

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melaksanakan kegiatan perancangan dan analisa masalah yang terjadi di Nagari Ampang Gadang, menyimpulkan bahwa salah satu cara yang tepat untuk adalah poster dengan bauran media yang menggunakan strategi yang efektif. Perancangan ini memiliki tujuan untuk mengajak untuk menjaga lingkungan. Bauran media tersebut berisikan video iklan layanan masyarakat audiovisual, Poster, Banner, Visual Akun Sosial Media.

Dalam merancang media-media tersebut, juga menggunakan warna yang sesuai dengan konsep yang ingin penulis ciptakan. Warna yang digunakan dalam perancangan karya ini ialah warna-warna yang mampu menarik dan Mempengaruhi masyarakat. Adanya media- media ini dalam bentuk dan Offline diharapkan dapat menyadarkan masyarakat.

B. Saran

Saran kedepannya untuk merancang karya serupa, dalam tahap perancangan awal diharapkan pembaca bisa melakukan riset data terkait terlebih dahulu dan mempersiapkan secara matang lokasi pengambilan gambar yang dituju, waktu dan durasi pengambilan gambar, serta mempersiapkan rencana cadangan untuk mengantisipasi waktu yang berlebih atau tidak sesuai dengan rancangan jadwal yang sudah di racang. Selain itu akan lebih baik jika perencanaan rancangan karya atau proposal mengenai rancangan yang akan

dilaksanakan disampaikan ke pemerintah Nagari setempat dan mendapatkan bantuan baik itu berupa bantuan moril maupun bantuan material.



DAFTAR PUSTAKA

- Angeline Mia, Sari Ramadanty 2017 *Advertaising & Branding*.
- Atika, J., Minawati,R., & Waspada A,E,B (2018) Iklan Layanan Masyarakat
- Agustrijanto,2006, Copywriting; Seni mengasah kreatifitas dan memahami bahasa iklan
- Bungin, B. (2008). Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen serta Kritik terhadap Peter L Berger dan Thomas Luckmann Edisi Pertama. Jakarta: Prenamedia Group.
- Candra Da, Nur Rahmad Ardi, 2018, Dasar Videografi
- Durianto, Darmadi,dkk.2003. Inovasi Pasar Dengan Iklan Efektif.Jakarta : Cetakan Gramedia Pustaka.
- Hackley 2011. Perancangan *Advertaising* dengan Metode Aida
- Kasali, R. 2007. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Lee, Monle dan Carla Johnson, 2007. Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global. Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Nugroho Sarwo 2014. Teknik dasar Videografi
- Profil Nagari Ampang Gadang
- Palupi,Dyah Hasto & Teguh Pambudi 2006. *Advertaising That's Sells*. Jakarta Gramedia Pustaka Utama
- Pujiyanto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta
- Suyanto,M 2005 Strategi Perancangan Iklan

UU No 32 Tahun 2009 UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN
DAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN HIDUP.

Kesehatan Lingkungan, Vol.10 , No.4, Oktober 2018: 368-375. Kualitatif
dikarenakan untuk mengetahui informasi terkait penanganan sampah yang ada.

IRIGASI Vol.3 No.2, November 2008 mengetahui irigasi persawahan.

Pengelolaan Sampah Plastik yang Mencemari Saluran Irigasi Volume 6 No 2
Oktober 2020

VOL 7 No. 2 November 2020 Konsep Metode Aida

Sumber Interet

<https://manado.inews.id/read/13419/permasalahan-sampah-dan-solusinya>
aksmi.info/bahaya-sampah-terhadap-manusia-dan-
lingkungan/#:~:text=Akibat%20dari%20pembuangan%20sampah%20sembaranga
n,daerah%20dan%20masih%20banyak%20lagi.

[https://sumberdayaair.malangkab.go.id/pd/detail?title=sumberdayaair-opd-
perbedaan-irigasi-dan-drainase](https://sumberdayaair.malangkab.go.id/pd/detail?title=sumberdayaair-opd-perbedaan-irigasi-dan-drainase)