

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL  
KAMPANYE PENERAPAN METODE *DECLUTTERING*  
UNTUK MENJALANI GAYA HIDUP MINIMALIS**



Oleh :

**SOVIANA RIZKY RAMADHANTI**

**NIM: 1610208124**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2023**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL  
KAMPANYE PENERAPAN METODE *DECLUTTERING*  
UNTUK MENJALANI GAYA HIDUP MINIMALIS**



Oleh :  
**SOVIANA RIZKY RAMADHANTI**  
**NIM: 1610208124**

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang  
Desain Komunikasi Visual

2023

Tugas Akhir Perancangan yang berjudul:

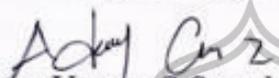
**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENERAPAN METODE DECLUTTERING UNTUK MENJALANI GAYA HIDUP MINIMALIS** diajukan oleh Soviana Rizky Ramadhanti, NIM 161208124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 5 Mei 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

  
P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19700106 200801 1 017 / NIDN. 0006017002

Pembimbing II/Anggota

  
Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.

NIP. 19840909 201404 1 001 / 0009098410

Cognate/Anggota

  
M. Faizal Rochman, S.Sn., MT.

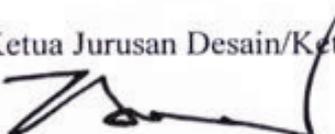
NIP. 19780221 200501 1 002 / NIDN. 0021027802

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota

  
Daru Tunggal Aji, S.S., M.A.

NIP. 19870103 201504 1 002 / NIDN. 0003018706

Ketua Jurusan Desain/Ketua

  
Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP. 19770315 200212 1 005 / NIDN. 0015037702

Mengetahui  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

  
Prof. Dr. Tumbul Raharjo, M.Hum.

NIP. 19691108 199303 1 001 / NIDN. 0008116906

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Soviana Rizky Ramadhanti  
NIM : 1610208124  
Program Studi Fakultas : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni Rupa  
Jenis : Penciptaan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir penciptaan yang berjudul **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENERAPAN METODE DECLUTTERING UNTUK MENJALANI GAYA HIDUP MINIMALIS** yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Karya ini sepenuhnya hasil pemikiran saya dan belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apapun baik di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau institusi manapun, kecuali bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai acuan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 27 April 2023



Soviana Rizky Ramadhanti

1610208124

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Soviana Rizky Ramadhanti  
NIM : 1610208124  
Program Studi Fakultas : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni Rupa  
Jenis : Penciptaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada perpustakaan UPT ISI Yogyakarta, karya Tugas Akhir penciptaan yang berjudul **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENERAPAN METODE DECLUTTERING UNTUK MENJALANI GAYA HIDUP MINIMALIS**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam pengkalan data, mendistribusikan secara terbatas dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya sebagai penulis. Dengan demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 27 April 2023

  
Soviana Rizky Ramadhanti

1610208124

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perancangan yang berjudul **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENERAPAN METODE DECLUTTERING UNTUK MENJALANI GAYA HIDUP MINIMALIS**. Perancangan tugas akhir ini merupakan salah satu bentuk syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Tugas Akhir ini merupakan mata kuliah terakhir untuk menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari di bangku perkuliahan dan kemudian dituang dalam sebuah perancangan buku. Penulis perancangan Tugas Akhir ini menjadi buah karya yang berdampak positif dan bermanfaat bagi siapapun yang membaca buku ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa perancangan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis masih terbuka pada kritik dan saran yang membangun demi perancangan yang lebih baik.

