

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *FOOD*
WASTE TERHADAP ETIKA LINGKUNGAN
DI KALANGAN MAHASISWA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Rafy Rayyan Bagaskara
00000071322

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI & DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *FOOD*
WASTE TERHADAP ETIKA LINGKUNGAN
DI KALANGAN MAHASISWA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Rafy Rayyan Bagaskara
00000071322**

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

2026

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rafy Rayyan Bagaskara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071322
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM~~ saya yang berjudul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *FOOD*
WASTE TERHADAP ETIKA LINGKUNGAN
DI KALANGAN MAHASISWA**

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, 8 Januari 2026



(Rafy Rayyan Bagaskara)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rafy Rayyan Bagaskara
NIM : 00000071322
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI
FOOD WASTE TERHADAP ETIKA LINGKUNGAN DI
KALANGAN MAHASISWA

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Project~~/Tugas Akhir sebagai berikut

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 8 Januari 2026

Yang Menyatakan,



(Rafy Rayyyan Bagaskara)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *FOOD WASTE* TERHADAP ETIKA LINGKUNGAN DI KALANGAN MAHASISWA

Oleh

Nama Lengkap : Rafy Rayyan Bagaskara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071322
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

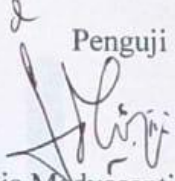
Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026
Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Christina Flora, S.Ds., M.M.
0305049703/ 074901

Penguji


Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/ 068502

Pembimbing


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

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 : Rafy Rayyan Bagaskara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071322
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI
FOOD WASTE TERHADAP ETIKA LINGKUNGAN
DI KALANGAN MAHASISWA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia

- ☒ 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, 8 Januari 2026



(Rafy Rayyan Bagaskara)

* 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 syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Kampanye Sosial mengenai *Food Waste* terhadap Etika Lingkungan di Kalangan Mahasiswa” dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai bagian dari penyelesaian studi serta upaya untuk menghadirkan gagasan kampanye sosial yang mampu meningkatkan kesadaran etika lingkungan, khususnya di kalangan mahasiswa. Agar lebih bijak dalam menyikapi isu *food waste*. Dalam proses penyusunan, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak.

Dengan ini, penulis ingin 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. Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing pertama 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. Muhammad Rizcky selaku anggota dari *crew cleaning* Libro Food Point kantin UMN, yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan banyak sekali wawasan mengenai isu *food waste* yang terjadi di kalangan mahasiswa.
7. Ayi Mulyatuti selaku *Leader* Libro Food Point UMN yang telah memberikan banyak wawasan mengenai sistem pengelolaan kebersihan dan pandangan terkait isu *food waste* di lingkungan kampus.

8. Hari Adi selaku *Corporate Secretary* Libro Group yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancara dan memberikan banyak sekali mengenai sistem kantin di UMN, pengelolaannya, dan juga sejarahnya,

Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dalam meningkatkan kesadaran mengenai *food waste* serta etika lingkungan di kalangan mahasiswa. Dan sekaligus menjadi referensi bagi penelitian maupun kampanye sosial selanjutnya. Kritik dan saran diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Tangerang, 8 Januari 2026



(Rafy Rayyan Bagaskara)



PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *FOOD WASTE* TERHADAP ETIKA LINGKUNGAN DI KALANGAN MAHASISWA

(Rafy Rayyan Bagaskara)

ABSTRAK

Maraknya permasalahan lingkungan di Indonesia menunjukkan lemahnya kesadaran moral dan etika masyarakat terhadap alam. Padahal, hubungan erat antara manusia dan alam tidak dapat dipisahkan. Salah satu isu yang menonjol adalah *food waste*, di mana kantin kampus menjadi salah satu penyumbang signifikan sampah makanan. Mahasiswa sebagai agen perubahan sering kali belum memiliki kesadaran akan isu *food waste* terhadap lingkungan, ditambah belum ada gerakan sosial berupa kampanye yang efektif bisa merubah perilaku apatis mahasiswa terhadap sampah makanan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye sosial mengenai *food waste* terhadap etika lingkungan dikalangan mahasiswa di kota Tangerang. Penulis menggunakan *mix methods* dalam penelitian ini, yaitu penelitian kualitatif seperti wawancara, studi eksisting dan studi referensi, kemudian dilanjutkan dengan metode kuantitatif dengan melakukan survei berupa kuesioner pada mahasiswa. Penulis menggunakan metodologi perancangan dari Robin Landa yang terbagi jadi 5 bagian, yaitu *Orientation, Analysis, Conception, Design, dan Implementation*. Tujuan dibuatnya perancangan kampanye ini adalah sebagai upaya menumbuhkan kesadaran etika lingkungan pada mahasiswa melalui isu *food waste* di lingkungan kampus.

