

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, berikut ini akan dikemukakan hal-hal yang ditemukan sebagai jawaban setiap permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Sebenarnya setiap lapisan segmentasi masyarakat sudah mengerti apa itu memilah sampah dan bagaimana cara melakukannya, yang menjadi inti permasalahan adalah pola perilaku kedisiplinan masyarakat tersebut untuk melakukan memilah sampah sebagai sebuah kebiasaan yang rutin dilakukan. Sebab masyarakat enggan untuk melakukan untuk memilah sampah adalah malas untuk melakukan dan ketidaktahuan akan sebab-akibatnya jika sampah tertumpuk dan tidak ada yang mengolah. Alternatif terbaik untuk mengubah pola perilaku adalah dengan membuat sebuah gerakan sosial yang membantu untuk mengingatkan secara terus menerus tetapi tidak dengan hal-hal yang membosankan, teoritis bahkan gerakan anarkis seperti demo. Tetapi gerakan tersebut harus dilakukan dengan sebuah interaksi yang menyenangkan dimana melibatkan masyarakat di dalamnya. Kelak dengan perasaan yang menyenangkan, bahkan kegiatan memilah sampahpun akan dikenang oleh masyarakat dan suatu waktu nanti akan dilakukan oleh masyarakat sebagai sebuah pola perilaku yang baru.
2. Program kampanye ini sangat baik untuk dijadikan program pengenalan, tetapi masih sangat panjang proses yang dibutuhkan untuk mengubah pola perilaku masyarakat menjadi disiplin akan memilah sampah. Hal berikut yang harus dilakukan adalah proses mendoktrinasikan memilah sampah kepada masyarakat, dan hal ini harus dimulai secara bertahap dan berkala. Proses selanjutnya dapat dimanfaatkan oleh berbagai asosiasi profit dan non-profit dengan tujuan yang baik yaitu menjaga lingkungan.
3. Sebuah strategi komunikasi yang efektif tidak selalu harus menggunakan media yang umum. Sebuah strategi dapat memanfaatkan semua aspek yang terdapat di sekitar kehidupan manusia bahkan hingga kedalam hal-hal yang

paling sederhana sekalipun. Salah satunya adalah pemanfaatan proses *gamification*. *Gamification* adalah proses meng-*game* kan kehidupan manusia. *Game* adalah sebuah proses dimana seorang manusia dapat mengeluarkan seluruh kemampuannya, dan game disenangi seluruh lapisan segmentasi masyarakat. Proses game ini diterapkan dalam strategi komunikasi pada kampanye, sehingga selain menarik minat masyarakat untuk datang ke acara, masyarakat juga dapat dituntun untuk memainkan sebuah game dengan tawaran menggiurkan seperti pemberian hadiah secara cuma-cuma kepada pemenang yang memang berdedikasi untuk melakukan permainan tersebut. Hal ini akan memiliki efek samping dimana para peserta yang mengikuti permainan akan menjadi tertantang dan akan berusaha mengejar posisi utama karena memang sudah sifat dasar manusia untuk selalu hidup di dalam tantangan. Begitu pula dengan kampanye ini dimana hadiah berupa sebuah *custom toys* akan diberikan kepada konsumen yang memang berdedikasi untuk melakukan kegiatan memilah sampah, dan secara tidak langsung maupun secara langsung, pemenang ini akan menarik minat masyarakat lain untuk ikut terjun dalam kompetisi dan tantangan yang diberikan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Terhadap *Audiens*

Isu lingkungan sudah semakin parah dengan munculnya berbagai macam masalah yang baru. Tetapi banyak langkah-langkah kecil yang sebenarnya bisa dilakukan oleh manusia selama melakukan kegiatan sehari-hari, salah satunya adalah membuang sampah secara terpilah. Dengan membuang sampah terpilah, secara tidak langsung sudah menurunkan angka penumpukan sampah di titik pembuangan, dan jika angka penumpukan sampah turun maka penghancuran sampah semakin baik, dimana hubungannya adalah dengan polusi yang semakin berkurang juga. Hal ini dapat diterapkan juga kedalam berbagai hal-hal sederhana lainnya, seperti mengganti penggunaan kertas menjadi kertas daur ulang, membawa tas sendiri untuk belanja, menghemat pemakaian air dan listrik, dan sebagainya.

5.2.2 Saran Terhadap *Recycle Experience* dan *Mannequin Plastics*

Sebagai salah satu grup seniman yang bergerak di dalam bidang mainan dan daur ulang lingkungan hasil karya yang dihasilkan dengan umur seniman yang masih sangat muda terbilang sangat mengagumkan, apalagi dengan sepak terjangnya di dunia seni dan eksibisi. Tetapi akan lebih baik lagi jika sebuah identitas akan *Recycle Experience* mulai dikukuhkan dan dipertegas dengan mengambil sebuah identitas yang tetap sebagai bukti visi misi mereka dan mulai melangkah memasuki promosi yang kreatif dan dapat menjadi panutan yang sangat baik bagi seniman generasi berikutnya.

5.2.3 Saran Terhadap Pemerhati dan Pembelajar Ilmu DKV

Kesadaran untuk terus berkarya dalam konsep maupun seni akan membantu membangun nilai yang dimiliki oleh desainer di Indonesia. Salah satu kuncinya adalah merancang sebuah strategi yang memiliki konsep, mudah dicerna dan sesuai hasil riset dan tentunya menggunakan media yang unik dan kreatif. Banyak desainer yang melupakan bahwa hal-hal yang berada di sekitar kehidupan bisa menjadikan strategi yang paling efektif dalam menjalankan komunikasi visualnya. Hal ini perlu pelatihan tersendiri dalam pengamatan dan pengalaman. Tidak lupa dengan kewajiban seorang desainer untuk terus belajar dan memahami perubahan tren yang terjadi di lingkungan.