

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *URBAN FARMING*
UNTUK MASYARAKAT KOTA SURABAYA

Untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

Muhamad Ricky Prasetya

21052010006

Pembimbing 1:

Aileena S. C. R. El Chidtian, S.T., M.Ds

Pembimbing 2:

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

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/2025

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *URBAN FARMING*
UNTUK MASYARAKAT KOTA SURABAYA



Oleh:

Muhamad Rizky Prasetya

21052010006

Pembimbing 1:

Aileena S. C. R. El Chiddian, S.T., M.Ds

Pembimbing 2:

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

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/2025

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *URBAN FARMING*
UNTUK MASYARAKAT KOTA SURABAYA

Disusun Oleh:

Muhamad Rizky Prasetya

21052010006

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing I

Aileena Solicitor C.R.E.C., S.T., M.Ds.
NIPPPK. 19870119 202421 2024

Pembimbing II

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

Penguji I

Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19941124 202406 2002

Penguji II

Sri Wulandari, S.Sn., M.A.
NPT. 202 19930419 173

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Donu Solichin, S.T., M.T.
NIPPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *URBAN FARMING*
UNTUK MASYARAKAT KOTA SURABAYA

Disusun Oleh:

Muhamad Riky Prasetya

21052010006

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing I

Aileen Solicitor C.R.E.C., S.T., M.Ds.
NIPPPK. 19870119 202421 2024

Pembimbing II

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

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Koordinator 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 : Muhamad Ricky Prasetya
NPM : 21052010006
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
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



Muhamad Ricky Prasetya
NPM: 21052010006

ABSTRAK

Ketahanan pangan menjadi salah satu keadaan darurat dan masalah utama di berbagai negara, terlebih dengan adanya pandemi Covid-19 beberapa tahun lalu yang semakin memperburuk kondisi tersebut. Di Indonesia, sektor pangan merupakan salah satu sektor yang cukup besar dalam menyumbangkan angka inflasi. Kota Surabaya sebagai kota terbesar kedua di Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari tiga juta jiwa, turut menghadapi tantangan besar dalam hal ketahanan pangan.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga ketahanan pangan adalah dengan mewujudkan kemandirian pangan. Namun, menciptakan kemandirian pangan di kota besar seperti Surabaya bukanlah hal yang mudah. Lahan pertanian produktif di Kota Surabaya semakin menyusut setiap tahunnya, dan tata kelola kota lebih berfokus pada sektor industri serta jasa dibandingkan pertanian.

Urban farming atau pertanian di wilayah perkotaan menjadi salah satu solusi terbaik untuk mencapai kemandirian pangan. Solusi ini diperkuat melalui hasil kuesioner, observasi, dan wawancara yang menunjukkan potensi urban farming di Surabaya. Meskipun demikian, kesadaran masyarakat Surabaya akan pentingnya praktik urban farming masih tergolong rendah.

Melalui perancangan kampanye ini, diharapkan dapat meningkatkan minat dan kesadaran masyarakat Kota Surabaya untuk lebih antusias dalam melaksanakan urban farming. Kampanye ini bertujuan untuk memberikan edukasi sekaligus dorongan kepada masyarakat agar lebih peduli terhadap isu ketahanan pangan dan mulai mengambil peran aktif dalam solusi berbasis lingkungan dan keberlanjutan.

Kata kunci: *Urban farming*, ketahanan pangan, kampanye

ABSTRACT

Food security has become one of the emergency issues faced by many countries, further exacerbated by the Covid-19 pandemic in recent years. In Indonesia, the food sector is one of the main contributors to the country's inflation rate. Surabaya, as the second-largest city in Indonesia with a population of over three million people, faces significant challenges in ensuring food security.

One key effort to strengthen food security is through food self-sufficiency. However, achieving food self-sufficiency in a large urban area like Surabaya is particularly difficult. Productive agricultural land in the city continues to shrink every year, and urban planning in Surabaya prioritizes industrial and service sectors over agriculture.

Urban farming, or agriculture within urban areas, presents one of the most viable solutions to achieve food self-sufficiency. This is supported by findings from questionnaires, observations, and interviews, which indicate the potential of urban farming in Surabaya. However, public awareness of the importance of urban farming remains very low.

Through this campaign design, it is expected that the interest and awareness of Surabaya's residents towards urban farming will increase. The campaign aims to educate and encourage the public to be more engaged in addressing food security through sustainable and environmentally friendly practices.

Keywords: *Urban farming, food security, campaign*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan seminar proposal tugas akhir ini dengan hasil yang maksimal. Selama melakukan penulisan laporan akhir ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan serta banyak kebersamaan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih, terutama kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya selaku Lembaga atau stakeholder dari perancangan ini, serta seluruh staff/karyawan DKPP Kota Surabaya yang turut terlibat.
3. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan semangat serta doa agar penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini secara maksimal.
4. Ibu Aileen Solicitor Costa Rica El Chidtian selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa memberikan saran dan masukan, sehingga tugas akhir saya bisa berjalan dengan baik.
5. Teman-teman Desain Komunikasi Visual, utamanya Firaghaida, Aldila, dan Alfina - lentera di setiap Langkah, yang setia menyertai penulis dalam riang tawa maupun kelim duka.
6. Mas Alfiansyah Prasetyo Nugroho, penghibur dikala runtuhnya semangat,- hadir membawa tawa ketika penulis letih, di antara malam menjelang siding akhir dan pameran.
7. Mas Abdul Ghofur sebagai ahli desain sekaligus teman yang selalu memberi saran dan nasihat serta mendukung penulis membuat desain yang baik untuk perancangan ini.
8. Ibnu mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2022 yang turut membantu penulis bertemu narasumber.
9. Teman-teman SMA (Hanifah, Anggi, Farel, Nurul, Patricia, dan Alvira) yang selalu jadi tempat bercerita penulis ketika pulang ke Blitar.
10. Kopi kenangan, *dcoffecup*, *tomoro coffe*, dan semua coffehop yang sering penulis kunjungi untuk mengerjakan tugas akhir penulis.
11. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis ucapkan terimakasih atas dukungan dan doanya dalam pelaksanaan dan penulisan laporan ini.

Surabaya, 23 Mei 2025

Penuli

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.7. Kerangka Perancangan.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA DAN STUDI EXISTING	9
2.1 Definisi Operasional Judul.....	9
2.1.1 Kampanye Sosial	9
2.1.2 <i>Urban Farming</i>	9
2.1.3 Masyarakat Kota Surabaya	10
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Tinjauan tentang Kampanye Sosial	10
2.2.2 Tinjauan tentang Urban Farming.....	13
2.2.3 Tinjauan tentang Desain Komunikasi Visual	16

2.3 Profil Lembaga	23
2.4 Studi Eksisting.....	24
2.5 Studi Komparator	27
BAB III	34
METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Metode Perancangan	34
3.2 Tahapan Perancangan.....	34
3.2.1 Penentuan Fenomena.....	34
3.2.2 Hipotesis sementara.....	35
3.2.3 Penentuan Rumusan Masalah.....	35
3.2.4 Studi Literatur.....	36
3.2.5 Studi Kompetitor dan Komparator	36
3.2.6 Menentukan Metode Riset.....	36
3.2.7 Analisis data.	36
3.2.8 Penentuan Konsep Desain (<i>Keyword</i>).....	37
3.2.9 Alternatif Desain.....	37
3.2.10 Hasil Desain Akhir	37
3.3 Objek Perancangan.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Data Primer.....	38
3.4.2 Data Sekunder.....	39
3.5 Target Audiens	40
3.5.1 Geografi.....	40
3.5.2 Demografis	40
3.5.3 Psikografis	41
3.5.4 Behavior.....	41
3.6 Analisis Data	41

3.6.1 Analisis Data Deskriptif Kuesioner	41
3.6.2 Analisis Data Wawancara.....	43
3.6.3 Analisis Data Focus Group Discussion (FGD)	48
3.6.3 Analisis Deskriptif Data hasil Observasi.....	50
3.6.4 Analisis <i>Costumer Insight</i>	51
3.6.6 Analisis Fishbone	55
3.6.7 Unique Selling Proposition (USP).....	55
3.7 Sintesa Data	56
BAB IV	57
KONSEP & IMPLEMENTASI DESAIN	57
4.1 Perumusan Konsep.....	57
4.1.1 Keywords.....	57
4.2 Konsep Verbal.....	59
4.2.1 Strategi Komunikasi	59
4.2.2 Strategi Pendekatan	59
4.2.3 Identitas Gerakan Kampanye.....	60
4.2.4 Hastag	60
4.2.5 Tagline	60
4.2.6 Konsep Visual.....	60
4.2.7 Deskripsi Feeds Instagram.....	60
4.2.8 Gaya Visual	60
4.2.9 Warna.....	61
4.2.10 Logo.....	62
4.2.11 Tipografi	62
4.3 Konsep Media	63
4.3.1 Strategi AISAS	63
4.3.2 Program Kampanye	66

4.3.3 Media Kampanye	69
4.4 Anggaran Produksi	86
4.4.1 Anggran Produksi Cetak Media	86
4.4.2 Anggaran Lain-lain	86
4.4.3 Anggaran Total Produksi	86
BAB 5	87
PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 1 Tingkat Inflasi	2
Gambar 1.1 2 Perkembangan Indeks Harga Konsumen	2
Gambar 1.7 1 Kerangka Perancangan (Sumber:Pribadi)	8
Gambar 2.2.4.1 1 Elemen Visual Titik	16
Gambar 2.2.4.1 2 Elemen Visual Garis	17
Gambar 2.2.4.1 3 Elemen Visual Bidang	17
Gambar 2.2.4.1 4 Elemen Visual Teksture	17
Gambar 2.2.4.3.1 1 Warna Komplementer	21
Gambar 2.2.4.3.1 2 Warna Analogous	21
Gambar 2.2.4.3.1 3 Warna Triadic	22
Gambar 2.2.4.3.1 4 Warna Split Komplementer	22
Gambar 2.2.4.3.1 5 Warna Tetradic	22
Gambar 3.2.1 1 Data BPS Kota Surabaya	34
Gambar 3.6.2 1 2 Wawancara dengan DKPP Kota Surabaya	43
Gambar 3.6.2 2 2. Wawancara dengan Ketua Kelompok Tani Yurgafarm	45
Gambar 3.6.3 1.Focus Group Discussion (FGD) dengan anggota Kelompok Tani Barokah ..	48
Gambar 3.6.4.1 1 Ibu Susanti	52
Gambar 3.6.6 1 Analisis Fishbone	55
Gambar 4.1.1 1 Keyword	57
Gambar 4.2.10 1 Contoh Logo	62
Gambar 4.2.8 1 Sosial Media lembaga dan Komparator	61
Gambar 4.2.9 1 Konsep Warna	61
Gambar 4.2.11 1 POPPINS	62
Gambar 4.2.11 2 MONTSERRAT =a	63
Gambar 4.3.1.1 1 Video Kampanye	76
Gambar 4.3.1.2 1 Referensi dan Sketsa	78
Gambar 4.3.1.2 2 Alternatif Desain dan Kuesioner	78
Gambar 4.3.1.2 3 Desain Feeds Final	79
Gambar 4.3.1.3 1 Sketsa poster	79
Gambar 4.3.1.3 2 Sketsa, Alternatif Poster dan Kuesioner	80
Gambar 4.3.1.3 3 Desain Poster Final	81
Gambar 4.3.1.4 1 Sketsa Brosur	81

Gambar 4.3.1.4 2 Brosur Kampanye	82
Gambar 4.3.2.1 1 Topi	83
Gambar 4.3.2.2 1 Kaos	83
Gambar 4.3.2.3 1 Vest Lapangan.....	84
Gambar 4.3.2.4 1 Botol Minum	84
Gambar 4.3.2.5 1 WashingBag	85
Gambar 4.3.2.6 1 Sarung Tangan	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4.1 1 Analisis Media DKPP Kota Surabaya	25
Tabel 2.5.1 1 Analisis Media Program Rindang Ternate.....	28
Tabel 2.5.2 1 Analisis Media akun @risefoundation.....	31
Tabel 3.6.4.1 1 Consumer Journey	53
Tabel 4.2.7 1 Feeds Instagram	
Tabel 4.3.1 1 Strategi AISAS	63
Tabel 4.3.1.1 1 Storyboard Video Kampanye.....	75
Tabel 4.3.1.2 1 Rencana Konten.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Bukti Wawancara	90
Bukti Kuesioner.....	107
Asistensi Seminar.....	111
Revisi Seminar Proposal.....	113
Asistensi K1.....	116
Bukti Kuesioner Validasi Desain.....	117
Revisi K1.....	118