

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
MENGURANGI *FAST FASHION WASTE* DENGAN MERAJUT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Eufrasia Neura Salya

00000054140

**PROGRAM STUDI SENI DAN DESAIN
FAKULTAS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
MENGURANGI *FAST FASHION WASTE* DENGAN MERAJUT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Eufrasia Neura Salya

00000054140

**PROGRAM STUDI SENI DAN DESAIN
FAKULTAS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Eufrasia Neura Salya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054140
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENGURANGI *FAST FASHION WASTE* DENGAN MERAJUT

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Juni 2025



Eufrasia Neura Salya

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENGURANGI *FAST FASHION WASTE* DENGAN MERAJUT

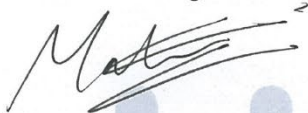
Oleh

Nama Lengkap : Eufrasia Neura Salya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054140
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025
Pukul 09.00 s.d. 09.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807/ 100049

Penguji



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/ 038953

Pembimbing



Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/ 023959

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Eufrasia Neura Salya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054140
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
UNTUK MENGURANGI FAST FASHION
WASTE DENGAN MERAJUT

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 16 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Eufrasia Neura Salya

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkatNya karena penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul Perancangan Kampanye Sosial untuk Mengurangi *Fast Fashion Waste* dengan Merajut. Penulis mengambil topik ini karena topik ini cukup familiar namun belum banyak ajakan atau media persuasi untuk masyarakat luas terkait penanggulangan *fast fashion waste* dengan merajut.

Perancangan Tugas Akhir ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.D., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Sahabat dan teman penulis yang telah memberikan dukungan dalam setiap proses perancangan Tugas Akhir hingga selesai.

Sebagai akhir kata, semoga karya ilmiah ini dapat membantu dan menjadi contoh positif untuk masyarakat yang membutuhkan.

Tangerang, 16 Juni 2025



Eufasia Neura Salya

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENGURANGI *FAST FASHION WASTE* DENGAN MERAJUT

(Eufrasia Neura Salya)

ABSTRAK

Limbah tekstil atau fesyen merupakan salah satu permasalahan lingkungan yang signifikan akibat tingginya konsumsi pakaian dalam siklus tren yang cepat dan massif dalam waktu singkat. Di Indonesia, sampah tekstil mencapai 33 juta ton setiap tahunnya, dengan sekitar 1 juta ton diantaranya menumpuk menjadi limbah tekstil. Sementara itu, aktivitas merajut mengalami peningkatan minat, terutama di kalangan remaja, dan berpotensi menjadi solusi alternatif dalam mengelola limbah tekstil. Namun, kesadaran masyarakat untuk mengadopsi metode kreatif ini masih tergolong rendah, meskipun minat terhadap merajut dan peluang bisnisnya terus berkembang. Berdasarkan studi sebelumnya, pendekatan edukatif dan kampanye sosial terbukti mampu memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat terhadap produk fast fashion. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji potensi merajut dengan pakaian tidak terpakai sebagai strategi kreatif untuk mendukung pengurangan limbah, dengan membuat kampanye sosial untuk mengurangi fast fashion waste dengan merajut.

Kata kunci: limbah fesyen, daur ulang pakaian, merajut



PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENGURANGI *FAST FASHION WASTE* DENGAN MERAJUT

(Eufrasia Neura Salya)

ABSTRACT (English)

Textile or fashion waste has become one of the most significant environmental issues, primarily driven by high clothing consumption in rapidly shifting and massive fashion trends. In Indonesia, textile waste reaches approximately 33 million tons annually, with around 1 million tons accumulating as residual waste. Meanwhile, knitting has gained increasing popularity, especially among youth, and holds potential as an alternative solution to manage textile waste. However, public awareness of adopting this creative method remains relatively low, despite the growing interest and business opportunities related to knitting. Based on previous studies, educational approaches and social campaigns have proven effective in influencing consumer behavior toward fast fashion. Therefore, this study explores the potential of knitting using unused clothing as a creative strategy to support textile waste reduction, by developing a social campaign aimed at reducing fast fashion waste through knitting.

Keywords: *fast fashion waste, clothing recycling, knitting*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Kampanye Sosial.....	4
2.1.1 Tujuan Kampanye	4
2.1.2 Jenis Kampanye	5
2.1.3 Strategi Kampanye	5
2.1.4 Pesan Kampanye.....	6
2.1.5 <i>Copywriting</i> Kampanye.....	7
2.1.6 Media Kampanye	10
2.1.7 Persuasi Kampanye.....	11
2.1.8 Analisis Kampanye	12
2.2 Desain	12
2.2.1 Elemen Desain	13
2.2.2 Prinsip Desain.....	16
2.2.3 Tipografi	18

2.2.4 Fotografi.....	19
2.2.5 <i>Digital Imaging</i>	20
2.2.6 Logo	20
2.2.7 <i>Grid</i>	21
2.2.8 Media Sosial.....	24
2.3 <i>Fast Fashion</i>	25
2.3.1 Sejarah	25
2.3.2 Karakteristik	26
2.3.3 Konsumen	26
2.3.4 Dampak <i>Fast Fashion</i>	27
2.3.5 Cara mengurangi <i>Fast Fashion</i>	28
2.4 Merajut.....	29
2.4.1 Sejarah Merajut	29
2.5 Penelitian yang Relevan.....	30
BAB III METODOLOI PERANCANGAN	33
3.1 Subjek Perancangan	33
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	35
3.2.1 Tahap <i>Inspiration</i>	35
3.2.2 Tahap <i>Ideation</i>	36
3.2.3 Tahap <i>Implementation</i>	36
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	36
3.3.1 Observasi.....	37
3.3.2 Wawancara	38
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	41
3.3.4 Kuesioner	41
3.3.5 Studi Eksisting.....	42
3.3.6 Studi Referensi	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	44
4.1 Hasil Perancangan	44
4.1.1 <i>Inspiration</i>	44
4.1.2 <i>Ideation</i>	75
4.1.3 <i>Implementation</i>	95

4.1.4 Kesimpulan Perancangan.....	102
4.2 Pembahasan Perancangan.....	102
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	103
4.2.2 Analisis Desain Feeds Instagram	104
4.2.3 Analisis Desain Poster.....	137
4.2.4 Analisis Desain Banner	140
4.2.5 Analisis Desain <i>Lanyard ID Card & Keychain</i>	141
4.2.6 Analisis Desain Drop Box	143
4.2.8 Anggaran	144
BAB V PENUTUP	148
5.1 Simpulan	148
5.2 Saran	149
5.2.1 Manfaat Praktis.....	149
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN.....	xviii



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	30
Tabel 4. 1 SWOT Kampanye #TukarBaju.....	69
Tabel 4. 2 SWOT Kampanye Kekno Klambimu	71
Tabel 4. 3 Perencanaan strategi media AISAS	79
Tabel 4. 4 Plan Konten Media AISAS	80
Tabel 4. 5 Timeline Perancangan.....	93
Tabel 4. 6 Anggaran.....	144
Tabel 4. 7 Tabel Anggaran Percetakan	146
Tabel 4. 8 Tabel Anggaran Keseluruhan.....	146