Kata kunci: Perancangan, Kampanye, Sampah Makanan, Mahasiswa

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***DESIGNING A SOCIAL CAMPAIGN REGARDING FOOD
WASTE FROM AN ENVIRONMENTAL ETHICS PERSPECTIVE
AMONG UNIVERSITY STUDENTS***

(Rafy Rayyan Bagaskara)

ABSTRACT (English)

The rise of environmental problems in Indonesia shows the weak moral and ethical awareness of society towards nature. In fact, the close relationship between humans and nature cannot be separated. One issue that stands out is food waste, where campus canteens are a significant contributor to food waste. Students as agents of change often do not have awareness of the issue of food waste on the environment, plus there is no social movement in the form of an effective campaign that can change students apathetic behavior towards food waste. This research aims to design a social campaign regarding food waste towards environmental ethics among students in the city of Tangerang. The author used mixed methods in this research, namely qualitative research such as interviews, existing studies and reference studies, then continued with quantitative methods by conducting surveys in the form of questionnaires on students. The author uses Robin Landa's design methodology which is divided into 5 parts, namely Orientation, Analysis, Conception, Design, and Implementation. The purpose of designing this campaign is as an effort to raise awareness of environmental ethics in students through the issue of food waste in the campus environment.

Keywords: Design, Campaign, Food Waste, Students

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	5
2.1.3 Strategi Kampanye	6
2.2 Desain Grafis	7
2.2.1 Prinsip Desain	7
2.2.2 Teori Warna	9
2.2.3 Grid dan Layout	11
2.2.4 Tipografi	14
2.3 Fotografi	18

2.3.1 Jenis Fotografi.....	18
2.3.2 Komposisi Fotografi.....	20
2.4 Media Sosial.....	21
2.4.1 Kategori Media Sosial.....	22
2.4.2 Instagram.....	23
2.5 <i>Vector</i>	23
2.5.1 Metode mendesain <i>Vector</i>	24
2.6 Etika Lingkungan.....	24
2.6.1 Teori Etika Lingkungan.....	25
2.6.2 Pendekatan Etika Lingkungan.....	26
2.7 <i>Food Waste</i>	27
2.7.1 Bentuk <i>Food Waste</i>	27
2.7.2 Aspek Utama <i>Food Waste</i>	28
2.8 Penelitian yang Relevan.....	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	32
3.1 Subjek Perancangan.....	32
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	34
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	35
3.3.1 Wawancara.....	35
3.3.2 Kuesioner.....	43
3.3.3 Studi Eksisting.....	52
3.3.4 Studi Referensi.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN.....	53
4.1 Hasil Perancangan.....	53
4.1.1 <i>Orientation</i>	53
4.1.2 <i>Analysis</i>	79
4.1.3 <i>Conception</i>	91
4.1.4 <i>Design</i>	94
4.1.5 <i>Implementation</i>	106
4.1.6 Bimbingan Spesialis.....	136
4.2 Analisa Perancangan.....	138
4.2.1 Analisis <i>Key Visual</i>	139

4.2.2 Analisa Media <i>Attention</i>	141
4.2.3 Analisa Media <i>Interest</i>	145
4.2.4 Analisa Media <i>Search</i>	152
4.2.5 Analisa Media <i>Action</i>	154
4.2.6 Analisa Media <i>Share</i>	164
4.2.7 Analisa Hasil <i>Market Validation</i>	170
4.2.8 Kesimpulan Perancangan	176
4.3 <i>Budgeting</i>	177
BAB V PENUTUP	180
5.1 Simpulan	180
5.2 Saran	181
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN	xxiii



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	29
Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner Persepsi Umum mengenai <i>Food Waste</i>	44
Tabel 3.2 Pertanyaan Kuesioner Perilaku Mahasiswa terhadap Pola Makan	48
Tabel 4.1 SWOT Post Kampanye dari @gifood.id.....	77
Tabel 4.2 Tabel <i>Creative Brief</i>	80
Tabel 4.3 Tabel Strategi dan Taktik Pesan.....	85
Tabel 4.4 Tabel <i>Media Strategic Planning</i>	88
Tabel 4.5 Tabel <i>Media Timeline</i>	89
Tabel 4.6 <i>Budgeting</i>	178



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Metode AISAS	6
Gambar 2.2 <i>Prinsip Laws of Perceptual Organization</i>	9
Gambar 2.3 <i>Hue, Saturation, dan Value</i>	10
Gambar 2.4 RGB dan CMYK.....	11
Gambar 2.5 <i>Multicolumn Grid</i>	13
Gambar 2.6 <i>Dividing the Page</i>	15
Gambar 2.7 Kemiringan Huruf	17
Gambar 2.8 Foto Teknik Abstrak.....	19
Gambar 2.9 Foto Komposisi <i>Framing</i>	21
Gambar 2.10 Hasil Desain Vektor menggunakan <i>Bezier Curve</i>	24
Gambar 4.1 Dokumentasi Wawancara dengan <i>Crew Cleaning</i> kantin UMN	54
Gambar 4.2 Dokumentasi Wawancara dengan Pengurus Kantin UMN	56
Gambar 4.3 Dokumentasi Wawancara dengan Mahasiswa UPH	58
Gambar 4.4 Dokumentasi Wawancara dengan <i>Corporate Secretary</i> Libro Group	59
Gambar 4.5 <i>Pie Chart</i> Gender Responden pada Kuesioner Pertama.....	62
Gambar 4.6 <i>Pie Chart</i> Umur Responden pada Kuesioner Pertama	62
Gambar 4.7 <i>Pie Chart</i> Asal Universitas pada Kuesioner Pertama.....	62
Gambar 4.8 Diagram Batang Perilaku <i>Food Waste</i> pada Responden.....	63
Gambar 4.9 Diagram Batang Perilaku Pembelian Makanan pada Responden	63
Gambar 4.10 Diagram Batang Perilaku Menyisakan Makanan karena Porsi terlalu Besar.....	64
Gambar 4.11 Diagram Batang Perilaku Kecenderungan Membeli makanan daripada membawa Bekal	64
Gambar 4.12 Diagram Batang Perilaku Kecenderungan membuang Makanan tanpa memikirkan Dampaknya.	65
Gambar 4.13 Diagram Batang Pengetahuan terhadap <i>Food Waste</i> sebagai penyumbang Sampah terbesar di Kantin.....	65
Gambar 4.14 <i>Pie Chart</i> mengenai <i>Food Waste</i> merupakan tanggung jawab Mahasiswa.....	66
Gambar 4.15 <i>Pie Chart</i> mengenai <i>Food Waste</i> berdampak buruk bagi lingkungan	66
Gambar 4.16 <i>Pie Chart</i> mengenai Perasaan Bersalah ketika Membuang Makanan.....	67
Gambar 4.17 <i>Pie Chart</i> mengenai Menghabiskan Makanan sebagai bentuk Kepedulian Lingkungan	67
Gambar 4.18 <i>Pie Chart</i> mengenai Kantin sebagai Peran besar mengurangi Food Waste.....	67
Gambar 4.19 <i>Pie Chart</i> mengenai Seberapa Penting Kampanye <i>Food Waste</i>	68
Gambar 4.20 Diagram Batang Platform yang digunakan sehari-hari	69
Gambar 4.21 Diagram Batang Platform yang paling efektif & menarik untuk menyampaikan pesan kampanye <i>Food Waste</i>	70

Gambar 4.22 <i>Pie chart</i> Gender Responden pada Kuesioner Kedua	71
Gambar 4.23 <i>Pie Chart</i> Umur Responden pada Kuesioner Pertama	71
Gambar 4.24 <i>Pie Chart</i> Asal Universitas pada Kuesioner Pertama.....	71
Gambar 4.25 <i>Pie chart</i> mengenai Berapa kali Responden Makan dalam Sehari .	72
Gambar 4.26 <i>Pie Chart</i> mengenai Dimana responden sering kali membeli makanan	72
Gambar 4.27 <i>Pie Chart</i> mengenai Seberapa sering Mahasiswa tidak menghabiskan Makanan ketika diluar rumah/kos.....	73
Gambar 4.28 <i>Pie Chart</i> mengenai Perilaku Mahasiswa ketika Makanannya tidak Habis.	73
Gambar 4.29 Diagram Batang mengenai Alasan mengapa Makanan tidak Habis	74
Gambar 4.30 Diagram Batang mengenai Pernyataan Mahasiswa yang Membeli Makanan hanya karena Tampilan	74
Gambar 4.31 Diagram Batang mengenai Pernyataan Mahasiswa yang Memilih Menu dengan Diskon walaupun Porsinya Besar.....	75
Gambar 4.32 Diagram Batang mengenai Pernyataan Mahasiswa yang Memperhatikan Ukuran Porsi sebelum Membeli Makanan.....	75
Gambar 4.33 Diagram Batang mengenai Pernyataan Mahasiswa yang Bersedia Mengubah Kebiasaan Makanan yang Lebih Bertanggung Jawab	76
Gambar 4.34 Diagram Batang mengenai Cara Paling Efektif Mengurangi Food Waste di Lingkungan Kampus	76
Gambar 4.35 Post dari Kampanye <i>Food Waste</i> oleh @gifood.id	77
Gambar 4.36 Post dari @siapdarling	79
Gambar 4.37 <i>Customer Persona</i> Ekstrem.....	82
Gambar 4.38 <i>Customer Persona</i> Mainstream.....	83
Gambar 4.39 <i>Customer Journey</i>	84
Gambar 4.40 Logo Siap Darling.....	90
Gambar 4.41 Mindmap	91
Gambar 4.42 <i>Big Idea</i>	92
Gambar 4.43 <i>Moodboard</i>	93
Gambar 4.44 <i>Color Palette</i>	94
Gambar 4.45 Tipografi.....	95
Gambar 4.46 Alternatif Nama Kampanye	96
Gambar 4.47 Sketsa Logo Pertama.....	97
Gambar 4.48 Sketsa Logo Kedua.....	98
Gambar 4.49 Logo Final	98
Gambar 4.50 <i>Copywriting</i> dari <i>Headline</i>	99
Gambar 4.51 Referensi Desain	100
Gambar 4.52 Sketsa Supergrafis Pertama.....	101
Gambar 4.53 Digitalisasi Sketsa Supergrafis Pertama.....	102
Gambar 4.54 Hasil Eksplorasi Supergrafis	102
Gambar 4.55 Supergrafis	103
Gambar 4.56 Fotografi Makanan Sisa	103
Gambar 4.57 <i>Key Visual</i> Pertama	104
Gambar 4.58 <i>Key Visual</i> Kedua	105

Gambar 4.59 Digitalisasi <i>Key Visual</i>	105
Gambar 4.60 <i>Digital Banner</i>	107
Gambar 4.61 <i>Elevator Door Sticker</i>	108
Gambar 4.62 Post Tahap <i>Attention</i> 1-4.....	110
Gambar 4.63 Post Tahap <i>Attention</i> 5-9.....	110
Gambar 4.64 Post IG Feeds Tahap <i>Interest</i> 1	111
Gambar 4.65 Post IG Feeds Tahap <i>Interest</i> 2	112
Gambar 4.66 Post IG Feeds Tahap <i>Interest</i> 3	112
Gambar 4.67 Post IG Feeds Tahap <i>Interest</i> 4	113
Gambar 4.68 Post IG Feeds Tahap <i>Interest</i> 5	114
Gambar 4.69 Post IG Story Tahap <i>Interest</i> 1	115
Gambar 4.70 Post IG Story Tahap <i>Interest</i> 1	116
Gambar 4.71 Post IG Feeds Tahap <i>Search</i> 1	117
Gambar 4.72 Post IG Feeds Tahap <i>Search</i> 2	118
Gambar 4.73 Post IG Feeds Tahap <i>Search</i> 3	119
Gambar 4.74 Post IG Feeds Tahap <i>Action</i> 1.....	120
Gambar 4.75 Post IG Feeds Tahap <i>Action</i> 2	121
Gambar 4.76 Instagram Story Tahap <i>Action</i> 1	122
Gambar 4.77 Instagram Story Tahap <i>Action</i> 2.....	123
Gambar 4.78 Poster Mading Tahap <i>Action</i>	124
Gambar 4.79 Poster dekat Meja Piring Kotor Tahap <i>Action</i>	125
Gambar 4.80 Booth Tahap <i>Action</i>	127
Gambar 4.81 X Banner Tahap <i>Action</i>	128
Gambar 4.82 X Banner Booth Tahap <i>Action</i>	129
Gambar 4.83 Template Story Challenge Tahap <i>Share</i>	131
Gambar 4.84 Template Story Booth Tahap <i>Share</i>	132
Gambar 4.85 Instagram Feeds Tahap <i>Share</i> 1	133
Gambar 4.86 Instagram Feeds Tahap <i>Share</i> 2	134
Gambar 4.87 <i>Merchandise Tumbler & Lunchbox</i> tahap <i>Share</i>	135
Gambar 4.88 <i>Merchandise Keychain</i> tahap <i>Share</i>	136
Gambar 4.89 Foto Bukti Bimbingan Spesialis.....	137
Gambar 4.90 <i>Key Visual</i> sebelum Revisi.....	138
Gambar 4.91 <i>Key Visual</i> setelah Revisi	138
Gambar 4.92 Desain <i>Key Visual</i>	139
Gambar 4.93 Proses <i>Touch Up</i> Foto Makanan Sisa.....	140
Gambar 4.94 Proses Eksplorasi Logo & Supergrafis.....	141
Gambar 4.95 Mockup Instagram Feeds Tahap <i>Attention</i>	142
Gambar 4.96 <i>Mockup Digital Banner</i>	143
Gambar 4.97 <i>Mockup Elevator Door Sticker</i>	144
Gambar 4.98 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Interest</i> 1	146
Gambar 4.99 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Interest</i> 2	147
Gambar 4.100 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Interest</i> 3	148
Gambar 4.101 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Interest</i> 4.....	149
Gambar 4.102 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Interest</i> 5	150
Gambar 4.103 <i>Mockup</i> Instagram Story Tahap <i>Interest</i> 1&2	150

