

# LAMPIRAN



## Perancangan Kampanye Sosial Beralih ke Slow Fashion bagi Remaja Wanita di Semarang

Oleh :  
Raynatha Aldeline E  
17.L1.0025

Pembimbing :  
Maya Putri Utami S.Sn., M.Sn.

### Masalah :

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan di dunia fesyen, sebuah pakaian tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan pokok saja. Saat ini pakaian menjadi gambaran identitas atau citra dari penggunanya. Gaya busana setiap individu juga dapat berubah seiring perkembangan di dunia fesyen, biasa disebut sebagai tren. Industri fast fashion seolah menjadi jawaban dari keinginan para remaja. Dimana fast fashion dapat menghasilkan 24-42 koleksi pakaian dalam setahun. Proses produksi cepat dan selalu berbeda tiap musimnya. Namun banyak terdapat banyak dampak buruk dari produksi fast fashion tersebut, yaitu penggunaan bahan-bahan tidak ramah lingkungan, memperkerjakan masyarakat dengan pendidikan rendah hingga anak-anak, dan imigran. Bekerja 14 jam setiap hari, dengan upah rendah, dan tanpa adanya jaminan keselamatan. Adanya industri fast fashion juga meningkatkan tingkat konsumtif pada masyarakat.

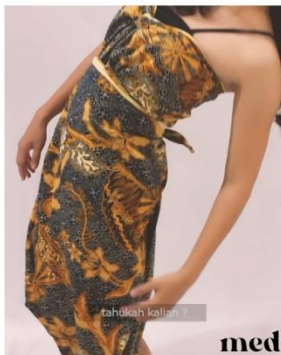
### Solusi :

Membuka wawasan dan pengetahuan masyarakat akan dampak buruk dari industri fast fashion dengan memperkenalkan industri slow fashion dan berkain melalui kampanye sosial. Dengan harapan pesan dapat tersampaikan dengan baik sehingga target dapat ikut serta dalam gerakan beralih ke slow fashion melalui berkain.

### media utama



Media utama dalam menyampaikan kampanye sosial ini dengan media videografi dan pendekatan editorial fashion fotografi. Dimana narasi digambarkan melalui pose dari model. Video akan diunggah dan disebarluaskan melalui sosial media Instagram dengan tujuan agar tepat sasaran yakni remaja aktif menggunakan sosial media.



Ada pula media pendukung dalam kampanye ini yaitu berupa video teaser dan konten Instagram. Video teaser akan diunggah untuk Instagram Ads dan Youtube Ads. Dalam video teaser diberi teks pendukung karna durasi singkat dan biasanya iklan tidak bisa diulang, maka dengan bantuan teks dapat membuat penonton lebih mudah memahami isi pesan.

### media pendukung 1



### 2 media pendukung

### referensi berkain



### desain konten instagram



Nadin Amizah, berkain dengan menggunakan kain Endek Bali.

Media pendukung lainnya yaitu berupa konten Instagram. Bermitra dengan Wastra Teruna (komunitas berkain di Semarang) dalam menyampaikan pesan seputar berkain. Konten yang akan disampaikan pun beragam. Diawali dengan penjelasan singkat mengenai gerakan berkain, ada pula referensi bagaimana mix and match berkain, dan sebagainya.



**7.71%** PLAGIARISM  
APPROXIMATELY

## Report #13334367

BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah 1.1.1 Fashion  
Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi setiap manusia yang berfungsi untuk menutupi dan melindungi bagian tubuh. Dalam penggunaan pakaian biasanya mengikuti trend fashion pada saat tertentu. (KBBI, 2016) fesyen memiliki pengertian ragam cara atau bentuk (gaya busana, potongan rambut, corak, dan sebagainya) terbaru dalam kurun waktu tertentu. Oleh karena itu, fesyen dapat berganti dan berubah dengan cepat seiring berjalannya waktu. Polhemus dan Procter juga menyebutkan bahwa fesyen sebagai istilah untuk menunjukkan gaya, busana serta dandanan. Namun seiring berjalannya waktu dan perkembangan di dunia fesyen, pakaian tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan pokok saja. Saat ini pakaian menjadi gambaran identitas atau citra dari penggunanya. Setiap individu pasti memiliki gaya busananya masing-masing. Mulai dari casual, chic, edgy, vintage, korean, dan sebagainya. Gaya busana setiap individu juga dapat berubah seiring perkembangan di dunia fesyen,