

## ABSTRAK

### PERANCANGAN KAMPANYE ECO ENZYME

Oleh  
**Kay Antonius Mulyadi**  
**NRP 1564060**

Tahun 2020 merupakan tahun yang sangat erat dengan perubahan. Perubahan dikarenakan Covid-19, perubahan gaya hidup manusia, dan banyak perubahan lainnya. Kebersihan, kesehatan, dan keuangan menjadi hal yang sangat diperhatikan bagi mayoritas orang. Banyak tren baru yang bermunculan demi menjaga kesehatan dan kebersihan, seperti tren bersepeda dan *hydroponic*. Alasan orang-orang melakukan hal tersebut tidak hanya karena untuk supaya lebih sehat, tetapi banyak orang juga melakukan itu untuk menghemat uang. *Eco Enzyme* adalah suatu perubahan yang sangat mudah dilakukan dan banyak manfaatnya seperti pengganti sabun cuci piring dan sabun cuci tangan sampai menjadi pupuk tanaman. Tidak hanya dari segi kebersihan *Eco Enzyme* juga dapat menghemat uang karena dapat mengganti banyak produk-produk yang sering dipakai sehari-hari. *Eco Enzyme* juga membantu mengurangi gas rumah kaca di dunia.

Maka dari itu, tujuan perancangan kampanye ini adalah untuk menginformasikan dan mengajak masyarakat khususnya ibu rumah tangga perkotaan agar membuat *Eco Enzyme*. Dengan pengenalan dan pelatihan melalui media informasi yang menarik serta sesuai dengan gaya yang disukai ibu rumah tangga.

Metode yang digunakan ialah: merancang sebuah kampanye, tampilan gambar ilustrasi dan foto yang menarik didukung dengan media promosi berupa banner, *story* dan post Instagram, website video *tutorial*, serta berbagai *souvenir*. Semua itu agar menarik perhatian ibu rumah tangga perkotaan dan diharapkan membuat serta menyebarkan *Eco Enzyme*.

Kata kunci: perubahan, kampanye, ibu rumah tangga.

## **ABSTRACT**

### **CARING COLOURS COSMETIC REBRANDING DESIGN**

*Submitted by*  
**Kay Antonius Mulyadi**  
**NRP 1564060**

*2020 is a year that is very closely related to changes. Changes due to Covid-19, changes in people's lifestyles, and many other changes. Cleanliness, health and finances are of greatest concern to the majority of people. Many new trends have sprung up for health and hygiene, such as cycling and hydroponic trends. The reason people do this is not only to be healthier, but a lot of people also do it to save money. Eco Enzyme is a change that is very easy to do and has many benefits, from substituting dish soap and hand soap to becoming a plant fertilizer. Not only in terms of cleanliness, Eco Enzyme can also save money because it can replace many products that are often used daily. Eco Enzyme also helps reduce the world's greenhouse gases.*

*Therefore, the aim of designing this campaign is to inform and invite people, especially urban housewives to make Eco Enzyme. With introduction and training through information media that is attractive and in accordance with the style preferred by housewives.*

*The method used is: designing a campaign, displaying attractive illustrations and photos supported by promotional media in the form of banners, Instagram stories and posts, video tutorial websites, and various souvenirs. All of that in order to attract the attention of urban housewives and hopefully create and spread Eco Enzyme.*

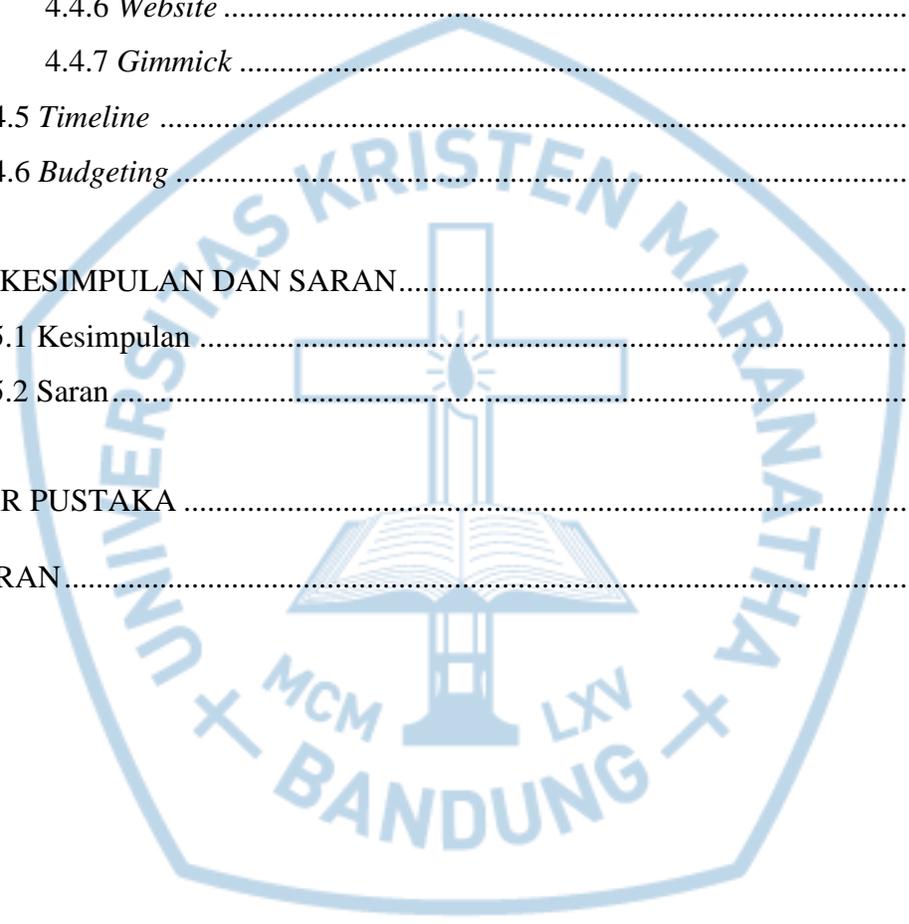
*Keywords: change, campaign, housewife,*

