

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN**

#### **3.1 Subjek Perancangan**

Berikut merupakan subjek perancangan pada *mobile website* kampanye mengenai pengenalan *beeswax food wrap*:

##### **1) Demografis**

###### **a. Jenis Kelamin: Perempuan**

###### **b. Usia: 29 - 44 Tahun**

Berdasarkan Sensus Penduduk Indonesia (2025), generasi milenial mendominasi sebanyak 21,88% dari total penduduk Indonesia. Generasi milenial merupakan penduduk kelahiran tahun 1981-1996, yang saat ini berusia 29-44 tahun. Dalam rentang usia tersebut, mayoritas penduduk perempuan sudah menjadi ibu rumah tangga milenial yang aktif menggunakan internet sebagai sumber informasi (Sabilla, 2021). Selain itu, generasi milenial menunjukkan minat untuk melestarikan bumi dengan mengurangi sampah, hal ini menunjukkan ketertarikannya mengadopsi produk ramah lingkungan sebagai *sustainable living* (Jakpat, 2023).

###### **c. Pendidikan: SMA - S1**

Menurut Badan Pusat Statistik (2023), mayoritas tingkat pendidikan masyarakat Indonesia berasal dari SMA/sederajat. Selain itu, seseorang dengan pendidikan yang relatif tinggi, berpengaruh dalam penyerapan informasi, sikap, hingga partisipasinya (Putri et al., 2024, h.522). Maka dari itu, tingkat pendidikan yang tinggi cenderung akan menerima dan memahami pengetahuan baru seputar alternatif kemasan ramah lingkungan lebih baik dan memiliki potensi dalam mendukung *sustainable living*.

#### **d. SES: A**

Berdasarkan laporan Status Literasi Digital di Indonesia (2021), tingkat ekonomi yang lebih tinggi memiliki nilai indeks literasi digital yang lebih banyak sebesar 58,9% (h.64). Oleh karena itu, kelompok dengan tingkat ekonomi SES A berpotensi dalam penyerapan yang baik akan pengetahuan baru mengenai alternatif kemasan ramah lingkungan. Selain itu, biaya awal pembelian kemasan *beeswax food wrap* cenderung mahal (ckptextile, 2024). Kepedulian lingkungan cenderung ditunjukkan terhadap masyarakat yang memiliki pendapatan lebih tinggi dan mempengaruhi ketersediaanya dalam pembelian produk ramah lingkungan yang cenderung tinggi harganya (Fubani et al., 2024, h.142). Oleh karena itu, potensi adopsi *beeswax food wrap* dapat diimplementasikan oleh konsumen SES A.

### **2) Geografis :**

**a. Primer: Jakarta**

**b. Sekunder: Bodetabek (Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)**

Jakarta sebagai kota metropolitan membuat kota dengan tantangan yang paling besar terhadap total sampah rumah tangga (Redaksi, 2024). Selain Jakarta, kota-kota besar lainnya memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup baik (Hasbi et al., 2021, h.164). Berhubungan dengan hal ini, masyarakat khususnya di ibu rumah tangga milenial yang berada di kota-kota besar memiliki kemampuan dalam memenuhi *sustainable living* dan didukung dengan digitalisasi yang memadai (Budiman, 2024). Maka dari itu, penulis menetapkan target primer yang berada di Jakarta dan target sekunder yang berada di kota sekitarnya.

### **3) Psikografis**

- a. Ibu rumah tangga milenial yang memiliki kepedulian dan kesadaran terhadap lingkungan dan sampah plastik.
- b. Ibu rumah tangga milenial yang memiliki ketertarikan terhadap *sustainable living*.

- c. Ibu rumah tangga milenial yang sering melakukan aktivitas memasak di dapur untuk memenuhi konsumsi keluarga.
- d. Ibu rumah tangga milenial yang aktif mencari kesibukan di waktu luang.
- e. Ibu rumah tangga milenial yang aktif mencari informasi seputar produk ramah lingkungan melalui internet.
- f. Ibu rumah tangga milenial yang belum mengenal alternatif kemasan makanan yang ramah lingkungan yaitu *beeswax food wrap*.

