

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perlunya ditekankan prinsip *reuse* atau guna ulang untuk masyarakat, terutama mengenai penggunaan ulang tas belanja. Tas belanja sebagai pengganti pemakaian plastik untuk mengurangi sampah plastik karena tas belanja memiliki bahan yang kuat dan dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Namun karena kurangnya penerapan *reuse*, maka terjadinya banyak penumpukan limbah tas belanja yang mengakibatkan kerugian bagi manusia dan lingkungan.

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Penulis menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan data yang valid tentang pemakaian ulang tas belanja. Penulis melakukan wawancara dengan seorang *content creator sustainable living* bernama Novia Ariffin. Setelah melakukan wawancara, penulis mulai melakukan studi eksisting dengan tujuan dari untuk mengevaluasi kampanye tentang penggunaan ulang tas belanja yang sudah ada di Indonesia yang kemudian akan dijadikan sebagai panduan dalam mengembangkan perancangan tugas akhir. Penulis melakukan studi eksisting pada bilik bijak yang merupakan sarana untuk mengumpulkan dan memfasilitasi tas belanja kepada masyarakat di pusat perbelanjaan, dan Kampanye Guna Ulang Aja yang merupakan perkumpulan yang peduli pada prinsip guna ulang kemasan produk, pelaku bisnis, dan masyarakat untuk berkolaborasi guna meminimalisir timbulan sampah. Dari studi eksisting yang dilakukan dan disertai dengan SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*), untuk bilik bijak tidak memiliki Informasi mengenai titik lokasinya serta adanya peluang masyarakat semakin malas membawa tas belanja mereka sendiri karena berpikir dapat selalu mengambil dari Bilik Bijak. Pada akhirnya akan menjadi penumpukan di rumah mereka. Lalu untuk Kampanye Guna Ulang Aja karena termasuk komunitas yang baru dan belum cukup dikenal oleh masyarakat serta konten *feeds* yang memiliki konsistensi desain yang kurang serta

terlalu memusatkan tujuan kampanye untuk mengurangi sampah, namun tidak spesifik ke pengurangan penumpukan *reusable bag*. Pada metode kuantitatif, penulis menyebarkan kuesioner secara *online* bagi umur 18-25 tahun.

Setelah penulis telah melakukan metode penelitian, penulis membuat perancangannya yang diawali dari *mindmap* mengenai pemakaian ulang tas belanja. *Mindmap* yang dibuat berisikan penjabaran tentang tas belanja, yang lalu ditemukan tiga *keyword* yang akan dijadikan sumber *big idea*. *Keyword* yang ditemukan adalah praktis, informatif, dan *sustainable* yang lalu di rangka menjadi *big idea* yang sesuai dengan kata kunci yang telah ditemukan. Hasil rangkaian *big idea* untuk perancangan media informasi ini adalah *a Step to Sustainable Life*, yang artinya langkah awal atau pertama dalam memasuki hidup serba berkelanjutan. Makna relevan dari *big idea* ini adalah penerapan penggunaan ulang tas belanja secara efisien layaknya sebagai *reusable bag*.

Berdasarkan masalah tersebut, penulis ingin merancang sebuah *website* yang berisikan informasi mengenai tas belanja beserta cara menggunakannya dengan baik. Dengan diangkatnya *big idea* “*a Step to Sustainable Life*”, tujuan dari *website* ini adalah untuk memberi informasi serta cara yang efektif untuk menggunakan ulang tas belanja dengan baik agar tidak terjadi penumpukan tas belanja di tempat mereka. Perancangan dimulai dengan melakukan riset, menentukan gaya visual, pembuatan *prototype* dan uji coba *prototype* dengan tujuan mendapatkan masukan yang akan dijadikan dasar perbaikan agar membuat *website* ini menjadi lebih baik.

5.2 Saran

Perancangan *website* tentang pemakaian ulang tas belanja, penulis mengumpulkan beberapa saran yang bermanfaat. Berikut adalah saran yang diberikan:

- 1) Tidak hanya mencantumkan cara-cara penggunaan tas belanja dan informasinya saja ada *website*, namun sertakan dengan *tutorial* pemakaiannya juga pada *website*.

2) Perlu dilakukan *user interview* untuk memastikan apakah *website* yang dirancang sesuai dengan kebutuhan *user* secara spesifik.

3) Perlu disertakan alasan pemilihan usia target yang disertakan dengan data yang dilakukan berkaitan dengan masalah yang diangkat.

4) Sebelum melakukan perancangan atau menentukan media, perlu melakukan riset lebih dalam, terlebih dalam studi eksisting dan referensi. Hal ini akan menjadi dasar penentu media yang harus dirancang dengan tujuan yang jelas.

Sedangkan saran yang dapat penulis berikan setelah melewati proses perancangan tugas akhir ini bagi para pembaca adalah:

1) Perlu kepastian yang matang dalam pemilihan topik, akan lebih baik jika topik yang dipilih adalah topik yang dikuasai ataupun disukai. Agar selama proses pengerjaannya akan lebih minim terjadinya kendala dalam pencarian data dan kehilangan motivasi.

2) Mengenai target audiens, harus dilakukan penelitian secara sungguh-sungguh dan terus terbuka untuk terus mencari informasi lebih lanjut ke target audiens yang dituju. Alasannya karena target audiens yang ditentukan akan menjadi kunci untuk data yang diperlukan dalam penelitian perancangan.

3) Mengatur waktu yang baik akan sangat membantu dalam pengerjaan tugas akhir secara maksimal. *Time management* dalam melakukan riset data, perancangan desain dan *prototype*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A