

TUGAS AKHIR

KAMPANYE SOSIAL “RESET: REDUCE EVERY SINGLE ENVIRONMENTAL TRASH” BERSAMA WALHI INDONESIA

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Jurusan Desain Komunikasi Visual

Dosen Pembimbing:

Dwi Ramayanti, S.Sn., M.Sn.

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
JAKARTA 2025**

	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	--	---

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rehani Zaki Putri Muspara
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010092
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 28/07/2025

Yang **memberikan pernyataan,**



Rehani Zaki Putri Muspara

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rehani Zaki Putri Muspara
NIM : 42321010092
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Kampanye Sosial "Reset: Reduce Every Single Environmental Trash" Bersama Walhi Indonesia

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0305128006
Ketua Penguji : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0305128006
Penguji 1 : Guntur Angkat, S.Sn, M.Ikom
NIDN : 0315056502
Penguji 2 : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds
NIDN : 0304108803



Four horizontal lines with handwritten signatures above them, corresponding to the names listed on the left.

Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif

(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

ABSTRAK

Permasalahan sampah plastik sekali pakai merupakan isu lingkungan yang semakin mendesak, terutama di kalangan generasi muda yang masih terbiasa dengan pola konsumsi instan dan kurang peduli terhadap dampaknya. Untuk menjawab tantangan tersebut, kampanye sosial “*RESET: Reduce Every Single Environmental Trash*” dirancang sebagai upaya edukatif yang bertujuan meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai.

Kampanye ini mengandalkan pendekatan komunikasi visual dengan gaya yang relevan dengan karakter Generasi Z (Gen Z). Kampanye menerapkan metode AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) guna mengoptimalkan alur komunikasi dan keterlibatan *target audience*. Media yang digunakan meliputi berbagai konten digital seperti poster, *feed* dan *story* instagram, hingga buku infografis yang informatif dan mudah diakses secara daring.

Berdasarkan hasil evaluasi, kampanye ini terbukti efektif dalam menarik perhatian, membangkitkan rasa ingin tahu, serta mendorong *target audience* untuk mencari tahu lebih lanjut dan terlibat secara aktif. Kampanye ini diharapkan dapat menjadi contoh nyata bahwa desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai pesan, tetapi juga dapat berperan aktif dalam membangun kesadaran dan mendorong perubahan perilaku terhadap isu lingkungan.

Kata kunci: Kampanye sosial, sampah plastik, Gen Z, AISAS



ABSTRACT

The issue of single-use plastic waste is becoming increasingly urgent, especially among younger generations who are still accustomed to instant consumption habits and show little concern for its environmental impact. In response to this challenge, the social campaign “RESET: Reduce Every Single Environmental Trash” was designed as an educational effort aimed at raising university students’ awareness of the importance of reducing single-use plastic consumption.

This campaign utilizes a visual communication approach that aligns with the characteristics of Generation Z (Gen Z). It adopts the AISAS method (Attention, Interest, Search, Action, Share) to optimize the flow of communication and audience engagement. The media used includes various digital content such as posters, Instagram feeds, stories, short videos, and an infographic booklet that is informative and easily accessible online.

Based on the evaluation results, the campaign has proven effective in capturing attention, stimulating curiosity, and encouraging the target audience to seek further information and actively participate. This campaign serves as a concrete example that visual communication design is not only a medium for delivering messages, but also plays an active role in fostering awareness and driving behavioral change toward environmental issues.

Keywords: Social campaign, plastic waste, Gen Z, AISAS



KATA PENGANTAR

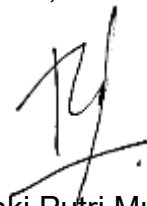
Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan sebagai bagian dari syarat kelulusan masa sarjana saya.

Dikehidupan ini, saya sangat bersyukur dapat bertemu dengan orang-orang baik yang luar biasa. Terima kasih saya ucapkan kepada ayah, ibu, kakak, adik, dan nenekku tercinta, serta seluruh keluarga besar yang selalu mendukung segala hal terbaik untuk saya. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing saya tersayang, Ibu Dwi Ramayanti, S.Sn., M.Sn., atas segala arahan, kesabaran, dan dukungan penuhnya selama proses ini.

