetapi sampai saat ini masih belum berkurang. Ternyata setelah diperhatikan dan diamati, permasalahan yang ada saat ini tidak jauh dan tidak bukan disebabkan oleh masyarakatnya. Masyarakat Bandung yang kurang peduli dan acuh tak acuh terhadap lingkungannya memperburuk keadaan Bandung saat ini. Sehingga bila ingin menjadikan Bandung menjadi kota yang kembali indah maka yang harus diperbaiki adalah perilaku masyarakatnya.

Solusi terbaik dalam mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan diadakannya kampanye sosial yang berkenaan dengan membuat sadar masyarakat Bandung untuk lebih peduli terhadap kotanya. Kampanye Bandung Positive Action hadir guna mengatasi permasalahan struktural, kultural, dan sosial di kota prihal membawa masyarakat Bandung untuk kembali peduli terhadap kotanya. Dengan berlandaskan Perda tentang K-3 yang dikembangkan menjadi K-5, serta pendekatan pada budaya Sunda kampanye Bandung Positive Action memberikan suatu bentuk penyuluhan yang bersifat ajakan kepada masyarakat Bandung dengan melakukan pendekatan komunikasi verbal maupun non verbal. Kampanye ini melakukan pembenahan terhadap fasilitas, media umum, dan upaya-upaya mengajak masyarakat Bandung untuk mengembalikan kepedulian mereka terhadap kotanya. Dengan hadirnya kampanye Bandung Positive Action, secara umum dapat menumbuhkan kepedulian masyarakat yang tinggal di kota Bandung, serta mewujudkan visi kota Bandung yang Bermartabat.

Peran ilmu pengetahuan desain komunikasi visual ada untuk mensosialisasikan kampanye Bandung Positive Action. Memberikan gambaran keadaan secara Bandung saat ini dengan berbagai persoalan yang sering dikeluhkan oleh masyarakat Bandung juga. Memberikan ajakan, peringatan dan informasi. Gaya komunikasi dengan melakukan pendekatan pada budaya Sunda yg diterapkan dalam penggunaan Bahasa Sunda di setiap media yang berbicara, paling efektif untuk mencapai tujuan akhir dari kampanye Bandung Positive Action. Semua pendekatan yang digunakan dalam membuat kampanye ini yang telah diambil, semuanya telah diproses melalui analisis dan evaluasi survei terbaik untuk mensukseskan kampanye yang efektif dan memberi dampak yang positif bagi masyarakat kota Bandung untuk lebih peduli terhadap kotanya.

5.2 Saran

5.2.1 Fakultas Seni Rupa dan Desain

- Mengadakan acara yang menunjukkan kecintaan terhadap kota Bandung.
- Menjadikan lingkungan Kampus lebih nyaman dengan memperhatikan fasilitas-fasilitas yang perlu dibenahi.

5.2.2 Pemerintah dan Masyarakat Kota Bandung

- Pemerintah : Untuk lebih membenahi fasilitas-fasilitas yang sudah tidak layak pakai, Lebih mempermudah prosedur pencarian data bagi mahasiswa yang sedang meneliti.
- Masyarakat : Untuk lebih peka terhadap lingkungan sekitar untuk merawat dan menjaga Bandung agar lebih baik.