

ABSTRAK

“PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL “ECO-CAT” SEBAGAI GERAKAN ECO FRIENDLY FABRIC DENGAN MEDIA UTAMA VIDEO MOTION MEME”

Muhammad Ruben Lukman¹⁾, Sri Wahyuning Septarina²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

Industri fesyen konvensional menjadi salah satu penyumbang terbesar polusi dan limbah lingkungan, terutama melalui model bisnis fast fashion yang mendorong konsumsi berlebihan. Kampanye sosial “ECO-CAT” dirancang untuk meningkatkan kesadaran Generasi Z mengenai pentingnya memilih bahan pakaian yang ramah lingkungan (*eco-friendly fabric*) sebagai bagian dari gaya hidup berkelanjutan. Kampanye ini memanfaatkan media video motion meme yang humoris dan relevan untuk Gen Z, disebarluaskan melalui *platform* media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan teknik pencarian data berupa studi pustaka, observasi dan wawancara untuk merancang strategi kampanye berbasis meme yang kreatif, edukatif, dan interaktif. Hasil perancangan menunjukkan bahwa penggunaan humor dalam meme dapat menyampaikan pesan keberlanjutan dengan cara yang ringan, menarik, dan mudah diingat oleh audiens. Kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak negatif industri fesyen konvensional dan mendorong perubahan perilaku konsumen ke arah pemilihan pakaian yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Kata kunci: Sustainable Fashion, Eco-friendly Fabric, Kampanye Sosial, Video Motion meme, Generasi Z