Dan untuk teman-teman seperjuangan Tugas Akhir, kalian semua luar biasa! Kita telah melewati begitu banyak proses, dari begadang menyusun konsep, revisi berkali-kali, rasa stres yang datang silih berganti, hingga momen-momen kecil yang menguatkan satu sama lain. Setiap perjuangan yang kita jalani bukanlah hal yang mudah, tapi kita berhasil menjalaninya bersama, saling mendukung, saling menyemangati, dan terus bertahan meski sering merasa ingin menyerah. Kita sudah berjalan sejauh ini, dan setiap langkah yang telah kita tempuh adalah bukti bahwa kerja keras tidak pernah mengkhianati hasil. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dan semua kenangan berharga yang kita lewati selama proses ini. Semoga pencapaian ini menjadi pijakan awal untuk kesuksesan kita masing-masing di masa depan. *See you on top, guys!*

Akhir kata, saya menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan. Semoga laporan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam bidang komunikasi visual, serta menjadi referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 17 Juli 2025



Rehani Zaki Putri Muspara

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang Perancangan	1
1. 2 Rumusan Masalah Perancangan.....	4
1. 3 Tujuan Perancangan	4
1. 4 Manfaat Perancangan	4
BAB II METODE PERANCANGAN.....	6
2. 1 Orisinalitas Karya	6
2. 2 Analisis Media Kampanye Sosial “Piknik Bebas Plastik”	17
2. 3 Target Perancangan.....	25
2. 4 Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	26
2. 5 Skema Proses Desain	42
BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN	55
3. 1 <i>Positioning</i> dan Konsep Desain	55
3. 2 Strategi Pesan	57
3. 3 Strategi Visual	59
3. 4 Strategi Distribusi Karya	66
BAB IV HASIL KARYA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	69
4. 1 Deskripsi Karya	69
4. 2 Pameran Karya.....	85
4. 3 Hasil Uji Desain	88
4. 4 Evaluasi Perancangan Karya.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5. 1 Kesimpulan.....	109
5. 2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	114
Lampiran 1 Kartu Asistensi	114
Lampiran 2 Kuesioner Kampanye	115
Lampiran 3 Formulir Pendaftaran Sidang Tugas Akhir	130
Lampiran 4 Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir.....	131
Lampiran 5 Turnitin	132
Lampiran 6 <i>Similarity Check</i>	133
Lampiran 7 Surat Kerjasama Dengan Mitra.....	134
Lampiran 8 Catatan Revisi Pada Sidang Tugas Akhir	135
