

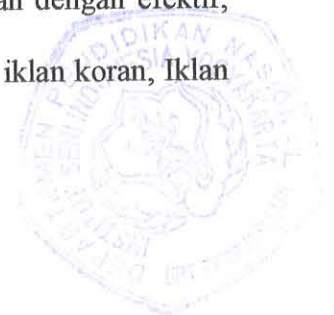
BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada perancangan sebuah iklan layanan masyarakat yang tujuan awalnya untuk menarik perhatian dan mengingatkan tentang kesadaran serta kepedulian akan suatu permasalahan, melalui sebuah informasi yang disajikan secara lebih komunikatif. Maka perlu dilakukan identifikasi dan analisis yang mendalam terkait permasalahan tersebut, sehingga dapat ditemukan ide atau gagasan utama yang dalam merancang sebuah komunikasi visual.

Latar belakang dalam merancang iklan bekonsep *transit ad* sebagai media utama adalah karena sifat dari media ini yang *mobile* atau selalu berpindah tempat dan bergerak sesuai dengan karakteristik sebuah kendaraan bermotor, dan media ini dapat bertemu langsung dengan target sasaran yang memang berada di jalanan. Maka konsep ini dipilih karena target sasaran dari kampanye ini adalah masyarakat pengguna kendaraan bermotor pribadi yang memang berada di jalan raya setiap harinya. Kemudian ketika hadir sebuah sistem transportasi massal yang baru berbasis bus yaitu *bus rapid transit* akan menjadi perhatian utama dari masyarakat sebagai sarana kendaraan umum yang baru dan modern, sehingga dapat disisipkan suatu pesan yang mampu berkomunikasi secara visual untuk mengingatkan dan memberikan informasi tentang permasalahan transportasi yang semakin tidak terkendali di berbagai kota besar di Indonesia seiring peningkatan pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor. Selain itu untuk mendukung media utama dalam menyampaikan pesan juga digunakan media lain yang secara efisien dapat menyampaikan pesan dengan efektif, dan dapat diakses oleh semua masyarakat secara mudah seperti situs web, iklan koran, Iklan



televisi, dll. Dengan tujuan memudahkan kampanye ini dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan setidaknya sedikit memberikan peran serta para pengguna transportasi untuk peduli terhadap lingkungan tempat tinggalnya, yang secara tidak langsung juga turut mengurangi pemanasan global.

B. Saran

Transit ad merupakan media yang sudah sering digunakan oleh iklan komersial, dan kadang hanya mementingkan produk yang ditawarkan tanpa memperhatikan kesan negatif dalam tampilan visual mungkin kurang mendidik, tetapi apabila menyajikan sebuah iklan layanan masyarakat yang sebenarnya informasi tersebut sangat bermanfaat bagi masyarakat masih sangat jarang, padahal efektifitas dari karakteristik media ini sangat tepat apabila target sasaran adalah masyarakat pengguna kendaraan bermotor yang lebih sering berada di jalanan. Dan lebih tepat apabila dipasang pada kendaraan umum yang merupakan transportasi massal bagi masyarakat umum yang tidak menggunakan kendaraan pribadi. Maka sudah saatnya sebuah komunikasi visual untuk tidak hanya mementingkan kepentingan tertentu tetapi juga mempunyai dampak positif yang penting bagi masyarakat itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arif, Ahmad, dkk. *Hidup Hirau Hijau: Langkah Menuju Hidup Ramah Lingkungan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2009.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, jilid 2 edisi 5, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1992
- Majalah, Trans Media, *Sejarah Bus di Indonesia*, , edisi 2, 2010.
- Majalah, Versus, *above the line versus below the line*, edisi oktober-november, 2009.
- Rhenald, Kasali , *Manajemen Periklanan*, PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1992
- Rustan, Suriyanto, *Layout, Dasar dan Penerapannya*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Sanyoto, Ebdi, Sadjiman, *Metode perancangan Komunikasi Visual Periklanan*, Dimensi Press, Yogyakarta, 2006.
- Safanayong, Yongky. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta; Arte Media, 2006.
- Tinarbuko, Sumbo, *Irama Visual*, “dari toekang reklame sampai komunikator iklan”, Jalasutra, Yogyakarta, 2007.
- Tinarbuko, Sumbo, *Semiotika Komunikasi Visual*, Jalasutra, Yogyakarta, 2008
- Widyatama, Rendra, *Pengantar Periklanan*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta, 2007.

INTERNET

<http://www.menlh.go.id>

<http://www.ecodriving-online.eu/>

<http://www.greenerchoices.com>

<http://www.nymetropolitantransitauthority.gov>

<http://www.bismania.org>,

<http://www.bismania.com>,

<http://www.transjakarta.co.id>

<http://www.jawapos.co.id>

<http://www.itdp.com>

<http://www.campaign.pelangi.or.id>

<http://www.sungaimusi.com>

<http://www.xl.skyscraper.com>

www.okezone.com

<http://www.adsoftheworld.com>

<http://www.rujiyanto.com>

<http://www.daniarwikan.Blogspot.com>

<http://www.kamusilmiah.com>