Yogyakarta, 27 April 2023

  
Soviana Rizky Ramadhanti

1610208124

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses perancangan Tugas Akhir ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan, doa dan bantuan dari berbagai pihak. Berkat dukungan dan bantuan tersebut, perancangan ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M. Hum. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Dr. Timbul Raharjo, M. Hum. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
3. Martino Dwi Nugroho, S.Sn. M.A. selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta
4. Daru Tunggul Aji, S.S.,M.A, selaku Ketua Program Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn. selaku Sekretaris Program Desain Komunikasi Visual yang mau direpotkan selama masa kuliah saya.
6. Indiria Maharsi S.Sn., M.Sn. selaku dosen wali yang telah membimbing saya dari awal perkuliahan hingga Tugas Akhir.
7. Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn, selaku pembimbing satu yang telah memberikan arahan, saran dan begitu sabar selama membimbing.
8. Aditya Utama, S.Sos., M.Sn. selaku pembimbing dua yang telah mengarahkan, serta memberi saran selama membimbing.
9. M. Faizal Rochman, S.Sn., MT selaku cognate yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi masukan.
10. Segenap dosen, staf pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan ilmu dan pengalaman.
11. Keluarga saya, bapak, ibu, serta kakak dan adik saya yang selalu memberi dukungan serta kasih sayang.
12. Keluarga besar Sahabat Satwa, sekaligus teman terbaik selama masa perkuliahan hingga saat ini, Elfa, Fika, Ajul dan Cemong yang telah mendukung tanpa henti, mendengarkan keluh kesah dan memberikan bantuan selama proses pengerjaan tugas akhir.
13. Orang yang mendukung dan membantu dari awal pengerjaan tugas akhir, serta memberikan support secara emosional, Sudi Anang T.
14. Anggit Titisari, yang telah membantu dalam penulisan dan bertukar pikiran selama pengerjaan tugas akhir.
15. Laksdaning, Satria Wima, Natasha Audrey, Ilham prayogi, serta seluruh teman-teman Remark.Lab/Mutual.co yang tanpa henti menghibur dan membantu memberikan ide serta bantuan selama pengerjaan tugas akhir.
16. Teman-teman semasa SMA, yang hingga kini masih saling memberikan dukungan, Endah, Dhindi, Stephan, Diana, Diva.
17. Teman-teman Kidang Alas DKV ISI Yogyakarta 2016, karena telah memberi pengalaman yang menyenangkan selama masa perkuliahan.
18. Kucing peliharaan saya, *Koi*.
19. Teman-teman seperjuangan TA, dan teman-teman lainnya.

20. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan Namanya satu persatu. Terima kasih kepada kalian semua.
21. Yang terakhir, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri, karena telah mampu berjuang dan menyelesaikan tugas akhir di tengah-tengah kondisi yang sulit.



## ABSTRAK

# PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENERAPAN METODE *DECLUTTERING* UNTUK MENJALANI GAYA HIDUP MINIMALIS

Soviana Rizky Ramadhanti

1610208124

Isu penumpukan barang yang tidak terpakai atau *clutter* merupakan salah satu faktor penyebab munculnya konsep gaya hidup minimalis. Salah satu dampak paling nyata dari penumpukan barang yang tidak berguna tersebut selain pada aspek lingkungan adalah pada psikologis individu. Pada 2019, *IKEA Life at home Report Global* melakukan riset bahwa penumpukan barang yang tidak berguna dapat menyebabkan stress dan penurunan keproduktivitasan dalam bekerja. Sudah ditemukan solusi untuk mengatasi penumpukan barang ini, yaitu dengan melakukan *decluttering*. Meskipun demikian, sepertinya belum banyak orang yang mengetahui dan *aware* dengan isu ini. Maka dari itu, perancangan kampanye ini diciptakan untuk mereka yang tidak memiliki kesadaran atau pengetahuan mengenai isu ini. Gaya bahasa dan cara penyampaian perancangan kampanye yang dipilih telah disesuaikan dengan data survei terkait, sehingga diharapkan pesan mengenai pentingnya melakukan *decluttering* dapat dipahami dan menarik target audiens.

Kata kunci : Gaya hidup minimalis, Decluttering, Kampanye Sosial.

***ABSTRACT***

***VISUAL COMMUNICATION DESIGN***  
***DECLUTTERING METHOD IMPLEMENTATION CAMPAIGN***  
***TO LIVE A MINIMALIST LIFESTYLE***

Soviana Rizky Ramadhanti

1610208124

*One of the issues that led to the accumulation of clutter or unorganized items is what gave rise to the minimalist lifestyle movement. Aside from environmental effects, one of the most obvious effects of the accumulation of useless items is on personal psychology. IKEA Life at Home Report Global conducted research in 2019 and discovered that the accumulation of useless items can lead to stress and lower workplace productivity. The accumulation of these items has a solution, and that solution is decluttering. However, it appears that not many people are aware of or knowledgeable about this issue. As a result, this campaign's design is intended for people who are unaware of or ignorant of this issue. The language style and method of delivery of the chosen campaign design have been adapted to the related survey data, so it is hoped that the message about the importance of decluttering can be understood and will attract the target audience.*

*Key word : Minimalist lifestyle, Decluttering, Social Campaign.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Perancangan .....	5
D. Batas Lingkup Perancangan.....	5
E. Manfaat Perancangan.....	6
F. Definisi Operasional .....	6
G. Metode Perancangan .....	7
H. Metode Analisis Data.....	10
I. Konsep Perancangan.....	10
J. Skematika Perancangan.....	10
BAB II.....	12
A. IDENTIFIKASI.....	12
B. Analisis.....	18
C. Kesimpulan .....	25
BAB III .....	27
A. Konsep Kreatif .....	27
1. Tujuan Kreatif .....	27
B. Konsep Media .....	36
1. Media Utama.....	36
2. Media Pendukung .....	36
3. Penjadwalan Media .....	40
4. Biaya Media .....	40
BAB IV .....	41
A. Studi Visual.....	41
B. Final Desain .....	45

Lampiran final desain dari perancangan konten feed Instagram sebagai media utama.....	45
C. Media pendukung.....	48
1. AR filter Instagram.....	50
2. Poster.....	50
3. Video motion reels Instagram.....	51
4. Kotak penyimpanan.....	51
BAB V.....	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Gaya visual.....	29
Gambar 4.2 logo Better to Declutter.....	42
Gambar 4.3 tipe huruf Better to Declutter.....	43
Gambar 4.4 color palette Better to Declutter.....	44
Gambar 4.5 Studi visual layout desain konten feed instagram.....	45
Gambar 4.6 AR filter.....	50
Gambar 4.7 Poster.....	50
Gambar 4.8 Video motion reels instagram.....	51
Gambar 4.9 Kotak penyimpanan.....	51



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis Ukuran Format Feeds Instagram.....	31
Tabel 3.2 <i>Content planning</i> kampanye sosial media.....	36



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A, Latar Belakang Masalah

Di kehidupan ini, manusia tidak dapat lepas dari kebutuhan akan barang-barang yang memiliki tujuan untuk mempermudah kehidupannya. Maka dari itu, manusia, dengan kemampuan berpikirnya, mulai merubah lingkungannya dengan menciptakan hal-hal baru, dan menyesuaikannya dengan kebutuhan serta keinginannya (Raven: 1995). Sedangkan kebutuhan hidup manusia itu sendiri dibagi menjadi 3, yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Dalam upaya memenuhi kebutuhan barang-barang tersebut, alangkah lebih baik jika manusia hanya memiliki atau membeli kebutuhan yang benar-benar diperlukan agar tidak menimbulkan tumpukan barang yang sia-sia, yang kemudian akan berdampak pada banyak aspek dalam kehidupan itu sendiri. Pada 2019, IKEA Life at home Report Global melakukan riset yang kemudian mengemukakan bahwa barang-barang tak terpakai yang memenuhi setiap sudut rumah bisa membawa masalah psikologis, yaitu stres. Hal serupa juga dikemukakan dari penelitian yang dilakukan oleh University of New Mexico pada tahun 2017 menyatakan bahwa lingkungan yang berantakan dapat mempengaruhi kesehatan mental sekaligus fisik seseorang. Penelitian ini menemukan fakta bahwa orang yang tinggal di rumah yang lebih berantakan memiliki tingkat kecemasan dan depresi yang lebih tinggi.

Sedangkan stress adalah suatu keadaan tidak menyenangkan atau tidak nyaman yang dialami oleh individu, yang kemudian, keadaan tersebut dapat mengganggu pikiran, emosional, tindakan atau perilaku dalam kehidupan. (Goliszek, 2005:1)

Meskipun stres dapat terjadi kepada siapapun dan rentang usia manapun, menurut seorang psikolog, mengemukakan bahwa rentang usia 20 hingga 29 tahun kerap disebut masa dewasa muda. Pada rentang usia ini merupakan masa paling produktif sekaligus paling rentan stres. Hal ini dikarenakan orang-orang pada usia ini cenderung sedang dalam masa untuk mencoba dan mengeksplorasi hal-hal baru, yang terkadang tidak sesuai dengan harapan awalnya. Selain itu, pada masa ini, orang-orang pada usia ini juga mulai mendapatkan tuntutan dari orang lain dan lingkungan sekitarnya, sehingga di masa ini adalah masa di mana produktivitas seseorang tersebut sedang tinggi. Maka tidak heran, jika di masa ini mungkin ada satu momen yang dapat menyebabkan kepenatan maka akan langsung mempengaruhi keproduktifitasan mereka.

Seiring dengan dilakukannya riset mengenai hubungan antara *clutter* dan dampak buruknya, menurut McMains S. dan Kastner S. (2011), melakukan *decluttering* lingkungan rumah dan kerja dapat meningkatkan kemampuan fokus dan kemampuan memproses informasi serta keproduktifitasan seseorang. (<https://www.psychologytoday.com>, diakses 21 april 2023)

Dilansir dari sumber yang sama; psychology today, Sherrie Bourg Carter, seorang psikolog dan penulis menjabarkan beberapa point tentang mengapa kekacauan dari barang-barang dapat mengakibatkan stress, yaitu:

- a) *Clutter* memenuhi pikiran seseorang dengan rangsangan yang berlebihan dan menyebabkan indera-indera seseorang bekerja lebih keras hanya untuk stimuli yang tidak begitu penting.
- b) *Clutter* mengganggu dengan cara menarik perhatian seseorang untuk menjauh dari apa yang seharusnya difokuskan.
- c) *Clutter* membuat seseorang sulit untuk relaks secara fisik dan mental.
- d) *Clutter* secara terus-menerus memberikan sinyal pada otak bahwa apapun yang dikerjakan belum selesai.
- e) *Clutter* dapat membuat seseorang cemas karena seseorang menjadi tidak pernah tau dan yakin apa yang seharusnya dilakukan untuk bisa menyelesaikan semuanya.
- f) *Clutter* menciptakan perasaan menyesal seperti 'seharusnya aku bisa lebih rapih', dan malu, khususnya ketika ada yg mengunjungi rumah atau ruang kerja seseorang (dengan adanya *clutter*) secara tiba-tiba.
- g) *Clutter* menghambat kreativitas dan produktifitas dengan cara memenuhi 'ruang kosong' pada seseorang yang biasanya membantu orang tersebut untuk berpikir dalam pemecahan masalah.
- h) *Clutter* dapat membuat seseorang frustasi dengan menghambat seseorang untuk menemukan barang yang dibutuhkan secepatnya (contohnya seperti kertas atau dokumen serta kunci hilang diantara tumpukan *clutter*)

Menumpuknya barang-barang yang tidak berguna atau dapat disebut *clutter* dapat disebabkan oleh berbagai hal seperti membeli barang yang tidak diperlukan atau perilaku konsumtif, barang yang tidak memiliki tempat penyimpanannya sendiri, barang peninggalan orang tua atau generasi sebelumnya, atau ketidak-mampuan seseorang akan memilah barang mana yang masih digunakan dan tidak digunakan. Terkait dengan menumpuknya barang-barang yang disebabkan oleh berbagai faktor tersebut, perlu

diketahui bahwa, tanpa sadar kebanyakan orang-orang menjadi hidup di tengah-tengah tumpukan *clutter*.

Menurut Elizabeth Larkin, dilansir dari Insterne.com, terdapat 6 jenis *clutter* yang paling umum, yaitu:

a) *clutter* tanpa ruang penyimpanan

b) *masquerading clutter*

Merupakan jenis barang-barang yang belum digunakan. Berupa makanan yang sudah kadaluwarsa, majalah atau koran yang belum pernah dibaca, atau kacamata rusak yang tidak kunjung diperbaiki.

c) *bargain clutter*

Berupa barang murah atau diskon dan barang gratis yang terasa sayang jika dilewatkan.

d) *clutter* kelimpahan

Berupa jenis timbunan barang dengan motif untuk berjaga-jaga atau stok.

e) *aspirational clutter*

Adalah jenis barang yang dibeli hanya untuk memberikan impresi kepada orang lain bahwa seseorang tersebut 'mampu' atau 'berbeda'.

f) kerumunan sentimental.

Merupakan jenis *clutter* yang paling sulit disingkirkan karena berupa barang-barang yang memiliki nilai emosional atau kenangan pada barang tersebut.

Hanya sedikit orang yang pada akhirnya berpikir dan menyadari untuk hidup dengan barang yang sedikit atau seperlunya. Dengan kondisi itu, tentu saja orang-orang tetap merapikan ruangnya, tetapi yang menjadi titik tumpu permasalahan adalah, ketika barang yang sudah tidak digunakan tersebut tidak disingkirkan. Maka, dalam kondisi itu, kerapian hanya akan bertahan sebentar. Setelah ada barang yang dibeli lagi, ruangan akan semakin terasa sesak. Merapikan barang tanpa mengurangi sama saja dengan merapikan tanaman tanpa memotong gulma. (Khoirun Nikmah, 2019:86).

Khoirun Nikmah (Gemar Rapi: 2019), juga menuturkan, saat sepulang dari kantor, seseorang pasti sedang dalam keadaan lelah dan ingin beristirahat. Kemudian, saat membuka pintu dan melihat rumah dalam kondisi rapi, energi negatif dari luar mampu teredam dengan pemandangan mata yang nyaman melihat kerapian rumah tersebut.

Dengan terjadinya fenomena penumpukan barang-barang yang tidak berguna serta dampaknya dalam berbagai aspek kehidupan, munculah sebuah konsep gaya hidup minimalist sebagai sebuah pergerakan yang kontradiktif dari perilaku penumpukan barang

yang tidak berguna tersebut. Bersumber dari Breakthewitch.com, sebuah situs edukasi konsep gaya hidup minimalis, hidup minimalis maksudnya adalah konsep di mana menjalani hidup dengan barang sesedikit dan sesederhana mungkin, namun dapat bermanfaat secara maksimal. Dalam penerapannya, gaya hidup minimalis memiliki beberapa cara untuk mencapai tujuan dari gaya hidup minimalis itu sendiri. Salah satunya adalah, *decluttering*.

Dalam hal ruangan atau rumah yang tidak rapi, *clutter* dapat berupa benda-benda yang berantakan, dan tidak memiliki “tempat tinggal”, atau benda yang berserakan dan tidak dikembalikan ke tempat asalnya setelah digunakan sehingga menghasilkan sebuah kumpulan barang-barang yang sia-sia. (Khoirun Nikmah: 2019). Dengan kata lain, mengatasi *clutter* tidak cukup dengan hanya menata atau memindahkan. *Clutter* hanya dapat diatasi dengan cara disingkirkan atau dikurangi, yang kemudian lebih dikenal dengan istilah *decluttering*.

Tentu saja tidak mudah untuk melakukan suatu perubahan yang signifikan pada hal-hal yang secara tidak sadar dan sudah lama dilakukan, dibutuhkan kesadaran yang tinggi untuk memulai gaya hidup minimalis dalam upaya mencapai kualitas kehidupan yang lebih baik. Dan, meskipun *decluttering* memang bukanlah satu-satunya cara untuk mencapai kebahagiaan dalam hidup, namun *decluttering* dapat menghasilkan kualitas hidup yang lebih baik. Karena pada dasarnya, konsep *decluttering* adalah hidup dengan menyadari betul serta menghargai apa yang dimiliki saat ini.

Dalam upaya menyebarkan kesadaran tersebut, kampanye merupakan sebuah pemecahan masalah yang tepat untuk memberikan edukasi akan pentingnya melakukan *decluttering*. Di Indonesia sendiri, beberapa kampanye pergerakan gaya hidup minimalis sudah banyak didirikan. Lyfe with less, adalah sebuah komunitas pegiat hidup minimalis di Indonesia, pertama kali menggaungkan kampanye *#PakaiSampaiHabis* dengan melibatkan konsumen, brand, pemerintah dan perusahaan daur ulang untuk bekerjasama mencapai sikap keberlanjutan (*sustainable attitude*), mengurangi laju impulsifitas & potensi sampah yang dihasilkan, juga bertujuan untuk menghimbau masyarakat agar bertanggung jawab atas barang-barang yang mereka beli dengan menggunakannya sampai habis atau sampai rusak. (<https://www.Lyfewithles.com>)

Selain itu, pada era serba digital seperti saat ini, segala jenis bentuk pergerakan atau informasi mengenai apapun dapat diakses lebih mudah dan sangat efektif penyampaiannya dengan berbagai platform media sosial yang ada. Dilansir dari dataindonesia.id, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 106,72 juta pengguna. Berdasarkan usianya, 37,8%

pengguna Instagram di Indonesia berada di kelompok usia 18-24 tahun, sedangkan sebanyak 29,7% pengguna media sosial tersebut dari kelompok usia 25-34 tahun. Maka dari itu, penulis menilai media sosial, khususnya Instagram adalah wadah yang tepat untuk menyuarakan kampanye penerapan metode *decluttering* dalam upaya menjalani gaya hidup minimalis.

Diharapkan dengan dilakukannya penelitian dan perancangan kampanye sosial ini, dapat memberikan wawasan baru kepada *target audience* yang belum memiliki pengetahuan dan kesadaran atas pentingnya menyisihkan serta menyortir barang-barang yang menumpuk atau *decluttering*, guna mencapai kualitas kehidupan yang lebih baik.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diambil rumusan masalah “Bagaimana cara merancang kampanye penerapan metode *decluttering* yang efektif, informatif serta edukatif untuk gaya hidup minimalis?”

### **C. Tujuan Perancangan**

Merancang kampanye penerapan metode *decluttering* untuk menjalani gaya hidup minimalis

### **D. Batas Lingkup Perancangan**

Perlu adanya batasan ruang lingkup masalah dalam perancangan komunikasi visual kampanye penerapan metode *decluttering* untuk gaya hidup minimalis agar pembahasan tidak melebar, yaitu dibatasi oleh beberapa hal antara lain:

1. Batasan Media
  - a. Media utama yang digunakan dalam perancangan merupakan *platform* digital berupa media sosial.
  - b. Perancangan ini meliputi aset grafis pada isi *platform* digital tersebut serta beberapa media pendukung.
2. Batasan Konten
  - a. Ragam informasi mengenai metode *decluttering* yang disuguhkan dalam perancangan kampanye dengan media sosial sebagai medianya terbatas pada hasil dari analisis data yang berhasil diperoleh.
3. Batasan Target Audiens
  - a. Audiens kampanye secara khusus merupakan remaja akhir menuju dewasa awal, laki-laki dan perempuan berusia 22-27 tahun, dikarenakan pada rentang usia

tersebut adalah fase usia yang mudah dipengaruhi oleh fenomena-fenomena sosial yang terjadi, serta sudah mulai memiliki kesadaran untuk menjalani gaya hidup yang lebih baik.

- b. Sedangkan secara umum adalah masyarakat luas yang tertarik dan ingin mengulik informasi lebih dalam mengenai metode *decluttering*.

## E. Manfaat Perancangan

### 1. Manfaat Teoretis

Diharapkan melalui perancangan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi ilmu kepada masyarakat, institusi, perancang atau peneliti selanjutnya pada bidang Kampanye sosial media sehingga dapat memberi pengaruh besar pada perkembangan ilmu desain komunikasi visual.

