

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

Masalah rasisme dan diskriminasi rasial merupakan sebuah masalah yang abstrak di Indonesia, karena tidak didukung oleh bukti kuat maupun pemerintah sendiri. Tindakan diskriminasi ras di Indonesia, meskipun ada dan menjadi rahasia umum, tidak dapat diproses.

Kebersamaan merupakan salah satu solusi penting guna meminimalisir rasisme dalam kehidupan keseharian manusia, karena dengan berkumpul dalam semangat kebersamaan, akan tercipta sebuah pembauran yang spontan dan selaras antara berbagai elemen masyarakat yang memiliki begitu banyak keragaman – tidak perlu takut atau ragu untuk berbaur, dan sekaligus mengingatkan bahwa di balik semua perbedaan yang begitu kontras sekalipun kita masih memiliki banyak kesamaan, yang semuanya sewajarnya dipandang bukan sebagai pembatas, tapi sebagai bagian dari kehidupan bermasyarakat yang utuh.

Pada hakikatnya perbedaan sebaiknya dipandang sebagai bagian dari satu kesatuan yang penting, sehingga diperlukan toleransi, saling menghormati, dan saling pengertian agar tercipta sebuah keselarasan. Dan seperti makna kebersamaan itu sendiri, kebersamaan akan membuat kita merasa "dekat" satu dengan yang lainnya.

Upaya untuk menggalang semangat kebersamaan ini memiliki tujuan akhir yang jelas, yaitu persatuan dan kesatuan, kesadaran nasionalisme, ketahanan nasional, yang diperoleh lewat jalan pembauran. Oleh karena itu, hendaknya perbedaan, keragaman, dan pluralisme yang ada tidak dijadikan pembatas dalam bergaul di masyarakat.

Pada hakikatnya perbedaan sebaiknya dipandang sebagai bagian dari satu kesatuan yang penting, sehingga diperlukan toleransi, saling menghormati, dan saling pengertian agar tercipta sebuah keselarasan. Dan seperti makna kebersamaan itu sendiri, kebersamaan akan membuat kita merasa "dekat" satu dengan yang lainnya.

Untuk mengadakan sebuah kampanye yang efektif, diperlukan perencanaan yang matang mengenai masalah, tujuan, *target audience*, pesan yang ingin disampaikan, *budgeting*, pihak terkait, hingga media kampanye,

distribusinya, dan teori yang berkaitan. Kampanye sosial yang efektif akan dapat berjalan dengan baik dan maksimal, jika digunakan pendekatan yang tepat, dalam hal ini yaitu membuat mereka berpikir dan tersentuh secara emosi.

*Target audience* merupakan hal yang paling penting dalam perencanaan kampanye, karena dengan mengenali *target audience* dapat direncanakan pendekatan kampanye yang tepat. Generasi muda yang sudah dijejali banyak hal lewat media di sekitar mereka, merupakan penerus bangsa yang harus menyadari pentingnya kebersamaan. Harapan akan persatuan bertumpu di pundak mereka.

Industri kreatif di Indonesia mulai berkembang dengan pesat, dan banyak pengaruh dari dunia desain internasional menyebabkan gaya desain yang unik, bebas, ekspresif, dan terkadang absurd, semakin diterima oleh masyarakat, terutama generasi muda. Karenanya, untuk *target audience* yang digunakan dalam desain, digunakan pendekatan yang bebas, dinamis, mengejutkan, dan kadang sulit dipahami, tanpa menghilangkan makna dan pesan penting yang menjadi inti dari kampanye ini.

Dari pengumpulan data, studi literatur, hingga finalisasi desain, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam mendesain sebuah poster kampanye yang efektif, diperlukan perencanaan keseluruhan yang matang, serta pengetahuan yang luas akan *target audience*, gaya desain yang "mengena" pada *target audience* yang diinginkan, kadar informasi yang dapat dicerna *target audience* dengan melihat poster sekilas (melalui permainan tipografi). Tahapan distribusi poster patut direncanakan dengan analisis yang tepat agar *target audience* merasakan efek yang diinginkan. Selain itu, pengetahuan bahan dan cetak juga diperlukan guna mendapatkan hasil cetak yang maksimal dan efisien.
2. Dalam mendesain sebuah *billboard*, diperlukan pengetahuan dan perencanaan yang matang, terutama mengenai permasalahan biaya, tempat pemasangan efektif, dan jangka waktu pemasangan efektif. Selain itu bidang desain yang sangat besar juga harus menjadi bahan pertimbangan dalam memasukkan elemen-elemen desain yang tidak hanya estetis namun

