

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Penulisan ini dilakukan untuk merancang sebuah kampanye yang mengajak masyarakat berpartisipasi dalam kampanye TNR. Berdasarkan data yang didapatkan melalui observasi, studi literatur, dan wawancara, disimpulkan bahwa program TNR dapat lebih disukseskan melalui peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, kampanye ini bertujuan menggalang dukungan dan partisipasi aktif dari masyarakat sekitar Jabodetabek.

Kampanye ini memiliki *partner* yaitu Let's Adopt Indonesia, yang merupakan organisasi yang sudah bergerak dalam bidang TNR sejak tahun 2011. Kampanye ini memanfaatkan kemasan makanan kucing dan *landing page* sebagai sebuah bentuk *integrated media*. Penggunaan media ini bertujuan mencapai audiens yang lebih luas dan menyampaikan informasi dan ajakan untuk program TNR.

5.2. Saran

1) Saran Akademis

- a. Penelitian selanjutnya lebih mendalami teori model AISAS, serta lebih menjabarkan setiap-tiap teori yang digunakan dalam perancangan ini.
- b. Kampanye selanjutnya dapat dirancang secara lebih jelas dan *straightforward* melalui komunikasi dengan mitra, penjabaran yang lebih jelas, dan lainnya.
- c. Perancangan selanjutnya lebih memperhatikan tahapan-tahapan dalam proses desain untuk memaksimalkan hasil karya yang dibuat.

2) Saran Praktis

- a. Perancangan selanjutnya dapat lebih mendalami bentuk kemasan yang bisa digunakan, seperti box, plastik, dan lain-lainnya.

- b. Kemasan makanan hewan dapat digunakan sebagai media untuk melakukan kampanye baik kampanye sosial maupun promosional.