### 2. Manfaat Praktis

#### a) Bagi Target Audience

Sebagai peringatan atau awareness untuk target guna menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga kualitas kehidupan

#### b) Bagi Masyarakat

Perancangan diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya pengetahuan mengenai penerapan *decluttering* dalam upaya menjalani gaya hidup minimalis,

#### c) Bagi Mahasiswa DKV

Perancangan diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi mahasiswa desain komunikasi visual mengenai penerapan *decluttering* dalam upaya menjalani gaya hidup minimalis serta pengaplikasiannya dalam bentuk perancangan propaganda digital

#### d) Bagi Institusi

- a.1) Menambah referensi dan acuan riset mengenai kampanye sosial media dalam tema penerapan *decluttering* sehingga dapat memberikan opsional desain atau gaya komunikasi visual

- b.1) Mendapatkan sumbangsih hasil karya perancangan kampanye sosial media penerapan *decluttering* dan dapat digunakan sebagai tolak ukur bahan pembelajaran dan pengembangan karya mahasiswa

## F. Definisi Operasional

### a) *Decluttering*

Dikutip dari waste4change.com, istilah yang digunakan untuk mengacu pada kegiatan membersihkan dan menyingkirkan barang-barang yang berantakan.

b) *Clutter*

merupakan istilah bahasa Inggris dari ‘kebisingan, kekusutan, kekacauan, keributan’ (lektur.id). Atau dalam konteks verba, *clutter* adalah segala sesuatu yang tidak enak dilihat, didengar, dan dirasakan.

c) Gaya hidup minimalis

Sebuah konsep atau pemikiran di mana menjalani hidup dengan barang sesedikit dan sesederhana mungkin, namun dapat bermanfaat secara maksimal.

d) Kampanye

Rogers dan storey (1987:821-822) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

e) Kampanye sosial media

Sebuah gerakan yang dilakukan untuk meningkatkan awareness mengenai suatu hal yang menggunakan jejaring sosial media sebagai wadah dalam berkampanye

## G. Metode Perancangan

Perancangan ini akan membutuhkan metode dan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut :

### 1. Riset

#### a. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat beberapa masalah, sebagai berikut:

- 1) Membeli barang yang tidak diperlukan atau perilaku konsumtif, barang yang tidak memiliki tempat penyimpanannya sendiri, barang peninggalan orang tua atau generasi sebelumnya, atau ketidak-mampuan seseorang akan memilah barang mana yang masih digunakan dan tidak digunakan merupakan penyebab menumpuknya *clutter*.
- 2) Ketika barang-barang yang menumpuk tersebut hanya dirapihkan dan tidak disingkirkan.
- 3) barang-barang tak terpakai yang memenuhi setiap sudut rumah bisa membawa masalah psikologis, yaitu stres.
- 4) Usia dewasa muda adalah masa yang paling rentan mengalami stress.

#### b. Data yang dibutuhkan

### 1) Data verbal

Data verbal adalah data yang dibutuhkan dalam perancangan berbentuk data tekstual

#### a) Data Primer

Pengumpulan data primer adalah pengumpulan data yang diambil dari subyek penelitian secara langsung untuk mengetahui bagaimana perilaku target audiens yang berdampak pada menumpuknya barang-barang/*clutter* di ruangan mereka.

#### b) Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada. Hal ini didapat melalui dokumentasi dan kepustakaan buku dan media lainnya.

### 2) Data visual

Data Visual adalah data yang dibutuhkan dalam proses perancangan. Data tersebut dapat berbentuk data visual seperti foto atau dokumentasi.

#### a) Data Primer

Pengumpulan data primer adalah pengumpulan data yang diambil dari subyek penelitian secara langsung yang berkaitan dengan tema dalam perancangan.

#### b) Data sekunder

Pengumpulan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang ada. Hal ini diperoleh melalui dokumen, literatur, buku dan media lainnya.

