

PERANCANGAN ZINE UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TERKAIT *FOOD WASTE* UNTUK ANAK MUDA DI KOTA BANDUNG

Designing Zine to Raise Awareness on Food Waste for the Young Generation in
Bandung City

Alifa Nisrina Zain¹, Idhar Resmadi² dan Ganjar Gumilar³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan
Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

alifazainn@student.telkomuniversity.ac.id, idharresmadi@student.telkomuniversity.ac.id,
ganjargumilar@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak: *Food waste* adalah masalah yang signifikan di masyarakat, dengan Indonesia memiliki total produksi tertinggi yaitu 20,93 juta ton per tahun, menurut data dari Databoks dan United Nations Environment Programme (UNEP) pada tahun 2021, kaum muda memainkan peran penting dalam mengurangi sampah makanan, tetapi kurangnya kesadaran mereka tentang dampak negatifnya terhadap lingkungan dan ekonomi menjadi faktor yang signifikan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk merancang dan meneliti isu-isu *food waste*, mewawancarai Foodbank di Bandung, dan menganalisis hasilnya dengan menggunakan metode perbandingan matriks. Tujuannya adalah untuk meningkatkan minat anak muda terhadap isu-isu *food waste* dan meningkatkan literasi mereka. Media yang berpengaruh, seperti media zine, diperlukan untuk menyebarkan informasi yang menarik, efektif, dan mudah diakses tentang *food waste* untuk menghindari ketidaksadaran isu tersebut di kalangan anak muda.

Kata kunci: *food waste*, kesadaran, anak muda.

Abstract: *Food waste* is a significant problem in society, with Indonesia having the highest total production at 20.93 million tons per year, according to data from Databoks and the United Nations Environment Programme (UNEP) in 2021, young people play an important role in reducing food waste, but their lack of awareness of its negative impact on the environment and economy is a significant factor. This research uses qualitative methods to design and research food waste issues, interview Foodbanks in Bandung, and analyze the results using the matrix comparison method. The goal is to increase young people's interest in food waste issues and improve their literacy. Influential media, such as zines, are needed to disseminate interesting, effective, and accessible information about food waste to avoid unawareness of the issue among young people.

Keywords: *food waste*, awareness, young people.

PENDAHULUAN

Pencemaran lingkungan dan perubahan iklim merupakan masalah yang sering dikaitkan dengan sampah, terutama sampah plastik. Selain sampah plastik yang sudah mencemari laut dan daratan, ada juga jenis sampah yang menghasilkan emisi karbon dan menyebabkan pemanasan global, yaitu sampah makanan. Dilansir dari Lindungihutan.com, Sampah makanan terbagi menjadi 2 jenis, yaitu *food waste* dan *food loss*. *Food waste*, makanan sudah diolah dan siap saji tetapi kemudian dibuang. Sementara, *Food loss* terjadi ketika makanan yang masih mentah belum diolah atau dimasak tetapi dibuang. Makanan yang dibuang ini termasuk yang masih layak ataupun dibuang karena sudah rusak. *Food waste*, atau pemborosan makanan, merupakan masalah global yang tidak hanya berdampak pada ketahanan pangan, tetapi juga lingkungan dan ekonomi. Studi oleh Parfitt et al. (2010) menunjukkan bahwa sekitar sepertiga dari makanan yang diproduksi untuk konsumsi manusia di seluruh dunia terbuang. *Food waste* biasanya terjadi pada tingkat ritel dan konsumen.

Salah satu hal yang terlintas pada pikiran penulis saat datang ke acara yang menyediakan makanan maupun restoran yang banyak dari konsumennya tidak menyadari adanya kegiatan *food waste* yang dijumpai setiap harinya. Di Indonesia, khususnya di Kota Bandung, permasalahan *food waste* juga menjadi isu yang signifikan. Dalam konteks ini, kesadaran mengenai *food waste* menjadi krusial untuk generasi muda agar dapat berperan aktif dalam mengurangi pemborosan makanan. Hal ini ternyata didukung dengan fakta bahwa pada tahun 2023, dilansir dari Aliansi Zero Waste Indonesia, pendiri Ngadaur, Tubagus Ari berkata, “Kota Bandung mengalami peningkatan jumlah *food waste* harian hingga mencapai 1.389 ton per hari.” Hal ini menunjukkan bahwa *food waste* menjadi masalah yang mendesak dan perlu penanganan yang serius di tingkat lokal. Selain itu, berdasarkan hasil studi komprehensif terkait *food loss & waste* di Indonesia pada tahun 2021, Indonesia masih menjadi negara kedua terbesar dalam pembuangan

sampah makanan setelah Arab Saudi. Di tahun yang sama, menurut data Databoks dan United Nations Environment Programme (UNEP) tahun 2021 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki masalah serius dengan sampah makanan, dengan total produksi mencapai 20,93 juta ton per tahun, yang merupakan angka tertinggi di Asia Tenggara. Data ini menegaskan urgensi untuk meningkatkan kesadaran dan tindakan dalam mengatasi *food waste*. Dilansir dari Surplus, biaya makanan memegang peranan yang cukup besar jika dibandingkan dengan total pengeluaran dalam menyelenggarakan pernikahan. Dalam artikel dari Surplus Indonesia, di Indonesia sendiri, biaya makanan (*catering*) dapat berkontribusi sebesar 50%-60% terhadap total pengeluaran biaya pernikahan secara keseluruhan. Ironisnya, acara yang seharusnya menjadi hari bahagia, justru mengarah kepada dihasilkannya banyak sampah makanan dari pesta pernikahan.

Kurangnya kesadaran akan *food waste* yang dialami generasi muda ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kurangnya edukasi mengenai sampah *food waste*, terutama di Kota Bandung yang merupakan destinasi kuliner, menyebabkan kurangnya kesadaran akan masalah ini, pola konsumsi makanan generasi muda juga dapat mempengaruhi niat untuk mengurangi *food waste*, dimana kebiasaan konsumsi makanan yang tidak bijak dapat meningkatkan pemborosan makanan, Minimnya informasi dan pemahaman mengenai dampak negatif dari *food waste* terhadap lingkungan dan ekonomi juga menjadi faktor yang memengaruhi kurangnya kesadaran generasi muda merupakan hal yang perlu diperhatikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif yang dipilih merupakan pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman dan interpretasi makna di balik fenomena sosial. Beberapa metode yang digunakan di antaranya adalah observasi, wawancara,

kuisisioner, dan studi literatur. Diawali dengan observasi yang dilakukan berupa pengamatan secara langsung maupun tidak langsung mengenai fenomena *food waste* yang terjadi di sekitar kita serta bagaimana orang-orang menyikapi makanan yang tersisa. Kemudian dilakukan wawancara secara terstruktur dan semi terstruktur kepada beberapa ahli di bidangnya dari pihak Foodbank Bandung, Foodbank of Indonesia, dan beberapa relawan dari Foodbank tersebut. Dilanjut dengan membagikan kuisisioner kepada target audiens yang telah ditentukan sebelumnya yaitu kepada generasi muda dan Ibu Rumah Tangga muda untuk tahu bagaimana tanggapan mengenai isu ini. Sebagai pendukung penelitian ini, penulis telah melakukan studi literatur yang mendalam dengan menganalisis berbagai sumber, seperti zine, jurnal, artikel, dan laporan penelitian yang relevan dengan topik Desain Komunikasi Visual dan *Food Waste*. Tidak lupa, dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis matriks media sejenis, penulis bisa mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai perancangan ini.

HASIL DAN DISKUSI

Data dan Analisis

Data yang didapat di lapangan memberikan bukti bahwa *food waste* yang terjadi disebabkan dari banyak kalangan, di antaranya rumah tangga, anak muda, bisnis makanan, perhotelan, dsb. Hal ini dapat disebabkan dengan tingginya minat akan mencoba sesuatu yang baru dan *viral* di kalangan anak muda melalui media sosial dan WoM (Word of Mouth). Namun ternyata, saat makanan atau minuman tersebut dicoba, banyak dari mereka menyisakannya karena kenyang, kurang selera, tidak cocok, dsb. Peristiwa ini sering kali kita lihat di setiap restoran, café, rumah, toserba, dan ranah perhotelan. Dari data ini penulis menjadi tahu bahwa masih banyak kalangan, khususnya anak muda yang belum menyadari dan

memahami pentingnya dampak dari *food waste* bagi orang-orang yang membutuhkan di daerah Indonesia.



