



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang
Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang
Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang
Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kampanye sosial merupakan sebuah proses komunikasi yang dilakukan untuk menyalurkan pesan-pesan penting kepada masyarakat. Ada banyak inovasi, gagasan yang bersifat sosial. Salah satunya yaitu gagasan tentang pelestarian tumbuhan *Kancing Beruk*. Perancangan kampanye sosial ini secara konseptual dan keilmuan telah banyak menggunakan berbagai macam literatur.

Dalam prakteknya, Desain Komunikasi Visual adalah cabang ilmu yang berhubungan dengan disiplin ilmu lain, sehingga dalam proses perancangannya memerlukan referensi yang tidak hanya mengacu pada salah satu disiplin ilmu saja. Hal ini terkadang menjadi kendala bagi perancang dalam melengkapi dan menyesuaikan berbagai macam disiplin ilmu yang berbeda tersebut.

Akan tetapi, pada perancangan kampanye sosial ini telah melalui berbagai proses kreatif dan lebih memperdalam pendekatan dengan target *audience*, sehingga dapat mewujudkan *impact* yang positif bagi masyarakat, dengan adanya media utama berupa Poster 4 versi dan Infografis yang dapat menyampaikan pesan secara kompleks kepada masyarakat, adanya *ambient media* yang memiliki kekuatan untuk menarik perhatian khalayak disekitarnya dan cenderung lebih mudah menciptakan kepercayaan, karena khalayak langsung mengalami isi pesan yang disampaikan. Serta digunakannya maskot untuk mengingatkan masyarakat tentang isu atau pesan dari kampanye sosial ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Melalui perancangan kampanye sosial ini diharapkan mampu memberi alternatif solusi guna meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melestarikan tumbuhan *Kancung Beruk* dikecamatan Gunung Raya kabupaten Kerinci, dengan memanfaatkannya secara bijak sehingga terciptanya keseimbangan antara pemanfaatan dengan penaggulangannya.

B. SARAN

Pada perancangan kampanye sosial ini diharapkan kepada masyarakat atau *target audience*, dapat mulai mengambil bagian untuk berperan penting dalam melestarikan tumbuhan *Kancung Beruk* karena merupakan keanekaragaman hayati yang unik dan langka, serta sangat bermanfaat bagi Ilmu pengetahuan, masyarakat maupun untuk generasi kedepannya.

Peran serta pemerintah dalam keberhasilan suatu kampanye sosial sangatlah besar. Jika pemerintah mendukung maka tingkat kesuksesan suatu kampanye sangatlah tinggi. Kurangnya perhatian maupun pemahaman pemerintah setempat dalam melestarikan tumbuhan *Kancung Beruk* menjadikan isu sosial ini tersisihkan. Akan sangat membantu jika pemerintah juga memberikan andil dalam kampanye sosial tersebut, seperti diadakannya suatu kegiatan penyuluhan atau *event* sehingga dapat mewujudkan *impact* yang positif kepada masyarakat.

Kampanye sosial (*social campaign*) merupakan bagian dari ilmu Desain Komunikasi Visual namun istilah ini belum banyak yang tahu dalam lingkup desain komunikasi visual. Untuk itu, diharapkan dapat memberikan kontribusi pembelajaran dan penelitian lebih lanjut bagi mahasiswa Prodi Desain



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adi Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Alwi Hasan. 2002. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga: Jakarta Balai Pustaka.
- Arvensa,. 2003. *Pesona Wisata Kerinci*, Kerinci: Brosur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kerinci.
- Dariyo, B. 2008. Psikologi Perkembangan Dewasa Muda. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Darmaprawira Sulasmi, 2002. Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya, Bandung, ITB.
- Kasali Renald. 1995. "Manajemen Periklanan: Konsep dan aplikasinya di Indonesia", Jakarta Gramedia.
- Lankow, Ritchie, Crooks. 2014. "Infografis Kedasyatan Bercerita Visual". Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mansur, M. 2006. Trubus Info Kit, *Nepenthes*. Volume 05, Depok, Jakarta: Trubus Penebar Swadaya.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan William Wells. 2011. Advertising, edisi ke delapan. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. 2001. *Nuansa – Nuansa Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pujianto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: Andi Offset
- Purwanto, Arie. 2007. Budi Daya Ex-Situ *NEPENTHES* Kantong Semar nan Eksotis. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, Edisi Revisi.
- Rustan, Suriyanto. 2010. Huruf Font Tipografi. Jakarta : Gramedia-Pustaka Utama.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Ruslan, Rosadi. 1997. Kampanye Public Relations. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Siombing, Danton. 2001. Tipografi Dalam Desain Grafis. Jakarta: Gramedia