## 2. Metode Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi dilakukan di beberapa ruangan atau tempat tinggal yang berlokasi di kota Yogyakarta. Observasi dilakukan untuk melihat keadaan realita dari penumpukan *clutter* yang sering ditemukan di lingkungan sekitar.

### b. Kajian Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mengambil dari berbagai media. Media itu meliputi buku, majalah, jurnal, surat kabar, dan internet. Melalui dokumen-dokumen dari berbagai media, akan mendapat data-data yang diperlukan tentunya media-media tersebut dapat dipertanggungjawabkan atas kebenaran datanya serta

relevan dengan objek yang akan dirancang kaitannya perihal informasi penerapan metode *decluttering* untuk gaya hidup minimalis

c. Survei

Survei akan dilakukan dengan membagi form pertanyaan terkait dengan permasalahan. Survei ditujukan kepada kalangan usia dewasa awal yang termasuk dalam target audience. Tujuan dilakukannya survei adalah untuk mengetahui alasan dibalik kebiasaan perilaku konsumtif yang kemudian menimbulkan penumpukan barang/ *clutter*.

d. Dokumentasi.

Data dokumentasi berupa audio ataupun audio visual, tulisan pada proses wawancara dan dokumentasi visual berupa foto dari narasumber, keadaan di sebuah ruangan atau tempat tinggal, dan juga dokumentasi foto seputar kegiatan dalam proses perancangan.

3. Instrumen/ Alat Pegumpulan Data

a. Peneliti

Dalam melakukan suatu perancangan, peneliti merupakan suatu instrument pokok yang sangat penting dalam jalannya penelitian kualitatif ini dimana posisi peneliti sebagai orang yang paling mengetahui akan apa maksud dan proses penelitian tersebut.

b. Komputer/Laptop

Merupakan salah satu alat yang akan membantu peneliti dalam mencatat data-data dari hasil penelitiannya kedalam suatu format penelitian yang rapi.

c. Handphone

Media elektronik yang akan digunakan untuk keperluan komunikasi selama proses penelitian.

4. Perancangan Media

a. Visualisasi ide

Visualisasi ide adalah merekayasa bentuk atau gambaran dari rancangan yang telah disusun agar ide tersebut dapat divisualisasikan sehingga dapat disampaikan dengan tepat dan sesuai dengan tujuan disampaikannya pesan atau ide tersebut.

b. Merancang *copywriting*

Dalam perancangan ini dibutuhkan teknik penulisan atau copywriting yang menarik sehingga dapat menyampaikan informasi yang mudah dicerna dan efektif dalam media-medianya.

c. Merancang *Content Planning*

Perancangan *content planning* dibutuhkan guna menjabarkan rencana-rencana konten yang akan dipublikasikan meliputi objektif, ide utama pembahasan, serta tujuan atau *goals* dari topik kampanye.

d. Merancang *Layout*

Layouting akan digunakan untuk menyajikan tatanan visual dan teks secara komunikatif agar lebih mudah dibaca dan menarik dalam penyampaian informasi.

e. Produksi

Dalam perancangan kampanye ini akan memiliki beberapa media pendukung yang akan berupa media cetak.

#### H. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data pada perancangan ini akan dilakukan dengan menggunakan rumus 5W + 1H (*What, Why, Where, When, Who*, dan *How*). Hasil analisis akan dijadikan acuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi perancangan.

- a. *What* : Apa yang akan dirancang?
- b. *Why* : Mengapa perlu dirancang?
- c. *Where* : Dimana perancangan ini akan dipublikasikan?
- d. *When* : Kapan perancangan ini akan dipublikasikan?
- e. *Who* : Siapa target dari perancangan ini?
- f. *How* : Bagaimana metode perancangannya?

#### I. Konsep Perancangan

Kampanye sosial akan berisi informasi dan visualisasi mengenai edukasi metode *decluttering* untuk gaya hidup minimalis. Menampilkan informasi yang dikemas dengan elemen visual dan layout yang menarik serta mudah untuk dibaca dan dipahami.

#### J. Skematika Perancangan

