

## **BAB V**

### **Penutup**

#### **5.1 Kesimpulan**

Perancangan Tugas Akhir ini merupakan sebuah bentuk karya visual yang dirancang untuk dapat menyelesaikan permasalahan. Dalam hal ini, perancangan kampanye sosial berwirausaha di Kota Bandung bersama Yayasan Cipta Lintas Samitra adalah salah satu bentuk dari penyelesaian masalah terkait pengangguran. Melalui penulisan ini penulis berharap agar masyarakat Kota Bandung khususnya generasi muda, dapat lebih meningkatkan semangat juang dan berwirausaha.

Pada kampanye sosial berwirausaha di Kota Bandung bersama Yayasan Cipta Lintas Samitra ini menggunakan media yang sering digunakan oleh target kampanye, yaitu generasi muda. Generasi muda merupakan generasi yang dekat dengan dunia digital sehingga kampanye ini menggunakan media-media yang berbasis perangkat digital. Karena inilah media yang dipakai seperti *Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, Google*, tidak menggunakan media konvensional. Gaya visual dari kampanye menggunakan ilustrasi vektor. Warna yang digunakan pada kampanye ini menggunakan warna-warna terang sehingga memberikan kesan semangat dan ceria.

#### **5.2 Saran**

Dalam proses perancangan kampanye sosial berwirausaha di Kota Bandung bersama Yayasan Ciptas Linta Samitra menggunakan literature dan dalam perancangan kampanye ini sendiri banyak kendala dan kekurangan. Karena itu penulis memberikan saran agar perancangan kampanye sosial berwirausaha di Kota Bandung bersama Yayasan Cipta Lintas Samitra dengan tema serupa ke depannya bisa lebih sempurna dan efektif. Desainer komunikasi visual haruslah memiliki kepekaan terhadap lingkungan dan mengikuti perkembangan teknologi sehingga dapat memberi solusi dalam bentuk yang menarik dan mengedukasi.