

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, fenomena *quarter life crisis* dialami oleh individu usia dewasa dengan rentang umur antara 18 – 25 tahun, dibuktikan melalui penelitian dengan menyebarkan kuesioner ke sasaran target, dan mayoritas menjawab bahwa mereka khawatir terhadap masa depan yang tak menentu dengan perolehan responden sebanyak 97 responden (79,5%). Selain itu, Artiningsih & Savira (2021) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa fenomena *quarter life crisis* erat kaitannya dengan rasa kesepian, atau *loneliness*. Salah satu cara untuk dapat mengatasi hal tersebut adalah dengan mencari kegiatan yang bermanfaat, salah satunya adalah dengan merenda (Veldhuizen, 2020). Saat ini, tren merenda sedang populer dikalangan generasi muda, terutama sejak pandemi, seperti yang dikatakan oleh Octy sebagai narasumber. Merenda memiliki banyak manfaat, baik untuk kesehatan mental, nilai *fashion*, maupun dari segi ekonomi. Namun, informasi tentang manfaat kegiatan merenda yang telah ada masih belum dikemas dengan baik dari segi visual. Oleh karena itu, penulis membutuhkan media untuk menginformasikan tentang manfaat dari kegiatan merenda, terutama untuk mengatasi *quarter life crisis* dan *loneliness*.

Penelitian dilakukan dengan mewawancarai Mariati Budirahardjo selaku psikolog, Octy sebagai guru kursus *crocheting*, dan AR serta Melinda yang menjadi penekun *crocheting*. Metode perancangan menggunakan Human-centered Design yang dikemukakan oleh Srikant M. Datar di tahun 2020, dengan hasil akhir (*Final Artwork*) berupa *website* sebagai media utama, lalu didukung dengan media sekunder seperti media sosial Instagram, Paper Bag, Kotak Penyimpanan Benang, Google Display Ads, dan Merchandise no-stress balls.

Hasil akhir karya yang berupa *website*, yang dibuat oleh penulis masih memiliki beberapa kekurangan. Agar perancangan *website* yang telah dibuat lebih

maksimal, maka diperlukan adanya konsultasi terhadap orang dengan spesialisasi di bidang pembuatan website (*web designer*). Selain itu, pendukung media utama, yaitu media sekunder, harus dipertimbangkan baik-baik, memilih yang sesuai dengan target perancangan, dan hasil akhir perancangan.

5.2 Saran

Dalam perancangan ini, masih terdapat banyak kekurangan oleh karena kurangnya penelitian yang lebih mendalam dari beberapa aspek, sehingga penting untuk terlebih dahulu mencari tahu gambaran besar tentang penelitian apa yang ingin dikerjakan, apa saja yang ingin disajikan dalam perancangan, apa yang ingin diketahui lebih dalam melalui penelitian, dan lain sebagainya. Ada beberapa masukan yang didapatkan, yaitu mengenai media pendukung, atau media sekunder. Pemilihan media sekunder merupakan media yang berhubungan dengan DKV, atau dunia desain grafis. Dalam hal ini, ada beberapa media sekunder yang tidak sesuai dengan target perancangan, karena tidak diketahui bagaimana media tersebut akan sampai kepada sasaran target audiens. Oleh karena itu, penting untuk lebih dalam meriset tentang kebutuhan target audiens untuk perancangan. Menggali lebih dalam dengan wawancara, observasi, atau mengajukan pertanyaan kepada target melalui kuesioner.

