

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan fakta yang sudah dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan studi pustaka pengendara motor usia 17-22 tahun kurang wawasan dan kesadaran dalam merawat motornya.

Jadi kesimpulan dari kampanye ini adalah mengajak masyarakat pengendara motor terutama pada kelompok usia 17- 22 tahun di Kota Bandung untuk merawat motornya agar efisien.

Media aplikasi menjadi media pendukung dalam kampanye ini sebagai sumber informasi masyarakat untuk merawat motor.

Media sosial menjadi media untuk menginformasikan aplikasi dengan media *outdoor* seperti baliho dan poster cukup tepat sasaran karena sesuai dengan target kampanye yaitu pengendara motor dan kelompok usia 17-22 tahun.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan penguji, perlu dilakukan perubahan terhadap media promosi dari kampanye ini. Perubahan promosi lebih pada media baliho dan poster. Perubahan yang perlu dilakukan seperti komposisi desain dan *typography* masih kurang nyaman. Selain itu, pemilihan warna pada media kurang ceria mengingat target dari kampanye ini adalah remaja akhir yang menyukai warna-warna yang *fun*.