### **3.2 Metode dan Prosedur Perancangan**

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thingking* dari *The Design Thingking Bootcamp at Stanford University* yang berfokus dalam memahami secara mendalam terkait kebutuhan pengguna dan dapat menjadi *problem solving* dalam komunikasi dan informasi (Landa, 2019). Metode ini terdiri dari lima tahapan yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (h.65). Pertama dalam tahap *emphatize*, penulis melakukan wawancara, kuisioner, FGD, observasi, studi eksiting, dan studi referensi untuk memahami perilaku dan kebutuhan pengguna. Selanjutnya dalam tahap *define*, penulis menganalisis informasi dan memastikan permasalahan pengguna. Diikuti dengan tahap *ideate*, penulis melakukan eksplorasi konsep dan ide kreatif untuk menciptakan solusi yang dibutuhkan pengguna. Lalu dalam tahap *prototype*, penulis melakukan desain melalui konsep dan ide yang telah ditentukan. Terakhir dalam tahap *test*, penulis memastikan dengan menguji desain yang telah dirancang sesuai dengan kebutuhan pengguna akhir.

Metode penelitian yang penulis lakukan yaitu *mixed method*, yaitu gabungan metode kuantitatif dan kualitatif. Metode *mixed method* dapat memberikan pemahaman secara menyeluruh, sehingga dapat mengukur sekaligus mengeksplorasi pengalaman pengguna (Oranga et al., 2025, h.371). Maka dari itu, penulis melakukan pengumpulan data melalui kuisioner, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), observasi, studi eksiting, dan studi referensi yang bertujuan untuk mengeksplorasi pengetahuan, kesadaran, dan perilaku target terhadap isu lingkungan terutama penggunaan plastik, sekaligus mengukur tingkat pengetahuan

dan pandangan target mengenai penggunaan *beeswax food wrap* sebagai media pembungkus makanan.

### 3.2.1 *Emphasize*

Pada tahap *emphasize*, penulis mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan narasumber, kuisioner, FGD, observasi, studi eksiting, dan studi referensi yang bertujuan untuk memahami pengguna dan menciptakan solusi desain yang tepat. Wawancara yang pertama dilakukan dengan *content creator* untuk mengetahui berdasarkan pengalaman dan pengetahuan narasumber terhadap *zero waste at home* dan pandangan akan penggunaan *beeswax food wrap* bagi ibu rumah tangga milenial dalam aktivitas rumah tangga terutama di dapur. Lalu, wawancara kedua dilakukan dengan target primer yaitu dengan ibu rumah tangga milenial untuk mengenal dan mengetahui secara nyata mengenai pengetahuan, kesadaran, dan perilaku target akan penggunaan plastik dan gaya hidup serta mengetahui pandangan akan *beeswax food wrap*.

Kuisioner juga dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data kuantitatif akan tingkat pengetahuan mengenai *beeswax food wrap* dan perilaku ibu rumah tangga akan isu lingkungan terutama penggunaan plastik. FGD dilakukan untuk mengetahui kesadaran dan perilaku terhadap penggunaan plastik, lalu tingkat pengetahuan, pandangan, tantangan, dan umpan balik mengenai penggunaan *beeswax food wrap* dalam aktivitas rumah tangga, serta tanggapan mengenai media *mobile website* kampanye sebagai solusi masalah penelitian. Selanjutnya, observasi secara langsung akan perilaku ibu rumah tangga milenial akan penyimpanan makanannya di rumah, serta observasi tingkat peminatan *beeswax food wrap* melalui penjualannya di *e-commerce*. Kemudian, studi eksiting dilakukan untuk menganalisis permasalahan desain yang sudah ada sebelumnya dan studi referensi dilakukan sebagai eksplorasi acuan gaya desain dan menemukan hal yang bersifat pembaruan sebagai inspirasi.

### **3.2.2 Define**

Pada tahap *define*, data dan informasi yang telah dikumpulkan pada tahap *emphasize* akan dianalisis, sehingga penulis dapat merumuskan permasalahan target dengan tepat. Dalam menemukan titik fokus permasalahan yang tepat, penulis melakukan kesimpulan melalui beberapa sumber data yang telah dikumpulkan. Selain itu, penulis akan menyusun *user persona*, *user journey map*, dan *empathy map* untuk memahami target perancangan dengan spesifik baik itu secara pengetahuan, perilaku, dan permasalahan yang dihadapi pengguna. Dengan merumuskan masalah tersebut dengan tepat, penulis dapat memenuhi tujuan kampanye edukasi interaktif dan merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan mendorong perilaku terhadap penggunaan *beeswax food wrap* di kalangan ibu rumah tangga milenial. Kemudian, pada tahapan define penulis juga akan melakukan perecanaan identitas kampanye untuk mendapatkan gambaran yang jelas terkait dengan pelaksanaan kampanye kepada target perancangan serta perencanaan konten *mobile website* supaya konten tersusun dan memiliki gambaran yang jelas.

### **3.2.3 Ideate**

Pada tahap *ideate*, penulis akan melakukan *brainstorming* dan *mind mapping* terlebih dahulu sebagai landasan perancangan *mobile website* kampanye mengenai pengenalan penggunaan *beeswax food wrap* dan mendapatkan solusi penyampaikan ide yang kreatif kepada target perancangan. Kemudian, penulis menentukan *keywords*, *big idea*, dan *tone of voice* untuk memastikan pesan utama yang ingin disampaikan. Lalu, penulis melakukan penentuan inspirasi konsep dengan *moodboard* visual yang mencakup elemen seperti *typography*, *photography*, ilustrasi, dan *layout* untuk mendapatkan gambaran saat merancang *mobile website* kampanye. Selain itu, penulis juga akan melakukan perancangan identitas kampanye yang mencakup nama, *tagline*, dan logo kampanye untuk memperkuat identitas kampanye.

### **3.2.4 Prototype**

Pada tahap *prototype*, penulis akan membentuk fisik awal dengan sketsa *wireframe*, *low fidelity*, *high fidelity*, hingga jenis interaksi yang mencakup elemen grafis, navigasi, dan tata letak pada setiap komponen *mobile website* kampanye. Lalu, hasil dari tahapan *prototype* ini akan penulis gunakan sebagai bahan untuk pengujian di tahap *test*. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa kampanye edukasi interaktif yang dihasilkan bagi target perancangan sudah sesuai dengan kebutuhan dan memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan akan *beeswax food wrap*.

### **3.2.5 Test**

Pada tahap *test*, penulis akan melakukan dua tahap yaitu, *alpha test* dan *beta test* dengan tujuan untuk melakukan validasi *prototype* yang telah dibuat sebelumnya. Tahap *testing* dilakukan secara berulang untuk memastikan solusi yang tepat bagi target perancangan. Kedua tahap ini dilakukan untuk mengarahkan, menyempurnakan, dan mempelajari ke solusi desain yang lebih baik lagi bagi target perancangan.

## **3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan**

Teknik perancangan menggunakan wawancara, kuisioner, *Focus Group Discussion* (FGD), dan observasi untuk mengetahui lebih dalam mengenai tingkat pengetahuan dan kesadaran ibu rumah tangga milenial terhadap masalah isu lingkungan, gaya hidup, serta pandangan akan *beeswax food wrap*. Kemudian, teknik perancangan yang menggunakan studi eksiting dan studi referensi untuk mendapatkan pengumpulan data tambahan dan masukan untuk mengetahui terkait dengan topik *beeswax food wrap*. Hal ini dilakukan supaya perancangan *mobile website* kampanye pengenalan *beeswax food wrap* menjadi solusi yang efektif dan relevan sesuai dengan tujuan.

### **3.3.1 Wawancara**

Wawancara bertujuan untuk memperoleh dan mengumpulkan informasi yang dilakukan dalam bentuk tanya jawab yang dilakukan antara pewawancara dengan narasumber (Fadhalla, 2021, h.69). Penulis melakukan

wawancara pertama dengan *content creator* yang bercerita tentang kehidupannya sebagai Ibu Rumah Tangga yang menerapkan *zero waste at home*. Kemudian, wawancara kedua akan dilakukan dengan target perancangan penulis yaitu Ibu Rumah Tangga milenial yang menghadapi masalah dalam penyimpanan makanan konsumsi keluarga. Teknik wawancara bersama kedua narasumber tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mencari informasi melalui individu yang telah berpengalaman dalam menerapkan *zero waste at home* dan penggunaan *beeswax food wrap* dalam aktivitas rumah tangga, serta individu target perancangan yang menghadapi permasalahan secara nyata.

