

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian dan perancangan kampanye eko enzim yang dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat terutama ibu rumah tangga yang kurang kesadaran mengenai permasalahan polusi akibat limbah pada lingkungan terutama di kota-kota besar di Indonesia. Selain itu pengetahuan dan informasi di masyarakat tentang eko enzim juga masih jarang diketahui. Eko enzim merupakan cairan pembersih multifungsi yang alami dan ramah lingkungan karena berasal dari hasil fermentasi limbah organik rumah tangga. Eko enzim yang mudah dibuat sendiri, juga memiliki banyak keuntungan baik bagi pengguna maupun lingkungan. Oleh karena itu penting adanya usaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat serta ajakan untuk peduli lingkungan, selain itu eko enzim juga penting untuk disebarluaskan lebih luas di masyarakat sebagai salah satu cara/solusi mudah yang bisa dilakukan.

Perancangan kampanye dibuat untuk mengajak masyarakat menggunakan eko enzim dan mengganti produk-produk kimia rumah tangga yang biasa mereka pakai dengan eko enzim. Kampanye yang ditujukan untuk target khalayak ibu rumah tangga muda ini juga bertujuan untuk menginformasi tentang eko enzim dengan cara yang sesuai, unik dan menarik. Komunikasi kampanye menggunakan desain yang disesuaikan dengan tema kampanye dan target sasaran dengan konsep natural/alami, modern, feminin, ramah dan hangat. Strategi komunikasi kampanye dilakukan berdasarkan model AISAS yang sesuai dengan perilaku masyarakat sasaran. Kampanye diadakan secara online melalui media sosial instagram & facebook, webinar dan ekshibisi virtual yang termasuk media *through the line* yang mudah diakses oleh khalayak luas serta praktis diakses dimana saja kapan saja, dilengkapi dengan media pendukung yaitu 5 jenis merchandise. Diharapkan perancangan kampanye ini dapat menginspirasi dan menginformasi pembaca mengenai masalah limbah lingkungan dan eko enzim.