

ABSTRAK

Nama : Fitria Nurul Syahidah
NIM : 42318120020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan Media Kampanye *Food Prep* Sebagai Pencegahan Sampah Makanan Rumah Tangga
Pembimbing: : Diean Arjuna D S.Ds, M.Sn

Sampah makanan dan sampah rumah tangga menempati porsi 40% dari keseluruhan timbulan sampah di Indonesia. Merencanakan pengelolaan dan persiapan bahan makanan dalam kegiatan makan di rumah tangga atau kegiatan *food preparation* merupakan tahap awal dalam mencegah timbulan sampah makanan. Kampanye *food prep* ini dirancang sebagai peningkatan kesadaran dan edukasi kepada masyarakat yang melakukan pengelolaan makanan dalam rumah tangga dalam rentang usia 20 s/d 40 tahun akan jumlah besar sampah makanan dari rumah tangga serta pengelolaan dan persiapan makanan yang baik untuk mencegahnya dalam metode *Food Preparation*. Metode yang digunakan ialah studi literatur dan observasi. Mengusung ide besar bahwa *food prep* adalah cara mudah meminimalisir sampah makanan di rumah tangga, perancangan ini menggunakan model AISAS untuk menetapkan strategi media, pesan, dan penyebarannya. Model AISAS ini diterapkan untuk mengakomodir proses komunikasi dalam kampanye lewat media utama yang merupakan website dalam bentuk *prototyping* dan sosial media, kemudian didukung media poster, billboard, wobblers, brosur, dan poster trolley berikut *merch* untuk mengakomodir seluruh tahapan AISAS tersebut dalam dua fase.

Kata kunci: *kampanye, food preparation, sampah makanan, media sosial*

ABSTRACT

Name : Fitria Nurul Syahidah
NIM : 42318120020
Study Program : Visual Communication Design
Title of Thesis Report : The Design of Food Prep Campaign Media for Prevention of Household Food Waste
Counsellor : Diean Arjuna D S.Ds, M.Sn

Food waste and household waste account for 40% of the total waste generation in Indonesia. Planning, management, and preparation of food in the household or popular as food preparation method is the first step in preventing food waste. This food prep campaign is designed to increase awareness and educate people who manage food in households in the age range of 20 to 40 years about food waste concerns at the household level as well as preventing it using the Food Preparation method. Carrying out the big idea that food prep is an easy way to minimize food waste in households, this campaign design uses AISAS model to define media, messages, and channel strategies as The AISAS model is appropriate to accommodate the communication process in the campaign through the primary media which is a website and social media, supported by secondary media and merch media to accommodate all stages of AISAS in two phases.

Keyword: Campaign, food preparation, food waste, sosial media

MERCU BUANA