Lampiran 9 <i>Curriculum Vitae</i> Penulis	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rangkaian Acara Kampanye "Piknik Bebas Plastik"	7
Gambar 2.2 Postingan <i>Attention</i> Kampanye Piknik Bebas Plastik	8
Gambar 2.3 Postingan <i>Interest</i> Kampanye Piknik Bebas Plastik	9
Gambar 2.4 <i>Do and Don't</i> Kegiatan Kampanye Piknik Bebas Plastik	11
Gambar 2.5 Postingan Dokumentasi Kampanye Piknik Bebas Plastik	11
Gambar 2.6 Pelaksanaan Kampanye Piknik Bebas Plastik	12
Gambar 2.7 Pengalaman Peserta Kampanye Piknik Bebas Plastik	13
Gambar 2.8 Pelaksanaan Kampanye Piknik Bebas Plastik	13
Gambar 2.9 <i>Caption</i> Instagram Video <i>Reels</i> Pertama	16
Gambar 2.10 Reaksi <i>Followers</i> Instagram	17
Gambar 2.11 <i>Feed</i> Instagram Pawai Bebas Plastik	18
Gambar 2.12 Warna Kampanye Piknik Bebas Plastik	19
Gambar 2.13 Poster Kampanye Piknik Bebas Plastik	19
Gambar 2.14 <i>Font</i> Kampanye Piknik Bebas Plastik	20
Gambar 2.15 Anatomi <i>Font</i> Aestetico Informal	20
Gambar 2.16 Penerapan <i>Layout Multi Panel</i>	21
Gambar 2.17 Poster <i>Do's and Don't</i>	21
Gambar 2.18 <i>Supergraphic</i> Kampanye Piknik Bebas Plastik	22
Gambar 2.19 Implementasi <i>Supergraphic</i>	22
Gambar 2.20 Implementasi Ilustrasi Fotografi Dalam Poster	23
Gambar 2.21 <i>Viewers Reels</i>	24
Gambar 2.22 Implementasi <i>Banner</i>	24
Gambar 2.23 Warna Primer Merah, Kuning, Biru	28
Gambar 2.24 Warna Sekunder	28
Gambar 2.25 Warna Tersier	29
Gambar 2.26 Warna Netral	29
Gambar 2.27 Contoh Huruf <i>Sans Serif</i>	30
Gambar 2.28 Contoh Huruf <i>Serif</i>	30
Gambar 2.29 Contoh Huruf <i>Script</i>	31
Gambar 2.30 Contoh Huruf Dekoratif	31
Gambar 2.31 Contoh Huruf <i>Monospace</i>	31
Gambar 2.32 Contoh Poster <i>Emphasis</i>	33
Gambar 2.33 Contoh Poster Film Menggunakan <i>Sequence</i>	34
Gambar 2.34 Jenis <i>Balance</i>	34
Gambar 2.35 Contoh <i>Unity</i> Pada <i>Flayer</i> Vivas Mexico	34
Gambar 2.36 Teknik <i>Layout</i> Format Horizontal	35
Gambar 2.37 Teknik <i>Layout</i> Format Vertikal	35
Gambar 2.38 Teknik <i>Layout</i> Format Diagonal	35
Gambar 2.39 Teknik <i>Layout</i> Format Radial	35
Gambar 2.40 Teknik <i>Layout</i> Format <i>Scatter</i>	36
Gambar 2.41 Tahapan Perencanaan Kampanye	38
Gambar 2.42 Skema <i>Design</i>	42
Gambar 2.43 <i>Mind Mapping</i>	51
Gambar 2.44 <i>Thumbnail</i>	52
Gambar 2.45 <i>Rough Sketches</i>	52
Gambar 2.46 <i>Layout</i> Infografis	53