### **1. Wawancara dengan *Content Creator***

Wawancara dilakukan dengan *content creator* yang bernama Widia Anggia Vicky, yang bercerita tentang kehidupannya sebagai Ibu Rumah Tangga yang menerapkan *zero waste at home*. Tujuan wawancara ini dilakukan adalah untuk mendapatkan informasi melalui pengalaman pribadi dan pengetahuan narasumber terhadap sampah rumah tangga terutama sampah plastik, *sustainable living* di kalangan ibu rumah tangga milenial, dan pandangan akan potensi alternatif kemasan makanan yang ramah lingkungan seperti *beeswax food wrap* diterapkan ke ibu rumah tangga milenial. Berikut pertanyaan wawancara yang akan diberikan:

#### **A. Sampah Rumah Tangga**

- 1) Bagaimana tanggapan anda dengan isu lingkungan terutama pada plastik sekali pakai?
- 2) Menurut Anda, apa contoh dampak paling nyata yang terlihat?
- 3) Bagaimana Anda melihat penggunaan *plastic wrap* sebagai pembungkus makanan, terutama bagi ibu rumah tangga dalam aktivitas di dapur?
- 4) Menurut Anda, mengapa ibu rumah tangga milenial masih kerap menggunakan *plastic wrap*? Apakah menurut Anda

ini karena faktor harga, kebiasaan, atau ketersediaan alternatif?

- 5) Bagaimana menurut Anda, tingkat kesadaran dan perilaku ibu rumah tangga milenial terhadap *sustainable living*?

#### **B. Beeswax food wrap**

- 6) Bagaimana menurut Anda, potensi *beeswax food wrap* sebagai solusi alternatif kemasan makanan bagi ibu rumah tangga terutama dalam aktivitas di dapur?
- 7) Apa keunggulan *beeswax food wrap* sebagai kemasan makanan dibandingkan dengan bahan kemasan lainnya?
- 8) Apa kendala dalam penggunaan *beeswax food wrap*?
- 9) Apa dampak dalam jangka panjang jika ibu rumah tangga mengadopsi *beeswax food wrap* sebagai pengganti kemasan plastic wrap dalam aktivitas di dapur?
- 10) Bagaimana menurut Anda pengenalan tentang *beeswax food wrap* di Indonesia?
- 11) Bagaimana tanggapan Anda, dengan adanya *mobile website* kampanye sebagai media edukasi sekaligus mendorong perilaku dalam penggunaan *beeswax food wrap*?
- 12) Strategi komunikasi apa yang menurut anda paling efektif?
- 13) Bagaimana menurut Anda, informasi yang penting untuk diedukasikan di dalam konten *mobile website* kampanye?

#### **2. Wawancara dengan Ibu Rumah Tangga Milenial**

Wawancara dilakukan dengan ibu rumah tangga milenial yang bernama Eliyana. Tujuan wawancara ini dilakukan adalah untuk mendapatkan informasi mengenai kesadaran dan perilaku terhadap isu lingkungan terutama sampah plastik, gaya hidup, lalu tingkat pengetahuan dan umpan balik mengenai penggunaan *beeswax food wrap* dalam aktivitas rumah tangga, serta tanggapan mengenai media *mobile*

*website* kampanye sebagai solusi masalah penelitian. Berikut pertanyaan wawancara yang akan diberikan:

### **A. Pengetahuan dan Kesadaran Umum**

- 1) Bagaimana kepedulian Anda dengan isu lingkungan di Indonesia saat ini terutama sampah plastik sekali pakai?
- 2) Apakah ada pengalaman tertentu yang membuat Anda lebih peduli terhadap isu sampah plastik?
- 3) Apakah Anda sadar bahwa sampah plastik menjadikan rumah tangga sebagai sumber sampah terbesar saat ini?
- 4) Kapan terakhir kali Anda menyadari penggunaan plastik berlebih di rumah? Dalam aktivitas apa biasanya itu terjadi?
- 5) Bagaimana Anda biasanya menyimpan dan membungkus makanan, apakah *plastic wrap* masih menjadi pilihan utama dan apa alasannya?
- 6) Bagaimana cara Anda dalam mengurangi plastik dalam kegiatan rumah tangga terutama di dapur?

