

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada tugas akhir yang berjudul "Perancangan Kampanye Sosial Pencegahan Vandalisme di Kota Surabaya", dapat disimpulkan bahwa vandalisme merupakan salah satu perilaku negatif yang merusak fasilitas umum dan berdampak buruk pada estetika, kenyamanan, serta fungsi ruang publik. Perilaku ini dipicu oleh berbagai faktor, seperti kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga fasilitas umum, rendahnya edukasi mengenai dampak vandalisme, serta minimnya pengawasan di ruang-ruang publik. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan yang efektif untuk mengedukasi masyarakat sekaligus mendorong perubahan perilaku. Kampanye sosial menjadi salah satu strategi yang relevan karena mampu menyampaikan pesan melalui media komunikasi visual yang menarik dan mudah dipahami.

Hasil dari perancangan kampanye ini meliputi sejumlah media komunikasi visual yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pencegahan vandalisme. Identitas visual kampanye dirancang dengan logo yang sesuai dengan target audiens, sebagai simbol utama kampanye yang mudah dikenali. Poster dan media cetak yang dihasilkan menggunakan ilustrasi serta pesan persuasif untuk menggambarkan dampak negatif vandalisme dan pentingnya menjaga fasilitas umum. Selain itu, media digital juga menjadi media utama dalam perancangan ini, berupa konten media sosial seperti konten edukatif, sejarah, informasi, video pendek, dan *website* yang dirancang untuk menjadi sarana bagi masyarakat, khususnya generasi muda. Kampanye ini juga dilengkapi dengan konsep kegiatan interaktif seperti kompetisi dan program-program interaktif lainnya, yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi aktif masyarakat. Dengan pendekatan yang komunikatif dan strategis, perancangan ini diharapkan mampu menjadi langkah awal dalam mengurangi perilaku vandalisme di masyarakat.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dibuat, terdapat beberapa saran untuk pengembangan lebih lanjut agar kampanye sosial ini dapat berjalan secara efektif. Pertama, kampanye ini memerlukan implementasi yang melibatkan berbagai pihak, seperti pemerintah, komunitas lokal, dan lembaga pendidikan, untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, penting untuk melakukan evaluasi

secara berkala terhadap pelaksanaan kampanye ini guna mengukur tingkat keberhasilannya serta menyempurnakan strategi yang telah dirancang.

Media yang telah dirancang juga dapat dikembangkan lebih lanjut dengan memanfaatkan teknologi modern. Di samping itu, peningkatan partisipasi masyarakat perlu menjadi fokus utama melalui program-program kolaboratif, seperti pelatihan seni mural, program adopsi ruang publik, atau lomba desain poster. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung, kampanye ini tidak hanya akan menyampaikan pesan, tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki terhadap fasilitas umum.

Edukasi mengenai pencegahan vandalisme juga dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum pendidikan formal maupun program edukasi informal. Dengan menanamkan nilai-nilai menjaga fasilitas umum sejak usia dini, diharapkan kesadaran akan pentingnya lingkungan yang bersih dan terjaga dapat tertanam dengan lebih baik. Selain itu, kerja sama lintas sektor juga penting dilakukan, khususnya dengan perusahaan swasta melalui program tanggung jawab sosial perusahaan, baik untuk mendukung pendanaan, promosi, maupun penyediaan fasilitas pendukung kampanye.

Melalui implementasi, pengembangan, dan kerja sama yang tepat, kampanye sosial ini diharapkan dapat menciptakan dampak positif yang nyata, mengurangi perilaku vandalisme, serta mendorong terciptanya ruang publik yang bersih, nyaman, dan dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat.