

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Standar estetika merupakan acuan yang digunakan untuk menilai apakah suatu objek terlihat baik, menarik atau layak. Standar ini juga diterapkan pada makanan, khususnya buah dan sayur oleh para pembeli. Akibatnya, pembeli cenderung menganggap "ketidaksempurnaan" seperti bercak, bintik-bintik cokelat, sedikit lecet atau memar pada buah dan sayur sebagai sesuatu yang buruk atau tidak menarik. Padahal sedikit "ketidaksempurnaan" bukan berarti, secara keseluruhan daging buah tersebut rusak. Hal ini menyebabkan, sebagian buah dan sayur terbuang begitu saja karena tidak memenuhi standar estetika pasar yang tinggi. Untuk mengatasi permasalahan ini, penulis melakukan berbagai tahapan mulai dari pengumpulan data, riset lapangan, hingga perancangan solusi desain. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan kuesioner untuk memperoleh data atas permasalahan. Selain itu, penulis juga melakukan studi eksisting dan referensi melalui media-media yang sudah pernah ada dengan topik serupa. Tujuannya untuk menciptakan kebaharuan dari perancangan solusi penulis, sehingga hasil perancangan solusi dapat maksimal.

Setelah data terkumpul, penulis mengelolanya menjadi sebuah solusi berupa perancangan kampanye untuk mengurangi sampah organik dari buah dan sayur yang tidak sesuai standar estetika. Kampanye ini dirancang dengan konsep visual dan komunikasi, yang didasarkan oleh *big idea* kampanye *perfectly imperfect fruits and vegetables for sustainable choices*. Konsep visual difokuskan pada karakteristik buah dan sayur yang tidak sempurna dengan nuansa yang terlihat hidup, segar dan penuh warna. Tujuannya untuk mengubah persepsi negatif, terhadap buah dan sayur yang memiliki ketidaksempurnaan, menjadi lebih positif, yakni mengangkat nilai alami yang dimilikinya. Konsep komunikasi dirancang untuk membangkitkan empati dari audiens dan mendorong mereka untuk

merefleksikan tindakan serta kecenderungan dalam memilih buah dan sayur. Kedua konsep ini dikombinasikan melalui beberapa media seperti *Instagram Fees*, *Instagram Story*, *Instagram Ads*, *Billboard*, *Poster*, *Booth*, dan media lainnya. Perancangan kampanye ini, telah dirancang sedemikian rupa dan diharapkan dapat mengubah persepsi dan perilaku pembeli terhadap buah dan sayur yang tidak sesuai dengan standar estetika.

## 5.2 Saran

Proses perancangan kampanye untuk mempersuasi pembeli agar dapat mengubah persepsi dan membeli buah dan sayur tidak sesuai standar estetika, penulis memperoleh banyak hal. Berikut ini adalah saran yang penulis berikan setelah melakukan proses sidang akhir.

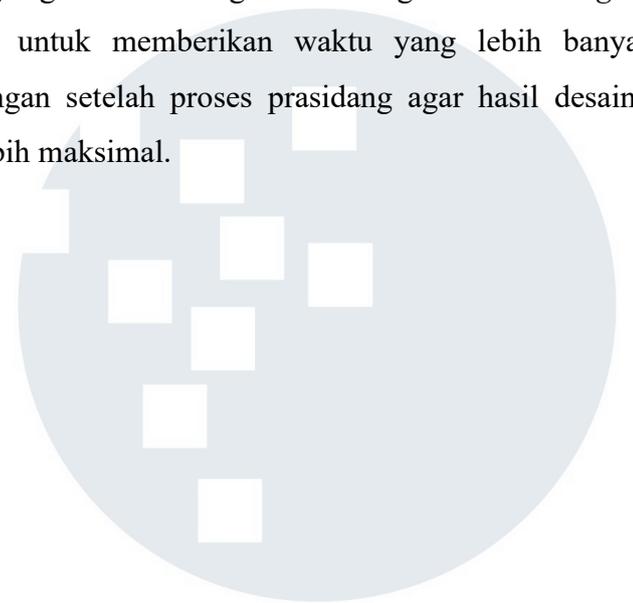
### 1. Dosen/ Peneliti

Saran bagi dosen atau peneliti yang tertarik dengan topik pembahasan serupa yakni yang pertama, memperdalam pencarian data mengenai karakteristik seperti produk pangan yang seperti apa yang dianggap “tidak sesuai standar estetika” bagi pembeli per masing-masing jenis buah atau sayur. Kedua, memperluas hubungan kerjasama atau *sponsorship brand mandatory* dengan asosiasi petani. Hal ini dikarenakan petani merupakan sumber utama tempat produk pangan yang dianggap “tidak sempurna” di produksi dan tidak lolos standar estetika. Kerja sama tersebut penting dilakukan agar para petani tetap diberikan tempat untuk menjual produk pangan yang dianggap “tidak sempurna tersebut” dengan harga yang lebih terjangkau dan dapat memberikan nilai tambahan bagi mereka. Ketiga, dalam perancangan desain *Instagram Feeds* terdapat beberapa kata persuasi yang secara hirarki penempatan teks tidak sesuai, karena ukurannya lebih kecil dibandingkan dengan teks pendukung yang terdapat di dalam media.

### 2. Universitas

Perancangan Tugas Akhir ini dapat menjadi referensi untuk Mahasiswa/i yang akan menjalani Tugas Akhir yang berhubungan dengan

sampah organik. Penulis berharap untuk kedepannya, dapat memberikan ilmu lebih mendalam mengenai sistem penggunaa *grid* dan teknik *digital imaging*. Pemberian ilmu ini, dapat membantu Mahasiswa/i lainnya saat merancang sebuah desain yang berhubungan dengan makanan atau objek lainnya yang tidak bisa digantikan dengan *vector design*. Kemudian yang terakhir, untuk memberikan waktu yang lebih banyak pada periode perancangan setelah proses prasidang agar hasil desain yang dirancang dapat lebih maksimal.



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA