

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UPCYCLING LIMBAH PAKAIAN UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MAHASISWA UNIVERSITAS CATUR INSAN CENDEKIA

Nabila Rahmatika Sari¹, Ine Rachmawati², Rifqi Fahrudin³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Universitas Catur Insan Cendekia

Jl. Kesambi No.202, Kota Cirebon, Jawa Barat 45133

e-mail : ine.rachmawati@cic.ac.id¹, rifqi.fahrudin@cic.ac.id², nabila.sari.dkv.20@cic.ac.id³

ABSTRAK

Isu lingkungan, termasuk limbah pakaian, telah menjadi perhatian penting di Universitas Catur Insan Cendekia (UCIC). Banyak mahasiswa UCIC belum menyadari dampak negatif limbah pakaian terhadap lingkungan dan belum mampu mengelola limbah pakaian mereka dengan baik. Proses produksi pakaian mengkonsumsi sumber daya besar dan menghasilkan limbah signifikan yang mencemari lingkungan. Oleh karena itu, kampanye *upcycling* dipilih sebagai solusi untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan mahasiswa UCIC dalam mengelola limbah pakaian mereka. Penelitian ini menggunakan metode *mix method* (kualitatif dan kuantitatif) dan *Design Thinking*. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswa UCIC, sementara data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner online. Tahapan *Design Thinking* meliputi: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Hasil akhir adalah kampanye sosial *upcycling* limbah pakaian bernama "SiReka". Kampanye ini menggunakan media sosial untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa UCIC tentang *upcycling*. Kelebihannya adalah peningkatan kesadaran dan pengurangan limbah pakaian, sedangkan kekurangannya adalah jangkauan kampanye yang terbatas pada mahasiswa UCIC.

Kata Kunci: *Upcycling*, limbah pakaian, *Design Thinking*, kampanye sosial, SiReka.

ABSTRACT

Environmental issues, including clothing waste, have become an important concern at Universitas Catur Insan Cendekia (UCIC). Many UCIC students are not aware of the negative impact of clothing waste on the environment and have not been able to manage their clothing waste properly. The clothing production process consumes huge resources and generates significant waste that pollutes the environment. Therefore, an upcycling campaign was chosen as a solution to increase UCIC students' awareness and ability to manage their clothing waste. This research used mixed methods (qualitative and quantitative) and Design Thinking. Qualitative data was obtained through interviews with UCIC students, while quantitative data was collected through an online questionnaire. The stages of Design Thinking include: Define, Ideate, Prototype, and Test. The final result is a clothing waste upcycling social campaign named "SiReka". This campaign uses social media to raise awareness of UCIC students about upcycling. The advantages are increased awareness and reduction of clothing waste, while the disadvantages are the campaign's limited reach to UCIC students.

Keywords: *Upcycling*, *clothing waste*, *Design Thinking*, *social campaign*, *SiReka*.

1. PENDAHULUAN

Isu lingkungan telah menjadi perhatian global yang mendesak, termasuk Indonesia. Salah satu masalah lingkungan yang sering diabaikan adalah limbah pakaian. Industri *fashion* merupakan salah satu industri dengan dampak besar terhadap pencemaran lingkungan. Proses produksi pakaian tidak hanya mengkonsumsi sumber daya alam yang besar, seperti air dan energi, tetapi juga menghasilkan limbah yang signifikan. Menurut Ann Putri (2022), Persekutuan Bisnis dan FOMO Hancurkan Buruh dan Lingkungan <https://jurno.id/bercak-darah-di-fast-fashion> (diakses 30 Agustus 2022), industri fashion menyumbang sekitar 10% dari total emisi karbon global dan menjadi salah satu penyebab utama pencemaran air. Setiap tahun, jutaan ton pakaian dibuang dan sebagian besar berakhir di tempat pembuangan sampah, membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk terurai dan mencemari lingkungan.

Ditengah kondisi ini, konsep *upcycling* muncul sebagai salah satu solusi yang inovatif dan berkelanjutan. Menurut Delia dkk. (2023), mengatakan bahwa *upcycling* adalah proses pemanfaatan limbah atau produk tidak berguna menjadi produk bernilai dengan memanfaatkan potongan kain yang sudah ada atau produk *fashion* yang sudah rusak menjadi produk baru. Berbeda dengan daur ulang yang sering kali mengurangi kualitas bahan, *upcycling* justru meningkatkan nilai dan fungsi dari bahan asal. Salah satu bentuk *upcycling* yang menarik adalah mengubah pakaian bekas menjadi produk baru yang berguna, seperti *totebag*. Proses ini tidak hanya mengurangi limbah pakaian, tetapi juga mengajarkan masyarakat untuk lebih kreatif dan bertanggung jawab dalam pengelolaan barang-barang yang tidak terpakai.

Keuntungan dari *upcycling* sangat beragam. Pertama, *upcycling* dapat mengurangi jumlah pakaian bekas yang dibuang dan menambah tumpukan sampah. Kedua, *upcycling* menghemat sumber daya dengan memanfaatkan bahan yang sudah ada, sehingga mengurangi kebutuhan akan bahan baku baru. Ketiga, *upcycling* mendorong inovasi dalam menciptakan produk baru dari barang bekas. Keempat, *upcycling* dapat mengurangi emisi karbon karena mengurangi proses produksi baru yang sering kali memerlukan energi besar dan menghasilkan emisi karbon. Terakhir, *upcycling* dapat meningkatkan nilai ekonomis dengan menciptakan peluang ekonomi baru melalui produk-produk hasil *upcycling*.

Upcycling dapat diaplikasikan oleh semua kalangan usia, termasuk anak muda yang memiliki minat terhadap berbagai jenis *fashion*. *Upcycling* dapat menjadi alternatif *fashion* menarik jika di padupadankan dengan serasi. Menurut Bachtiar dkk. (2023), mengutip dari Musa Widyatmojo B.Sc., *fashion* merupakan representasi gaya hidup dan penampilan berbusana yang mengikuti perkembangan zaman dan perubahan tren. *Fashion* digemari oleh kaum muda, salah satu contohnya adalah mahasiswa UCIC di Kota Cirebon.

Berdasarkan hasil kuesioner, diketahui bahwa mahasiswa UCIC menyukai *fashion*, namun mereka masih minim pengetahuan mengenai pengelolaan limbah pakaian, khususnya yang sudah tidak terpakai seperti baju dan celana. Umumnya, mereka belum mengenal konsep *upcycling*. Hasil kuesioner ini menunjukkan bahwa kurangnya pengetahuan mengenai *upcycling* menjadi salah satu faktor utama. Dengan melibatkan mahasiswa dalam kampanye sosial *upcycling* limbah pakaian, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya pengelolaan limbah yang bertanggung jawab. Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam kampanye ini tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab di kalangan mereka.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis merancang sebuah kampanye sosial yang berfokus pada *upcycling* limbah pakaian di lingkungan UCIC. Yaitu membuat nama kampanye sosial, SiReka. Kampanye SiReka ini adalah Kreasi, Rekayasa, dan Kreatifkan. Kampanye ini bertujuan untuk mengajak mahasiswa UCIC agar bisa mengubah pakaian bekasnya menjadi lebih berguna dan bernilai sebagai upaya mengurangi limbah pakaian yang sudah tidak layak

yang berada di lemari, dan kampanye ini dirancang untuk memberikan edukasi kepada mahasiswa UCIC mengenai pentingnya *upcycling*. Metode pelaksanaan kampanye ini meliputi survei awal melalui *Google Forms* untuk mengumpulkan data mengenai kesadaran dan pengetahuan mahasiswa tentang limbah pakaian dan *upcycling*, serta kampanye SiReka akan berkolaborasi dengan akun media sosial UCIC, yaitu @sire.ka_ dan @universitas_cic. Melalui media sosial ini, informasi mengenai kampanye akan disebarluaskan secara luas. Postingan dan konten yang dibuat untuk mengedukasi mahasiswa melalui kampanye SiReka mencakup infografis edukatif tentang *upcycling*, video segmen Daber (Dari Bekas Menjadi Berkelas) yang menampilkan transformasi pakaian bekas dan tutorial DIY, serta testimoni mahasiswa UCIC yang memberikan penilaian terhadap produk DIY dan kampanye SiReka.

Adanya kampanye sosial ini diharapkan dapat mencapai beberapa tujuan, antara lain mengurangi jumlah pakaian bekas yang dibuang, meningkatkan kesadaran dan pengetahuan mahasiswa UCIC mengenai pentingnya *upcycling* dalam menjaga lingkungan serta bagaimana praktik ini bisa menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Dengan fokus pada pemberdayaan mahasiswa melalui kreativitas, kampanye ini juga bertujuan untuk menginspirasi mereka agar lebih aktif dalam menemukan solusi yang ramah lingkungan terhadap limbah pakaian. Dengan latar belakang ini, penelitian ini berjudul "Perancangan Kampanye Sosial *Upcycling* Limbah Pakaian untuk Meningkatkan Kesadaran Mahasiswa UCIC". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif dalam upaya pengelolaan limbah yang lebih baik dan menumbuhkan kesadaran lingkungan di kalangan mahasiswa UCIC. Melalui kampanye ini, diharapkan mahasiswa UCIC tidak hanya menjadi lebih peduli terhadap lingkungan, tetapi juga dapat menjadi agen perubahan yang aktif dalam menjaga kelestarian bumi.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode *Design Thinking* dengan tahapan *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*. Data terdiri dari dua jenis: primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Ketua HIMA di Universitas Catur Insan Cendekia via *WhatsApp* dan kuisioner *Google Form* untuk mahasiswa dari semua jurusan. Data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka, termasuk buku, jurnal, serta sumber internet dan dokumentasi. Analisis data menggunakan metode penelitian yang relevan. Metode *Design Thinking* memastikan solusi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens.

Kampanye SiReka akan dijalankan di Instagram melalui akun @sire.ka_ dan berkolaborasi dengan @universitas_cic untuk menjangkau mahasiswa UCIC. Konten Feed & Reels akan menyediakan informasi tentang *upcycling*, fakta limbah pakaian, tips mulai *upcycling*, perlengkapan pemula, serta foto dan video testimoni mahasiswa. Media pendukung berupa totebag *upcycling* akan menunjukkan hasil konkret dari *upcycling* untuk meningkatkan visibilitas kampanye.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Konsep Perancangan

1. Tujuan Kreatif Kampanye SiReka

Tujuan kreatif Kampanye SiReka adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan mahasiswa UCIC mengenai *upcycling* dalam *fashion*. Kampanye ini bertujuan untuk mengedukasi mahasiswa tentang bagaimana limbah pakaian dapat diubah menjadi produk baru yang bermanfaat dan bernilai. Selain itu, kampanye ini mendorong mahasiswa untuk menerapkan prinsip *upcycling* dalam kehidupan sehari-hari mereka. Nama "SiReka," yang merupakan akronim dari "Kreasi, Rekayasa, Kreatifkan," mencerminkan proses kreatif dalam mengolah limbah pakaian menjadi produk yang berguna.

2. Strategi Kreatif Kampanye SiReka

Strategi kreatif Kampanye SiReka didasarkan pada analisis data dari mahasiswa UCIC untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka. Kampanye ini akan menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk menjangkau audiens secara efektif.

3. Topik dan Tema Kampanye SiReka

Topik dan tema Kampanye SiReka mencakup penyediaan informasi tentang *upcycling*, fakta menarik mengenai limbah pakaian, dan tips memulai *upcycling*. Kampanye ini juga akan menunjukkan hasil konkret dari *upcycling* melalui totebag yang telah diupcycling, serta menyediakan foto dan video testimoni mahasiswa UCIC.

4. Karakteristik Target Audiens

Target audiens Kampanye SiReka adalah mahasiswa UCIC yang tertarik pada *fashion* dan *upcycling*. Mereka mencari informasi praktis dan inspiratif mengenai *upcycling* dan menginginkan konten yang menarik serta relevan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

5. Metode Kampanye dan Penyajian Konten

Metode kampanye akan memanfaatkan Instagram sebagai platform utama dengan menggunakan *feed* dan *reels* yang menampilkan visual menarik, infografis, foto, dan video. *Caption* akan dirancang untuk informatif dan inspiratif. Konten *feed* akan mencakup infografis edukatif, foto produk dengan *caption* yang menjelaskan manfaat *upcycling*, sedangkan *reels* akan menampilkan video *tutorial DIY* dan testimoni mahasiswa UCIC. Media pendukung berupa *totebag upcycling* akan menampilkan hasil *upcycling* dengan foto *modeling* yang menunjukkan penggunaan *totebag* dalam konteks sehari-hari.

3.2. Program Kreatif

1. Konsep Kampanye

Kampanye SiReka mengusung tema "Selamatkan Bumi, Mulai dari Lemari Pakaianmu!" yang menekankan pentingnya memulai perubahan kecil dari lemari pakaian untuk mengurangi limbah *fashion* dan menjaga lingkungan.

2. Strategi Penyajian Pesan

Nama kampanye "SiReka" (Kreasi, Rekayasa, dan Kreatifkan) dirancang untuk menggambarkan *upcycling* sebagai proses kreatif yang mudah diingat. Slogan "Selamatkan Bumi, Mulai dari Lemari Pakaianmu!" menggunakan metafora untuk menunjukkan dampak besar dari tindakan kecil dalam mengurangi limbah *fashion*. Video segmen DABER menampilkan proses transformasi pakaian bekas menjadi produk berkelas, dengan tujuan menarik minat audiens dan menunjukkan hasil akhir *upcycling*.

3. Konsep Visual

Perancangan ini menggunakan palet warna retro dengan tipe huruf *Classical Romance*, yang menonjolkan desain klasik dan romantis sesuai dengan tema retro. *Tone* warna terdiri dari hijau mint, biru tua, hijau terang, hijau tua, merah terang, oranye, putih gading, kuning muda, dan kuning terang, menciptakan kesan segar, dinamis, dan nostalgik. *Layout* yang diterapkan adalah simetris untuk memastikan keseimbangan visual dan keterbacaan desain yang baik. Gaya desain retro menghidupkan elemen klasik dengan warna-warna cerah dan pola menarik, memperkuat konsep *upcycling* dengan memadukan nuansa nostalgia dengan inovasi modern.

Sireka

Gambar 1. Logo kampanye



Gambar 2. Tone warna kampanye

Classical, Romance,
Abedefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
12345678910

Gambar 3. Tipe huruf yang digunakan dalam kampanye



Gambar 4. Desain feed media sosial



Gambar 5. Desain feed media sosial foto modeling dengan hasil produk upcycling
Sumber: Dokumentasi penulis

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan korelasi data yang telah dilakukan, kampanye SiReka terbukti berhasil dalam meningkatkan kesadaran serta pemahaman mahasiswa UCIC terkait *upcycling* dan dampak negatif dari limbah pakaian. Data yang dikumpulkan menunjukkan adanya perubahan sikap yang signifikan di kalangan mahasiswa, di mana mayoritas dari mereka memperlihatkan peningkatan pengetahuan mengenai pentingnya pengelolaan limbah pakaian dengan cara yang lebih kreatif dan bertanggung jawab. Tidak hanya itu, para mahasiswa juga menunjukkan ketertarikan yang lebih besar dalam mengadopsi praktik *upcycling* sebagai bagian dari gaya hidup mereka sehari-hari.

Keberhasilan kampanye ini tak lepas dari pendekatan yang digunakan, yaitu kombinasi antara konten visual yang menarik dengan metode edukasi yang interaktif. Hal ini memberikan dampak positif dalam proses belajar dan penyampaian pesan, sehingga mampu mengedukasi sekaligus menginspirasi mahasiswa UCIC untuk lebih peduli dan aktif dalam mengelola limbah pakaian. Dengan demikian, kampanye SiReka bukan hanya sekadar program sosialisasi, tetapi juga menjadi gerakan yang efektif dalam mengubah perilaku dan pola pikir mahasiswa terhadap pentingnya *upcycling* dan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab.



DAFTAR PUSTAKA

- Antar Venus, Dr., M.A. (2019). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Kurniawati, D. (2022). *Design Thinking: Pengertian, Tahapan, dan Contoh Penerapannya*. Gramedia.
- Ardella, V. (2022). Pengembangan desain pakaian outerwear sebagai penunjang aktivitas komunitas Strong Nation di Kota Bandung. *MODA*, 4(2), 41-58.
- Basiroen, V. J., Wahidiyat, M. P., & Kalinemas, A. (2023). Dampak lingkungan dari fast fashion: Meningkatkan kesadaran di kalangan milenial melalui media sosial. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 8(1), 113-128.
- Desa, D., Karuni, N. K., Mahadi, I. W., & Mercu. (2020). Seni kerajinan sarana upacara berbasis upcycle: The art of upcycle-based ceremonial means in Kediri Tabanan. *MUDRA Jurnal Seni Budaya*, 35(2), 202-209.
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam tren fashion: Studi kasus mahasiswa jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86-96.
- Ratna Delia, Waskito, A. A., Nefo, M., & Amirul. (2023). Desain produk tas dari limbah kain cordura (upcycling fashion) melalui pendekatan eksplorasi material. *Jurnal Desain Indonesia*, 5(1), 37-48.
- Wahyuningtyas, D. P., Ruhmana Sari, S. U., & Hasanah, S. M. (2023). Pelatihan swakriya dengan pemanfaatan barang bekas menjadi benda fungsional sebagai upaya kemandirian ekonomi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 245-252.
- Putri, A. (2022). Persekutuan bisnis dan FOMO hancurkan buruh dan lingkungan. *Jurno*. <https://jurno.id/bercak-darah-di-fast-fashion> (diakses 30 Agustus 2022)