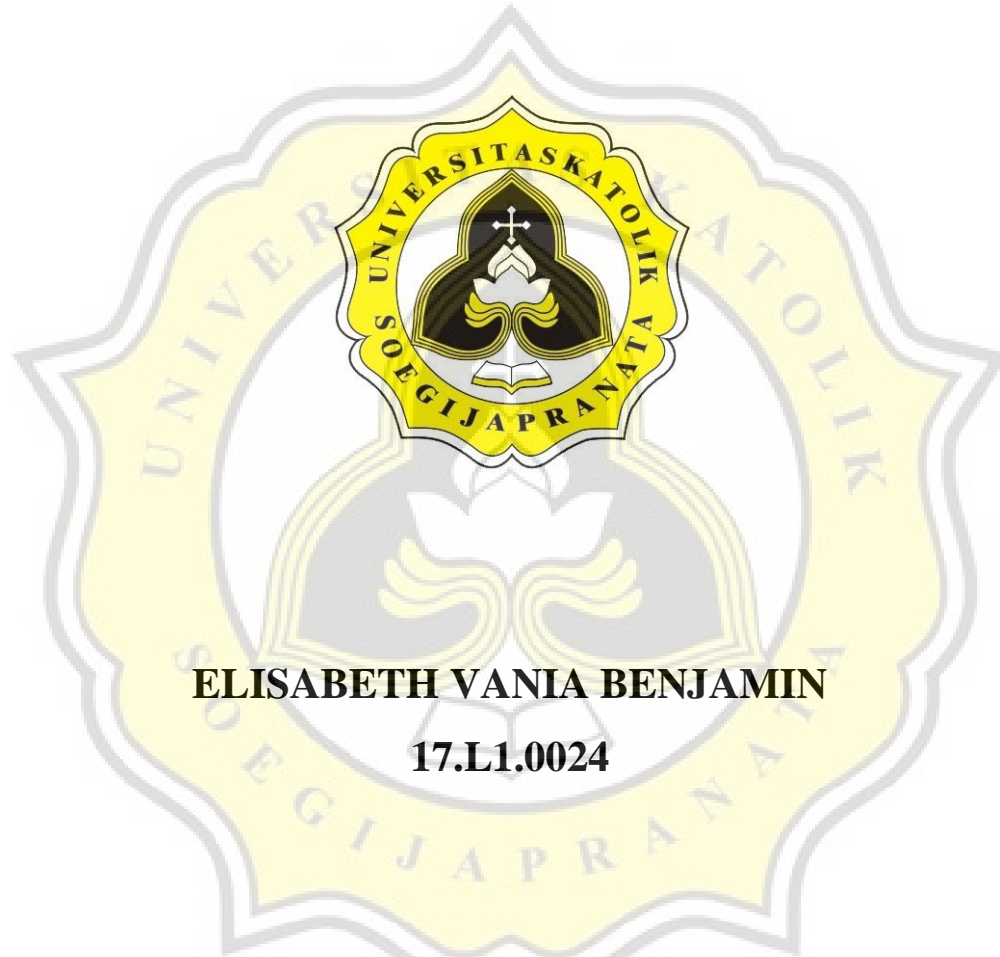


**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL ‘AJAKAN**  
**MENGGUNAKAN EKO-ENZIM’ BAGI IBU RUMAH TANGGA**  
**DI KOTA SEMARANG**



**ELISABETH VANIA BENJAMIN**

**17.L1.0024**

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**  
**SEMARANG**

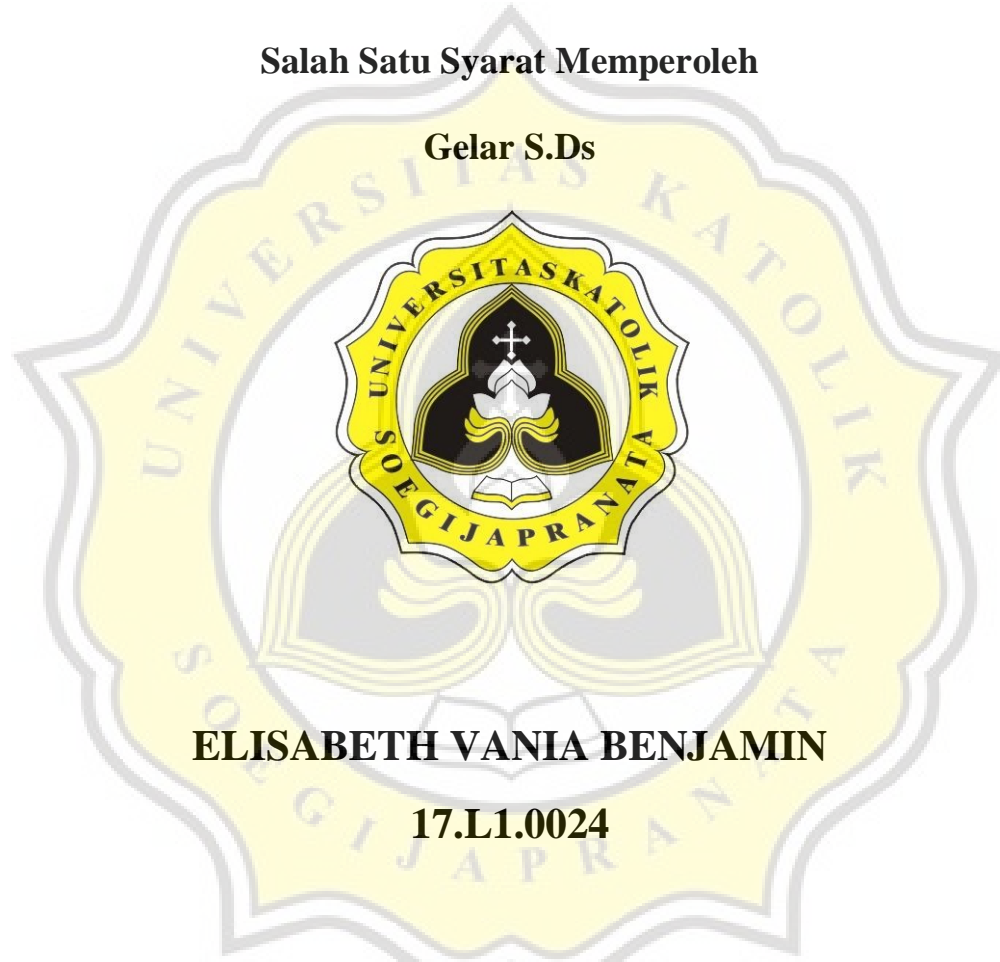
**2021**

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL ‘AJAKAN**  
**MENGGUNAKAN EKO-ENZIM’ BAGI IBU RUMAH TANGGA**  
**DI KOTA SEMARANG**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi**

**Salah Satu Syarat Memperoleh**

**Gelar S.Ds**



**ELISABETH VANIA BENJAMIN**

**17.L1.0024**

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**  
**SEMARANG**

**2021**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elisabeth Vania Benjamin

NIM : 17.L1.0024

Progdi / Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial ‘Ajakan menggunakan Eko enzim’ bagi Ibu rumah tangga di Kota Semarang” tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 17 Januari 2022

Yang menyatakan,



Elisabeth Vania B.

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL “AJAKAN  
MENGUNAKAN ENZIM” BAGI IBU RUMAH  
TANGGA DI KOTA SEMARANG

Diajukan oleh : Elisabeth Vania Benjamin

NIM : 17.L1.0024

Tanggal disetujui : 21 Desember 2021

Telah setuju oleh

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

Penguji 1 : Agustinus Dicky Prastomo SIP., M.A.

Penguji 2 : Bayu Widianoro S.T., M.Sn

Ketua Program Studi : Bayu Widianoro S.T., M.Sn

Dekan : Dra. B. Tyas Susanti M.A., Ph.D

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.L1.0024](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.L1.0024)

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elisabeth Vania Benjamin

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Jenis Karya : Desain Kampanye Sosial

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial ‘Ajakan menggunakan Eko enzim’ bagi Ibu rumah tangga di Kota Semarang” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 17 Januari 2022

Yang menyatakan



Elisabeth Vania B.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan makalah tugas akhir berjudul “Perancangan kampanye sosial ‘Ajakan menggunakan eko enzim’ bagi Ibu rumah tangga di Semarang” ini dengan lancar. Makalah ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan sarjana pada bidang studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Unika Soegijapranata. Penulis berharap makalah ini dapat berguna menambah wawasan pembaca mengenai desain kampanye dan eko enzim. Pembuatan makalah ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa membantu dan mendukung penulis dalam proses penyusunan makalah. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Bayu Widiatoro, M.T., M.Ds., selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan dosen penguji tugas akhir.
2. Bapak Agustinus Dicky Prastomo, S.IP., M.A., selaku dosen koordinator Tugas Akhir DKV periode 19 yang selalu mendukung dan tidak lelah menginformasi para mahasiswa selama proses pembuatan makalah.
3. Ibu Maya Putri Utami, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang membantu dan mengarahkan penulis dalam proses pembuatan makalah.
4. Ibu Arwin Purnama Jati, S.Sn., M.A., selaku dosen penguji tugas akhir yang selalu kritis memberi masukan selama proses sidang.
5. Serta keluarga dan seluruh teman-teman se-angkatan penulis yang ikut mendukung dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan makalah tugas akhir ini dengan baik.

Semarang, 10 Januari 2022



Elisabeth Vania B.

## ABSTRAK

Rumah tangga merupakan salah satu sumber pencemaran limbah terbesar di kota besar padat penduduk seperti Kota Semarang. Limbah kimia maupun limbah organik menyebabkan kerusakan lingkungan dan berdampak buruk bagi kesehatan masyarakat. Indonesia menempati urutan kedua sebagai negara penghasil limbah terbanyak di dunia dan merupakan negara dengan tingkat pencemaran yang tinggi. Tingkat kesadaran dan kontribusi masyarakat mengenai permasalahan lingkungan ini masih kurang. Eko enzim merupakan salah satu solusi yang dapat dilakukan masyarakat di tingkat rumah tangga. Eko enzim merupakan cairan pembersih serba guna yang dihasilkan dari proses fermentasi limbah organik sisa makanan. Eko enzim pertama kali diperkenalkan oleh Dr. Rosukon Poompavong seorang petani dan pendiri Asosiasi Pertanian Organik Thailand. Pembuatan eko enzim mudah dan murah sehingga bisa dilakukan oleh siapa saja. Eko enzim dapat digunakan sebagai pupuk organik, pembasmi hama, pembersih lantai, pembersih perabotan rumah, mencuci baju, mencuci piring, mencuci sayur dan buah, sabun badan, hingga obat-obatan. Kegunaan eko enzim yang luas dan terus berkembang memiliki potensi besar bagi masyarakat.

Kampanye sosial dirancang untuk mengajak masyarakat menggunakan eko enzim dan sebagai usaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pencemaran lingkungan rumah tangga. Desain Kampanye sosial yang dirancang mengikuti kaidah-kaidah desain dan disesuaikan dengan target khalayak yang merupakan Ibu rumah tangga muda sehingga lebih menarik. Hasil dari perancangan kampanye sosial yang diadakan secara daring ini diantaranya yaitu desain iklan media sosial, desain akun media sosial instagram dan facebook, desain konten story & feed media sosial, desain acara webinar, desain ekshibisi virtual, dan desain merchandise.

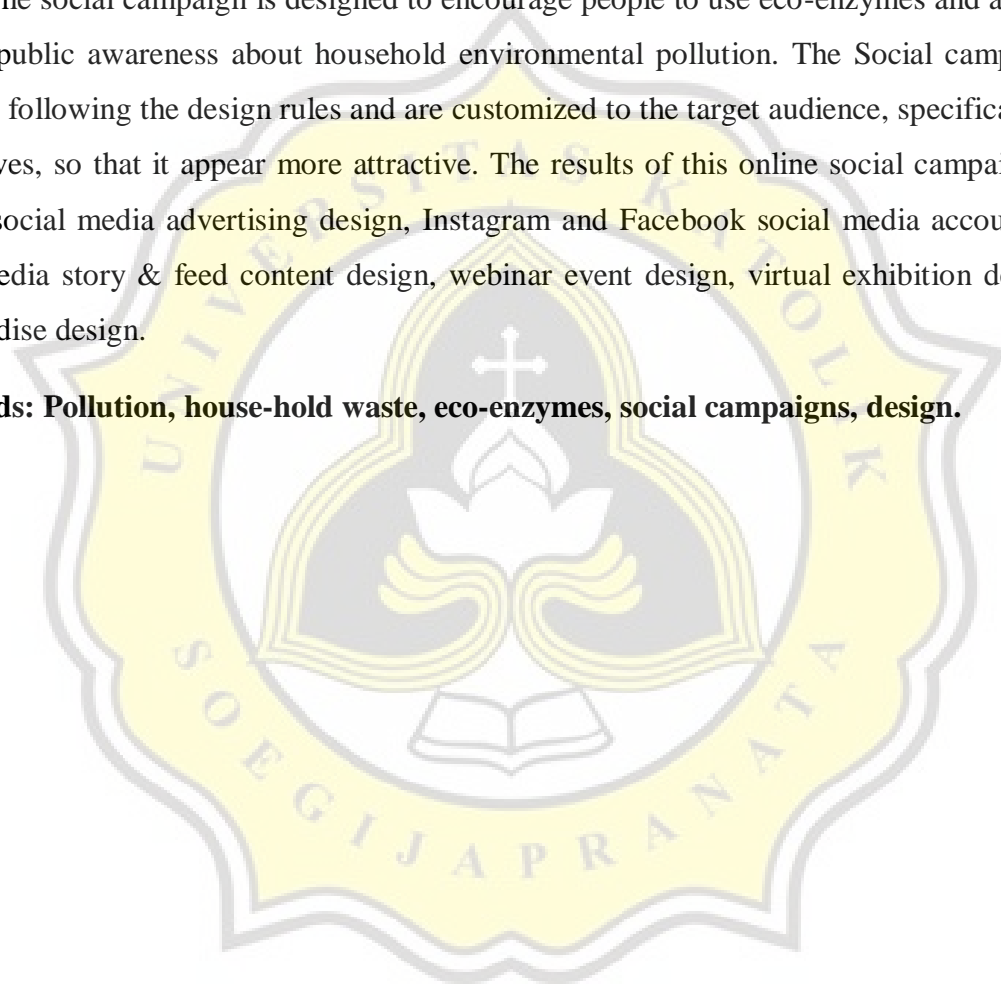
**Kata Kunci : Pencemaran, limbah rumah tangga, eko-enzim, kampanye sosial, desain.**

Households are one of the biggest sources of waste pollution in densely populated big cities such as Semarang City. Chemical waste and organic waste cause environmental damage and have a negative impact on public health. Indonesia ranks second as the largest waste-producing country in the world and is a country with a high level of pollution. The level of public awareness and contribution regarding this environmental problem is still lacking. Eco-enzyme is one solution that can be done by the community at the household level. Eco-enzyme is a general-purpose cleaning

fluid produced from the fermentation process of organic food waste. Eco enzymes were first introduced by Dr. Rosukon Poompavong, a farmer and founder of the Organic Agriculture Association, Thailand. The process of making eco enzymes is easy and cheap, that can be done by anyone. Eco-enzymes can be used as organic fertilizers, pest control, floor cleaners, household furniture cleaners, washing clothes, washing dishes, washing vegetables and fruit, body soap, and even medicines. The wide and growing use of eco-enzymes has great potential for society.

The social campaign is designed to encourage people to use eco-enzymes and as an effort to raise public awareness about household environmental pollution. The Social campaigns are designed following the design rules and are customized to the target audience, specifically young housewives, so that it appear more attractive. The results of this online social campaign design include social media advertising design, Instagram and Facebook social media account design, social media story & feed content design, webinar event design, virtual exhibition design, and merchandise design.

