

**KAMPANYE *MINIMALIST LIFESTYLE* BAGI MAHASISWA  
DI KOTA PADANG**

**KARYA AKHIR**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang  
Sebagai Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh :  
**Fajriah Utami**  
**19027011**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
DEPARTEMEN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2024**

PERSETUJUAN KARYA AKHIR

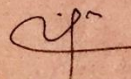
KAMPANYE MINIMALIST LIFESTYLE BAGI MAHASISWA  
DI KOTA PADANG

Nama : Fajriah Utami  
NIM/BP : 19027011/2019  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Departemen : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 20 November 2023

Disetujui dan Disahkan oleh:

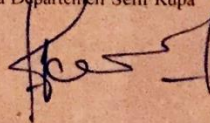
Dosen Pembimbing



**Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds.**  
NIP. 19861023.2019032.006

Mengetahui

Kepala Departemen Seni Rupa



**Eliya Pehriyeni, S.Pd., M.Sn.**  
NIP. 19830201.200912.2.001

April 25

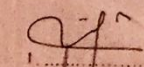
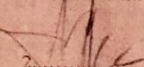
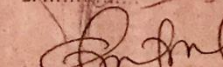
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan didepan Tim Penguji Karya Akhir  
Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang

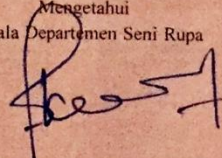
Judul : Kampanye Minimalist Lifestyle Bagi Mahasiswa di  
Kota Padang  
Nama : Fajriah Utami  
NIM/BP : 19027011/2019  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Departemen : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 31 Januari 2024

Tim Penguji:

	Nama /NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	<b><u>Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds.</u></b> NIP. 19861023.2019032.006	1. 
2. Penguji Satu	<b><u>Dr. Jupriani, M.Sn</u></b> NIP. 19631008.199003.2.003	2. 
3. Penguji Dua	<b><u>Dini Faisal, S.Ds., M.Ds.</u></b> NIP. 19840909.201404.2.003	3. 

Mengetahui  
Kepala Departemen Seni Rupa

  
**Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.**  
NIP. 19830201.200912.2.001

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Karya Akhir dengan judul Kampanye *Minimalist Lifestyle* Bagi Mahasiswa Di Kota Padang adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 23 November 2023  
Saya yang menyatakan,



Fajriah Utami  
NIM. 19027011

# KAMPANYE MINIMALIST LIFESTYLE BAGI MAHASISWA DI KOTA PADANG

**Fajriah Utami<sup>1</sup>, Dwi Mutia Sari<sup>2</sup>**

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

[fajriah6utami@gmail.com](mailto:fajriah6utami@gmail.com), [mutia2011@fbs.unp.ac.id](mailto:mutia2011@fbs.unp.ac.id)

## ABSTRAK

Konsumsi adalah aktivitas yang bertujuan mengurangi atau memanfaatkan suatu produk baik itu berupa produk fisik maupun layanan. Seiring perkembangan zaman tingkat konsumsi semakin tinggi, terutama dikalangan mahasiswa. Meningkatnya kegiatan konsumsi ini berdasarkan daya tarik yang ditimbulkan dari suatu barang, sehingga memberikan kepuasan pada konsumen. Apabila konsumsi tidak dapat dikontrol maka akan menimbulkan perilaku konsumtif. Oleh sebab itu penulis merancang kampanye *minimalist lifestyle* untuk mengurangi jumlah konsumsi dan memilih untuk mengoptimalkan penggunaan barang agar lebih efektif dan bermanfaat. Perancangan ini menggunakan metode *Research and Development (R&D) model 4-D* dengan tahapan: *define, design, develop dan disseminate*. Dalam proses pemecahan masalah penulis menerapkan analisis data *5W+1H (what, where, when, who, why dan how)*. Media utama perancangan ini yaitu *feed instagram* sebagai media kampanye minimalist lifestyle.

