

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Tesis yang berjudul “PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PELESTARIAN POHON AREN DI BALI” menggunakan metode *design thinking* Tim Brown melalui lima tahapan yaitu “*empathize*”, “*define*”, “*ideate*”, “*prototype*” dan “*test*”. Pada tahap pertama yaitu *empathize* penulis mengumpulkan semua data masalah yang diperlukan untuk mengetahui permasalahan yang sedang terjadi. Pengumpulan data ini didapatkan dengan cara melakukan observasi, menyebar kuesioner pada generasi milenial Bali, mengumpulkan data pustaka, dokumentasi serta wawancara dengan ketua Koperasi Pangan Bali Utara

Pada tahap kedua yaitu *define* penulis melakukan pemetaan pikiran dan melakukan analisis data serta merumuskan kalayak sasaran. Pada tahap ini penulis menemukan data berkurangnya keberadaan pohon aren di Bali, dan kurang pemahannya masyarakat khususnya generasi milenial Bali mengenai pentingnya pohon aren ini. Hal ini mengakibatkan tidak ada upaya untuk menjaga pohon aren yang akhirnya berdampak pada berkurangnya jumlah pohon aren tersebut.

Kemudian pada tahap ketiga yaitu *ideate* penulis memberikan solusi yang dapat memecahkan masalah komunikasi visual yang ada. Ide yang penulis gagas mengacu pada tahap sebelumnya, dengan membuat kampanye pelestarian pohon aren di Bali menggunakan *motion graphic* sebagai media utama dan didukung dengan media poster, infografik, serta *merchandise* berupa kaos, *totebag*, dan *tumbler*.

Selanjutnya pada tahap keempat yaitu *prototype* penulis merancang karya mulai dari proses pencarian ide, sketsa hingga visualisasi karya. Karya yang dihasilkan pada tahap ini yaitu *motion graphic* sebagai karya utama menjelaskan keberadaan serta manfaat pohon aren di Bali dan ajakan untuk ikut menanam pohon aren. Karya tersebut diperkuat dengan adanya media pendukung yaitu poster, infografik, dan *merchandise* berupa kaos, *totebag*, dan *tumbler*. Tahap terakhir yaitu tahap kelima adalah *test*, merupakan tahap untuk menguji karya komunikasi

visual kepada khalayak sasaran, khususnya bagi generasi milenial Bali. Pada tahap *test* media yang telah di unggah pada akun Instagram *Dharmaning Jaka* mendapat komentar yang positif dari target sasaran.

Dari penjabaran di atas, dapat penulis simpulkan bahwa dalam merancang karya komunikasi visual, desainer harus mempunyai pengetahuan yang menyeluruh mengenai permasalahan dan menguasai objek yang diteliti. Pengetahuan itu dapat diperoleh dari proses observasi, wawancara ataupun terjun langsung ke objek penelitian yang sedang diamati. Karya ini memberikan informasi mengenai keberadaan pohon aren di Bali beserta manfaatnya bagi lingkungan dan budaya Bali. Karya ini juga mengajak target untuk berpartisipasi dalam upaya melestarikan pohon aren di Bali. Hal ini sejalan dengan teori kampanye sosial, dalam kampanye tidak hanya sekedar mengajak target untuk melakukan suatu tindakan namun dalam ajakan tersebut juga diselipkan edukasi, seperti kampanye pelestarian pohon aren ini. karya ini menawarkan cara yang bersahabat dengan kebiasaan generasi milenial Bali dalam mengakses informasi dari *gadget*, karena media *motion graphic* serta media pendukung seperti poster, dan infografik dapat diakses melalui media sosial.

Perancangan ini dapat mengedukasi masyarakat Bali khususnya generasi milenial mengenai pentingnya keberadaan pohon aren di Bali, hal ini dibuktikan dengan hasil dari metode *desig thinking* pada tahapan *test*. Generasi milenial Bali yang mengikuti dan menyimak unggahan dari akun *Dharmaning Jaka* memberikan respon yang positif mengenai informasi yang disampaikan dari akun tersebut, mereka memberi komentar bahwa desainnya menarik dan informasi yang diberikan sudah informatif. Setelah mendapatkan informasi tersebut ada upaya dari mereka untuk turut serta menjaga dan melestarikan pohon aren di Bali yang pada akhirnya berdampak pada kelestarian lingkungan beserta budaya Bali itu sendiri.

