

## **BAB VII**

### **PENUTUP**

#### **7.1 Kesimpulan**

Perancangan video social campaign ini untuk meningkatkan tingkat awareness anak muda kepada dampak bahaya fast fashion yang dapat menimbulkan sampah. Adanya video dan gerakan *social campaign* ini audiens memuat informasi mengenai bahwa dampak sampah fast fashion ini cukup besar dan dapat memberikan refrensi sehingga target audiens kampanye untuk memanfaatkan pakaian lama agar dapat bergaya tanpa membeli pakaian baru.

Penulis memiliki ide untuk memodifikasi pakaian lama agar dapat dipakai kembali dengan cara *shibori* dan *patchwork*. Teknik *shibori* dan *patchwork* merupakan teknik yang bisa memanfaatkan pakaian lama agar dapat dipakai kembali. Harapan sang perancang adalah terbentuknya pola pikir baru pada target audiens sehingga dapat bijak dalam berpakaian.

#### **7.2 Saran**

Perancangan ini masih memiliki beberapa kekurangan mengingat sulitnya kondisi sekarang dikarenakan masa pandemi Covid-19, hal ini membuat perancang kesulitan untuk memperoleh izin dan mendatangkan crew pada waktu proses produksi video promosi tersebut. Namun penulis berharap meskipun laporan ini masih sangat jauh dari kata sempurna namun laporan ini telah dibuat dengan mencakup semua aspek dan hasil yang dibutuhkan. Selain itu, pada perancangan video *social campaign* ini dapat mengubah pandangan remaja atas fashion itu sendiri. Perancangan ini masih membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk mencapai kesempurnaan kedepannya. Semoga perancangan ini dapat menginspirasi dan bermanfaat serta diterima oleh masyarakat.