

Perancangan Visual Kampanye Mengurangi *Financial Anxiety* Akibat *Fast Fashion* Terhadap Generasi Z



Disusun Oleh:

NAMA : KELLY YUMICO, PIE

NIM : 21.L1.0013

Dosen Pembimbing:

Peter Ardianto, S.Sn., M.Sn., Ph.D.

NPP: 05812015295

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIKA SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024/2025

LAPORAN TUGAS AKHIR

Perancangan Visual Kampanye Mengurangi *Financial Anxiety* Akibat *Fast Fashion* Terhadap Generasi Z

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar S.Ds.**



Disusun Oleh:

NAMA : KELLY YUMICO, PIE

NIM : 21.L1.0013

Dosen Pembimbing:

Peter Ardianto, S.Sn., M.Sn., Ph.D.

NPP: 05812015295

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIKA SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024/2025

ABSTRACT

The rapid growth of the fast fashion industry has driven Generation Z consumers, especially women, to constantly follow trends in order to build their self-image on social media. This social pressure has led to excessive consumption behavior, triggering financial anxiety. Impulsive shopping and uncontrolled use of pay-later services contribute to psychological and financial distress. Despite this, there is still a lack of integrated education addressing the link between fast fashion and financial well-being. This project presents a visual campaign designed to raise awareness among Generation Z about the financial impact of fast fashion. It also offers an alternative solution through fashion swap activities, encouraging more mindful and sustainable consumption habits.

Keyword: fast fashion, financial anxiety, visual campaign

ABSTRAK

Perkembangan industri *fast fashion* yang pesat mendorong konsumen, khususnya Generasi Z, untuk terus mengikuti tren demi membangun citra diri di media sosial. Tekanan sosial ini menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif berlebihan, khususnya pada perempuan, hingga memicu kondisi *financial anxiety*. Belanja impulsif, penggunaan *paylater* secara tidak terkontrol, dan tekanan untuk tampil sesuai standar sosial berkontribusi terhadap gangguan psikologis dan finansial. Sayangnya, masih minim edukasi yang membahas keterkaitan antara *fast fashion* dan *financial anxiety*. Oleh karena itu, penulis merancang kampanye visual edukatif yang bertujuan meningkatkan kesadaran Generasi Z mengenai dampak *fast fashion* terhadap kondisi finansial mereka, sekaligus menawarkan solusi berupa alternatif konsumsi *fashion* yang lebih sadar dan berkelanjutan melalui aktivitas *fashion swap*.

Kata kunci: *fast fashion, financial anxiety*, kampanye visua