

## V. PENUTUP

### A. Kesimpulan

Perancangan Iklan layanan Masyarakat Permainan tradisional DIY ini merupakan kerja yang dilandasi dengan riset yang mendalam dan melintasi berbagai disiplin keilmuan untuk bisa mencapai tahap ini. Dalam menyelesaikan permasalahan penulis menggunakan pendekatan yang disebut dengan metode *design thinking*. Metode ini mencoba mendekatkan designer dan TA guna melokalisasi permasalahan, menemukan sudut pandang baru, menemukan solusi yang tepat.

*Design thinking* memberikan kesempatan penulis untuk bisa lebih memahami TA. Pengamatan ini juga sering disebut dengan *customer journey*. melalui pengamatan ini penulis bisa mengetahui media komunikasi yang tepat untuk menyampaikan pesan iklan layanan masyarakat ini. Dengan menggunakan pendekatan ini potensi pesan akan mudah diterima, sehingga dapat membangun sebuah sistem interaksi yang sangat baik. Setiap media memiliki kekuatan dan *treatment* tersendiri terhadap TA, dan semuanya saling berkaitan saling mendukung satu sama lain untuk mencapai tujuan menyampaikan informasi sebaik mungkin.

Strategi kreatif pada perancangan ini menggunakan isu yang sangat *booming* akhir-akhir ini disegala media, yaitu isu “Anak Hilang”. Kemudian konsep ini dikembangkan dan disesuaikan dengan isu yang ada. Namun sebelum ide “Anak Hilang” ditemukan dan dipilih sebagai ide penciptaan, sebelumnya sudah dilakukan riset yang mendalam dan pemetaan pemikiran melalui *Mind Map*. Kemudian ide

penciptaan ini dipadukan dengan subyek penciptaan dan hasil dari pengamatan *costumer inside* dari TA yang tepat. Antusiasme yang berlebihan pada isu “Anak hilang” Angeline, ingin diadopsi pada perancangan ini. Maka perancangan ini sudah mampu menjawab rumusan masalah yang ada. ILM menggunakan media yang tepat melalui riset penelusuran *Point of Contact* TA, dan menginformasikan pentingnya permainan tradisional yang merupakan kebutuhan pokok sosial anak-anak.

## **B. Saran-saran**

1. Desain komunikasi visual dibuat sebagai solusi pemecahan suatu permasalahan, diperlukan ketajaman dalam menganalisa berbagai permasalahan yang ada, untuk dapat menghasilkan solusi pemecahan masalah. Maka pendekatan *design thinking* sebagai dasar dalam perancangan dan strategi yang digunakan dalam perancangan ini cocok digunakan dalam mencari solusi dalam memecahkan masalah.
2. Hasil dari perancangan ini merupakan medium dalam penampaian pesan, jadi diperlukan ketajaman dalam melokalisasi permasalahan yang ada, melihat sudut pandang baru dalam melihat permasalahan. Dalam pengamatan ini akan diteruskan dengan “*costumer journey*” mencatat aktivitas TA untuk memperoleh *point of contact* dalam aktifitas TA. Media komunikasi visual yang tepat dan efektif akan ditemukan dan digunakan sebagai media penyampai pesan. Metode ini dapat dilakukan untuk menemukan media, agar

dalam perancangan kedepan tidak mengalami kendala yang berarti dalam proses penentuan media.

3. Perancangan iklan layanan masyarakat permainan tradisional DIY ini, diharapkan karya-karya yang diciptakan bukan sekedar menjadi apresiasi semata namun mampu membuka cara pandang baru untuk peneliti atau perancang dalam menyampaikan solusi permasalahan menggunakan karya desain komunikasi visual.



## KEPUSTAKAAN

### A. Kepustakaan Tercetak

- Anton, M. Moeliono, dkk. 1998. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta, Balai Pustaka.
- Bambang, Riyanto. 2000. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta, Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada.
- Bearley, Sean. 1995. *The Advertising hand Book*. London, Routledge.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- Buzan, Tony. 2005. *Buku Pintar Mind Map*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Dharmamulya, Sukirman. 2008, *Permainan Tradisional Jawa*. Yogyakarta, Kepel Press.
- Dharmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna Teori dan Penggunaannya*. ITB, Bandung.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta . Balai pustaka.
- Dwi Ratna Nurhajarini, dkk. 2012. *Yogyakarta: Dari Hutan Beringan Ke Ibu Kota Daerah Istimewa*. Yogyakarta, Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional Yogyakarta.
- Frascara, Jorge. 2004. *Communication Design*. New York, Allworth Press.
- Gerungan, 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung, Refika Aditama.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*”.Bandung, Citra Aditya Bhakti
- Kasiyan, 2008. *Manipulasi Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta, Puspita sari

- Madjadikara, Agus S, 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta, Gramedia Pustaka utama
- Mardjadikara, Agus S. 2009. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyadi, Seto. 2005. *Dolanan Anak, Refleksi Budaya dan Wahana Tumbuh Kembang Anak*. Yogyakarta, Aditya Media.
- Morissan, MA. 2010. *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta, Kencana.
- Putra, Hedy Shri Ahimsa .2005. *Dolanan Anak, Refleksi Budaya dan Wahana Tumbuh kembang Anak*. Yogyakarta, Aditya Media.
- Safanayong, Yongki. 2006. *Desain Komunikasi Visual*. Jakarta, Buana Printing.
- Severin, Werner J. 2009. *Teori Komunikasi – Sejarah, metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- Sumardjo, Jakob. 2000, *Filsafat Seni*. Bandung, Penerbit ITB
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta, Jalasutra
- Wiryanto. 2006. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta, Grasindo

## **B. Webtografi**

Chang, Yuh-Shihng June 2013, " Marilyn Monroe –The Digital Pop Art Creation and Practice". International Journal of Asia Digital Art and Design. Volume 17, No. 2, [www.adada.info/journals/vol17 完.2.pdf](http://www.adada.info/journals/vol17%202.pdf), 13 June 2013.

[http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft\\_detail.php?knokat=828328](http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft_detail.php?knokat=828328)

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/jawa-tengah-diy-nasional/13/10/27/mvbsszpuuluhan-anak-yogyakarta-tagih-janji-wali-kota>

Tinarbuko, Sumbo. 2007. *Semiotika Iklan Sosial (Bagian I)*. Desain Grafis Indonesia. <http://dgi-indonesia.com/semiotika-iklan-sosial/>

Zulfa Rahmawati. 2008. "*Media Ambient Sebagai Media Perikanan di Indonesia.*" *Jurnal Seni Imajinasi* Volume 4 No. 1.pdf .  
<http://jurnal.asdi.ac.id/index.php/canthing/article/download/1/1>