**Keywords: Pollution, house-hold waste, eco-enzymes, social campaigns, design.**





## DAFTAR ISI

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL ‘AJAKAN MENGGUNAKAN EKO-ENZIM’ BAGI IBU RUMAH TANGGA DI KOTA SEMARANG.....	0
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Identifikasi masalah .....	4
1.3 Pembatasan masalah .....	4
1.3.1 Lingkup Pembahasan.....	4
1.3.2 Batasan Wilayah.....	4
1.3.3 Sasaran .....	4
1.4 Rumusan masalah .....	5
1.5 Tujuan perancangan .....	5
1.6 Manfaat perancangan .....	5
1.6.1 Manfaat untuk masyarakat .....	5
1.6.2 Manfaat untuk penulis.....	5
1.7 Metode Perancangan .....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN UMUM .....	7
2.1 Kerangka Berpikir.....	7
2.2 Landasan Teori .....	8

2.2.1	Teori Eko Enzim .....	8
2.2.2	Teori Kampanye Sosial .....	11
2.2.3	Teori Media Komunikasi .....	12
2.2.4	Teori Klasifikasi Sosial-ekonomi .....	16
2.2.5	Teori Desain Grafis.....	17
2.2.6	Teori Identitas.....	17
2.2.7	Teori Branding.....	18
2.2.8	Teori Nama Brand .....	19
2.2.9	Teori Logo .....	20
2.2.10	Teori Tagline .....	21
2.2.11	Teori Layout .....	21
2.2.12	Teori Warna.....	22
2.2.13	Teori Tipografi .....	25
2.2.14	Teori Ilustrasi.....	27
2.3	Studi Komparasi .....	27
<b>BAB III.....</b>		<b>30</b>
<b>STRATEGI KOMUNIKASI.....</b>		<b>30</b>
3.1	Analisis Data.....	30
3.1.1	Data Literatur dan Dokumentasi Online .....	30
3.1.2	Data Wawancara .....	31
3.1.3	Data Kuisisioner.....	32
3.1.4	Analisis SWOT.....	37
3.2	Khalayak Sasaran.....	39
3.3	Strategi Komunikasi.....	40
3.3.1	Creative Brief (5W+1H) .....	40
3.3.2	Tema Kampanye.....	41
3.3.3	Judul Kampanye .....	41
3.3.4	Media Kampanye.....	41
3.3.5	Strategi Penyampaian Pesan (AISAS) .....	42
3.4	Strategi Media Komunikasi.....	44
3.5	Perencanaan Biaya .....	45
<b>BAB IV.....</b>		<b>46</b>

STRATEGI KREATIF .....	46
4.1    Konsep Verbal .....	46
4.1.1    Tema Kampanye .....	46
4.1.2    Judul Kampanye .....	46
4.1.3    Slogan/Tagline .....	46
4.1.4    Hashtags .....	46
4.1.5    Tone and Manner .....	47
4.1.6    Bahasa yang digunakan.....	47
4.2    Konsep Visual.....	47
4.2.1    Logo .....	47
4.2.2    Ilustrasi.....	50
4.2.3    Tipografi.....	51
4.2.4    Warna .....	52
4.2.5    Layout .....	53
4.3    Hasil Desain.....	54
4.3.1    Tahap Attention and Interest .....	54
4.3.2    Tahap Search .....	56
4.3.3    Tahap Action .....	61
4.3.4    Tahap Share .....	66
BAB V .....	67
KESIMPULAN DAN SARAN .....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Gambar 2.2 Bahan Pembuatan Eko Enzim

