

**TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL  
“SOYA C(O)U(L)TURE”**



**PERANCANGAN**

**Gilang Chandra Hayuningrat  
1312296024**

**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  
2019**

Tugas Akhir Desain berjudul:  
**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL “SOYA C(O)U(L)TURE”** diajukan oleh Gilang Chandra Hayuningrat, NIM 1312296024 Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina. Tugas Akhir pada tanggal 16 Januari 2019 yang dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.


Pembimbing I

  
Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn.  
NIP 198011125 200812 1 003


Pembimbing II

  
Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.  
NIP 198211113 201404 1 001

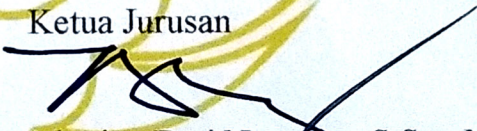
Cognate / Anggota

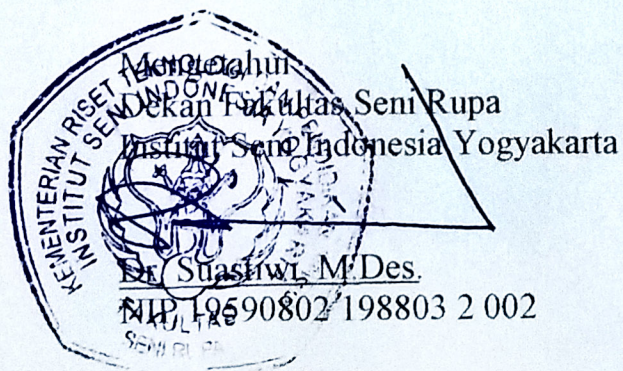
  
Drs. Baskoro Suryo B., M.Sn.  
NIP 19650522 199203 1 003

Ketua Program Studi DKV

  
Indira Maharsi, S.Sn., M.Sn.  
NIP 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan

  
Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.  
NIP 19770315 200212 1 005



**PERSEMBAHAN**



Karya ini dipersembahkan untuk:  
**Ibu**

*“Come as You are.”*  
Kurt Cobain



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilang Chandra Hayuningrat

NIM : 1312296024

Fakultas : Seni Rupa

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan sesungguhnya bahawa Karya Tugas Akhir saya yang berjudul: PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL “*SOYA C(O)U(L)TURE*” yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya asli hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari penulis sendiri, baik dari naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas.

Dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 13 Februari 2019

Gilang Chandra Hayuningrat

NIM 1312296024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhans semesta alam, penulis dapat menjalani masa studi perkuliahan dan menyelesaikan pembuatan karya Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Kampanye Digital “*Soya C(o)u(l)ture*”. Adapun laporan ini disusun untuk memenuhi syarat, kewajiban, serta tanggung jawab untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana pada program studi S-1 Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Segala kekurangan dan kelebihan, penulis ucapkan mohon maaf. Semoga karya ini dapat menjadi referensi untuk Tugas Akhir bagi mahasiswa lain dan pihak-pihak yang terkait.



Yogyakarta, 13 Februari 2019

Gilang Chandra Hayuningrat

## UCAPAN TERIMA KASIH

Proses perancangan ini tidak terlepas dari dukungan beberapa pihak atas masukan dan motivasi yang diberikan selama proses pembuatan karya Tugas Akhir. Ungkapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Semesta yang telah berbaik hati berbagi ruang bersama.
2. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Dra Suastiwi, M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta;
4. Wiwik Sri Wulandari, M.Sn., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
5. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA., selaku Ketua Jurusan Desain;
6. Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Desain Komunikasi Visual beserta dosen wali.
7. Kadek Primayudi, S.Sn, M.Sn., selaku Sekretaris Program Studi Desain Komunikasi Visual.
8. Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan selama proses penyusunan karya Tugas Akhir.
9. Andika S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan selama proses penyusunan karya Tugas Akhir;
10. Seluruh dosen dan karyawan di program studi S-1 Desain Komunikasi Visual.
11. Ibu dimanapun Ibu berada, semoga Ibu bisa bangga ya.
12. Keluarga Bumijo Tengah, Mba Tri, Mba Ganis, Bapak, terutama mbak Gustin yang sudah menjadi support system nomer satu.
13. Teman-teman geng pendadaran Januari, Uthe dan Yves yang sudah bergigih saling bantu menyelesaikan TA ini dan Toyib yang banyak membantu menjelang deadline dan display.
14. Mba Ratna Djuwita yang sudah menjadi narasumber utama perancangan ini beserta teman-teman XXLAB,, semoga sukses dengan Soya C(o)u(l)ture nya.
15. Nindya, Siti dan Regina yang sudah membantu menjadi tim photoshoot yang

menyenangkan, ini karya kita semua!

16. Tekoff, Blanco dan Journey Coffee sebagai top 3 lokasi favorit mengerjakan tugas akhir.
17. Bella dan Titak yang sudah memberikan banyak nasihat-nasihat.
18. Viki yang sudah mmbantu dalam membuat display pameran
19. Mbak Gintani dan mas Hahan yang sudah membantu meminjamkan beberapa properti untuk keperluan display.
20. Fara atas pinjaman mouse nya.
21. Teman-teman Serigala Kapas, terimakasih bantuan kebahagiaannya.
22. Teman-teman Kolektif Tepian, terimakasih semua supportnya, terutama Akib yang sudah membantu mmberikan pekerjaan untuk modal TA.
23. Teman-teman DKV 2013 Pensil Kayu, terutama yang masih berjuang untuk lulus, semangat semua!
24. Ren-chan yang sudah beberapa kali menemani mengerjakan tugas akhir sampai dini hari.
25. Seluruh pihak yang telah membantu proses pengerjaan Tugas Akhir yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Saya menyadari bahwa penciptaan karya Tuga akhir ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak selalu diterima.

Yogyakarta, 12 Januari 2019

Gilang Chandra Hayuningrat



## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Gilang Chandra Hayuningrat

NIM : 1312296024

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni Rupa

Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Kampanye Digital “*Soya C(o)u(l)ture*”

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak bebas royalti kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta atas penulisan karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih medikan, serta menampilkannya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikannya, serta menampilkannya dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan ISI Yogyakarta dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Februari 2019

Yang Menyatakan,

Gilang Chandra Hayuningrat

## ABSTRAK

### PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL “*SOYA C(O)U(L)TURE*”

Oleh: Gilang Chandra Hayuningrat

Soya C(o)u(l)ture adalah sebuah proyek yang berbasis riset dengan keanggotannya yang memiliki latar belakang berbagai disiplin ilmu. Riset ini bertujuan untuk mengembangkan material bersifat ramah lingkungan atau bio material yang berasal dari limbah cair tahu, yang dibuang oleh pabrik-pabrik keledai di sekitaran sungai. Pada sisi lain, industri fesyen selama ini dikenal dengan pencemaran lingkungannya yang semakin memburuk. Oleh karena itu Soya C(o)u(l)ture berharap, dengan mengembangkan material ramah lingkungan yang bisa diaplikasikan menjadi berbagai produk fesyen, industri fesyen dapat berkontribusi lebih baik dalam isu lingkungan. Pada akhirnya, Soya C(o)u(l)ture berharap industri fesyen di masa depan dapat berjalan berdampingan dengan alam alih-alih merusaknya.

Tujuan dibuatnya perancangan kampanye ini adalah untuk memicu generasi muda di industri fesyen lokal untuk membuat sesuatu yang bisa menyeimbangkan lingkungan melalui sistem fesyen yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Dalam mencapai tujuannya, perancangan ini menggunakan metode analisis data 5W + 1 H dengan media digital sebagai media utamanya. Kampanye melalui media digital dipilih karena sifatnya yang dekat dengan generasi muda dan penyebaran informasi yang lebih cepat di internet. Untuk menarik target audiens yang berasal dari industri fesyen, kampanye ini banyak memasukkan unsur visual fesyen dengan teknik fotografi, yang lekat dengan industri fesyen.

Kata Kunci: soya c(o)u(l)ture,, kampanye digital, material ramah lingkungan, fesyen.