**Kata kunci: Minimalis, Gaya hidup, Kampanye, Konsumtif**

---

<sup>1</sup> Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing, Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa FBS, Universitas Negeri Padang

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Karya Akhir ini dengan judul “Kampanye Minimalist Lifestyle Bagi Mahasiswa di Kota Padang” tepat pada waktunya. Karya akhir ini dirancang dan disusun sebagai persyaratan mata kuliah Tugas Akhir yang merupakan gabungan antara analisis dan solusi kreatif berbasis program studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni di Universitas Negeri Padang.

Dalam melakukan penulisan dan penyusunan laporan ini, penulis mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Eliya Pebriyeni, S. Pd., M. Sn, selaku Kepala Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
2. Bapak Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn, selaku Koordinator program studi Desain Komunikasi Visual.
3. Bapak Riri Trinanda, S. Pd., M. Pd, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan.
4. Ibu Dwi Mutia Sari, S. Ds., M. Ds, selaku Pembimbing Karya Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama penulisan dan menyusun karya akhir ini.
5. Ibu Dr. Jupriani, M. Sn, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dan saran untuk menyempurnakan karya akhir ini.

6. Ibu Dini Faisal, S. Ds., M. Ds, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran untuk menyempurnakan karya akhir ini kedepannya.
7. Terkhusus kepada keluarga, partner, teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat perancang tuliskan satu persatu atas segala dukungan dan bantuan dalam perancangan dan penyusunan karya akhir ini, sehingga dapat berjalan dengan lancar.

Dalam penulisan dan penyusunan karya akhir ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi susunan dan cara penulisan, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan karya akhir ini sangat diharapkan. Akhir kata semoga karya akhir ini bisa bermanfaat dan berguna bagi penulis maupun para pembaca.

Padang, 3 Oktober 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Orisinalitas.....	5
F. Tujuan Perancangan.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Kajian Praksis .....	7
1. Gaya Hidup Konsumtif .....	7
2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif .....	8
3. Dampak Negatif Perilaku Konsumtif .....	9
4. Minimalist Lifestyle .....	9
B. Kajian Teoritis .....	11
1. Kampanye Sosial .....	11
2. AIDA Model.....	12
3. Teori Desain Komunikasi Visual .....	13
4. Media Komunikasi Visual.....	17



5. <i>Layout</i> .....	19
6. Tipografi .....	20
7. Warna .....	21
C. Karya Relevan .....	22
D. Kerangka Konseptual .....	26
<b>BAB III METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>27</b>
A. Metode Perancangan .....	27
B. Teknik Pengumpulan Data .....	29
C. Analisis Data .....	31
<b>BAB IV PERANCANGAN.....</b>	<b>33</b>
A. Define .....	33
B. Design.....	33
C. Develop .....	41
D. Disseminate .....	90
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>98</b>
A. Simpulan .....	98
B. Saran .....	99
<b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Karya Relevan 1 ( <i>Rethink Campaign</i> ) .....	23
Gambar 2. Karya Relevan 2 (Solek.idn) .....	25
Gambar 3. Model Metode 4-D .....	27
Gambar 4. <i>Mindmapping</i> .....	38
Gambar 5. Sketsa logo ugahari .....	42
Gambar 6. Proses Digital logo ugahari .....	43
Gambar 7. Makna logo ugahari.....	43
Gambar 8. <i>Final design</i> logo.....	44
Gambar 9. <i>Layout Grid Checker Board Feed Instagram</i> .....	45
Gambar 10. <i>Layout Feed Instagram</i> .....	46
Gambar 11. Palet Warna .....	46
Gambar 12. <i>Typeface</i> Laila .....	47
Gambar 13. <i>Typeface</i> Poppins .....	47
Gambar 14. Sketsa Aset Ilustrasi 1 (Sumber : Dokumen pribadi, 2023).....	48
Gambar 15. Sketsa Aset Ilustrasi 2 .....	49
Gambar 16. Sketsa Aset Ilustrasi 3 .....	49
Gambar 17. Sketsa <i>Feed Instagram</i> .....	50
Gambar 18. Desain <i>Feed 1 Instagram</i> .....	52
Gambar 19. Desain <i>Feed 2 Instagram</i> .....	52
Gambar 20. Desain <i>Feed 3 Instagram</i> .....	53
Gambar 21. Desain <i>Feed 4 Instagram</i> .....	55
Gambar 22. Desain <i>Feed 5 Instagram</i> .....	57
Gambar 23. Desain <i>Feed 6 Instagram</i> .....	58
Gambar 24. Desain <i>Feed 7 Instagram</i> .....	60
Gambar 25. Desain <i>Feed 8 Instagram</i> .....	62
Gambar 26. Desain <i>Feed 9 Instagram</i> (Sumber : Dokumen pribadi, 2023) .....	62
Gambar 27. Desain <i>Feed 10 Instagram</i> .....	64
Gambar 28. Desain <i>Feed 11 Instagram</i> .....	65
Gambar 29. Desain <i>Feed 12 Instagram</i> .....	67
Gambar 30. Desain <i>Feed 13 Instagram</i> .....	69

