

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil studi lapangan, studi literatur, pengumpulan data, dan fisualisasi desain akhir, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Masalah mengurangi konsumsi makanan jajanan tidak sehat merupakan sebuah masalah yang pastinya dapat menimbulkan pro dan kontra untuk diperdebatkan di Indonesia, karena tidak selalu makanan jajanan yang dikonsumsi adalah makanan jajanan yang tergolong tidak sehat. Budaya jajan dan konsumsi makanan jajanan di Indonesia, adalah suatu hal yang sangat umum, dan sangat sulit, atau bahkan tidak dapat dihilangkan.
2. Dibutuhkan pengetahuan dan kesadaran tentang kesehatan untuk meminimalisir konsumsi terhadap makanan jajanan tidak sehat. Upaya untuk melindungi anak terhadap jajanan tidak sehat ini memiliki tujuan akhir yang jelas, yaitu menciptakan anak-anak usia sekolah sebagai peserta didik yang sehat, cerdas dan berprestasi.
3. Untuk mengadakan sebuah kampanye yang efektif, diperlukan perencanaan yang matang mengenai masalah, tujuan, *target audience*, pihak terkait, hingga media kampanye dan teori yang berkaitan.
4. Media sebagai alat komunikasi yang tepat, yang keberadaannya mampu untuk menjangkau *target audience* secara maksimal dengan maksud bahwa *target audience* merasa tertarik dan mau menerima semua yang dapat diberikan melalui kampanye ini. Komunikasi lewat media akan mampu diakses oleh *target audience* sesuai dengan pendekatan pola hidup mereka bila dalam mengkomunikasikannya dilaksanakan secara bertahap dan berkesinambungan berdasarkan perancangan media yang kreatif.
5. *Target audience* merupakan hal yang paling penting dalam perencanaan sebuah kampanye, karena dengan mengenali *target audience* dapat direncanakan pendekatan kampanye yang tepat.
6. Kampanye sosial yang efektif akan dapat berjalan dengan baik dan maksimal, jika digunakan pendekatan yang tepat, dalam hal ini membuat target audience akan berpikir kemudian dapat tersentuh secara emosi dan

salah satunya adalah melalui perancangan sebuah *event* perlombaan memasak dan mewarnai yang melibatkan anak-anak dan ibu-ibu sebagai salah satu *target audience* dalam kampanye ini.

4.2 Saran

1. Saran untuk diri sendiri:

- Agar menjadi lebih baik lagi dalam bekerja, berpikir, dan berproses.
- Menjadi lebih matang dan dewasa dalam segala hal, terutama dalam hal mendesain.
- Berpikir positif, berpandangan ke depan, dan menciptakan solusi yang tepat bagi setiap masalah.

2. Saran untuk pihak FSRD Universitas Kristen Maranatha:

- Untuk para dosen pembimbing dan penguji agar dapat memberikan ilmu, saran, kritik, dan masukan yang membangun sehingga mahasiswa/i lulusannya dapat lulus dengan baik dan siap menghadapi dunia kerja profesional.
- Untuk para dosen mata kuliah desain, agar dapat mengajar lebih maksimal, sesuai dengan pengalaman dan ilmu yang dimiliki, serta selalu mengikuti perkembangan jaman dalam memberikan materi perkuliahan yang ditujukan agar para mahasiswa/i mampu berkarya dalam dunia kerja profesional.

3. Saran untuk masyarakat umum:

- Agar dapat mendukung, memajukan, dan menghargai perkembangan desain grafis di Indonesia, khususnya di Kota Bandung

4. Saran untuk penelitian yang akan datang:

- Pada penelitian yang akan datang agar materi, kualitas dan bobotnya dapat lebih baik, baik secara studi maupun desain.