### **B. Gaya Hidup Sehat**

- 7) Apa arti hidup sehat bagi Anda?
- 8) Menurut Anda, apakah gaya hidup sehat juga berkaitan dengan kepedulian terhadap lingkungan?
- 9) Motivasi apa yang mendorong Anda memilih makanan sehat?
- 10) Seberapa penting gaya hidup sehat dengan menjaga pola makan sehat bagi Anda?

### **C. Beeswax Food Wrap**

- 11) Apakah Anda tahu tentang *beeswax food wrap* sebagai alternatif kemasan makanan yang ramah lingkungan?

- 12) Bagaimana tanggapan Anda dengan penggunaan *beeswax food wrap* sebagai pembungkus makanan yang bisa menggantikan plastic wrap?
- 13) Apa kelebihan yang Anda bayangkan dari *beeswax food wrap* dibanding plastik biasa?

#### D. Preferensi Media

- 14) Perangkat dan media apa yang biasa Anda gunakan dalam mencari informasi produk ramah lingkungan?
- 15) Jika ada media yang memberikan edukasi pengenalan *beeswax food wrap*, apakah Anda tertarik?
- 16) Bagaimana cara yang efektif untuk mendorong Anda dalam penggunaan *beeswax food wrap*?
- 17) Bagaimana tanggapan Anda, dengan adanya *mobile website* kampanye sebagai media edukasi dan juga mendorong perilaku dalam penggunaan *beeswax food wrap*?

#### 3.3.2 Kuisioner

Penulis melakukan kuisioner dengan tipe jenuh yang ditujukan kepada komunitas ibu rumah tangga milenial, berusia 29-44 tahun, berdomisili di wilayah Jabodetabek. Kuisioner ini dilakukan untuk mendapatkan data kuantitatif awal mengenai pengetahuan dan pandangan target akan alternatif kemasan ramah lingkungan seperti *beeswax food wrap* sebagai kemasan makanan. Selain itu, kuisioner bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai kesadaran dan perilaku ibu rumah tangga milenial terhadap masalah penggunaan plastik dan gaya hidup yang diterapkan. Berikut daftar pertanyaan kuisioner yang disebarluaskan kepada target:

#### A. Data Diri Responden

- 1) Berapa usia Anda?

(multiple choice: 29-32 tahun, 33-36 tahun, 37-40 tahun, 41-45 tahun)

2) Apa pekerjaan Anda?

(multiple choice: Pekerja, Ibu rumah tangga, yang lain...)

3) Dimana domisili Anda?

(multiple choice: Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)

4) Berapa rata – rata pengeluaran Anda per bulan?

(multiple choice: < Rp 2.000.000, Rp 2.000.000–Rp 4.000.000, Rp 4.000.000-Rp 6.000.000, > Rp 6.000.000)

## B. Pengetahuan dan Kesadaran Umum

5) Apakah Anda memiliki kepedulian dengan lingkungan?

(multiple choice: Ya, Tidak)

6) Apakah Anda sadar bahwa sampah plastik berbahaya bagi lingkungan dan kesehatan?

(multiple choice: Ya, Tidak)

7) Apakah Anda masih menggunakan *plastic wrap* dalam membungkus makanan di rumah?

(skala linear: 1 (sangat jarang) – 6 (sangat sering))

8) Apakah Anda sering melakukan perilaku untuk mengurangi sampah plastik dengan alternatif produk ramah lingkungan?

(skala linear: 1 (sangat jarang) – 6 (sangat sering))

9) Apa yang menjadi hambatan Anda dalam mengurangi *plastic wrap*?

(checkbox: Tidak mengetahui ketersediaan alternatif ramah lingkungan lainnya, Sudah menjadi kebiasaan, Tidak percaya dengan produk ramah lingkungan, yang lain...)

## C. Pengetahuan akan Beeswax Food Wrap

10) Apakah Anda mengetahui *beeswax food wrap* sebagai alternatif pengganti *plastic wrap* yang lebih ramah lingkungan?

(multiple choice: Ya, Tidak)

- 11) Seberapa paham Anda dengan *beeswax food wrap*?

