

BAB V. KESIMPULAN & SARAN

V.1. Kesimpulan

Fenomena kurangnya masyarakat terhadap mencintai produk pakaian lokal merupakan sebuah fenomena yang marak terjadi pastinya. Fenomena tersebut bahkan sudah menjadi kebiasaan masyarakat sebagai gaya hidup untuk meningkatkan identitas diri. Padahal pada nyatanya masih banyak produk pakaian lokal yang sangat kompetitif dengan produk pakaian impor. Namun karena kebiasaan masyarakat tersebut, mengakibatkan tegesernya merek pakaian lokal oleh pakaian impor. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah upaya periklanan berupa persuasi atau kampanye sosial yang akan dilakukan untuk memberikan informasi dan edukasi terkait produk pakaian lokal untuk mengedukasi dan merubah sikap masyarakat tersebut untuk meningkatkan daya tarik masyarakat dalam mencintai produk pakaian lokal. Hal ini dapat merubah cara pandang dan pola pikir masyarakat agar tidak lagi cenderung memakai produk pakaian impor dan lebih mengutamakan penggunaan produk pakaian lokal.

Media audiovisual dipilih sebagai media utama karena pada era sekarang teknologi sudah maju, menonton *video* tidak sesulit dulu dan alasan utamanya adalah media ini lebih mudah dilihat oleh khayalak sasaran dan mudah tersampaikan secara langsung kepada target khalayak. Menggunakan audiovisual sebagai media penyampaian yang disampaikan melalui sosial media seperti *YouTube ads*. Alasan disampaikan melalui sosial media dikarenakan media sosial sangatlah efisien untuk menyebarkan informasi berupa kampanye sosial dilihat dari pengguna yang cukup tinggi.

V.2. Saran

Selama proses pembuatan kampanye sosial audiovisual ini, tentunya masih jauh dari kata sempurna. Kampanye mencintai produk pakaian lokal ini masih perlu dilakukan. Perancangan masih kekurangan visualisasi, informasi, dan persuasi. Karena itu, sangat diharapkan bahwa fenomena ini akan dibahas oleh media lain di masa mendatang. Ini dimaksudkan untuk mendorong masyarakat untuk lebih menghormati dan menggunakan pakaian lokal di masa mendatang. Selain itu, diharapkan perencanaan ini memberi tahu orang lain dan mendorong masyarakat

untuk lebih peduli dan meningkatkan penggunaan produk pakaian lokal. Dengan cara ini, produk pakaian lokal akan dikenal luas.