

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengadopsi anjing adalah kegiatan yang umum didengar oleh masyarakat. Meskipun begitu, mengadopsi anjing memang bukanlah hal sederhana yang dapat dilakukan. Padahal mengadopsi anjing sendiri merupakan salah satu cara mulia yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk mengatasi berbagai isu yang dapat ditimbulkan dari banyaknya populasi anjing. Menanggapi hal tersebut maka diperlukan sebuah perancangan kampanye sosial gerakan adopsi anjing melalui media Instagram dimana kampanye tersebut dapat mengajak serta meyakinkan masyarakat untuk mengambil keputusan adopsi anjing. Hal ini dilakukan melalui sosialisasi edukasi dasar yang perlu diketahui oleh masyarakat untuk menyiapkan diri sekaligus membangun minat adopsi anjing menggunakan *platform* media sosial Instagram yang dinilai sebagai salah satu media komunikasi dengan pengguna terbanyak sehingga pesan yang ingin disampaikan dari kampanye sosial ini dapat tersalurkan secara luas. Proses kreatif diawali dengan observasi langsung di beberapa tempat penampungan anjing lokal dimana foto realistis diambil sebagai inspirasi dan gambaran desain secara keseluruhan. Kemudian pembentukan konsep dan penjarangan ide dilakukan. Tampilan dari perancangan elemen visual diatur berwarna terang dan hangat yang dikombinasikan dengan gaya bahasa yang terkesan santai, kasual, dan non-formal untuk menumbuhkan kedekatan yang lebih personal dengan *audience*.

Salah satu kesulitan yang penulis alami adalah membangun komunikasi dan koneksi dengan pengelola *dog shelter* setempat dikarenakan kepadatan jadwal serta kesibukan mereka selama jam kerja berlangsung. Keadaan tersebut tentunya dapat dipahami mengingat tingginya kasus penyelamatan anjing yang mereka hadapi setiap harinya. Masalah ini pun kemudian terselesaikan diiringi dengan adanya bantuan dari banyak pihak.

B. Saran

Di masa mendatang, besar harapan penulis akan terbangunnya hubungan baik antar pihak terkait sehingga isu sosial mengenai kesejahteraan dan pengadopsian anjing dapat diatasi bersama-sama. Disarankan juga pada pengembangan perancangan dengan topik serupa untuk menyertakan foto realis sehingga dapat membangun kedekatan emosi dengan *audience* lebih dalam. Selain itu, disarankan juga untuk melakukan observasi langsung di lapangan untuk melihat realita kondisi yang terjadi di lingkup masyarakat. Kemudian secara teori, pembahasan tentang tiap *breed* atau ras anjing juga diharapkan agar dapat dibahas lebih mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- Alizamar dan Cuto, Nashbahry. 2016. *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi*. Yogyakarta: Media Akademi
- Annur, Cindy. 2022. *Ini Aplikasi Medsos yang Paling Sering Digunakan Sehari-hari*. Diakses dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/ini-aplikasi-medsos-yang-paling-sering-digunakan-sehari-hari>
- Berger, AA, 1998 & 2000. *Media Analysis Technique*. London: Sage Publications
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Connecticut: Gildan Media, LLC.
- Galvin, Emma. 2022. *The Fundamental of Layout Design for Insights*. Diakses dari: <https://www.greenbook.org/mr/market-research-news/the-fundamentals-of-layout-design/>
- Harrison, George D. 2020. *The History of Instagram*. Diakses dari: <https://izood.net/blog/the-history-of-instagram/>
- Lischer, Brian. *Color Psychology in Branding: The Persuasive Power of Color*. Diakses dari: <https://www.ignytebrands.com/the-psychology-of-color-in-branding/>
- Livingston, Alan dan Isabella. 2012. *Dictionary of Graphic Design and Designers Third Edition*. London: Thames & Hudson Inc
- Loganathan, Vinieysha dkk. 2021. *Evaluation of Dog Adoption Awareness and Its Perceptions on Dog Owners*. Diakses dari: <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/107629>
- MasterClass. 2021. Diakses dari: <https://www.masterclass.com/articles/layout-design-guide>
- Mustajab, Ridhwan. 2023. *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir*. Diakses dari: <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>
- Noun Project Team. 2023. *17 Graphic Design Styles: A Visual Guide*. Diakses dari: <https://blog.thenounproject.com/graphic-design-styles/>
- NN. 2014. *Types of Page Layouts for Graphic Designer*. Diakses dari: <https://www.graphic-design-institute.com/types-of-graphic-web-page-layout/#:~:text=9.,headline%20and%20body%20copy%20below.>
- NN. <https://barc4balidogs.org/?v=b718adec73e0>

- NN. <https://www.graphic-design-institute.com/types-of-graphic-web-page-layout/>
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Sleman: CV. Andi Offset
- Ostergaard, L. 2002. *Effective Campaign Assessment: How to Learn From Your Failures*. United States: SAGE Publishing
- PetPlace. 2017. *What Do Animal Shelters Do?*. Diakses dari <https://www.petplace.com/article/general/pet-health/what-do-animal-shelters-do/>
- Putriana, Angelia, dkk. 2021. *Psikologi Komunikasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Rakhmat, J. 1998. *Psikologi Komunikasi*. 2nd ed. Bandung: PT Remaja Karya
- Rice, Ronald E dan Paisley, William J. 1981. *Public communication campaigns*. Beverly Hills: Sage Publications
- Thalman, O., Perri, Angela R. (2018). *Paleogenomic Inferences of Dog Domestication*. Lindqvist, C.; Rajora, O.
- Wisnu, Fransiskus. 2021. *Selama Pandemi, Hewan Terlantar Bertambah Banyak*. Diakses dari: <https://www.kompas.id/baca/metro/2021/04/16/selama-pandemi-hewan-terlantar-bertambah-banyak>
- Zahira, Tiara. 2021. *The Playful Things*. Jakarta: Politeknik Negeri