## **ABSTRACT**

### ***THE MAKING OF SOYA C(O)U(L)TURE DIGITAL CAMPAIGN***

By: Gilang Chandra Hayuningrat

*Soya C(o)u(l)ture is a research based products development by XXLab that involved interdisciplinary backgrounds. This research aims to develop an eco-friendly material or bio material that based from tofu waste which the soya industry has dumped in the river. In the other hand, nowadays fashion industry has been known as one of the most polluting industry in the world which getting worse. Therefore, Soya C(o)u(l)ture wants to develop this material that can be applied as various fashion items, so the industry can contribute something positive to the environment. At the end, Soya C(o)u(l)ture hopes that the future of fashion industry can walk together with the nature and environment instead of ruin them.*

*The objective in making this campaign is to encourage the young generation in the local fashion industry to create something beyond ordinary that can balance the nature by creating an eco-friendly and sustainable system. In order to achieve that, the making of this campaign is using 5W + 1H data analytic system with digital media as the main platform. The online campaign is chosen because it's relatable with the nowadays young generation and the rapid information sharing system from the platform. To engage the target audience which coming from the fashion industry, this campaign put a lot of fashion influences with photography technic that is quite relatable to the fashion industry.*

*Keywords: soya c(o)u(l)ture, digital campaign, eco-friendly material, fashion.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN MOTIVASI .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	ix
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xix

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Perancangan .....	4
D. Batasan Perancangan .....	4
E. Manfaat Perancangan .....	5
F. Metode Perancangan .....	6
G. Metode Analisa Data .....	7
H. Skematik Perancangan .....	8

## BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

### A. Definisi Operasional

#### 1. Kampanye Digital

- a. Kampanye ..... 9
- b. Media Digital ..... 10
- c. Definisi Kampanye Digital ..... 13

#### 2. Soya C(o)u(l)ture ..... 15

### B. Landasan Teori ..... 18

#### 1. *Integrated Marketing Communication* ..... 18

#### 2. *Digital Campaign Non Profit*..... 20

#### 3. *Integrated Marketing Communication Non Profit*..... 22

#### 4. *Integrated Marketing Communication Dwi Sapta* ..... 23

#### 5. *Visual Branding* ..... 31

#### 6. *Branding Non Profit*..... 34

### C. Tinjauan

#### 1. Data Klien

- a. Profil XXLab..... 36
- b. Data Visual ..... 36

#### 2. Soya Leather ..... 38

#### 3. Proses Pembuatan Bakteri ..... 42

#### 4. Aplikasi Soya Leather Pada Produk Fesyen ..... 44

#### 5. *Slow Fashion* ..... 47

#### 6. *Fashion Campaign*

- a. *Fashion Photography*..... 50
- b. *Fashion Film*..... 54

#### 7. Sosial Media ..... 50

#### 8. Pemasran Melalui Sosial Media ..... 57

#### 9. *Website* ..... 60

### D. Kajian pustaka

- 1. Adidas X Parsley..... 62

2.	Monki Cares .....	64
3.	Vivine Westwood Ethical Africa “Handmade With Love” .....	65
4.	Analisis Data .....	67
1.	<i>What?</i> .....	67
2.	<i>Who?</i> .....	67
3.	<i>When?</i> .....	68
4.	<i>Where?</i> .....	68
5.	<i>Why</i> .....	68
6.	<i>How?</i> .....	68
BAB III KONSEP PERANCANGAN .....		69
A.	Konsep Kreatif.....	69
1.	Tujuan Kreatif.....	69
2.	Strategi kreatif.....	70
3.	Panduan Kreatif .....	72
a.	<i>What to Say</i> .....	72
b.	<i>How to Say</i> .....	75
4.	Progam Kreatif.....	75
a.	Ide Besar.....	75
b.	Pemilihan Bentuk Verbal.....	75
c.	Pemilihan Bentuk Visual.....	75
B.	Konsep Media.....	84
1.	Tujuan Media .....	84
2.	Strategi Media.....	86
3.	Panduan Media .....	87
a.	Media Utama <i>Website</i> .....	87
b.	Media Pendukung.....	91
4.	Perencanaan Media Media .....	98
a.	Biaya Media .....	98
b.	Progam Media.....	100
BAB IV VISUALISASI DESAIN .....		103

A. Visual Kampanye Digital Soya C(o)u(l)ture.....	103
1. Data Visual	
a. Data Visual Logo .....	103
b. Data Visual Tipografi.....	104
c. Data Visual Fotografi.....	104
2. Studi Visual Logo .....	104
3. Studi Visual Tipografi.....	105
4. Studi Visual Model .....	107
5. Studi Visual Make Up .....	109
6. Studi Visual Fotografi.....	110
B. Media Utama .....	111
1. Studi <i>Lay Out Website</i> .....	111
2. Studi Visual Website.....	118
3. Cupilkan Hasil <i>Desktop version</i> .....	128
4. Cuplikan Hasil <i>Mobile Version</i> .....	132
C. Media Pendukung.....	133
1. <i>Video Campaign</i> .....	133
2. <i>Social Media</i> .....	136
3. <i>Online Banner Ad</i> .....	143
4. <i>Online Newsletter</i> .....	146
5. <i>Lookbook</i> .....	150
6. Poster.....	157
7. <i>Brochure</i> .....	160
8. <i>Name Card</i> .....	163
BAB V PENUTUP .....	166
A. Kesimpulan .....	167
B. Saran .....	168
DAFTAR PUSTAKA.....	169
LAMPIRAN .....	170

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Poster XXLab dan Soya C(o)u(l)ture .....	16
Gambar 2.2 Logo XX Lab .....	37
Gambar 2.3 Poster Proyek Soya C(o)u(l)ture .....	37
Gambar 2.5 Proses Pembuatan Soya Leather. ....	38
Gambar 2.6 Proses Pembuatan Soya Leather.....	39
Gambar 2.7 Proses Pembuatan Soya Leather.....	39
Gambar 2.8 Proses Pembuatan Soya Leather.....	40
Gambar 2.9 Proses Pembuatan Soya Leather.....	40
Gambar 2.10 Proses Pembuatan Soya Leather.....	41
Gambar 2.11 Proses Pembuatan Soya Leather.....	41
Gambar 2.12 Proses Pembuatan Soya Leather.....	42
Gambar 2.13 Bakteri <i>Acetobacter Xylinum</i> Bacteria.....	43
Gambar 2.14 Baju Olahan dari Soya Leather.....	45
Gambar 2.15 Sepatu Olahan dari Soya Leather.....	45
Gambar 2.16 Gaun Olahan dari Soya Leather.....	46
Gambar 2.17 Tas Olahan dari Soya Leather.....	46
Gambar 2.18 Dompot dan Tas Olahan dari Soya Leather .....	47
Gambar 2.19 <i>Lookbook</i> Bits and Bobs .....	52
Gambar 2.20 Fotografi <i>Editorial Fashion</i> .....	54
Gambar 2.21 <i>Rewave Lab Fashion Film</i> .....	55
Gambar 2.22 Foto Kampanye Digital Adidas X Parley .....	64
Gambar 2.23 Foto Kampanye Digital Monki Cares.....	65
Gambar 2.24 Foto Kampanye Digital Vivine Westwood.....	67
Gambar 3.1 Logo dan Logotype Label Fesyen.....	78
Gambar 3.2 <i>Lay Out Website</i> Celine .....	79
Gambar 3.3 <i>Lay Out Minimalisme</i> .....	80



