

ABSTRAK

Alvin Wijaya (625169201)

PERANCANGAN KAMPANYE “ECO FOR YOU” MELALUI ACARA PEKAN LINGKUNGAN HIDUP KEPADA GENERASI-Z

Pada era modern ini, manusia memiliki sebuah gaya hidup yang serba serba cepat, mudah dan efisien dengan cara-cara yang instan. Hal tersebut membuat sebuah aspek yang sangat penting dalam pengetahuan dan pemilihan mengenai informasi penting produk, makanan, dan jasa menjadi tidak diperhatikan, sehingga dapat mempengaruhi kebiasaan, kesehatan, dan gaya hidup menjadi tidak baik, tetapi permasalahan tersebut dapat dijawab dengan menggunakan produk ramah lingkungan. Produk ramah lingkungan adalah sebuah produk yang diproduksi dengan memperhatikan manfaat terhadap pengguna dan akibat terhadap lingkungan setelah masa habis pakai produk. Namun dari data yang didapatkan, masih banyak yang tidak mengetahui manfaat menggunakan produk ramah lingkungan karena kurangnya pendidikan dan informasi yang diberikan.

Maka dari itu, dibutuhkanlah kampanye komunikasi visual edukasi informasi dan manfaat produk ramah lingkungan terhadap generasi-z. Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis menggunakan pendekatan metode symbolism, yang dikemas dengan visual – visual simbolik, analogi, dan elemen visual yang berlebih. Penulis memilih big idea Ada Manfaatnya! Sebagai kunci pesan dari perancangan kampanye ini. Dengan mengikuti kampanye ini, maka target lebih tereduksi mengenai manfaat produk ramah lingkungan serta merubah gaya hidup menjadi lebih baik.

Kata kunci : Produk Ramah Lingkungan, Manfaat, Tidak Repot

ABSTRAK

Alvin Wijaya (625169201)

VISUAL COMMUNICATION CAMPAIGN DESIGN OF “ECO FOR YOU” THROUGH WEEK OF ENVIRONMENT FOR GENERATION-Z

In this modern era, people have a fast-paced, easy and efficient lifestyle in instant ways. This makes a very important aspect of knowledge and selection of important information on products, food and services to be unwary, that can affect habits, health and lifestyle to be bad, but these problems can be answered by using eco products. An eco product is a product that is manufactured with attention of benefit to users and the environment after the product's lifetime. However, from the data obtained, there are still many who do not know the benefits of using eco products because of the lack of education and information provided.

Therefore, a visual communication campaign for information, education and the benefits of environmentally friendly products for generation-z is needed. To achieve this goal, the author uses the symbolism method approach, which is packed with symbolic visuals, analogies, and excessive visual elements. The author chooses the big idea “There are Benefits!” as the key message of each of these campaigns. By participating in the campaign, the target audience will be more educated about the benefits of eco products and a better lifestyle.

Kata kunci : *Eco Product, Benefit, No Hassle*