- juga informatif dan memudahkan *target audience* dalam menyerap informasi yang dimuat dalam *billboard* seefektif mungkin.
3. Dalam mendesain sebuah situs web, diperlukan pengetahuan dasar mengenai situs web yang baik, pengenalan *interface* (sistem interaksi) yang memudahkan, waktu akses yang cepat, agar pengunjung merasa betah berlama-lama dan membaca informasi yang disediakan. Salah satu solusinya adalah disediakan *downloadable media* atau *digital merchandise* yang menarik, dapat di-*download*, serta disebarluaskan secara bebas guna menghias komputer *desktop* pengunjung. Adanya *downloadable media* juga antara lain disebabkan oleh perkembangan teknologi penyimpanan portabel. Selain itu, sebuah situs web juga harus memiliki konsistensi dengan media-media yang lain.
  4. *Cyber Friends Network* menawarkan sebuah identitas digital di dunia maya, kemudian berkembang menjadi sebuah media promosi yang populer karena dapat diakses secara bebas dari dalam jaringan. Media ini menjadi sangat populer tidak hanya di luar negeri, namun juga di dalam negeri seiring dengan semakin mudahnya internet di Indonesia, menjadikannya sebagai salah satu media promosi yang baru dan efektif. Selain itu desain halaman web-nya dapat di-kostumisasi (dirubah), sehingga desainnya dapat terlihat lebih menarik.
  5. Dalam merancang media promosi cetak berupa iklan, brosur, *leaflet*, dan lain-lain, diperlukan ketelitian dan komposisi yang baik dan seimbang antara informasi dan elemen estetis, agar keduanya dapat berjalan selaras, terlihat serasi, informatif, dan menunjang keseluruhan media kampanye lainnya dan menimbulkan kesan tertentu mengenai kampanye itu sendiri.
  6. Dalam mendesain sebuah *gimmick* atau *merchandise*, diperlukan konsistensi dalam penggunaan elemen-elemen estetis agar menunjang keseluruhan media kampanye, pengetahuan yang benar akan pola hidup dan kebiasaan-kebiasaan yang dekat dengan *target audience*, agar membuat pesan kampanye dapat bertahan lebih lama dan menyatu dengan keseharian *target audience*.

7. Dalam merancang media-media kampanye yang efektif, diperlukan pengetahuan dan wawasan yang luas akan *target audience* yang menjadi sasaran utama kampanye. Pemetaan *target audience* yang baik selanjutnya akan memudahkan desainer dalam menentukan gaya desain, informasi verbal, dan keselarasan antara keduanya.

## 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 mendesain.
- Berpikir positif, jauh ke depan, dan memikirkan solusi yang tepat bagi setiap masalah.
- Berani mengambil keputusan dalam menentukan solusi yang tepat bagi suatu masalah, disertai dengan dasar alasan yang kuat.

### 2. Saran untuk pihak Yayasan Solidaritas Nusa Bangsa:

- Agar dapat menjadi lembaga yang lebih dikenal luas dan kredibilitasnya menjadi lebih baik lagi, baik secara nasional maupun internasional.
- Lebih banyak dan lebih agresif dalam menyelenggarakan upaya meminimalisir perilaku diskriminasi rasial di Indonesia.
- Meningkatkan upaya kerja sama dengan lembaga dan pihak terkait dalam upaya memerangi tindakan rasisme dan diskriminasi ras.

### 3. 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

mengikuti perkembangan jaman dalam menyuguhkan materi kuliah yang ditujukan agar para mahasiswa/i siap menghadapi dunia kerja profesional.

4. Saran untuk masyarakat umum:

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

5. Saran untuk penelitian yang akan datang:

- Pada penelitian yang akan datang agar kualitas dan bobotnya dapat lebih baik, baik secara studi maupun desain.
- Agar aturan baku pembuatan laporan tugas akhir dapat dibuat dengan standardisasi yang baik dan sesuai dengan kaidah yang berlaku.