

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari proses penyusunan Tugas Akhir mengenai perancangan kampanye “*Bye Shopaholic*” yaitu:

1. Kaum wanita menggunakan emosi dalam berbelanja, mereka melampiaskan emosinya dalam berbelanja, mereka membeli barang yang tidak mereka perlukan, bahkan mereka menjadi seorang *shopaholic* karena demi diterima dilingkungan mereka, karena gengsi, tetapi mudah diarahkan untuk melakukan kegiatan sosial yang bermanfaat bagi sesama, karena mereka memiliki hati yang lembut dan mudah tersentuh.
2. Saat ini media sosial berkembang pesat yang memudahkan perancangan kampanye untuk menjangkau target tertentu, tapi media sosial seperti ini harus didukung dengan *event* agar target merasa menjadi bagian dari kampanye secara nyata.

5.2 Saran

Saran bagi perancang kampanye, saat ini masih banyak topik mengenai isu sosial yang sederhana tetapi dapat diangkat menjadi sebuah kampanye. Keberhasilan kampanye salah satunya bergantung pada media yang digunakan, untuk itu perlu adanya analisa mengenai daya efektif dari media yang akan digunakan. Apabila kampanye memerlukan figur tokoh publik, tokoh tersebut harus memiliki karakter selaras dengan tujuan kampanye. Selain itu, penyampaian informasi pun harus memiliki nilai kebenaran agar target tertarik mengikuti kampanye tersebut.