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 AIDMA menjadi AISAS	6
Gambar 2. 2 Analisis SWOT	12
Gambar 2. 3 Warna Analogus.....	14
Gambar 2. 4 Warna Kontemporer.....	15
Gambar 2. 5 Sans Serif.....	18
Gambar 2. 6 Flat Lay Photography	19
Gambar 2. 7 Still Life Photography	20
Gambar 2. 8 Logo Wordmark	21
Gambar 4. 1 Re.Uniqlo Grand Indonesia.....	57
Gambar 4. 2 Re.Uniqlo La Piazza.....	58
Gambar 4. 3 Focus Discussion Group.....	59
Gambar 4. 4 Wawancara Ahli Media.....	62
Gambar 4. 5 Logo Kampanye #TukarBaju.....	69
Gambar 4. 6 Kekno Klambimu	71
Gambar 4. 7 Kampanye #ItsOkayToBeLebay	73
Gambar 4. 8 kampanye #PastiAdaJalan.....	74
Gambar 4. 9 Mindmap	76
Gambar 4. 10 Moodboard	77
Gambar 4. 11 Referensi Karya.....	77
Gambar 4. 12 Key Visual, Color Palette, dan Font.....	83
Gambar 4. 13 Sketsa & Alternatif Logo	83
Gambar 4. 14 Logo & Proses.....	84
Gambar 4. 15 Logo Merajut Bekas jadi Kelas.....	84
Gambar 4. 16 Sketsa key visual	85
Gambar 4. 17 Dokumentasi proses foto dan merajut.....	85
Gambar 4. 18 Proses layouting key visual.....	86
Gambar 4. 19 Key Visual.....	87
Gambar 4. 20 Sketsa Visual Feeds.....	88
Gambar 4. 21 Proses layouting dan finalisasi	88
Gambar 4. 22 Hasil Postingan Instagram.....	89
Gambar 4. 23 Sketsa Banner.....	90
Gambar 4. 25 Sketsa Story Instagram.....	92
Gambar 4. 26 Sketsa Poster Action	93
Gambar 4. 27 Key visual pertama.....	95
Gambar 4. 28 Feeds sebelum revisi	96
Gambar 4. 29 Revisi konten feeds	97
Gambar 4. 30 Hasil Desain Karya.....	98
Gambar 4. 31 Desain X-Banner	99
Gambar 4. 32 Hasil dan Mockup Dropbox	100
Gambar 4. 33 Story Instagram	100

Gambar 4. 34 Poster Action	101
Gambar 4. 35 Keychain & Lanyard	101
Gambar 4. 36 Feeds “Mau dapet freee keychain?”	105
Gambar 4. 37 Feeds “Gantungan Kunci Gemoy!”	107
Gambar 4. 38 Feeds “PUSING!!!”	108
Gambar 4. 39 Feeds “Join Workshop Dapet Hadiah?”	109
Gambar 4. 40 Feeds “Daripada dibuang, Kirim bajumu aja!”	110
Gambar 4. 41 Feeds “NGAKU!”	112
Gambar 4. 42 Feeds “Emang Bisa?”	113
Gambar 4. 43 Feeds “Jangan dibuang!”	114
Gambar 4. 44 Feeds “PERCAYA GA?”	115
Gambar 4. 45 Feeds “Tas Bekas Tapi Bernilai”	116
Gambar 4. 46 Feeds Showcase Produk	117
Gambar 4. 47 Feeds “Mau punya tas gemes kayak gini?”	118
Gambar 4. 48 Feeds “Merajut bekas jadi kelas”	120
Gambar 4. 49 Feeds “Pertanyaan”	121
Gambar 4. 50 Feeds “Workshop part 2”	122
Gambar 4. 51 Feeds “Fakta”	124
Gambar 4. 52 Feeds “Kenapa harus merajut?”	125
Gambar 4. 53 Feeds “Dampak fast fashion waste”	126
Gambar 4. 54 Feeds Lokasi Dropbox	127
Gambar 4. 55 Feeds “Gimana sih caranya?”	128
Gambar 4. 56 Feeds Question Box	129
Gambar 4. 57 Feeds “This or That”	130
Gambar 4. 58 Feeds “Mitos vs Fakta”	131
Gambar 4. 59 Feeds “Kamu Team Mana?”	132
Gambar 4. 60 Feeds workshop kreasi merajut	133
Gambar 4. 61 Feeds Free Pattern	134
Gambar 4. 62 Feeds Twibbon Merajut Bekas Jadi Kelas	136
Gambar 4. 63 Feeds Challenge	137
Gambar 4. 64 Poster Action	139
Gambar 4. 65 X-Banner	141
Gambar 4. 66 Lanyard ID Card	142
Gambar 4. 67 Keychain	142
Gambar 4. 68 Mockup Dropbox	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xviii
Lampiran 2 Form Bimbingan.....	xix
Lampiran 3 Bimbingan Spesialis	xx
Lampiran 4 Non-Disclosure Agreement	xxi
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	xxii
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	xxix
Lampiran 7 Transkrip FGD.....	xxxvii
Lampiran 8 Observasi	xlii
Lampiran 9 Dokumentasi.....	xlvi
Lampiran 10 Hasil Karya	li