Gambar 2.47 <i>Prototype</i> Buku Infografis	53
Gambar 2.48 Pelaksanaan Pameran Karya	54
Gambar 3.1 Komposisi Warna Buku Infografis	61
Gambar 3.2 Implementasi <i>Font Headline</i>	62
Gambar 3.3 Implementasi <i>Font</i> Pada <i>Sub Headline</i> dan <i>Body Text</i>	62
Gambar 3.4 <i>Layout</i> Asimetris Pada Postingan <i>Feed</i>	63
Gambar 3.5 <i>Layout</i> Asimetris Pada Buku Infografis	64
Gambar 3.6 Gaya Bahasa Ironi	66
Gambar 3.7 Gaya Bahasa <i>Sarkasme</i>	66
Gambar 4.1 <i>Cover</i> Depan dan Belakang Buku Infografis	70
Gambar 4.2 Halaman Hak Cipta dan Pengantar.....	70
Gambar 4.3 Halaman Daftar Isi dan Kata Pengantar.....	71
Gambar 4.4 Halaman 1 dan Halaman 2	71
Gambar 4.5 Halaman 3 dan Halaman 4	72
Gambar 4.6 Halaman 5 dan Halaman 6	72
Gambar 4.7 Halaman 7 dan Halaman 8	73
Gambar 4.8 Halaman 9 dan Halaman 10	73
Gambar 4.9 Halaman 11 dan Halaman 12	74
Gambar 4.10 Halaman 13 dan Halaman 14	74
Gambar 4.11 Halaman 15 dan Halaman 16	75
Gambar 4.12 Halaman <i>Glosarium</i>	75
Gambar 4.13 Halaman Indeks	76
Gambar 4.14 Halaman Daftar Pustaka dan Tentang Penulis	76
Gambar 4.15 <i>Barcode</i> Buku Infografis.....	77
Gambar 4.16 Poster Instagram <i>Story</i>	77
Gambar 4.17 Poster <i>Broadcast</i> Whatsapp	78
Gambar 4.18 Instagram Kampanye Sosial <i>Reset</i>	79
Gambar 4.19 <i>Banner</i> Kampanye	79
Gambar 4.20 <i>XBanner</i> Kampanye.....	80
Gambar 4.21 <i>Totebag</i> Kampanye.....	80
Gambar 4.22 <i>Sticker</i> Kampanye.....	81
Gambar 4.23 <i>Keychain</i> Kampanye	81
Gambar 4.24 <i>Tshirt</i> Kampanye	81
Gambar 4.25 <i>Progress</i> Display Karya.....	85
Gambar 4.26 <i>Display</i> Karya.....	85
Gambar 4.27 Pembukaan Pameran	86
Gambar 4.28 Interaksi Pengunjung Pameran	87
Gambar 4.29 Penutupan Pameran	87
Gambar 4.30 Umpan Balik Dari Pengguna	88
Gambar 4.31 Interaksi Instagram.....	102
Gambar 4.32 Tayangan Konten Instagram.....	103
Gambar 4.33 <i>Share</i> Dari <i>Audience</i>	104
Gambar 4.34 Komentar Positif Pada Akun Instagram Kampanye	107
Gambar 4.35 Komentar Negatif Pada Akun Instagram Kampanye.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Rundown</i> Acara Kampanye Piknik Bebas Plastik	10
Tabel 2.2 Perpaduan Warna Sekunder.....	29
Tabel 2.4 <i>Timeline</i> Perencanaan Kampanye	49
Tabel 3.1 Konsep Desain Infografis	56
Tabel 3.2 Struktur Pesan	59
Tabel 4.1 Pembiayaan Kampanye	91
Tabel 4.2 <i>Timeline</i> Perencanaan Kampanye	91
Tabel 4.3 Susunan Acara <i>Talkshow</i> Reset Realita	97
Tabel 4.4 Postingan <i>Feeds</i> Instagram	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kartu Asistensi	114
Lampiran 2.1 Bagan Hasil Kuesioner Pra Kampanye Ke-1	115
Lampiran 2.2 Bagan Hasil Kuesioner Pra Kampanye Ke-2	115
Lampiran 2.3 Bagan Hasil Kuesioner Pra Kampanye Ke-3	116
Lampiran 2.4 Bagan Hasil Kuesioner Pra Kampanye Ke-4	117
Lampiran 2.5 Bagan Hasil Kuesioner Pra Kampanye Ke-5	118
Lampiran 2.6 Bagan Hasil Kuesioner Pra Kampanye Ke-6	118
Lampiran 2.7 Bagan Hasil Kuesioner Pra Kampanye Ke-7	119
Lampiran 2.8 Bagan Hasil Kuesioner Pra Kampanye Ke-8	120
Lampiran 2.9 Bagan Hasil Kuesioner Setelah Kampanye Ke-1	124
Lampiran 2.10 Bagan Hasil Kuesioner Setelah Kampanye Ke-2	125
Lampiran 2.11 Bagan Hasil Kuesioner Setelah Kampanye Ke-3	125
Lampiran 2.12 Bagan Hasil Kuesioner Setelah Kampanye Ke-4	126
Lampiran 2.13 Bagan Hasil Kuesioner Setelah Kampanye Ke-5	127
Lampiran 3.1 Formulir Pendaftaran Sidang	130
Lampiran 4.1 Surat Keterangan Hasil Sidang	131
Lampiran 5.1 Bukti Turnitin	132
Lampiran 6.1 <i>Similaraty Check</i>	133
Lampiran 7.1 Surat Kerjasama Mitra	134
Lampiran 8.1 Catatan Penguji 1 Sidang Tugas Akhir	135
Lampiran 8.2 Catatan Penguji 2 Sidang Tugas Akhir	136
Lampiran 8.3 Catatan Pembimbing Sidang Tugas Akhir	137
Lampiran 9.1 <i>Curriculum Vitae</i> Penulis	139

