

Kampanye Minimalist Lifestyle Bagi Mahasiswa Di Kota Padang

Fajriah Utami

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Dwi Mutia Sari

Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS, Universitas Negeri Padang

Alamat: Air Tawar Barat, Padang Utara, Kota Padang, 25132, Sumatra Barat

Korespondensi penulis : fajriah6utami@gmail.com

Abstract. Consumption is an activity aimed at reducing or utilizing a product, whether it is a physical product or a service. Along with the times, the level of consumption is getting higher, especially among students. This increase in consumption activity is based on the attractiveness of an item, thus providing satisfaction to consumers. If consumption cannot be controlled, it will lead to consumptive behavior. Therefore the authors designed a minimalist campaign to reduce the amount of consumption and chose to optimize the use of goods to make them more effective and useful. This design uses the Research and Development (R&D) 4-D model with the stages: define, design, develop and disseminate. In the process of solving the problem the writer applies 5W+1H data analysis (what, where, when, who, why and how). The main media for this design is the Instagram feed as a medium for voicing a minimalist lifestyle campaign.

Keywords: Minimalist, Lifestyle, Campaign, Consumptive

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 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 menyuarakan kampanye minimalist lifestyle.

Kata kunci: Minimalis, Gaya hidup, Kampanye, Konsumtif

LATAR BELAKANG

Perilaku konsumtif adalah gaya hidup yang senang membelanjakan uang secara berlebihan, tanpa sadar dan hanya untuk mengejar kehidupan yang terlihat mewah dan mengikuti gengsi. Menurut (Wulandari, 2022) Perilaku konsumtif ini biasanya membeli barang-barang hanya didasari oleh keinginan sementara dan tidak mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut. Jika perilaku konsumtif terus berulang maka akan berdampak serta merugikan konsumen.

Pada umumnya mahasiswa lebih sering terjerumus gaya hidup konsumtif, karena pada usia dewasa muda cenderung memiliki keingintahuan lebih dan mudah terpengaruh oleh tren masa kini. Hal ini juga karena semakin banyaknya *platform e-commerce* muncul di media sosial internet, sehingga mahasiswa mudah tergiur dan tidak ragu untuk membelinya, tanpa sadar terkadang barang yang dibeli tidak berguna dan boros secara finansial.

Received Juni 30, 2023; Revised Juli 10, 2023; Accepted Agustus 07, 2023

* Fajriah Utami, fajriah6utami@gmail.com

Menurut Asmita, (2019) dari hasil analisis melalui kuesioner mengenai perilaku konsumtif mahasiswa, mengatakan bahwa dampak dari trend fashion telah mendorong mahasiswa untuk bersikap konsumtif. Hal ini dikarenakan dorongan mahasiswa untuk tetap terlihat menarik dan modis di depan semua orang.

Sejalan dengan hasil penelitian penulis melalui kuesioner yang dilakukan pada 18 Februari 2023 hingga 1 Maret 2023 dengan total 53 responden mahasiswa Kota Padang. Hasilnya menunjukkan 81.1% dari responden mengaku sering membeli produk selain kebutuhan pokok. 80% mengaku lebih sering membeli produk fashion. 73.1% mengaku berperilaku konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumtif mahasiswa di Kota Padang cukup tinggi

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

Oleh karena itu kampanye *minimalist lifestyle* atau biasa disebut dengan gaya hidup minimalis, ada sebagai langkah untuk mencoba menahan tingginya perilaku konsumtif di antara berbagai fasilitas teknologi yang disediakan. Tujuan *minimalist lifestyle* yaitu untuk mengurangi jumlah konsumsi dan memilih untuk mengoptimalkan penggunaan barang agar lebih efektif dan bermanfaat.

Kampanye sosial ini bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada target audiens yang mampu memberi informasi, edukasi dan mendewasakan pola pikir, serta menyuarakan *minimalist lifestyle* sebagai solusi mengurangi perilaku konsumtif. Maka perlu adanya media yang dapat menjelaskan apa itu *minimalist lifestyle* kepada para mahasiswa agar dapat lebih baik lagi dalam mengelola barang kepemilikannya. Perancang memilih media digital feed instagram sebagai sarana menyuarakan kampanye *minimalist lifestyle* dikarenakan media digital sesuai dengan target audiens yaitu mahasiswa yang cenderung sering berselancar di media sosial.

KAJIAN TEORITIS

A. Kampanye Sosial

Kampanye sosial merupakan proses komunikasi yang dilakukan seseorang untuk menyebarluaskan pesan yang berisi isu-isu sosial kemasyarakatan. Mengacu pada definisi

kampanye tersebut, Roger dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye harus memiliki 4 unsur, yaitu:

- a. Bertujuan untuk menghasilkan dampak atau efek khusus
- b. Target audiens kampanye dengan jumlah yang besar
- c. Kampanye biasanya berfokus pada kegiatan dalam periode waktu yang ditentukan
- d. Kampanye dilakukan melalui rangkaian langkah komunikasi yang terorganisir.

B. Media Digital

Media digital adalah media komunikasi *online* yang bisa dijangkau melalui jaringan internet dan berisi gambar, tulisan, video dan rekaman audio. Media digital juga digunakan untuk membuat, menyimpan, bertukar dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk. Secara keseluruhan, media digital mengacu pada media apapun yang dapat diakses melalui perangkat digital seperti komputer, tablet dan smartphome. Oleh karena itu, media digital menjadi pilihan perancang sebagai media utama kampanye karena media digital pada era ini sangat marak digunakan generasi muda sehingga mempermudah menyuarakan kampanye serta mampu menghubungkan satu sama lain untuk bertukar pikiran, pesan dan informasi.

METODE PENELITIAN

A. Metode Pengumpulan Data

Perancangan ini dimulai dengan metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, demi mencapai tujuan perancangan yang diinginkan. Penulis mengumpulkan data primer dengan membagikan kuesioner kepada target audiens yang disebarkan melalui media sosial. Pengumpulan data sekunder dengan cara studi literatur, jurnall, buku, pustaka dan internet untuk mendukung data yang sudah diperoleh penulis.

B. Metode Perancangan

Setelah mendapatkan data dari hasil pengumpulan data, selanjutnya masuk tahap perancangan. Model pengembangan 4-D dipakai sebagai metode perancangan dalam proses ini. Metode perancangan ini terdiri dari 4 langkah utama yang akan dijalankan dalam proses perancangan sebagai berikut:

1. Tahap Pendefinisian (*Define*)

Pada langkah ini menganalisis dan mengumpulkan data informasi mengenai kampanye minimalist lifestyle. Sederhananya, pada tahap ini adalah tahap analisis kebutuhan. Maksud dari langkah ini adalah untuk mengidentifikasi dan menjelaskan secara jelas kebutuhan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kampanye minimalist lifestyle sebagai solusi gaya hidup konsumtif di Kota Padang

2. Tahap Perancangan (*Design*)

Pada tahap ini perancang mulai melakukan perancangan dari hasil mendefinisikan masalah pada tahap pendefinisian. Tujuan dari tahap ini yaitu melakukan perancangan pada masalah yang telah ditemukan dengan merancang kampanye minimalist lifestyle berdasarkan informasi yang diperoleh selama pengidentifikasian masalah.

3. Tahap Pengembangan (*Develop*)

Tahapan ini merupakan tahap implementasi untuk menghasilkan sebuah produk pengembangan. Pada tahap ini akan diuji kelayakan media yang digunakan. Maksud dari langkah ini yaitu menciptakan karya akhir kampanye sosial yang pantas disampaikan secara efektif.

4. Tahap Penyebaran (*Disseminate*)

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari proses perancangan. Tahap pengemasan akhir. Tahap penyebarluasan dilakukan untuk mempromosikan perancangan hasil pengembangan agar dapat diterima oleh target audiens.

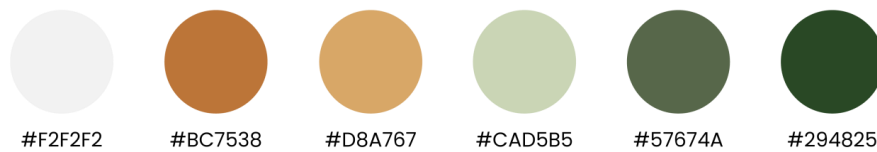
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perancangan ini media utama kampanye *minimalist lifestyle* ini adalah feed instagram. Sesuai dengan target audiens kampanye yaitu generasi muda. Karena pada era ini generasi muda termasuk mahasiswa banyak yang menghabiskan waktu berselancar mencari informasi di media sosial terutama instagram, sehingga menjadi peluang untuk menyuarakan kampanye *minimalist lifestyle* dengan konten yang menarik dan edukatif.

Pesan verbal yang akan disampaikan melalui feed instagram berisi penjelasan perilaku konsumtif dan apa itu *minimalist lifestyle* secara komunikatif dan mudah dimengerti oleh target audiens. Pesan visual yang digunakan dalam perancangan kampanye *minimalist*

lifestyle ini menggunakan simple illustration dan elemen desain yang sederhana namun dapat menarik target audiens.

Warna yang digunakan dalam perancangan kampanye *minimalist lifestyle* meliputi warna-warna yang bersifat *calming, earthy dan minimalist*. Pemilihan warna ini berdasarkan tujuan dari kampanye *minimalist lifestyle* yaitu, warna coklat memiliki arti untuk menjaga stabilitas, keseimbangan, dan menginspirasi penghargaan terhadap hal-hal sederhana dalam kehidupan. Warna hijau, selain melambangkan alam juga melambangkan ketenangan, kedamaian dan kesegaran.



Gambar 1. Palet Warna

Eksekusi desain logo kampanye menggunakan typeface judson yang dapat memberikan kesan simple, modern dan mudah dibaca.



Gambar 2. Typeface Judson

Typeface yang digunakan untuk headline adalah typeface laila bold yang memiliki karakteristik tebal namun simple



Gambar 3. Typeface Laila Bold

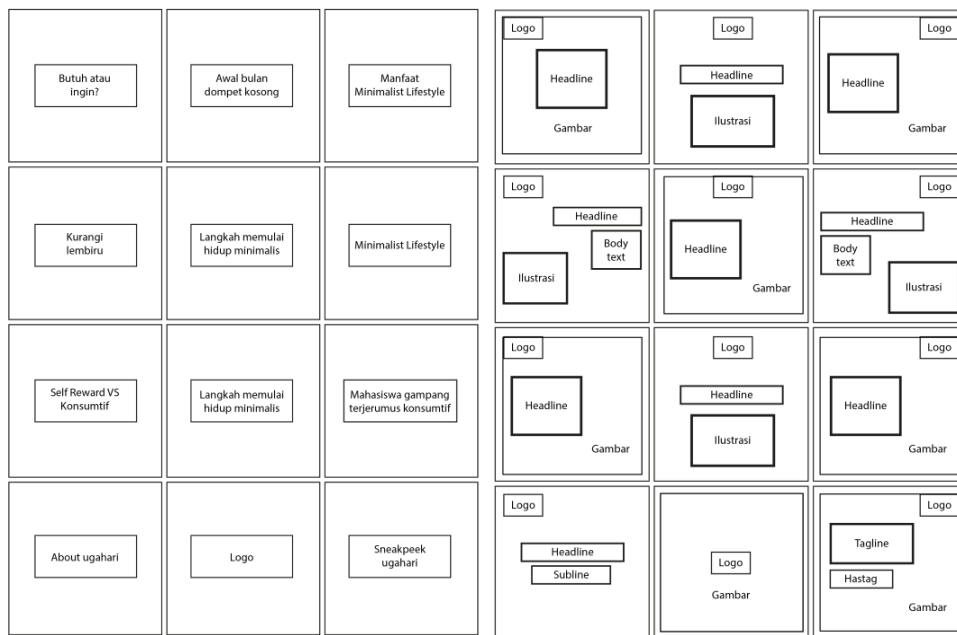
Typeface yang digunakan untuk subheadline dan bodycopy menggunakan typeface poppins yang memiliki karakter simple-modern dan mudah dibaca.



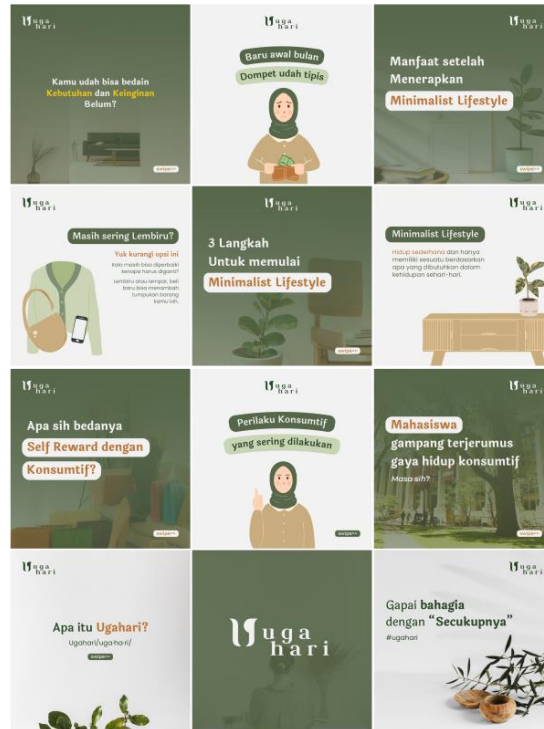
Gambar 4. Typeface Poppins

Proses Perancangan

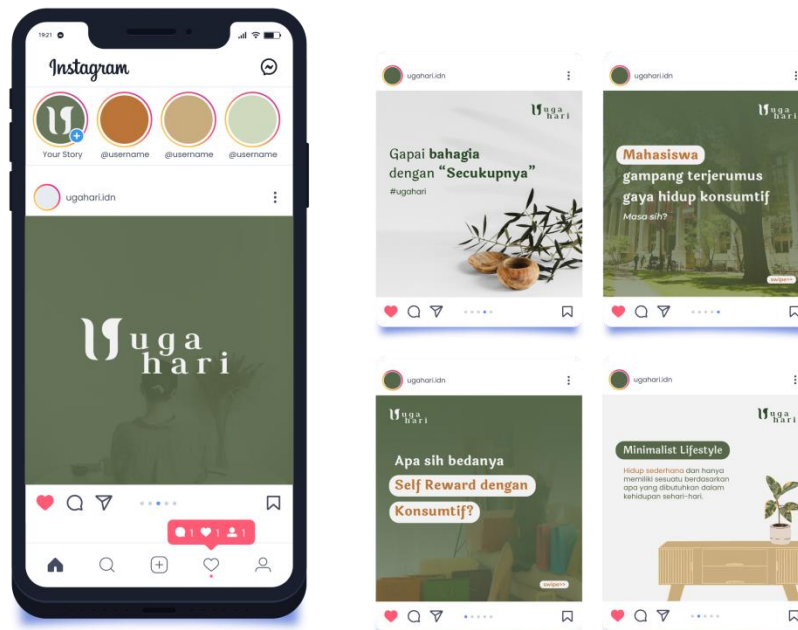
Setelah melalui proses analisa data maka selanjutnya, tahap perancangan yang dimulai dari penyusunan konten planner yang akan disajikan pada feed instagram. Selanjutnya tahap layout perancangan.



Gambar 5. Konten planner dan Layout



Gambar 6. Final Design



Gambar 7. Mockup Feed Instagram

KESIMPULAN DAN SARAN

Perancangan Kampanye Minimalist Lifestyle merupakan upaya untuk mengurangi tingginya gaya hidup konsumtif pada mahasiswa maupun masyarakat umum. Harapannya dengan adanya kampanye ini dapat meningkatkan awareness mahasiswa sehingga dapat

mempertimbangkan kualitas dan kegunaan suatu barang. Selain itu, mahasiswa dapat memilah gaya hidup yang lebih bermanfaat sehingga tidak mudah gengsi dan memaksakan keadaan. Perancangan ini menggunakan gaya minimalis-modern sehingga target audiens mudah memahami pesan yang disampaikan.

DAFTAR REFERENSI

- Rogers, E. M., & Storey J. D. (1987) . Communication Campaign. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), *Handbook of Communication Science*, New Burry Park; Sage
- Wulandari, D., & Aulia, P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178-180
- Asmita, D., & Erianjoni, E. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif*, 2(2), 91-92.