

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Menurut hasil studi pustaka, observasi, wawancara, dan pengumpulan kuisioner dengan pihak-pihak yang berhubungan maka diperoleh beberapa kesimpulan, sebagai berikut :

1. Kegiatan kebut-kebutan saat melakukan *SUNMORI* semakin lama memberikan suatu persepsi baru yaitu *SUNMORI* menjadi arena sirkuit untuk ajang kebut-kebutan masyarakat yang kurang bertanggung jawab yang pada awalnya *SUNMORI* merupakan kegiatan wisata alam terutama di Jawa Barat.
2. Aksi kebut-kebutan tersebut kebanyakan dilakukan oleh para remaja yang berusia 17 sampai 20 tahun pada saat mengikuti kegiatan *SUNMORI*.
3. Dibutuhkan cara untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, salah satu caranya dengan menyusun perancangan kampanye sosial dengan menggunakan strategi AISAS.
4. Penyelesaian masalah tersebut dilakukan dengan penyampaian informasi yang tepat, praktis, menarik dan informatif, salah satunya adalah dengan melalui media sosial yaitu seperti media sosial *instagram, youtube, facebook*, dll. Karena pada jaman sekarang para remaja lebih sering menggunakan media sosial sebagai wadah dalam mencari setiap informasi.
5. Konten pada media sosial harus dirancang dengan konsep kreatif yang baik dan matang agar sesuai dengan target *audience* yang dituju, dimana konten media sosial ini dirancang dengan tampilan yang *cheerful* dan dinamis. Tampilan visual yang menarik berupa foto dan ilustrasi serta menggunakan video untuk mempromosikan kampanye sosial tersebut.
6. Kampanye sosial yang berhasil jika para target yang dituju dapat menyadari bahwa melakukan kegiatan aksi kebut-kebutan pada *SUNMORI* dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Penguji Sidang Tugas Akhir

1. Memasukan hastag #SAFETYRIDING pada konten media sosial.
2. Warna foto dibuat agar lebih terkesan hangat.
3. Foto-foto motor yang diambil tidak hanya motor-motor berkapasitas mesin yang besar saja, tetapi motor yang berkapasitas mesin yang kecil juga.