Soemirat, Soleh, dan Elvinaro. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Rosda.

Syafriadi Haris, Zahakir. 2005. Bumi Sakti Alam Kerinci, *Sekepal Tanah Surga*. Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi: Kerinci.

Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wijaya, Bambang Sukma, 2011. *Iklan Ambient Media: Konsep, Strategi Pesan dan Implementasi*, UBPress, Jakarta.

Wiryanto. 2000. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Balai Pustaka.

Jurnal

Azwar, F, Adi K, Teten R.S. 2006. Kantong Semar (*Nepenthes* sp.) di Hutan Sumatera, Tanaman Unik yang Semakin Langka. Laporan Penunjang pada Ekspose Hasil-hasil Penelitian : Konservasi dan Rehabilitasi Sumberdaya Hutan. Padang, 20 September 2006.

Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra. 2000. JURNAL NIRMANA. "Ilustrasi Iklan Cetak Dengan Pendekatan Afektif Dalam Hubungannya Dengan Penerimaan dan Ingatan Khalayak". Vol. 5, No. 2, Juli 2003: 176 – 190.



Wawancara

Hernawati, *Nepenthes Team* padang selaku narasumber dalam pengumpulan data tentang tumbuhan *Kuncung Beruk* dan cara penanganannya. Wawancara 20 Juli 2015. Lempur Mudik kecamatan Gunung Raya kabupaten Kerinci.

Mhd.Zacky Zaid. Ketua PENCAGURA (Pencinta Alam Gunung Raya). Wawancara tanggal 3 februari 2015. Lempur Mudik kecamatan Gunung Raya kabupaten Kerinci.

Neneng Susanti S. Hud, M.Si. Kepala Dinas KPHP (Kesatuan Pengelolaan Hutan Produksi) Wawancara tanggal 3 februari 2015. Dinas kehutanan dan perkebunan.Jl.Prof. DR. Sri Sudewi Maschun Sofwan, SH No. 99.

Sarinah. Selaku masyarakat yang aktif dalam menggunakan tumbuhan *Kuncung Beruk*. Wawancara tanggal 21 Juli 2015. Lempur Mudik kecamatan Gunung Raya kabupaten Kerinci.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang



Web

Sumber : <http://www.campsinternational.com/blog//wwf-forest-campaigns>.
Diakses 10 januari 2016, 07.00.WIB

Sumber : <http://cdn.idntimes.com/content-images/post/old/2c607-11.jpg> Diakses
10 januari 2016, 07.20.WIB.

Sumber : <http://osocio.org/message/animals-are-not-clowns>. Diakses 10 Januari
2016, 08.00 WIB

Sumber : <http://kominfo.go.id/assets/images/favicon.ico>. Diakses 10 Januari
2016, 08.10 WIB.

Sumber : <http://Blog.dailyinspiration.nl.com>. Diakses 20 Februari 2015, 09.00.
WIB.

Sumber : <http://www.coloribus.com>. Diakses 30 Maret 2015, 10.00.WIB.

Sumber : <http://www.inventorspot.com>. Diakses 30 Maret 2015, 10.15.WIB

Sumber : www.bladeforums.com Diakses 30 Maret 2015, 10.43.WIB

Sumber : <http://sitohanguntuktapanuli.com>. Diakses 28 januari 2015, 20.00.WIB

Sumber : <http://3.bp.blogspot.com>. Diakses 28 januari 2015, 20.15.WIB

Sumber : <http://www.koreandoll.net.marketing-campaign.jpg>. Diakses 28 januari
2015, 20.40. WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang