

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG PENANGANAN
SAMPAH RUMAH TANGGA (FOOD WASTE) OLEH GARDA PANGAN
UNTUK KALANGAN IBU RUMAH TANGGA DI SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Oleh:

Aqila Safitri

NPM. 21052010066

Pembimbing 1:

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom

NIP3K: 19810929 202121 1002

Pembimbing 2:

Widyasari, S.T., M.T

NPT. 182 19890920 075

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR

2025

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG PENANGANAN
SAMPAH RUMAH TANGGA (FOOD WASTE) OLEH GARDA PANGAN
UNTUK KALANGAN IBU RUMAH TANGGA DI SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Oleh:

Aqila Safitri

NPM. 21052010066

Pembimbing 1:

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom

NIP3K: 19810929 202121 1002

Pembimbing 2:

Widyasari, S.T., M.T

NPT. 182 19890920 075

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

HALAMAN PENGESAHAN

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG PENANGANAN SAMPAH RUMAH TANGGA (FOOD WASTE) OLEH GARDA PANGAN UNTUK KALANGAN IBU RUMAH TANGGA DI SURABAYA

Disusun Oleh:

AQILA SAFITRI

21052010066

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal : 22 Mei 2025

Pembimbing I

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom

NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing II

Widyasari, S.T., M.T

NPT. 182 19890920 075

Penguji I

Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19910728 202203 1004

Penguji II

Dr. Aryo Bayu Wibisono, S.T, M.Med.Kom

NIPPPK. 19831204 2021 211001

Tugas akhir ini diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Ibnu Sholichin, S.T., M.T

NIPPPK. 19710916 202121 100

HALAMAN PERSETUJUAN

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG PENANGANAN SAMPAH RUMAH TANGGA (FOOD WASTE) OLEH GARDA PANGAN UNTUK KALANGAN IBU RUMAH TANGGA DI SURABAYA

Disusun oleh:

AQILA SAFITRI

21052010066

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 22 Mei 2025

Pembimbing 1



Aditya Rahman Yari, S.T., M.Med.Kom
NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing 2



Widvasari, S.T., M.T
NPT. 182 19890920 075

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T., M.Sn
NIPPPK. 19840512 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aqila Safitri
NPM : 21052010066
Program : Sarjana(S1)/~~Magister (S2) / Doktor (S3)~~
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang Membuat

pernyataan



Nama Aqila Safitri

NPM 21052010066

ABSTRAK

Sampah makanan atau sisa sampah makanan (*Food Waste*) adalah penghasil sampah terbesar di Indonesia, dan menjadi penyumbang terbesar dalam ketahanan pangan global. Sebagai penghasil tertinggi kedua di dunia, Indonesia membuang sekitar 23-48 juta ton makanan per tahun yang menyebabkan kerugian ekonomi hingga Rp551 triliun dan berakibat besar pada pemanasan global. Garda Pangan, sebagai *social enterprise* yang bergerak sebagai *food bank* di Surabaya berfokus pada isu yang sama dalam menyelamatkan makanan layak konsumsi. Sehingga untuk menjawab tantangan ini, kampanye sosial menjadi salah satu upaya penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat pada rumah tangga.

Perancangan ini menggunakan metode campuran atau *mixed method* dengan perpaduan penelitian deskriptif dan kualitatif sebagai memvalidasi data-data yang didapatkan secara observatif, wawancara hingga *Forum Group Discussion*.

Hasil dari data yang didapatkan dan sudah diolah menjadi perancangan, maka kampanye sosial ini mendapatkan strategi penyampaian yang baik dengan pendekatan ekonomis, edukatif dan komunikatif, terkhusus pada target audiens Ibu Rumah Tangga usia 25-35 tahun di Surabaya yang setidaknya memasak sekali dalam sehari. Pada strategi penyampaian ini dipecah dengan tahapan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) yang kemudian dikembangkan kembali menjadi program kampanye melalui media visual yang disajikan dalam unggahan Instagram seperti *feeds*, *story* dan *reels*, hingga media pendamping yang didapatkan dari *point of contact consumer journey*.

Harapan dari perancangan ini adalah bisa memberikan perubahan terkait isu *Food Waste* di Surabaya, untuk mengurangi dan mencegah timbulan sampah yang merugikan dari berbagai aspek. Saya harap, dari perancangan ini juga bisa memotivasi perancang lain untuk menjunjung perubahan yang lebih baik.

Kata kunci: Sampah Makanan, Kampanye Sosial, Garda Pangan, *Food Waste*.

ABSTRACT

Food waste is the largest contributor to waste in Indonesia and one of the main threats to global food security. As the second-largest food waster in the world, Indonesia discards approximately 23–48 million tons of food annually, resulting in an economic loss of up to IDR 551 trillion and contributing significantly to global warming. Garda Pangan, a social enterprise based in Surabaya that operates as a food bank, focuses on addressing this issue by rescuing edible food. In response to this challenge, a social campaign is considered an essential effort to raise public awareness, particularly at the household level.

This design project employs a mixed methods approach by combining descriptive and qualitative research to validate data obtained through observation, interviews, and focus group discussions (FGDs). Based on the data collected and analyzed, this social campaign was developed with a strategy that emphasizes economic, educational, and communicative values, specifically targeting housewives aged 25–35 in Surabaya who cook at least once a day.

The communication strategy is structured using the AISAS framework (Attention, Interest, Search, Action, Share) and further translated into a series of visual content for Instagram, including feeds, stories, and reels. It is supported by companion media that serve as touchpoints throughout the consumer journey.

The goal of this campaign is to drive behavioral change around food waste issues in Surabaya, aiming to reduce and prevent avoidable waste from multiple aspects. It is also hoped that this project can inspire other designers to create work that promotes meaningful social impact and contributes to a more sustainable future.

Keyword: Food Waste, Social Campaign, Garda Pangan, Food Loss.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan perancang kemampuan dan kesehatan secara fisik dan mental sehingga dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Sampah Rumah Tangga (*Food Waste*) oleh Garda Pangan untuk Kalangan Ibu Rumah Tangga di Surabaya”. Laporan ini dapat diselesaikan karena banyaknya bantuan, dukungan dan juga masukan yang diterima oleh penulis. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhanku Allah SWT yang Maha Pengasih, Maha Penyayang dan Maha Pengampun. TanpaMu tugas akhir ini tidak dapat selesai.
2. Aku yang selalu berjuang.
3. Mama, Papa, Kakak, Mbahti, Mbahkung, Tante, Om dan adik-adik sepupu serta Sabita, Boyen dan Menis tersayang yang sudah menemani dan memberikan segala dukungan selama perancangan tugas akhir.
4. Ibu Masnuna, ST., M.Sn selaku Koor Prodi Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dengan sepenuh hati, sabar dan memberikan dukungan emosional.
6. Ibu Widyasari, S.T., M.T, selaku Dosen Pembimbing yang membantu perancang dalam segala proses persiapan tugas akhir.
7. Ibu Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds selaku Dosen Wali penulis di Prodi Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jawa Timur.
8. Seluruh bapak dan ibu dosen serta administratif DKV atas bimbingan dan bantuannya selama perkuliahan hingga tugas akhir.
9. Kak Kevin dan tim Garda Pangan, yang selalu *welcome* dan semangat membantu proses perancangan.
10. Noni, sahabat sejutiku yang selalu mendengarkan setiap tengah malam sejak 2009.
11. Rara, Elvira dan Intan sahabatku yang seru dan candaan yang tiada habisnya.

12. Anap, Anek, Egin, Sapi, Suga, Suki dan Yasmin, teman-teman seperjuangan yang selalu menyenangkan, membantu dan membagi keluh kesah bersama selama perkuliahan.
13. Kesukaanku, semua film Marvel dan idolaku yang memberikan motivasi untuk tetap terus berjalan, Sam, Bucky dan Mark Lee.
14. Teman-teman angkatan 21 yang sudah melalui banyak hal dari awal berkuliah, mengerjakan tugas bersama, organisasi bersama, dan berjuang bersama.
15. Teman-teman IISMA VMU-ku, dan warga 509 dan 514.
16. Mas Wibi, yang siap merealisasikan ide pameranku.
17. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Perancang menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan hingga perancangan. Sehingga, perancang terbuka terhadap kritik dan saran agar menjadi lebih baik lagi. Perancang berharap hasil akhir ini bisa bermanfaat bagi bangsa dan negara.

Surabaya, 13 Juni 2025

Aqila Safitri

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Perancangan.....	8
1.6 Manfaat Perancangan.....	9
1.7 Kerangka Perancangan.....	9
BAB II	
LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING.....	10
2.1 Definisi Operasional Judul.....	10
2.1.1 Definisi Kampanye.....	10
2.1.2 Definisi Sosial.....	11
2.1.3 Definisi Penanganan.....	11
2.1.4 Definisi Sampah Rumah Tangga.....	11
2.1.5 Definisi Food Waste.....	12
2.1.6 Definisi Garda Pangan.....	12
2.1.7 Definisi Ibu Rumah Tangga.....	12
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Tinjauan Pustaka Kampanye.....	12
2.2.2 Tinjauan Pustaka Sosial Media.....	16
2.2.3 Tinjauan Pustaka Sampah.....	19
2.2.4 Tinjauan Pustaka Food Waste.....	20
2.2.5 Tinjauan Pustaka Non Governmental Organization (NGO).....	24
2.2.6 Tinjauan Metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).....	29
2.2.7 Tinjauan Stakeholder.....	30
2.3 Tinjauan Eksisting.....	35

2.3.1 Studi Eksisting.....	35
2.3.2 Studi Kompetitor.....	47
2.3.3 Studi Komparator.....	59
BAB III	
METODOLOGI DESAIN.....	65
3.1 Metode Perancangan.....	65
3.2 Objek Perancangan.....	65
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.3.1 Data primer.....	66
3.3.2 Data sekunder.....	70
3.2.3 Target audiens.....	71
3.4 Teknik Analisis Data.....	72
3.4.1 Analisis Data Kuesioner.....	72
3.4.2 Analisis Data Forum Group Discussion (FGD).....	80
3.4.3 Analisis Data Wawancara.....	88
3.4.4 Analisis Data Observasi.....	90
3.4.5 Analisis Data 5W+1H.....	92
3.4.6 Analisis Consumer Insight.....	96
3.4.7 Analisis Consumer Journey.....	97
3.5 Sintesa Data.....	99
BAB IV	
KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....	101
4.1 Perumusan Konsep.....	101
4.1.1 Perumusan Keyword.....	101
4.1.2 Konsep Verbal.....	104
4.1.3 Konsep Visual.....	107
4.1.4 Konsep Media Kampanye.....	110
4.2 Perancangan Desain.....	129
4.2.1 Logo.....	129
4.2.1 Desain Supergrafis.....	132
4.2.3 Desain Feeds Instagram.....	133
4.2.4 Desain Story Instagram.....	138
4.2.5 Desain Reels Instagram.....	140
4.2.5 Desain Booklet Saku.....	141
4.2.6 Desain Tong Sampah Organik Rumah.....	141
4.2.7 Desain Poster.....	142
4.2.8 Desain Merchandise.....	143
4.2.9 Desain Template Meal Plan dan Daftar Belanja.....	144
4.2.10 Desain Magnet Kulkas.....	144
4.2.11 Desain Celemek.....	145

4.2.12 Desain Sticker Tag.....	145
4.2.13 Desain Kontainer Makanan.....	146
4.2.14 Desain Iklan Wira Wiri Surabaya.....	146
4.2.15 Desain Tong Sampah Organik Publik.....	147
4.2.15 Desain Iklan Mobil.....	147
4.2.16 Desain Booth Pameran.....	148
4.3 Biaya Produksi.....	148
BAB V	
PENUTUP.....	150
5.1 Kesimpulan.....	150
5.2 Saran.....	150
DAFTAR PUSTAKA.....	152
LAMPIRAN.....	158
A. Hasil Wawancara dan Forum Group Discussion (FGD).....	158
B. Dokumentasi Pameran.....	175
C. Form Asistensi.....	176
D. Formulir Pengajuan Judul.....	179
E. Formulir Pengajuan Bimbingan Tugas Akhir.....	180
F. Formulir Validasi Kesiapan Tugas Akhir.....	181

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Perancangan.....	9
Gambar 2.1 Logo Garda Pangan.....	30
Gambar 2.2 Konten Garda Pangan.....	31
Gambar 2.3 Program Food Rescue Garda Pangan.....	32
Gambar 2.4 Program Gleaning Garda Pangan.....	33
Gambar 2.5 Program Food Drive Garda Pangan.....	33
Gambar 2.6 Program Wedding & Event Garda Pangan.....	34
Gambar 2.7 Program Wedding & Event Garda Pangan.....	34
Gambar 2.8 Program Kids Education Garda Pangan.....	35
Gambar 2.9 Akun Instagram Garda Pangan, 2024.....	35
Gambar 2.10 Akun Instagram Food Bank Bandung.....	49
Gambar 3.1 Wawancara dengan tim Garda Pangan.....	68
Gambar 3.2 Pendistribusian Makanan Berlebih di Kampung Pra-sejahtera.....	69
Gambar 3.3 Pie chart hasil kuesioner “Berapa kali kamu memasak dalam sehari?”.....	73
Gambar 3.4 Pie chart hasil kuesioner “Apa biasanya yang kamu lakukan dengan sisa bahan makanan di rumah?”.....	73
Gambar 3.5 Pie chart hasil kuesioner “Seberapa sering kamu membuang makanan yang tidak habis?”.....	74
Gambar 3.6 Pie chart hasil kuesioner “Apa alasan kamu membuang makanan?”.....	75
Gambar 3.7 Pie chart hasil kuesioner pengetahuan istilah Food Loss dan Food Waste,.....	75
Gambar 3.8 Bar chart hasil kuesioner pemahaman istilah Food Loss dan Food Waste.....	76
Gambar 3.9 Pie chart hasil kuesioner kebiasaan pengelolaan sisa sampah makanan.....	77
Gambar 3.10 Bar chart hasil kuesioner persepsi kepentingan dalam pengurangan food waste... 78	
Gambar 3.11 Bar chart hasil kuesioner ketertarikan responden dalam kampanye pengurangan food waste.....	79
Gambar 3.12 Pie chart hasil kuesioner asal mengetahui Garda Pangan.....	79
Gambar 3.13 Forum Group Discussion pertama dengan mbak Nadin dan mbak Titin.....	80
Gambar 3.14 Forum Group Discussion kedua dengan mbak Shinta dan mbak Lita.....	84
Gambar 3.15 Wawancara dengan tim Garda Pangan.....	88
Gambar 3.16 Observasi di kantor Garda Pangan dan kampung pra-sejahtera.....	90
Gambar 3.17 Pengecekan kualitas makanan berlebih di kantor Garda Pangan.....	91
Gambar 3.19 Profil target audiens.....	97
Gambar 4.1 Bagan perumusan keyword.....	101
Gambar 4.2 Contoh gaya visual dari Halo Lab,.....	108
Gambar 4.3 Contoh logo, 2025.....	108
Gambar 4.4 Referensi palet warna.....	109
Gambar 4.5 Contoh tipografi.....	110

Gambar 4.6 Brainstorming Log

Gambar 4.7 Sketsa Logo.....	130
Gambar 4.8 Hasil Komprehensif Desain.....	131
Gambar 4.9 Desain Final Logo.....	131
Gambar 4.10 Desain Supergrafis.....	132
Gambar 4.11 Desain Feeds Instagram.....	137
Gambar 4.12 Desain Story.....	139
Gambar 4.13 Desain Reels.....	140
Gambar 4.14 Desain Booklet Saku.....	141
Gambar 4.15 Desain Tong Sampah Organik Rumah.....	142
Gambar 4.16 Desain Poster.....	142
Gambar 4.17 Desain Merchandise.....	143
Gambar 4.18 Desain Template Meal Plan dan Daftar Belanja.....	144
Gambar 4.19 Desain Magnet Kulkas.....	144
Gambar 4.20 Desain Celemek.....	145
Gambar 4.21 Desain Sticker Tag.....	145
Gambar 4.22 Desain Kontainer Makanan.....	146
Gambar 4.23 Desain Iklan Wira Wiri Surabaya.....	146
Gambar 4.24 Desain Tong Sampah Organik Publik.....	147
Gambar 4.25 Desain Iklan Mobil.....	147
Gambar 4.26 Desain Booth Pameran.....	148

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis media Garda Pangan.....	36
Tabel 2.2 Analisis media Food Bank Bandung.....	49
Tabel 2.3 Analisis media kampanye.....	60
Tabel 3.1 Analisis 5W + 1H What (apa).....	92
Tabel 3.2 Analisis 5W + 1H When (kapan).....	93
Tabel 3.3 Analisis 5W + 1H Where (dimana).....	93
Tabel 3.4 Analisis 5W + 1H Who (siapa).....	94
Tabel 3.5 Analisis 5W + 1H Why (kenapa).....	95
Tabel 3.6 Analisis 5W + 1H How (apa).....	95
Tabel 3.7 Analisis PoC Hari Kerja (weekday), 2025.....	97
Tabel 3.8 Analisis PoC Hari Libur (weekend), 2025.....	98
Tabel 4.2 Tabel Perencanaan Kampanye berdasarkan timeline, 2025.....	110
Tabel 4.3 Tabel Strategi Penyampaian Berdasarkan Level Efek AISAS, 2025.....	112
Tabel 4.4 Tabel Program Kampanye Sosial Media, 2025.....	113
Tabel 4.5 Tabel Content Planning Kampanye Sosial Media, 2025.....	115
Tabel 4.6 Tabel Biaya Produksi, 2025.....	148

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Garda Pangan.....	158
Lampiran 2 Transkrip Audio FGD ke-1.....	175
Lampiran 3 Transkrip Audio FGD ke-2.....	175
Lampiran 4 Dokumentasi Pameran.....	175
Lampiran 5 Formulir Asistensi.....	176
Lampiran 6 Formulir Pengajuan Judul.....	179
Lampiran 7 Formulir Pengajuan Bimbingan Tugas Akhir.....	180
Lampiran 8 Formulir Validasi Kesiapan Tugas Akhir.....	181