

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Anak sebagai generasi penerus bangsa mempunyai hak untuk mendapat kesempatan seluas-luasnya untuk tumbuh dan berkembang dengan wajar baik secara rohani, jasmani, dan sosial. Namun pada kenyataannya tidak semua anak-anak di Indonesia telah mendapatkan haknya tersebut, kenyataan tersebut dapat dilihat di jalan dimana anak-anak harus rela berada di jalanan demi mencari nafkah demi membantu perekonomian keluarga dan kelangsungan hidupnya.

Pemandangan yang sering kali ditemui di pusat perbelanjaan, pasar, terminal, lampu merah di jalanan, dan sebagainya, beberapa anak usia sekolah yang meminta-minta, berjualan koran, atau mengamen. Mereka inilah yang disebut anak jalanan. Sebagian atau seluruh waktu anak jalanan dihabiskan di jalan tanpa ada pengawasan dan pendidikan yang seharusnya diberikan di usia dini.

Berdasarkan hal tersebut maka pembuatan video kampanye *save street child* dirasa perlu untuk diadakan mengingat tingkat anak putus sekolah yang tiap tahunnya terus meningkat dan untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang adanya organisasi *save street child*, dengan harapan tumbuhnya simpati dari masyarakat. Salah satunya dengan cara memberikan informasi sebanyak-banyaknya tentang *save street child* diharapkan untuk mendapatkan cara terbaik memberikan perhatian kepada anak jalanan, dan memberikan informasi bahwa pendidikan yang layak penting untuk didapatkan anak jalanan untuk merubah kualitas hidup yang lebih baik.

## B. Saran

Alangkah baiknya apabila kampanye seperti ini lebih digencarkan mengingat sedikitnya organisasi sejenis seperti *save street child* kurang mendapatkan perhatian dari masyarakat. Pemilihan media video seharusnya diadakan secara berkala dikarenakan media informasi semakin canggih untuk menampilkan suatu informasi dengan gambar bergerak, sehingga organisasi seperti *save street child* mendapatkan lebih banyak perhatian.



## Daftar Pustaka

Dari Buku:

- Aviandari, Distia. (2010). Analisis Situasi Anak untuk Isu-isu Tertentu. Yogyakarta: Samin
- Jefkins, Frank. (1994). Periklanan Edisi Ketiga. Jakarta : Erlangga.
- Naratama. (2004). Menjadi Sutradara Televisi, Jakarta :Grasindo.
- Suyanto. (2005) Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triyanto, Agus.(2001) Copywriting. Yogyakarta : Remaja Rosdakarya.
- Widyatama, Rendra.(2005) Pengantar Periklanan. Jakarta : Buana Pustaka Indonesia.
- Widyatmoko, Sutrisno.(2009) Irama Visual, Yogyakarta : jalasutra.

Dari Laman:

<http://BatamPos.co.id/Bermula/dari/Kasihannya/Shei/Latiefah/Dirikan/Komunitas/Save/StreetChild.html>. "*diakses pada tanggal 9 Oktober 2014 Pukul 22.15*

<http://rasdidin.blogspot.com/2014/02/ssc-jogja-berbagi-itu-bukan-berarti.html>. *diakses pada tanggal 8 Oktober 2014 Pukul 24.30*

<http://Tribunnews.comAnak/Jalanan/Rentan/Permasalahan.html>. *diakses pada tanggal 8 Oktober 2014 Pukul 21.30*

<http://savestreetchild.org/2011/> *diakses pada tanggal 10 Oktober 2014 Pukul 19.45*