

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Fenomena buta warna masih menjadi hal yang kurang diperhatikan masyarakat. Salah satu penyebabnya dikarenakan keberadaan penyandang yang tidak dapat dideteksi dari bentuk fisik, sehingga terlihat seperti manusia normal pada umumnya. Hal ini memuat lingkungan sosial tertarik, penasaran, atau bahkan meragukan penyandang ketika lingkungan sosial bertemu dengan salah satunya. Akibatnya lingkungan sosial kerap memberikan pertanyaan berulang kepada penyandang tentang warna-warna disekitar penyandang. Hal ini meresahkan penyandang karena membuat mereka terganggu, kesal/ sebal, bahkan ada yang merasa frustrasi, terintimidasi, bahkan merasa buta warna adalah aib. Namun, hal ini tidak disadari oleh lingkungan sosial karena rendahnya empati dan pengetahuan terhadap buta warna dan kesulitannya. Jika hal ini terus berkelanjutan, dikhawatirkan akan mempengaruhi psikologi penyandang buta warna. Maka dari itu, kampanye Stop Asking Meh! dibuat untuk memberikan persuasi dan edukasi bagi lingkungan sosial agar dapat menumbuhkan empati terhadap penyandang buta warna.

#### **5.2 Saran**

Setelah penulis menjanlani Tugas Akhir ini, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah bangunlah empati terhadap penyandang buta warna karena meskipun secara fisik mereka tidak terlihat sesulit disabilitas lain, buta warna tetaplah disabilitas yang perlu diperhatikan. Sebagai masukan, perancangan yang dibuat haruslah dilakukan survei dengna berdasarkan pada teori yng kuat. Penggunaan metode seperti kampanye Coca-Cola sangat disarankan untuk para pembaca yang ingin membuat kampanye atau desain yang berhubungan dengan buta warna. Terakhir, untuk para pembaca yang ingin mengejakan Tugas Akhir, dihimbau untuk fokus mengerjakan tanpa danya sampingan apapun sehingga Tugas Akhir dapat berjalan dengan lancar.