## **B. Saran**

Setelah penulis menyelesaikan perancangan ini, penulis juga ingin menyampaikan saran - saran yang mungkin akan berguna untuk pembaca ataupun perancangan lainnya yang akan muncul setelah hasil perancangan ini diterbitkan.

1. Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini tidak hanya dapat diterapkan dalam perancangan komunikasi visual untuk kampanye pelestarian pohon aren saja, namun juga bisa diterapkan pada perancangan yang lain.
2. Bagi seorang yang bergelut di bidang Desain Komunikasi Visual untuk pentingnya mengangkat topik budaya lokal Nusantara kedalam karya Desain Komunikasi Visual, terlebih lagi budaya yang mulai terkikis oleh zaman agar nantinya kebudayaan lokal Nusantara masih bisa dikenali bagi generasi berikutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ambrose, Gavin & Harris, Paul. 2005. *Layout*. United Kingdom : Ava Publishing
- BPS Provinsi Bali. 2017. *Provinsi Bali Dalam Angka, Bali Province in Figures 2017*. CV. Bhinneka.
- Brown, Tim. 2009. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Collins Publishers.
- Creswell, Jhon W. 2019. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmaprawira, Sulasmi W.A., 2002. *Warna Teori Dan Kreativitas Penggunaannya*. Penerbit ITB: Bandung.
- Gallagher, Rebecca., Andrea Moore Paldy. (2007), *Exploring motion graphics*, Thomson Delmar Learning, New York.
- Lutony, T.L. 1993. *Tanaman Sumber Pemanis*. P.T Penebar Swadaya, Jakarta.
- Mas Putra, I Gst. Ag. 2001. *Mejejahitan (Merangkai Janur di Bali)*.
- Reddi, C.V. Narasimha. *Effective Public Relations and Media Strategy*, New Delhi: PHI Learning Private Limited, 2009.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Sachari, Agus. 2002. *Sosiologi Desain*. ITB: Bandung.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi Dalam desain Grafis*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sugiyama, Kotaro, Andre, Tim. (2011). *The Dentsu Way*. New York : McGraw-Hill
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual, Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Wiana, Ketut. 2007. *Tri Hita Karana Menurut Konsep*. Surabaya: PARAMITA.
- Venus, Antar. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.

## Jurnal

- Erni, Mulyanie<sup>1</sup>. Romdani, Andhy<sup>2</sup>. 2018. "*Pohon Aren Sebagai Tanaman Fungsi Konservasi*". Jurnal Geografi.
- Febriyanti, Nira. Dkk. 2017. "*Etnobotani Dan Potensi Aren (Arenga Pinnata Merr.) Pada Masyarakat Kasepuhan Pasir Eurih, Desa Sindanglaya, Kabupaten Lebak, Banten*". Media Konservasi Vol. 22 No. 2.
- Sebayang, Lukas. 2016. "*Keragaan Eksisting Tanaman Aren (Arenga Pinnata Merr) Di Sumatera Utara (Peluang Dan Potensi Pengembangannya)*". Jurnal Pertanian Tropik.
- Soenarjo, H. 2014. "*Perancangan Model 3D Holographic Reflection Dan Penerapannya Pada Karya Visual Motion Graphic 3D Holographic Reflection Design Model and It' S*". Jurnal Desain, 2, 69-78.
- Suwena, Kadek Rai. 2017. "*Menjual Tuak (Alkohol Bali) Sebuah Pilihan (Tinjauan Dari Perspektif Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Desa Datah)*". International Journal of Social Science and Businnes.
- Ulfa, Ghina Shabrina. Anna Fatchiya. 2018. "*Efektivitas Instagram "Earth Hour Bogor" Sebagai Media Kampanye Lingkungan*". Jurnal Komunikasi Pembangunan.
- Yanto, Nikodemus. 2015. "*Perancangan Kampanye Penghijauan di Kota Bekasi*". Maranatha Repository System.
- Witabora, Joneta. 2012. "*Peran Dan Perkembangan Ilustrasi*". Jurnal Humaniora.

## Webtografi

- Ole, Adnyana. 2018. *Lestarikan Arak Bali Agar Penjor Galungan Kreatif dan Mandiri*. <https://baliexpress.jawapos.com/read/2018/11/24/105091/> (01 Oktober 2019)
- Yasa, Guna. 2018. *Kenapa Saat Membuat Penjor Menggunakan Janur atau Ambu? Ini Penjelasannya*. <https://bali.tribunnews.com/2018/05/29/kenapa-saat-membuat-penjor-menggunakan-janur-atau-ambu-ini-penjelasannya>. (01 Oktober 2019)