Gambar 31. Desain <i>Feed 14 Instagram</i> .....	70
Gambar 32. Desain <i>Feed 15 Instagram</i> .....	70
Gambar 33. Desain <i>Feed 16 Instagram</i> .....	71
Gambar 34. Desain <i>Feed 17 Instagram</i> .....	72
Gambar 35. Desain <i>Feed 18 Instagram</i> .....	74
Gambar 36. <i>Mockup Media Sosial Instagram</i> .....	75
Gambar 37. <i>Layout Poster</i> .....	76
Gambar 38. <i>Sketsa Poster</i> .....	76
Gambar 39. <i>Desain Poster</i> .....	77
Gambar 40. <i>Mockup Poster</i> .....	77
Gambar 41. <i>Layout X-Banner</i> .....	78
Gambar 42. <i>Sketsa X-Banner</i> .....	78
Gambar 43. <i>Desain X-Banner</i> .....	79
Gambar 44. <i>Mockup X-Banner</i> .....	79
Gambar 45. <i>Layout Totebag</i> .....	80
Gambar 46. <i>Sketsa Totebag</i> .....	80
Gambar 47. <i>Desain Totebag</i> .....	81
Gambar 48. <i>Mockup Totebag</i> .....	81
Gambar 49. <i>Layout Pocket Book</i> .....	82
Gambar 50. <i>Sketsa Pocket Book</i> .....	82
Gambar 51. <i>Desain Pocket Book</i> .....	83
Gambar 52. <i>Mockup Pocket Book</i> .....	83
Gambar 53. <i>Sketsa Tumbler</i> .....	84
Gambar 54. <i>Desain Tumbler</i> .....	84
Gambar 55. <i>Mockup Tumbler</i> .....	85
Gambar 56. <i>Layout Sticker</i> .....	85
Gambar 57. <i>Sketsa Sticker</i> .....	86
Gambar 58. <i>Desain Sticker</i> .....	86
Gambar 59. <i>Sketsa Gantungan Kunci</i> .....	87
Gambar 60. <i>Mockup Gantungan Kunci</i> .....	87
Gambar 61. <i>Grafik kuesioner berdasarkan jenis kelamin</i> .....	102

Gambar 62. Grafik kuesioner berdasarkan usia .....	102
Gambar 63. Grafik kuesioner berdasarkan pertanyaan .....	105
Gambar 64. Grafik Berdasarkan Profesi .....	106
Gambar 65. Grafik Berdasarkan Umur .....	106
Gambar 66. Grafik Penilaian Aspek Desain 1 .....	107
Gambar 67. Grafik Penilaian Aspek Desain 2 .....	107
Gambar 68. Grafik Penilaian Aspek Desain 3 .....	108
Gambar 69. Grafik Penilaian Aspek Desain 4 .....	108
Gambar 70. Grafik Penilaian Aspek Media 1 .....	109
Gambar 71. Grafik Penilaian Aspek Media 2 .....	109
Gambar 72. Grafik Penilaian Aspek Media 3 .....	110
Gambar 73. Grafik Penilaian Aspek Komunikasi Visual 1 .....	110
Gambar 74. Grafik Penilaian Aspek Komunikasi Visual 2 .....	111
Gambar 75. Kritik dan Saran .....	111
Gambar 76. Dokumentasi bersama Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji .....	112

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Metode Analisis Perancangan 5W+1H.....	31
Tabel 2. Hasil Uji Kelayakan .....	88
Tabel 3. Timeline Content Planner .....	90

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual.....	26
-----------------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Konsumsi adalah aktivitas yang bertujuan mengurangi atau memanfaatkan suatu produk baik itu berupa produk fisik maupun layanan. Seiring perkembangan zaman tingkat konsumsi semakin tinggi, terutama dikalangan dewasa muda. Meningkatnya kegiatan konsumsi ini berdasarkan daya tarik yang ditimbulkan dari suatu barang, sehingga memberikan ketertarikan pada konsumen. Apabila konsumsi tidak dapat dikontrol maka akan menimbulkan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat ditemukan di berbagai kalangan, termasuk diantaranya adalah mahasiswa. Mahasiswa seringkali memiliki kecenderungan untuk berbelanja dengan tujuan memenuhi gaya hidup, meningkatkan status sosial, menjaga citra diri dan mengikuti tren. Hal ini juga karena semakin banyaknya *platform e-commerce* muncul di media sosial internet, sehingga gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa dapat dilihat sebagai dampak dari budaya konsumerisme yang semakin meningkat dalam masyarakat, terutama melalui pengaruh media sosial dan tuntutan gaya hidup yang terus berkembang. Mahasiswa rentan terhadap pengaruh lingkungan sekitar, seringkali menghadapi kesulitan dalam membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Beberapa mahasiswa mudah tergiur dan tidak ragu untuk membeli sesuatu dan mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan, tanpa sadar

terkadang yang dibeli kurang bermanfaat dan cenderung boros secara finansial.

Hal ini diperkuat dengan pengamatan dan penelitian penulis di Kota Padang pada 18 Februari 2023 hingga 1 Maret 2023. Penulis mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner dengan total 53 responden mahasiswa Kota Padang. Hasilnya menunjukkan 81.1% dari responden mengaku sering membeli produk selain kebutuhan pokok dan 18,9% lainnya hanya membeli kebutuhan pokok. Selanjutnya, 73.1% mengaku berperilaku konsumtif 26,9% lainnya mengaku tidak berperilaku konsumtif, kemudian 60.4% masih tidak mengetahui *minimalist lifestyle*, 39,6% lainnya sudah mengetahui *minimalist lifestyle*.

Berdasarkan pengamatan penulis mengenai konsumerisme dikalangan mahasiswa yaitu, sulitnya mengatur antara keinginan dan kebutuhan. Hal ini karena banyak mahasiswa baru memulai kehidupan mandiri ketika menjadi mahasiswa. Tidak sedikit mahasiswa yang kewalahan dalam mengatur aktivitas sehari-hari maupun keuangannya. Akibat tidak mampu mengatur antara keinginan dan kebutuhan, mahasiswa terkadang tanpa sadar menjadi boros, dalam hal ini penulis bertanya dengan beberapa teman mahasiswa dikampus, bahwa mereka seringkali boros dalam membeli printilan kos yang dianggap lucu dan mungkin akan terpakai namun terkadang barang tersebut hanya menjadi pajangan dan tidak terpakai, selain itu mahasiswa juga tanpa sadar mudah tergiur *trend fashion* dan produk kecantikan seperti *skincare* dan *make up*, penampilan adalah salah satu yang diperlukan oleh mahasiswa



namun ketika konsumsi sudah berlebihan akan berdampak negatif pada diri sendiri.

Perilaku konsumtif yang cukup tinggi akan berdampak negatif apabila tidak segera menguranginya. Salah satu dampak negatif yang akan ditimbulkan seperti terjadinya pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kualitas dan kegunaan suatu barang, menumpuknya barang yang tidak terpakai, dengan banyaknya barang yang tidak terpakai akan berdampak juga pada lingkungan, seperti bertambahnya limbah produk yang sulit diuraikan.

Oleh karena itu kampanye *minimalist lifestyle* sebagai langkah untuk mencoba menahan tingginya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Tujuan *minimalist lifestyle* adalah kesiapan untuk hidup sederhana, praktis dan merasa cukup atas yang sudah dimiliki. Maka praktik minimalis yang akan diperkenalkan adalah bagaimana mengelola barang kepemilikan dengan cara *decluttering* dan bagaimana menjadi konsumen yang bijak dalam membeli barang.

*Decluttering* adalah proses mengidentifikasi, menyusun, dan mengurangi barang-barang yang tidak perlu atau tidak digunakan lagi dalam suatu ruangan atau kehidupan seseorang. Tujuan utama dari *decluttering* adalah menciptakan ruang yang lebih terorganisir, bersih, dan efisien, serta dapat mengurangi stres yang disebabkan oleh kelebihan barang [1]. Tujuan kampanye *minimalist lifestyle* yaitu merancang kampanye *minimalist lifestyle* dengan memperkenalkan praktik minimalis pada mahasiswa di Kota Padang

Diharapkan dengan adanya kampanye ini bisa menjadi salah satu cara yang efektif untuk menyuarakan *minimalist lifestyle* kepada seluruh lapisan masyarakat terutama mahasiswa, agar dapat mengurangi jumlah konsumsi dan mengoptimalkan penggunaan barang sehingga tidak terjebak dalam gaya hidup konsumtif.

Penulis memilih menggunakan media sosial *Instagram* sebagai platform kampanye, mengingat popularitas *instagram* yang tinggi di kalangan mahasiswa karena mahasiswa cenderung sering berselancar di media sosial. *Instagram* juga menyediakan ruang yang ideal untuk menyampaikan pesan-pesan yang kreatif dan inspiratif, serta untuk mengembangkan informasi yang mendukung prinsip-prinsip minimalis. Selain memberikan fasilitas bagi para pengguna untuk membuat dan membagikan berbagai jenis konten, baik dari konten gambar atau video yang selanjutnya konten tersebut bisa secara luas di posting dan dilihat pengguna media sosial lainnya. Melalui permasalahan diatas, maka Penulis memilih judul “Kampanye Minimalist Lifestyle Bagi Mahasiswa di Kota Padang”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dilihat dari uraian pada latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut: Kurangnya pemahaman masyarakat di Kota Padang mengenai minimalist lifestyle.

1. Tingginya gaya hidup konsumtif mahasiswa di Kota Padang.
2. Kurangnya wawasan mahasiswa mengenai *Minimalist Lifestyle*.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan, maka batasan masalah dalam karya ini adalah perlunya memberi pemahaman dan wawasan mengenai *minimalist lifestyle* pada mahasiswa di Kota Padang.

### **D. Rumusan Masalah**

Mengacu kepada batasan masalah yang telah dikemukakan, maka Penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana merancang kampanye sosial untuk menyuarakan *minimalist lifestyle* bagi mahasiswa di Kota Padang. Agar mahasiswa di kota Padang dapat mengurangi gaya hidup konsumtif dengan menerapkan *minimalist lifestyle*.

### **E. Orisinalitas**

Karya ini dibuat karena maraknya gaya hidup konsumtif dikalangan mahasiswa Kota Padang. Isu yang diangkat dalam karya akhir ini benar-benar terjadi. Oleh karena itu, dibuat kampanye *minimalist lifestyle* untuk mengurangi dan mencegah gaya hidup konsumtif di Kota Padang. Penulisan karya ini benar-benar asli dan tidak meniru terhadap penulisan lain, baik dalam media utama dan media pendukungnya.

## **F. Tujuan Perancangan**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini yaitu, merancang kampanye *minimalist lifestyle* dengan memperkenalkan praktik minimalis pada mahasiswa di Kota Padang, sehingga dapat mengurangi gaya hidup konsumtif. Perancangan ini akan dirancang melalui media kampanye sosial berupa *feed instagram*.