## DAFTAR ISI

COVER DALAM .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	vii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup .....	3
1.2.1 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 <i>Eco Enzyme</i> .....	6
2.2 <i>Zero Waste Movement</i> .....	7
2.3 Pengertian Disinfektan dan Antiseptik .....	8
2.4 Kampanye .....	9
2.4.1 Fungsi Kampanye.....	9

2.4.2 Tujuan Kampanye .....	10
2.4.3 Jenis Kampanye Berdasarkan Orientasinya .....	10
2.4.4 Media Kampanye .....	11
2.5 AISAS .....	11
2.6 Media Sosial.....	12
2.7 Teori Infografis .....	13
2.8 <i>Flat Design</i> .....	13
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	14
3.1 Lemabaga Terkait .....	14
3.3.1 GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat) .....	14
3.3.1 Pemerintahan Kota Bandung.....	15
3.2 Proses Pembuatan <i>Eco Enzyme</i> .....	17
3.3 Hasil Kuesioner .....	20
3.3.1 Kesimpulan dar Kuesioner .....	29
3.4 Tinjauan Data Sejenis .....	30
3.4.1 Referensi Kampanye <i>Eco Enzyme</i> .....	30
3.5 Analisis Terhadap Permasalahan .....	31
3.5.1 Analisis SWOT dari <i>Eco Enzyme</i> .....	31
3.5.2 Analisis STP .....	32
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	33
4.1 Konsep Komunikasi .....	33
4.2 Konsep Kreatif .....	33
4.2.1 Konsep Visual .....	33
4.2.2 Tipografi.....	34
4.2.3 <i>Layout</i> .....	35
4.3 Konsep Media .....	35
4.3.1 Pemilihan Media .....	35

4.4 Hasil Karya .....	36
4.4.1 Logo Kampanye .....	36
4.4.2 Poster .....	37
4.4.3 Banner .....	39
4.4.4 Instagram .....	41
4.4.5 Video Tutorial .....	43
4.4.6 Website .....	44
4.4.7 Gimmick .....	45
4.5 Timeline .....	47
4.6 Budgeting .....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>48</b>
5.1 Kesimpulan .....	48
5.2 Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>52</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.5 Skema Perancangan .....	5
Tabel 4.5 Timeline .....	47
Tabel 4.6 Budgeting .....	47



## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Jenis Kelamin.....	20
Diagram 3.2 Usia Responden.....	20
Diagram 3.3 Pekerjaan Responden .....	21
Diagram 3.4 Media yang Digunakan Responden .....	21
Diagram 3.5 Media Sosial yang Digunakan Responden.....	22
Diagram 3.6 <i>Eco Enzyme</i> .....	22
Diagram 3.7 <i>Zero Waste</i> .....	23
Diagram 3.8 Kepedulian Terhadap Lingkungan.....	23
Diagram 3.9 Hal yang Sudah Dilakukan untuk Menjaga Lingkungan.....	24
Diagram 3.10 Kepedulian Terhadap Kebersihan .....	24
Diagram 3.11 Perubahan Gaya Hidup Setelah <i>Covid-19</i> .....	25
Diagram 3.12 Berapa Sering Masak di Rumah.....	25
Diagram 3.13 Alasan Memasak di Rumah .....	26
Diagram 3.14 Memisahkan Sampah .....	26
Diagram 3.15 Fakta Sampah Makanan .....	27
Diagram 3.16 Ketertarikan untuk Mengurangi Sampah Tetapi Bingung .....	27
Diagram 3.17 Ketertarikan Mengurangi Sampah dan Pengeluaran.....	28
Diagram 3.18 Jenis-jenis Kampanye.....	28
Diagram 3.19 Palet Warna .....	29

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat).....	14
Gambar 3.2 Logo PEMKOT Bandung .....	15
Gambar 3.3 Tinjauan Karya Sejenis <i>Illusion</i> – Karina Kuruts .....	30
Gambar 3.4 Tinjauan Karya Sejenis <i>Combinophy // part I</i> – Cristiana Costin.....	30
Gambar 4.1 Logo Kampanye dan Keterangan Warna .....	36
Gambar 4.2 Poster .....	37
Gambar 4.3 Poster <i>Event</i> .....	38
Gambar 4.4 <i>Banner</i> .....	39
Gambar 4.5 <i>X-Banner</i> .....	40
Gambar 4.6 Instagram <i>Mockup</i> .....	41
Gambar 4.7 Instagram <i>Feed</i> .....	42
Gambar 4.8 Video Tutorial .....	43
Gambar 4.9 <i>Website</i> .....	44
Gambar 4.10 Botol Minum .....	45
Gambar 4.11 <i>Totebag</i> .....	46
Gambar 4.12 Masker .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner

Lampiran B : Observasi dan Wawancara

Lampiran C : Proses dan Sketsa Tugas Akhir

C1 Desain logo sebelumnya

C2 Desain poster sebelumnya

C3 Desain *banner* sebelumnya

C4 Desain Instagram sebelumnya

C5 Desain *Website* sebelumnya

