

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Indonesia mengalami perkembangan pesat di bidang pasar seni atau *art market* dengan jumlah peminat yang rutin bertambah setiap tahunnya. *Art market* ini didominasi oleh *fan merchandise*, yaitu *merchandise* yang dibuat dari, oleh, dan untuk fan. Salah satu alasan terbanyak yang mendorong dibuatnya fan merchandise adalah karena memiliki karakter yang disukai dari suatu judul. Berlandaskan rasa suka ini, hampir semua produk ini dibungkus menggunakan kemasan plastik yang tahan terhadap berbagai faktor untuk menjaga kondisi dan keamanan produk. Meski demikian, terdapat “*throw-away society*” yang tidak memikirkan dampak lingkungan secara jangka panjang dan langsung membuang kemasan plastik ketika sudah tidak digunakan. Hal ini menyebabkan timbunan sampah dan pencemaran yang dapat memberi masalah kesehatan bagi manusia di sekitarnya. Terdapat diskusi untuk menghindari permasalahan ini di media sosial komunitas fan dan didapatkan metode 4R sebagai solusi yang cocok, namun informasi di media sosial bersifat menyebar sehingga kurang efektif dalam mengedukasi fan.

Maka dari itu, dirancanglah media informasi tentang penerapan metode 4R untuk kemasan plastik *fan merchandise* yaitu *website* Fanvere. Media dirancang dengan metode *design thinking* dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, Focus Group Discussion, studi eksisting, dan studi referensi. *Website* bersifat informatif dan edukatif dengan fitur utama penerapan metode 4R spesifik pada produk *fan merchandise* dan forum diskusi antarpengguna. *Website* ini ditujukan pada penggemar *fan merchandise* berumur 18-24 tahun berdomisili Jabodetabek yang peduli pada isu lingkungan dengan menginformasikan penjelasan, dampak, kelebihan, kekurangan, dan berbagai contoh penerapan metode 4R di bidang terkait.

Perancangan dilakukan melalui lima tahap yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. *Website* dibuat menggunakan platform Figma dan berbentuk *mobile website*. *Website* mengusung *big idea* berupa “*One Click Away from Conscious Fandom to Sustainability*” sehingga memuat interaktivitas yang sederhana dan familiar dengan konten informasi yang lengkap. Aset visual yang digunakan mayoritas adalah aset foto agar foto-foto penerapan terlihat jelas dan mudah dimengerti. *Website* ini didukung dengan perancangan tiga media sekunder yaitu *booth (offline)*, *post Instagram (online)*, dan *desktop website (online)*. Hasil *testing* menunjukkan bahwa *website* Fanvere sudah bagus karena bersifat informatif dalam mengedukasi target audiens terkait topik yang diangkat. Di sisi lain, kekurangannya adalah memuat terlalu banyak teks dan memberi perasaan *overwhelming* bagi beberapa pengguna.

5.2 Saran

Setelah melakukan perancangan, penulis menyusun beberapa saran yang didapatkan selama proses dan sekiranya dapat membantu pembaca. Saran ini dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya ataupun jika ada pembaca yang ingin mengangkat topik di bidang yang serupa. Diharapkan dengan adanya saran-saran ini, penelitian selanjutnya dapat berjalan dengan efektif dan optimal.

1. Dosen/ Peneliti

Peneliti disarankan memiliki manajemen waktu yang baik dan mempertimbangkan berbagai kemungkinan faktor eksternal sehingga proses penelitian tetap bisa berjalan dengan optimal sesuai dengan tenggat waktu yang sudah ditentukan. Saat memilih topik, disarankan mengangkat topik yang sudah diminati atau familiar dalam keseharian peneliti agar peneliti sudah memiliki bekal wawasan yang akan memudahkan ketika melakukan riset dan perancangan. Lalu lebih baik memilih topik dan membuat karya yang *desirable* oleh target audiens agar penggunaan hasil karya yang dirancang tidak hanya menjadi laporan tugas akhir dan arsip universitas. Jika akan mengangkat seputar penerapan 4R di bidang kemasan plastik *fan merchandise*, terdapat masukan untuk memperbanyak jumlah tips penanganan sampah misalnya tentang prosedur ke bank sampah.

2. Universitas

Penelitian ini bisa dimanfaatkan oleh universitas untuk mengembangkan materi belajar di kelas, terutama pada topik seputar *merchandising* dan lingkungan. *Website* juga bisa dimanfaatkan ketika sedang mengadakan bazar yang melibatkan penjual *merchandise* untuk mengedukasi mereka. Selain itu, diharapkan universitas juga dapat menjelaskan di awal seputar hak cipta untuk tugas akhir dan batasan-batasannya secara lebih mendetail agar mahasiswa yang ingin membahas mengenai topik serupa yang bersinggungan dengan hak kekayaan intelektual pihak lain, diri sendiri, dan universitas dapat memastikan bahwa tidak akan ada masalah ke depannya. Dalam konteks ini, yang dimaksud adalah penggunaan aset foto produk *fan merchandise* buatan sendiri namun memuat karakter dari hak kekayaan intelektual perusahaan HoYoverse yang hanya memperbolehkan pendaftaran hak cipta selama dalam batasan untuk keperluan pribadi/nonkomersial.

