

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Melalui pelaksanaan tugas akhir tentang manajemen emosi remaja ini, penulis menyimpulkan bahwa dalam membuat sebuah kampanye yang baik, diperlukan media yang tepat dan sesuai dengan target utama. Sehingga pesan / inti kampanye tersebut dapat tersampaikan dengan tepat dan jelas. Selain penggunaan media yang tepat, visual dan bahasa yang dipergunakan pun haruslah menarik dan sesuai dengan usia target sehingga target dapat tertarik dengan pesan kampanye yang ingin disampaikan.

#### 5.2 Saran

##### **Saran dari Ibu RA. Dita Saraswati, M.Ds.**

Ibu Dita berpendapat bahwa hubungan antara poster *awareness* dengan *informing* masih belum kuat. Banyak hal lain dari aikido yang dapat ditonjolkan, seperti kelebihan – kelebihan aikido yang tidak dimiliki beladiri lain. Dan inilah yang seharusnya ditampilkan di poster *informing*, sehingga hubungan antara *informing* dan *awareness* akan lebih kuat. Lalu kurang dijelaskan urgensi dari ikut aikido, apakah kegiatan mengontrol emosi bisa dilakukan dengan cara lain atau beladiri lain?

Di bagian visual, Ibu Dita berpendapat bahwa visualisasi logo masih terlalu formal, kurang cocok dengan target audiens utama yaitu remaja SMA. Judul kampanye yaitu “Remaja Gaul Positif” pun kurang mengena dengan tema aikido yang sedang diangkat.

### **Saran dari Bapak Hendra Setiawan, BFA., MA.**

Pa Hendra berpendapat bahwa penulis belum dapat menyambungkan antara apa yang ingin disampaikan di tahap *awareness* dan tahap *informing*, sehingga kedua seri poster tersebut masih tampak berdiri sendiri – sendiri. Pa Hendra menyarankan agar di poster *informing* lebih ditampilkan kelebihan – kelebihan aikido dari beladiri lain, yang menyangkut pengontrolan emosi.

Di bagian visual, Pa Hendra menyarankan agar logo dibuat lebih *fun* dan anak muda, karena logo yang sudah dibuat masih terlalu kaku.

### **Saran dari Ibu Puspita**

Ibu Puspita menyarankan penulis agar lebih memperjelas langkah - langkah yang akan dilakukan selama tahap *awareness* dan *informing*. Lalu Ibu Puspita juga mempertanyakan pertimbangan penulis mengapa mengangkat beladiri yang berasal dari Jepang? Beliau menyarankan agar mungkin bisa lebih mengangkat beladiri nasional / dari Indonesia.

Di bagian *copywriting*, Ibu Puspita menyarankan untuk memakai bahasa yang lebih cocok untuk dipakai ke anak muda, dan disarankan untuk menggunakan *tagline* yang lebih persuasif, karena *tagline* yang penulis buat masih agak bernada memaksa / menyuruh.