(skala linear: 1 (sangat tidak tahu) – 6 (sangat tahu))

#### D. Preferensi Media

- 12) Apakah Anda mencari tahu informasi terlebih dahulu sebelum memutuskan menggunakan produk ramah lingkungan?

(multiple choice: Ya, Tidak)

- 13) Perangkat apa yang sering Anda gunakan?

(multiple choice: Handphone, Laptop)

- 14) Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi produk ramah lingkungan?

(checkbox 2 answers: Sosial media, Website, Buku, Jurnal, Aplikasi, Youtube, Marketplace eco store, yang lain...)

#### 3.3.3 Focus Group Discussion

*Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan dengan 5 orang target perancangan dengan latar belakang sebagai ibu rumah tangga milenial yang kesehariannya memasak. Tujuan dilakukan FGD adalah untuk memperoleh informasi secara langsung dari target perancangan mengenai kesadaran dan perilaku terhadap isu lingkungan dan gaya hidup yang gaya hidup yang diterapkan. Lalu tingkat pengetahuan, pandangan, dan umpan balik mengenai penggunaan *beeswax food wrap* dalam aktivitas rumah tangga, serta tanggapan mengenai media *mobile website* kampanye sebagai solusi masalah penelitian. Berikut pertanyaan wawancara yang akan diberikan:

#### A. Pengetahuan dan Kesadaran Umum

- 1) Bagaimana kepedulian kalian dengan isu lingkungan di Indonesia saat ini terutama sampah plastik sekali pakai?
- 2) Apakah kalian sadar bahwa sampah plastik dan sisa makanan menjadikan rumah tangga sebagai sumber sampah terbesar saat ini?

- 3) Bagaimana kalian biasanya menyimpan dan membungkus makanan, apakah *plastic wrap* masih menjadi pilihan utama dan apa alasannya?
- 4) Bagaimana cara kalian dalam mengurangi plastik dalam kegiatan rumah tangga terutama di dapur?

#### B. Pengetahuan akan *Beeswax Food Wrap*

- 5) Apakah kalian tahu tentang *beeswax food wrap* sebagai alternatif kemasan makanan yang ramah lingkungan?
- 6) Apa yang menjadi hambatan kalian maish belum mengenal *beeswax food wrap*?
- 7) Bagaimana tanggapan kalian dengan penggunaan *beeswax food wrap* sebagai pembungkus makanan yang bisa menggantikan *plastic wrap*?
- 8) Apa jenis dukungan yang dapat membantu kalian untuk lebih mengenal *beeswax food wrap*?

#### C. Preferensi Media

- 9) Perangkat apa yang biasa kalian gunakan dalam mencari informasi mengenai produk ramah lingkungan?
- 10) Media apa yang kalian gunakan dalam mencari informasi mengenai produk ramah lingkungan?
- 11) Bagaimana tanggapan kalian, dengan adanya *mobile website* kampanye sebagai media edukasi dan juga mendorong perilaku dalam penggunaan *beeswax food wrap*?
- 12) Apa harapan kalian dari media tersebut mengenai pengembangan dan pengenalan *beeswax food wrap*?

#### 3.3.4 Studi Eksiting

Penulis melakukan studi eksiting dengan media dan topik yang sudah ada sebelumnya dan revelan. Studi eksiting dilakukan dengan tujuan sebagai pertimbangan mengenai aspek secara keseluruhannya, seperti konten

informasi, visual, dan fungsinya. Sehingga, melalui studi eksiting ini penulis dapat mengenali kelebihan dan kekurangannya serta dapat menjadi bahan untuk memahami pengembangan *mobile website* kampanye secara komprehensif yang bersifat edukatif dalam pengenalan *beeswax food wrap* bagi ibu rumah tangga milenial dan sebagai pendukung dalam menjalani gaya hidup *sustainable*.

### **3.3.5 Studi Referensi**

Studi referensi dilakukan untuk mendapatkan inspirasi dalam elemen desain yang efektif digunakan sebagai bagian dalam media kampanye edukatif dan interaktif. Selain itu, melalui studi ini penulis juga dapat mempunyai amunisi untuk merancang secara visual yang baik. Studi ini juga dilakukan untuk menciptakan media dengan antarmuka yang sesuai dan efektif bagi pengguna akhir.

