



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Peningkatan industri elektronik membuat masa pemakaian akan suatu produk menjadi lebih pendek. Hal ini menimbulkan peningkatan terhadap pertumbuhan sampah elektronik yang berpengaruh terhadap permasalahan lingkungan dan kesehatan. Sampah elektronik termasuk dalam sampah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3). Limbah B3 ini dapat mencemari lingkungan hidup dan memberikan dampak buruk bagi kesehatan dengan menimbulkan berbagai penyakit seperti kanker, gangguan saraf, kelainan hormon, dan sebagainya. Adapun sektor yang paling rentan terkena bahaya sampah elektronik adalah para penyedia jasa reparasi barang elektronik yang sehari-harinya berhadapan dengan sampah elektronik. Namun, pengetahuan akan bahaya sampah elektronik masih minim di kalangan penyedia jasa reparasi barang elektronik. Maka dari itu, diperlukan sebuah edukasi tentang bahaya sampah elektronik bagi penyedia jasa reparasi barang elektronik.

Perancangan kampanye ini menggunakan metode penelitian campuran dengan menggabungkan pengumpulan data kuantitatif berupa kuesioner dan pengumpulan data kualitatif berupa wawancara dan observasi. Adapun dalam merancang kampanye, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Robin Landa pada bukunya yang berjudul *Advertising by Design* (2010). Dalam menentukan strategi media, penulis menggunakan strategi AISAS.

Penulis memulai perancangan dengan mencari dan mengolah data yang diperlukan untuk menciptakan visual yang efektif. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, penulis melakukan proses brainstorming dan menemukan *big idea* yaitu "*Toxic Investment*" yang digunakan sebagai acuan perancangan media. Kemudian dilanjutkan dengan menentukan elemen visual pendukung seperti warna, tipografi, *layout*, dan identitas yang dibutuhkan. Setelah elemen didapatkan, penulis merancang visual yang dimulai dari pencarian referensi,

sketsa, digitalisasi, dan proses asistensi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Visual yang telah tercipta kemudian diaplikasikan ke media-media yang telah ditentukan. Adapun media utama yang dipilih adalah poster.

Pada tahap *Attention*, penulis ingin mendapatkan perhatian bahwa sampah elektronik berbahaya dengan media-media seperti *web banner*, *ambient media* (lift dan eskalator) dan *indoor poster*. Kemudian penulis memicu ketertarikan audiens tentang bahaya sampah elektronik pada tahap *Interest* melalui *Instagram ads* dan poster digital. Setelah itu, target diarahkan untuk mencari informasi lebih mendalam mengenai permasalahan sampah elektronik pada tahap *Search* melalui *Instagram Feeds*, *microsite*, Facebook dan brosur.

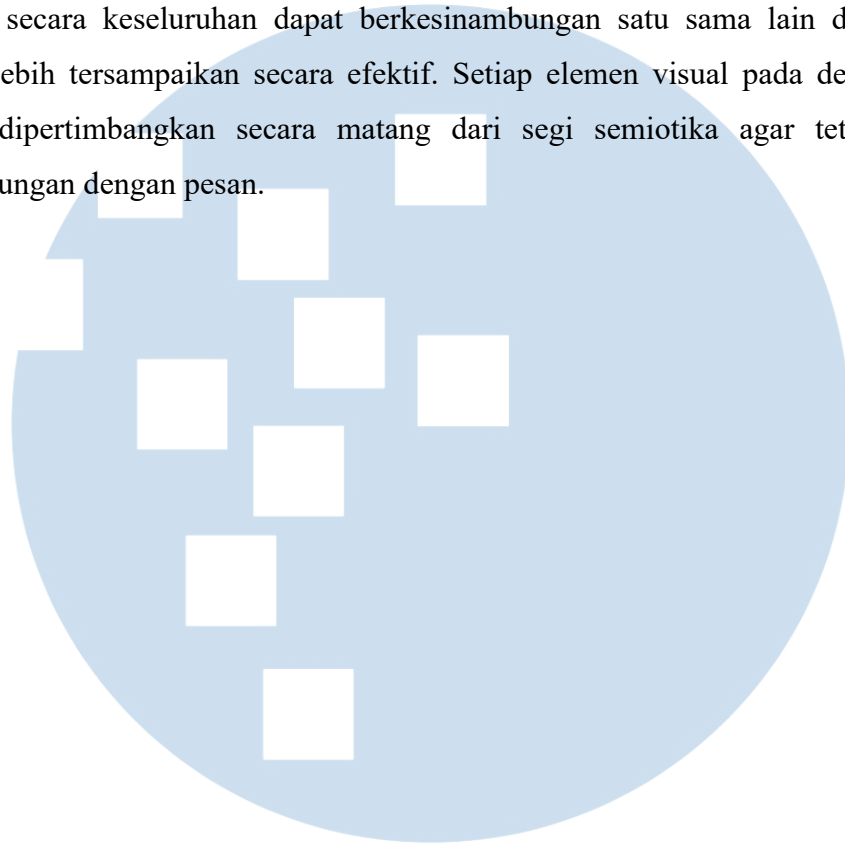
Memasuki tahap *Action*, audiens mulai paham tentang bahaya sampah elektronik dan turut serta dalam kampanye dengan membuang sampah elektronik pada *dropbox* yang telah disediakan. *Gimmick* juga akan dibagikan kepada partisipan yang telah turut serta dalam kampanye. Apabila target audiens sudah melalui tahapan tersebut, maka pada tahap *Share*, audiens diharapkan membagikan pengalaman ketika turut serta dalam kampanye agar kampanye ini dapat dikenal lagi secara lebih luas.

5.2. Saran

Ketika melakukan perancangan kampanye, alangkah lebih baik apabila menentukan batasan kampanye dengan jelas agar pencarian data, analisis hingga perancangan menjadi lebih terfokus. Pengumpulan data diharapkan bersifat valid dan kredibel, serta berasal dari sumber yang terpercaya. Riset juga dapat dilakukan dengan lebih mendalam dan mengambil dari perspektif lain. Observasi juga dapat dilakukan secara lebih mendalam agar lebih mendapatkan kesan dari permasalahan yang akan diangkat.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan menargetkan target yang spesifik, diharapkan untuk melakukan perencanaan strategi media yang efektif dengan mempertimbangkan karakteristik target dan medianya sendiri agar penyampaian lebih efektif. Proses perancangan ide, konsep, hingga visual juga dapat dibuat lebih menarik dan menggugah rasa penasaran dan ketertarikan audiens.

Perancangan visual dapat juga memperhatikan korelasi antara elemen visual agar desain secara keseluruhan dapat berkesinambungan satu sama lain dan pesan dapat lebih tersampaikan secara efektif. Setiap elemen visual pada desain juga harus dipertimbangkan secara matang dari segi semiotika agar tetap dapat berhubungan dengan pesan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA