

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Kampanye daur ulang sampah plastik ini sangat berguna dan mendukung gerakan pemerintah dalam menjaga kebersihan kota Bandung. Dengan mengkreasikan sampah-sampah tersebut berarti kita memberi suatu nilai tambah pada barang yang telah terbuang.

Melibatkan remaja sejak dini sangatlah dianggap penting, karena apabila dari awal mereka telah mengenal cara mendaur ulang sampah plastik dan mengubahnya menjadi benda yang bermanfaat maka jumlah sampah akan berkurang namun kreatifitas meningkat karena semakin terasah.

Desain komunikasi visual juga sangat membantu dalam kampanye ini. Melalui berbagai media yang dirancang dan dibuat, desain berbicara kepada target dan mengajak target untuk menangkap makna yang ingin disampaikan melalui kampanye ini yaitu “ Small Action, Big Impact “.

Pendekatan berbagai media ini dirasa cukup berhasil, karena merupakan media yang dekat dengan dunia remaja. Promosi dan informasi tentang kampanye yang digalakan di sekolah-sekolah dan di jalan turut mendukung suksesnya kampanye ini.

Dalam penyusunan jadwal kampanye, detail harus sangat diperhatikan. Waktu dan media yang disebarkan harus sesuai dan tepat guna. Demikian juga dalam pendanaan dan prakiraan waktu pembuatan media kelengkapan kampanye (seperti baju panitia, merchandise, spanduk, dsb) harus dapat dihitung dengan baik dan tepat.

5.2 Saran

Penulis berharap kegiatan seperti ini dapat diwujudkan menjadi suatu tindakan nyata. Tidak hanya ketika ada suatu event tertentu saja melainkan menjadi suatu budaya hidup dimana setiap kita membiasakan diri untuk memilah sampah dan mendaurulangnya menjadi barang yang bermanfaat.

Adapun penulis mendapatkan masukan dari para penguji untuk lebih memperhatikan layout desain agar disesuaikan dengan gaya visual yang sesuai untuk target kampanye. Selain itu, poster yang dibuatnya sebaiknya lebih ‘menggigit’ sehingga mendorong setiap audiens yang melihatnya terdorong untuk melakukan suatu tindakan yang diserukan oleh kampanye tersebut.

Dalam menyusun budgeting pun sebaiknya disesuaikan dengan kondisi yang ada. Jumlah poster dan spanduk yang disebar ke berbagai sekolah harus lebih banyak, karena dengan demikianlah mereka dapat mengetahui atau mendapat informasi tentang kampanye ini dan lebih tertatik lagi untuk terlibat dalam acara ini.