Gambar 1 Sisa Makanan di Sekitar
Sumber: Alifa, 2024

Menambahkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fenomena *food waste* ini belum banyak diketahui oleh banyak kalangan. Dengan banyaknya makanan yang terbuang secara sia-sia, terutama dari jangkauan Ibu Rumah Tangga, donasi makanan yang diterima sering kali sudah rusak atau hampir kedaluwarsa dari supermarket dan restoran, dan anak muda yang disebabkan perilaku konsumtif serta FOMO (Fear of Missing Out) tersebut. Perlunya edukasi lebih lanjut mengenai informasi dan penanganan terkait limbah makanan di Indonesia diantaranya dengan menerapkan "Mindful Eating", membeli makanan secukupnya, mengolah kembali sisa makanan, mendukung program SDGs melalui foodbank yang menjadi salah satu jembatan dalam mengatasi kelaparan. Isu food waste perlu mendapatkan perhatian serius dari semua pihak, termasuk pemerintah, untuk menciptakan sistem pengelolaan yang lebih efektif.

Dari data hasil kuisioner yang diberikan kepada 86 sampel masyarakat sesuai dengan kriteria target audiens, dapat disimpulkan bahwa banyak dari responden sering kali menyisakan makanan dan jarang sekali habis ketika berada di restoran, acara, cafe, dsb. Alasan utama dari perilaku tersebut yaitu kenyang, kurang cocok, serta selera makan yang tiba-tiba hilang. Sisa makanan tersebut

biasanya disimpan untuk dimakan nanti, dan dibuang ke tempat sampah. Para responden mengakui bahwa mereka merasa bersalah saat membuang makanan dan *food waste* merupakan isu penting untuk diketahui dan dipahami. Isu ini sebagian diketahui melalui beberapa media yakni media sosial, teman, keluarga, dan media cetak. Media zine yang dipilih penulis didukung oleh para responden dikarenakan efektif dalam mengedukasi anak muda mengenai *food waste* dan tertarik untuk membacanya.

Diperkuat dengan kesimpulan yang didapat dari metode analisis matriks media sejenis pada tabel berikut di bawah ini,

Tabel 1 Analisis Matriks Media Sejenis

	AUB Green Zine - Food Edition	Waste Zine	40plus Magazine
Media Utama			
Tata Letak	Zine ini didominasi dengan teks dan <i>white space</i> yang cukup luas menjadi lebih mudah untuk dibaca. Penggunaan gambar sendiri, dibuat secukupnya sebagai dekorasi.	<i>Layout</i> zine ini dibuat dengan dinamis. Penggunaan visual yang mendominasi, membuat zine ini lebih ciamik. Penataan teks yang rapi pun mendukung pesan yang ingin diberikan.	Penyusunan teks serta gambar pada zine ini dibuat cukup dinamis, yakni bisa dibuat penuh satu halaman/memainkan banyak <i>white space</i> . Jadi hal yang diangkat tidak terasa membosankan.
Tipografi	Tipografi yang digunakan dalam zine ini adalah Display sebagai <i>headline</i> dan Sans Serif sebagai <i>body text</i> .	Untuk <i>headline</i> di awal menggunakan tipografi Serif. Di <i>headline</i> berikutnya beserta <i>body text</i> menggunakan Sans Serif.	Pada zine ini, <i>headline</i> utama memakai tipografi Script dan juga Serif. Pada <i>body text</i> memakai tipografi Sans Serif dan juga Serif.
Warna	Warna utama yang digunakan pada zine ini tergolong warna <i>muted</i> (<i>desaturated</i> atau <i>subdued color</i>) seperti warna Biru langit yang pucat, Ungu lavender, dan Oranye	Zine ini didominasi oleh warna biru dan merah muda yang akan menghasilkan efek <i>dual tone</i> (penggunaan dua	Warna kuning dan putih digunakan pada zine ini karena ingin memberikan dua warna kontras. Putih sebagai warna utama

	terracotta yang menjadi warna pelengkap. Namun tetap didominasi warna putih.	warna berbeda pada suatu objek).	dan kuning sebagai aksan.
Konten	Edisi tahun 2020 berfokus pada tema 'makanan', yang mencakup topik-topik seperti dampak limbah makanan, cara menghindari limbah makanan, dan apa yang dapat kita lakukan untuk mengurangi 'jejak makanan'.	"Waste" adalah zine yang dibuat berdasarkan penelitian tentang dampak polusi plastik di lautan. Bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang masalah buruk ini dengan cara yang lebih menyenangkan.	Sebuah majalah yang mengumpulkan cerita, investigasi, dan wawancara untuk mendorong dialog baru bagi generasi yang sering kali ditakdirkan untuk keras kepala dan berpikiran tertutup.
Aset Visual	Visual yang digunakan yaitu ilustrasi <i>vector</i> dan juga ilustrasi digital.	Aset yang digunakan merupakan fotografi yang disunting dengan efek <i>filter half-tone</i> serta memainkan tekstur.	Pada zine ini, fotografi menjadi pilihan utama dalam aset visualnya. Foto-foto tersebut dibentuk menjadi visual baru dalam menyampaikan pesan.
Kesimpulan Hasil dari perbandingan sejenis ini ialah untuk zine atau majalah mengenai <i>food waste</i>, tata letak dibuat lebih mudah terbaca karena dari isi kontennya memiliki informasi yang penting untuk dipahami. Selain itu, penggunaan ilustrasi dan fotografi dapat membantu pembaca dalam membayangkan bagaimana <i>food waste</i> ini berpengaruh pada kehidupan sehari-hari. Penggunaan warna menjadi salah satu acuan dalam pemberian kesan informasi yang akan disampaikan.			

Sumber: Alifa, 2024

Konsep Pesan

Pesan yang akan disampaikan berdasarkan tujuan dari perancangan ini ialah memberi **kesadaran** dan edukasi secara **sederhana** mengenai isu *food waste* yang sedang tinggi saat ini untuk anak muda. Hal-hal yang akan dibahas dalam perancangan ini di antaranya adalah permasalahan tingginya angka food waste di Indonesia, definisi *food waste*, penyebab *food waste*, tips menangani *food waste*, serta berbagai macam solusi yang dapat dilakukan oleh anak muda dalam mengurangi *food waste*. Dengan hal-hal tersebut, penulis berharap anak muda

setidaknya dapat **mengenali dan memahami** kesadaran akan isu *food waste* ke depannya.

Kata kunci: sederhana, empati, kesadaran

Konsep Kreatif

Pada konsep kreatif ini, zine yang penulis rancang menggunakan beberapa macam metode SCAMPER di antaranya yaitu *Substitute*, *Combine*, *Adapt*, dan *Modify*. *Substitute* digunakan pada penggantian material kertas yang lebih *sustainable* dan juga ramah lingkungan sesuai dengan isu zine yang dibahas. Sebagian media pendukung pun ada yang menggunakan *recycled paper* yang bisa ditanam dan dapat dikonsumsi.

Selanjutnya, *Combine* ada dikarenakan zine yang dirancang terdiri dari informasi dan beberapa aktivitas interaktif seperti menarik dan menulis. Adapun *Adapt* yang juga digunakan dalam *cover* serta *packaging* dari zine tersebut dengan memberikan kesan membuka box berupa donasi makanan *surplus* yang diberikan kepada foodbank dan distribusi kepada yang membutuhkan.

Terakhir, teknik *Modify* ini diterapkan dalam menggunakan jenis kertas lain atau teknik pencetakan untuk menciptakan tampilan dan nuansa yang unik juga bisa menambah poin dari zine ini. Isi konten pun disesuaikan dengan kebutuhan segmen setiap pembahasannya agar dapat diterima oleh target audiens yaitu anak muda.

Konsep Media

Zine dipilih sebagai media utama sebab mengingat bahwa zine berfungsi sebagai media yang kuat untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu kritis melalui format visual yang menarik dan interaktif. Zine dapat mendorong pencipta dan pembaca untuk memperdalam keterlibatan mereka dengan isu-isu yang disajikan. Isi konten akan diberi *flow* yang tidak terlalu formal dengan informasi isu yang cukup akurat dari berbagai data dan pihak yang terlibat dalam perancangan zine ini. Untuk mendukung minatnya anak muda membaca, zine ini

dilengkapi visual pelengkap di antaranya berupa fotografi makanan, tipografi, dan beberapa ilustrasi. *Copywriting* yang menarik juga tidak kalah penting, sebab dengan bahasa yang sederhana, anak muda dapat menyaring informasi dengan lebih mudah.

Agar pesan dari media utama dapat tersampaikan secara optimal, penulis menggunakan berbagai media pendukung selain zine seperti poster, media sosial sebagai *movement*, serta merchandise seperti memopad, gantungan kunci, stiker, dan *checkpoint card* untuk menandakan pengurangan *food waste* dari setiap individu dirancang untuk memperkuat kesan dan meningkatkan daya tarik pesan dari perancangan yang dibuat.

Konsep Visual

Simple Modern Style dengan sedikit sentuhan *Japanese Style* ini dipilih sebagai konsep visual. Dengan menggunakan tipografi yang *readability* baik, *layout white space* yang cukup dan rapi, serta penggunaan foto atau ilustrasi yang mendukung dapat yang memudahkan pembaca untuk memahami isi dari zine secara informatif dan jelas. Isi konten yang cocok serta *copywriting* yang tepat dapat memikat pembaca dalam mengetahui lebih lanjut mengenai apa yang penulis rancang. Melalui desain fungsional ini, pesan dapat disampaikan secara optimal, dengan memanfaatkan visual yang memikat untuk meningkatkan daya ingat dan mengubah perilaku audiens secara bertahap.

Penggunaan warna yang dipilih merupakan hasil dari *color theory* terhadap studi tentang bagaimana warna mempengaruhi emosi dan persepsi kita. Maka dari itu, penulis tidak ingin zine ini memiliki warna yang kurang memikat karena tema yang dipilih ialah makanan sisa. Dengan menggunakan warna yang memiliki kontras dengan penyeimbangnya, zine ini memiliki warna yang dominan dipakai pada *brand* makanan yaitu merah terang, biru gelap, biru muda, kuning terang, hijau terang, dan putih.



Gambar 2 Palet Warna
Sumber: Alifa, 2024

Pada perancangan ini macam tipografi yang digunakan di antaranya yaitu Plus Jakarta Sans, Instrument Serif, dan beberapa memakai Redaction yang diubah seperti Instrument Serif agar memiliki harmoni pada setiap halaman zine yang dirancang. Tipografi yang dipakai ini merupakan *Open Font License* yang memudahkan penulis untuk pendistribusian sehingga tidak perlu izin tambahan.



Gambar 3 Macam Tipografi
Sumber: Alifa, 2024

Fotografi yang digunakan merupakan hasil organik yang banyak diambil dari hasil sisa makanan di sekitar penulis, termasuk dari penulis sendiri. Foto-foto tersebut diberi efek *halftone* dan penyesuaian *brightness* agar selaras.



Gambar 4 Foto Sisa Makanan
Sumber: Alifa, 2024

Pada perancangan ini penulis memilih untuk menggunakan ilustrasi dengan gaya *Pixel* dengan didasari bahwa orang-orang enggan melihat makanan sisa karena dipikirkannya ialah makanan sisa yang sudah berbentuk kurang baik dan tidak layak. Maka, biasanya efek blur digunakan untuk menutupinya. Efek blur

yang digunakan penulis adalah *Pixel* cocok dengan trend desain yang sedang naik yaitu *Pixel Style*.



Gambar 5 Ilustrasi Pixel
Sumber: Alifa, 2024

Metode Komunikasi yang dipakai dalam perancangan ini adalah *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action*, dan *Share* (AISAS) untuk menyesuaikan dengan perubahan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital dan berbasis *event* atau *workshop*. Metode tersebut dijelaskan pada tabel berikut ini,

Tabel 2 Penggunaan Metode AISAS

Strategi	Media	Tempat	Tujuan
Attention	Unggahan media sosial	Instagram	Promosi untuk menyebarkan info mengenai adanya zine terkait isu <i>food waste</i> di <i>booth</i> yang akan diselenggarakan
	Poster	Melapak di <i>booth</i> yang diselenggarakan	Dirancang untuk membangkitkan rasa ingin tahu, poster ini akan memperkenalkan pengunjung <i>booth</i> ke zine yang membahas isu yang diangkat oleh penulis
Interest	Menawarkan sampel zine, merchandise, dan packaging	Melapak di <i>booth</i> yang diselenggarakan	Media utama dan pendukung zine harus dirancang dengan cara yang menarik dan informatif supaya dapat menarik perhatian pengunjung <i>booth</i> dan mendorong mereka untuk lebih memahami isu <i>food waste</i> .
Search	Mengadakan suatu <i>movement</i> di sosial media	Instagram, TikTok, <i>booth</i> yang diselenggarakan	Mendorong target audiens untuk mencari informasi lebih lanjut

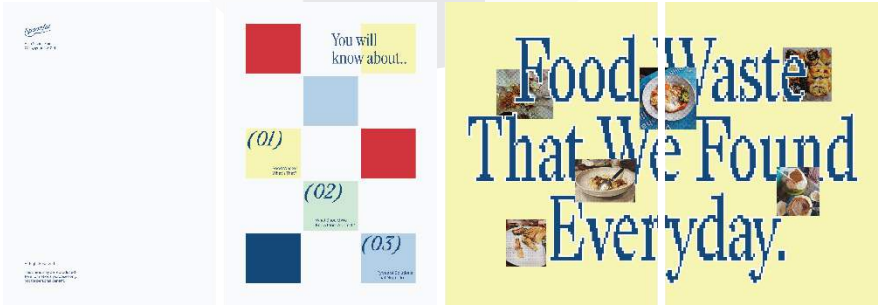
	dan <i>event workshop</i>		tentang isu <i>food waste</i> atau memiliki rasa ingin tahu melalui adanya <i>movement</i> tersebut.
Action	Zine dan <i>souvenir</i>	Melapak di <i>booth</i> yang diselenggarakan	Buatlah rasa urgensi dengan menyediakan diskon yang hanya berlaku untuk waktu terbatas atau pada jumlah persediaan tertentu. Berikan <i>reminder</i> kepada pembeli, seperti stiker.
Share	Unggahan media sosial	Instagram	Mendorong konsumen untuk berbagi pengalaman dan informasi mereka dengan orang lain melalui tombol berbagi di media sosial atau komunitas <i>online</i> .

Sumber: Alifa, 2024

Hasil Perancangan



Gambar 6 Sampul Depan dan Belakang
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 7 Halaman 1-4
Sumber: Alifa, 2024



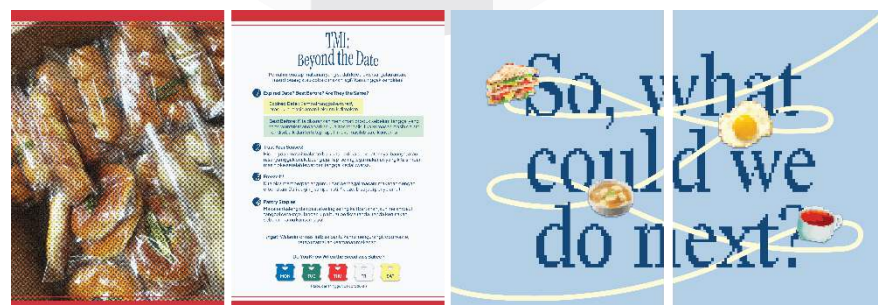
Gambar 8 Halaman 5-8
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 9 Halaman 9-12
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 10 Halaman 13-16
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 11 Halaman 13-16
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 12 Halaman 17-20
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 13 Halaman 21-24
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 14 Halaman 25-28
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 15 Halaman 29-30 (Penutup)
Sumber: Alifa, 2024



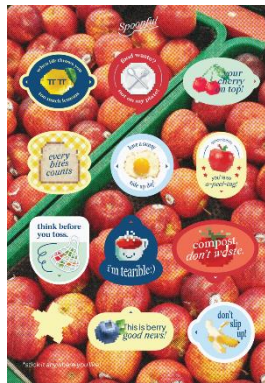
Gambar 15 Poster
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 16 Memopad
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 17 Gantungan Kunci
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 18 Stiker
Sumber: Alifa, 2024



Gambar 19 Checkpoint Card
Sumber: Alifa, 2024

KESIMPULAN

Kurangnya kesadaran masyarakat khususnya anak muda tentang bahaya *food waste* menjadi salah satu faktor utama tingginya angka pemborosan makanan di Indonesia. Isu penting yang biasa dijumpai sehari-hari ini sering kali diabaikan oleh banyak khalayak. Hal ini bisa difasilitasi dengan adanya sebuah media informasi berupa zine dengan konsep yang menarik, efektif, dan mudah diakses oleh anak muda.

Ketiadaannya pesan tentang *food waste* yang tersebar luas dan efektif menjadi salah satu faktor dari rendahnya kesadaran anak muda terkait isu tersebut. Dengan adanya media informasi yang relevan dan dilengkapi dengan

visual yang mendukung. Perilaku terkait pembelian, penyimpanan, dan penggunaan makanan dapat diubah.

Jarang sekali ada media informasi yang membahas mengenai isu ini. Penulis berharap bahwa zine ini dapat memfasilitasi anak muda dalam mengenal informasi *food waste* lebih dalam. Mengakibatkan kurangnya keterlibatan mereka dalam menyadari akan adanya isu ini dan sulit untuk mengubah perilaku menyia-nyiakan makanan secara bertahap.

DAFTAR PUSTAKA

- Adobe. (2010). *Typography primer. Compare A Journal Of Comparative Education*.
www.adobe.com/type
- Adriani, S. D. (2016). Language, People, Art, and Communication Studies Language, People, Art, and Communication Studies. *Humaniora*, 7(1), halaman 364.
- Ahmadi, F., Witanto, Y., & Ratnaningrum, I. (2017). Pengembangan media edukasi “multimedia indonesian culture” (MIC) sebagai penguatan pendidikan karakter siswa sekolah dasar. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 34(2), 127–136.
- Amar, M. (2013). Penerapan Prinsip Desain Dalam Elemen Grafis Pada Ilustrasi Gambar Berita Utama Surat Kabar Tribun Jambi Skripsi. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 9.
- Argindo, F., & Maslan Sihombing, R. (2022). Penggunaan Zine Sebagai Media Pengenalan Stage of Grief Kepada Remaja. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 13(2). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2022.13.2.3>
- Azhar, A. (2007). Pengertian Media Pendidikan. *Media Pendidikan*.
[https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/29282/mod_resource/content/8/PENGERTIAN MEDIA PENDIDIKAN.pdf](https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/29282/mod_resource/content/8/PENGERTIAN_MEDIA_PENDIDIKAN.pdf)
- Brigita, G., & Rahardyan, B. (2013). Analisa Pengelolaan Sampah Makanan Di Kota Bandung. *Jurnal Teknik Lingkungan*, 19(1), 34–45.

<https://doi.org/10.5614/jtl.2013.19.1.4>

Chuah, S.-C., & Singh, J. K. (2020). Food Waste and Disposal Behaviour among University Students. *Advances in Business Research International Journal*, 6(2), 166. <https://doi.org/10.24191/abrij.v6i2.11465>

Gunawan, A. P. (2014). Genre Fotografi yang Diminati oleh Fotografer di Indonesia. *Humaniora*, 5(2), 1234. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3266>

Khoiriah. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.

Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 1–12.

Muraoka, T. (2023). Chapter 36 (33). *Wisdom of Ben Sira*, 466–478. <https://doi.org/10.2307/jj.9165188.39>

Naryono, E. (2019). Analisis Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektivitas Iklan Sebagai Dasar Strategi Pemasaran Onlineshop di Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomedia*, 08(01), 24–34.

Purnama Putra, D. (2022). Zine Sebagai Representasi Budaya Perkotaan Di Jakarta. *Kartala*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.36080/kvs.v1i2.84>

Resmadi, I. (2021). Analysis of Zinetflix Cyber Media as A Media in The Digital Era. *Jurnal Sosioteknologi*, 20(3), 327–336.

Setiawan, L. (2016). Perancangan Buku Ilustrasi Pengenalan Nama Buah-Buahan Dengan Sistem Isyarat Bahasa Indonesia (SIBI) Berbasis Karakter Untuk Anak-Anak TKLB-B Karya Mulia Surabaya. *Stikom Surabaya*, 8–32. http://sir.stikom.edu/1738/4/BAB_II.pdf%0Ahttps://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/1738/

Widyokusumo, L. (2013). Fungsi Garis Pada Desain dan Sketsa Hasil dan Pembahasan Peranan elemen Garis dalam Desain. *Humaniora*, 4(1), 339–347.

Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659.

<https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>

Yusri, A. Z. dan D. (2020). Fungsi Media Pembelajaran. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.