Gambar 4.104 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Search</i> 1-3	151
Gambar 4.105 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Action</i> 1	155
Gambar 4.106 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Action</i> 2	156
Gambar 4.107 <i>Mockup</i> Instagram Story Tahap <i>Action</i> 1	157
Gambar 4.108 <i>Mockup</i> Instagram Story Tahap <i>Action</i> 2	158
Gambar 4.109 <i>Mockup</i> Poster Meja Piring Kotor.....	159
Gambar 4.110 <i>Mockup</i> Poster Mading.....	160
Gambar 4.111 <i>Mockup</i> Booth	161
Gambar 4.112 <i>Mockup</i> X Banner.....	163
Gambar 4.113 <i>Mockup</i> X Banner di Booth.....	164
Gambar 4.114 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Share</i> 1	165
Gambar 4.115 <i>Mockup</i> Instagram Feeds Tahap <i>Share</i> 2	166
Gambar 4.116 <i>Mockup</i> Instagram Template Story Challenge.....	167
Gambar 4.117 <i>Mockup</i> Instagram Template Story Booth	167
Gambar 4.118 <i>Mockup</i> Merchandise Tumbler & Lunch box	168
Gambar 4.119 <i>Mockup</i> Merchandise Keychain	169
Gambar 4.120 <i>Pie chart</i> Data Diri Responden	171
Gambar 4.121 Diagram Batang Penilaian Desain terlihat Rapi & Enak dilihat	171
Gambar 4.122 Diagram Batang Penilaian Tulisan yang Mudah dibaca	172
Gambar 4.123 Diagram Batang Penilaian Konsistensi Tone Warna	172
Gambar 4.124 Diagram Batang Penilaian Konsistensi Gaya Desain	173
Gambar 4.125 Diagram Batang Penilaian Efektivitas Foto Makanan Sisa pada Desain.....	173
Gambar 4.126 Diagram Batang Penilaian Isi Konten.....	174
Gambar 4.127 Diagram Batang Penilaian Efektivitas Pesan Utama	174
Gambar 4.128 Diagram Batang Efektivitas Kampanye pada Pemahaman Topik	175
Gambar 4.129 Diagram Batang Penilaian relevansi Desain dengan Gen Z	175
Gambar 4.130 Diagram Batang Penilaian Kesesuaian Pesan dengan Target Audiens	176

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxiii
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xxx
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxxv
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxxviii
Lampiran Transkrip Wawancara 1	xli
Lampiran Transkrip Wawancara 2.....	l
Lampiran Transkrip Wawancara 3.....	lxiv
Lampiran Transkrip Wawancara 4.....	lxxv

