

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penyampaian pesan moral dalam Perancangan Komunikasi Visual Filateli ini berdasarkan pemikiran bahwa setiap manusia diciptakan oleh Tuhannya sebagai pemimpin, diberi akal pikiran, dengan akal itulah manusia diamanahi untuk memelihara bumi beserta isinya, untuk diurus, dimanfaatkan sepenuhnya, melestarikan tidak merusaknya serta berperilaku baik dalam segala hal. Tetapi yang terjadi malah sebaliknya (*paradok*), bumi beserta isinya malah diperlakukan secara tidak layak.
2. Dalam menghadapi keadaan yang serba paradok ini yang bersimpangan dari tujuan sebenarnya, diperlukan suatu pembalik, yaitu refleksi yang berhubungan dengan air sebagai cermin, dimana simbolisasi air yang jernih sebagai cermin yang dapat memantulkan bayangan sebenarnya.
3. Perancangan Komunikasi Visual dalam menyampaikan pesan menentukan *positioning* dimana air dilihat dari sisi metafora, yaitu arti kiasan yang menyimbolkan air sebagai esensi dari sebuah cermin bersih untuk bercermin.

B. Saran

1. Dalam sebuah kegiatan kampanye periklanan yang berisikan pesan moral, hendaknya dilaksanakan sesering mungkin oleh instansi atau perusahaan periklanan dalam upaya memotivasi dalam menjaga kelestarian lingkungan, sumber daya alam, menjaga persatuan bangsa dan membantu sesama yang tidak mampu.
2. Bagi pihak PT POS INDONESIA selanjutnya terus melakukan kegiatan kampanye serupa dengan membuat tema yang lain, sehingga peringatan Hari Air Sedunia berikutnya dilakukan lebih baik, berharap peringatan Hari Air Sedunia dapat lebih dikenal oleh khalayak.