Gambar 2.3 Cara Pembuatan Eko Enzim

Gambar 2.4 Tampilan Media Sosial Instagram

Gambar 2.5 Tampilan Media Sosial Facebook

Gambar 2.6 Logo Berdasarkan Jenisnya

Gambar 2.7 Teori Warna

Gambar 2.8 Jenis Huruf berdasarkan Kategori

Gambar 2.9 Tampilan Exhibisi Virtual Batik Banyumas

Gambar 3.1 Grafik Profil Responden

Gambar 3.2 Grafik Perilaku Responden

Gambar 3.3 Grafik Pengetahuan Responden tentang Eko Enzim

Gambar 3.4 Grafik Preferensi Media Responden

Gambar 3.5 Grafik Preferensi Visual Grafis Responden

Gambar 4.1 Bentuk Dasar Logo

Gambar 4.2 Logo Kampanye

Gambar 4.3 Warna Logo

Gambar 4.4 Tipografi Logo

Gambar 4.5 Contoh Ilustrasi Perancangan Kampanye

Gambar 4.6 Tiporafi Perancangan Kampanye

Gambar 4.7 Palet Warna Perancangan Kampanye

Gambar 4.8 Layout Desain Perancangan Kampanye

Gambar 4.9 Desain Video Iklan Online Kampanye Eko enzim

Gambar 4.10 Desain Sosialisasi Acara Kampanye Eko enzim

Gambar 4.11 Desain Akun Media Sosial Kampanye Eko enzim

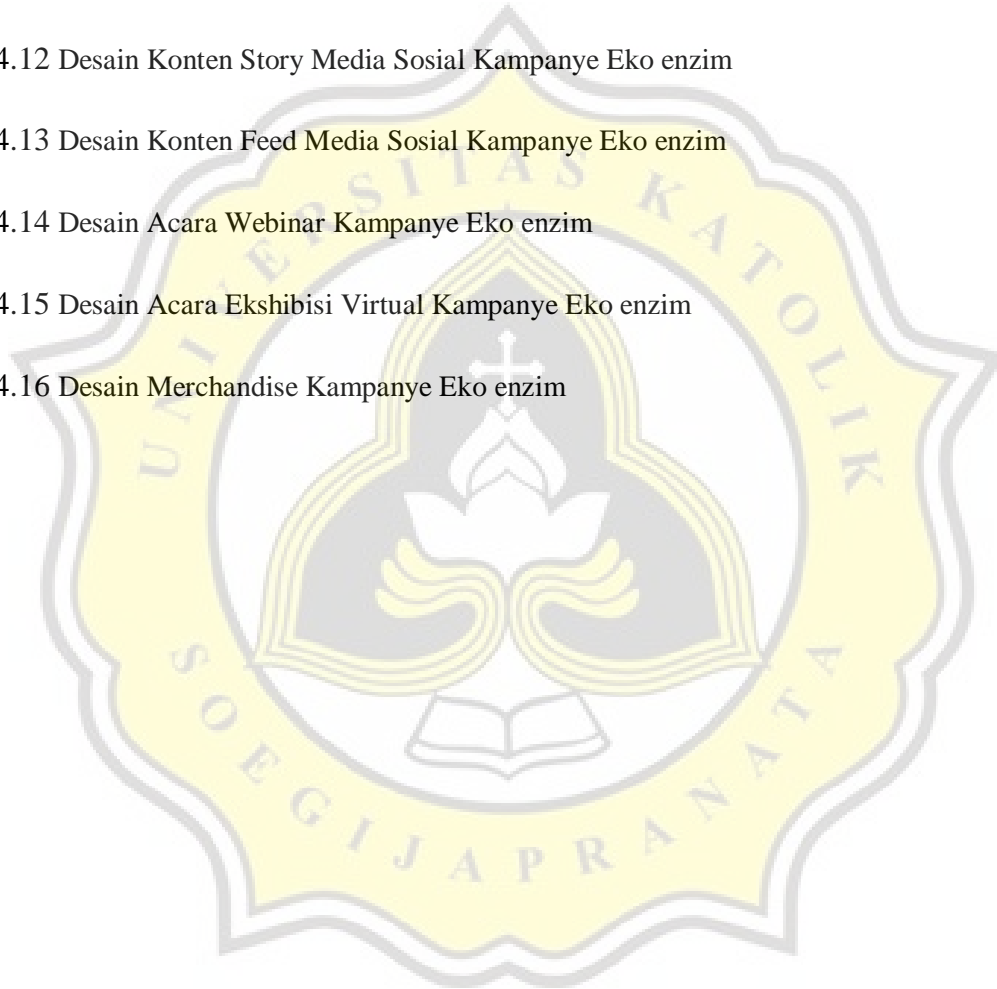
Gambar 4.12 Desain Konten Story Media Sosial Kampanye Eko enzim

Gambar 4.13 Desain Konten Feed Media Sosial Kampanye Eko enzim

Gambar 4.14 Desain Acara Webinar Kampanye Eko enzim

Gambar 4.15 Desain Acara Ekshibisi Virtual Kampanye Eko enzim

Gambar 4.16 Desain Merchandise Kampanye Eko enzim



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Arti Warna

Tabel 3.1 Media Kampanye

Tabel 3.2 Perencanaan Biaya



## DAFTAR LAMPIRAN

Gambar Wawancara bersama Relawan Komunitas Eco Enzyme Nusantara

Gambar Hasil Scan Plagiasi