Gambar 3.4 <i>Fashion Photography</i> .....	82
Gambar 3.5 Warna Brown Oak dan Birch.....	83
Gambar 3.6 Tipografi Futura dan Josefin Sans.....	84
Gambar 3.7 Infografis Sosial Media.....	92
Gambar 4.1 Monogram Logo Label Fesyen .....	103
Gambar 4.2 Monogram Tipografi label Chanel .....	104
Gambar 4.4 Logo Soya C(o)u(l)ture.....	105
Gambar 4.5 Fleksibilitas Warna Logo Soya C(o)u(l)ture.....	105
Gambar 4.6 Tipografi Logo Soya C(o)u(l)ture .....	106
Gambar 4.7 Tipografi <i>tagline</i> dan teks Soya C(o)u(l)ture .....	107
Gambar 4.8 Model Laras Sekar.....	108
Gambar 4.9 Model Nindya Silvi .....	108
Gambar 4.10 Studi Make Up.....	109
Gambar 4.11 Visual Fotografi.....	110
Gambar 4.12 Sketsa <i>Lay Out Website</i> Soya C(o)u(l)ture 1 .....	112
Gambar 4.13 Sketsa <i>Lay Out Website</i> Soya C(o)u(l)ture 2 .....	114
Gambar 4.14 Sketsa <i>Lay Out Website</i> Soya C(o)u(l)ture 3 .....	116
Gambar 4.15 Sketsa <i>Lay Out Website</i> Soya C(o)u(l)ture 4 .....	117
Gambar 4.16 Tampilan <i>Website</i> Soya C(o)u(l)ture 1 .....	120
Gambar 4.17 Tampilan <i>Website</i> Soya C(o)u(l)ture 2 .....	123
Gambar 4.18 Tampilan <i>Website</i> Soya C(o)u(l)ture 3 .....	126
Gambar 4.19 Tampilan <i>Website</i> Soya C(o)u(l)ture 4 .....	127
Gambar 4.20 Cuplikan Hasil <i>Website</i> Soya C(o)u(l)ture <i>desktop version</i> .....	131
Gambar 4.21 Tampilan <i>Website</i> Soya C(o)u(l)ture <i>mobile version</i> .....	123
Gambar 4.22 Studi Lay Out <i>Video Campaign</i> Soya C(o)u(l)ture .....	133
Gambar 4.23 <i>Video Campaign</i> Soya C(o)u(l)ture.....	135
Gambar 4.24 Studi Lay Out Instagram Soya C(o)u(l)ture.....	136
Gambar 4.25 Instagram Soya C(o)u(l)ture <i>Feeds verison</i> .....	137
Gambar 4.26 Instagram Soya C(o)u(l)ture <i>Post Version</i> .....	140
Gambar 4.27 YouTube C(o)u(l)ture.....	141

Gambar 4.28 Facebook Soya C(o)u(l)ture.....	142
Gambar 4.29 Studi <i>Lay Out Online Banner Ad</i> Soya C(o)u(l)ture .....	143
Gambar 4.30 <i>Online Banner Ad</i> Soya C(o)u(l)ture.....	144
Gambar 4.31 Cuplikan Hasil <i>Online Banner Ad</i> Soya C(o)u(l)ture.....	145
Gambar 4.32 Studi <i>Online Newsletter</i> Soya C(o)u(l)ture.....	146
Gambar 4.33 <i>Online Newsletter</i> Soya C(o)u(l)ture.....	147
Gambar 4.34 Cuplikan Hasil <i>Online Newsletter</i> Soya C(o)u(l)ture.....	149
Gambar 4.35 Studi <i>Lay Out Lookbook</i> Soya C(o)u(l)ture .....	150
Gambar 4.36 <i>Lookbook</i> Soya C(o)u(l)ture.....	155
Gambar 4.37 Cuplikan Hasil <i>Lookbook</i> Soya C(o)u(l)ture .....	156
Gambar 4.38 Studi <i>Lay Out Poster</i> Soya C(o)u(l)ture .....	157
Gambar 4.39 <i>Poster</i> Soya C(o)u(l)ture.....	158
Gambar 4.40 Cuplikan Hasil <i>Poster</i> Soya C(o)u(l)ture.....	159
Gambar 4.41 Studi <i>Lay Out Brochure</i> Soya C(o)u(l)ture .....	160
Gambar 4.42 <i>Brochure</i> Soya C(o)u(l)ture.....	161
Gambar 4.43 Cuplikan Hasil <i>Brochure</i> Soya C(o)u(l)ture.....	162
Gambar 4.44 Studi <i>Lay Out Name Card</i> Soya C(o)u(l)ture .....	163
Gambar 4.45 <i>Name Card</i> Soya C(o)u(l)ture.....	164
Gambar 4.46 Cuplikan Hasil <i>Name Card</i> Soya C(o)u(l)ture.....	165

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Perencanaan Media.....	102
---	-----

