

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil uji kelayakan yang dilakukan terhadap media kampanye pengenalan burung rangkong badak, diperoleh data dari responden menggunakan skala Likert terhadap empat pernyataan. Hasil penilaian menunjukkan bahwa aspek “informasi mudah dipahami” dan “meningkatkan kepedulian” masing-masing memperoleh skor kelayakan sebesar 98,29%, “edukatif dan menambah pengetahuan” sebesar 96,58%, serta “menyampaikan isu perburuan dan kerusakan habitat” sebesar 97,44%, dengan rata-rata total kelayakan mencapai 97,65%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa media kampanye ini berada dalam kategori sangat layak untuk digunakan sebagai media edukasi.

Selain itu, tanggapan dari akademisi, praktisi, serta pihak Rangkong Indonesia bagian dari Rekam Nusantara juga menunjukkan hasil positif, dengan penilaian bahwa visualisasi, struktur desain, ilustrasi, layout, dan pemilihan warna telah sesuai dan mendukung infografis digital. Dukungan data interaksi dari media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Pinterest juga memperkuat bahwa media kampanye ini dapat diterima dengan baik oleh audiens. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa media kampanye yang dirancang telah memenuhi kriteria kelayakan dari segi konten, visual, dan efektivitas penyampaian pesan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan dari penelitian ini ialah, kampanye serupa di masa mendatang sebaiknya dalam bentuk motion, video dokumenter, animasi dan juga melibatkan lebih banyak kolaborasi dengan pihak-pihak terkait seperti komunitas pecinta alam, sekolah, dan pemerintah daerah agar jangkauan pesan lebih luas dan berdampak