

## **BAB V. KESIMPULAN & SARAN**

### **V.1. Kesimpulan**

Dalam penyusunan perancangan persuasi kampanye sosial mengenai manfaat menghemat energi listrik pada lingkungan tempat tinggal melalui media poster ini perancang menemui beberapa kesulitan. Hal yang paling menyulitkan adalah ketika menentukan *copywriting* yang berada pada poster baik itu pada *headline*, *subheadline* dan *body text* agar pesan yang ingin disampaikan pada kampanye sosial tersebut tidak terlalu baku sesuai dengan khalayak sasaran yang merupakan usia remaja akhir, mengingat perancang kurang menguasai teknik *copywriting*. Dengan demikian, proses perancangan ini sangat memerlukan kerja sama tim dengan seorang *copywriter* agar pesan yang ingin disampaikan pada kampanye sosial tidak terlalu baku dan dapat dengan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran yang merupakan usia remaja akhir.

### **V.2. Saran**

Perancang menyadari sepenuhnya bahwa proses perancangan persuasi kampanye sosial mengenai manfaat menghemat energi listrik pada lingkungan tempat tinggal melalui media poster ini belum sepenuhnya memenuhi kriteria yang baik. Penulis hanya menggunakan data dari pengguna energi listrik dalam lingkup Kota Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung saja. Perancangan persuasi kampanye sosial ini hanya diperuntukan bagi usia remaja akhir di kota-kota besar, sehingga pada perancangan ini khalayak sasaran masih dapat diperluas kepada kalangan pengguna energi listrik yang luas. Perancang juga menyarankan pada perancangan selanjutnya agar melakukan studi yang lebih mendalam tentang permasalahan yang terjadi pada khalayak sasaran yang dituju, sehingga perancangan akan tersampaikan secara lebih efektif dan dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari.