

**KAMPANYE SOSIAL TENTANG PENTINGNYA MEMILIKI
SKILL MEMASAK BAGI KAUM PRIA DI KOTA
PALEMBANG**



**LAPORAN PERTANGGUNGJAWABAN
TUGAS AKHIR KARYA**

MUHAMMAD BAYU PRATAMA

NPM : 2022620026

**PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ILMU PEMERINTAHAN DAN BUDAYA
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
PALEMBANG 2026**

HALAMAN PENGESAHAN

PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS TUGAS AKHIR KARYA

Kampanye Sosial tentang Pentingnya Memiliki *Skill* Memasak bagi Kaum Pria di Kota Palembang

Diajukan oleh,

Muhammad Bayu Pratama

NIM. 2022620026

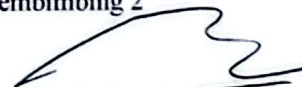
Telah dipertahankan pada tanggal 21 Juli 2026
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari

Pembimbing 1



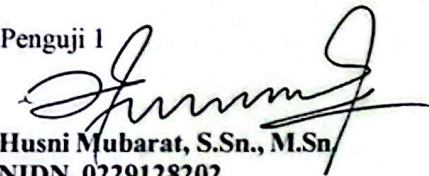
Mukhsin Patriansah, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 0220058801

Pembimbing 2



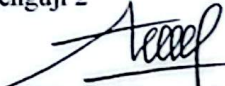
Bobby Halim, S.Sn., M.Ds.
NIDN. 0206058602

Penguji 1



Husni Mubarat, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 0229128202

Penguji 2



Aji Windu Viatra, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 0221017901

Ketua Penguji

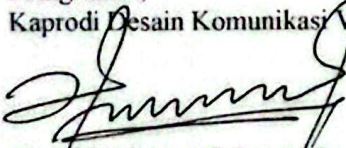


Mukhsin Patriansah, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 0220058801

Pertanggungjawaban tertulis ini telah diuji dan diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain

Palembang, 6 Agustus 2026

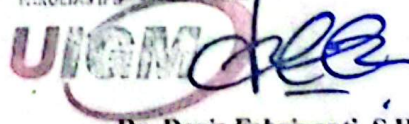
Mengetahui,
Kaprodi Desain Komunikasi Visual



Husni Mubarat, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 0229128202

Menyetujui,

FAKULTAS IPB Dekan FIPB



Dr. Doris Febriyanti, S.IP., M.Si.
NIDN. 0222028203

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Karya ini secara khusus penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa restu, dukungan moral, materi, serta kasih sayang yang tiada tara selama proses perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
2. Bapak Mukhsin Patriansah, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Bobby Halim, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan saran dengan penuh kesabaran demi mewujudkan perancangan ini.
3. Bapak Husni Mubarat, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Penguji 1 dan Bapak Aji Windu Viatra, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Penguji 2 atas masukan, kritik, dan saran yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Seluruh Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Universitas Indo Global Mandiri yang telah membagikan ilmu, wawasan, dan bimbingan yang sangat berharga selama masa studi.
5. Muhammad Ubaidillah selaku narasumber dan para responden yang telah meluangkan waktu serta membagikan wawasan bernilai untuk mendukung proses riset dan pengembangan kampanye sosial ini.
6. Teman-teman seperjuangan DKV UIGM atas dukungan, semangat, dan bantuan dalam proses perancangan dan penyelesaian studi ini.

Akhir kata, semoga karya perancangan kampanye sosial ini tidak hanya menjadi dokumentasi akademis semata, melainkan mampu memberikan manfaat nyata serta menginspirasi kemandirian dan keterampilan hidup bagi masyarakat, khususnya kaum pria di Kota Palembang.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Bayu Pratama

NPM : 2022620026

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tahun Akademik : 2025-2026

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya desain dan pertanggungjawaban tertulis dengan judul :

“Kampanye Sosial tentang Pentingnya Memiliki *Skill* Memasak bagi Kaum Pria di Kota Palembang”

Adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiatisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia akademik. Apabila dikemudian hari ditemukan suatu jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima akibat berupa sanksi akademis dan sanksi lain yang diberikan oleh yang berwenang sesuai ketentuan, peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, Agustus 2026

Yang membuat pernyataan



(Muhammad Bayu Pratama)

NPM : 2022620026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Perancangan ini disusun guna memenuhi syarat kelulusan gelar Sarjana Desain (S.Ds.) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Perancangan karya ini dilatarbelakangi oleh kaku dan kuatnya konstruk budaya patriarki di Kota Palembang terkait pembagian peran domestik, di mana aktivitas memasak masih sering distigmakan sebagai tugas eksklusif perempuan. Hal tersebut menyebabkan rendahnya kesadaran kaum pria akan pentingnya literasi memasak sebagai *skill* kehidupan yang mendasar. Melalui pendekatan estetika Nusantara yang modern, perancangan kampanye sosial ini bertujuan untuk mendekonstruksi stigma negatif tersebut, serta mengedukasi dan membangun kesadaran kaum pria di Kota Palembang bahwa penguasaan skill memasak adalah bentuk kemandirian yang penting dan prestisius.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan dan karya perancangan ini masih memiliki berbagai kekurangan serta celah yang perlu disempurnakan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan pengembangan karya di masa mendatang.

Akhir kata, besar harapan penulis agar hasil perancangan kampanye sosial beserta media edukasi ini tidak hanya berhenti sebagai dokumen akademis semata, melainkan mampu memberikan dampak serta kontribusi nyata dalam menginspirasi generasi muda, khususnya kaum pria di Kota Palembang, untuk memiliki kemandirian dan keterampilan hidup yang lebih baik.

Palembang, 14 Agustus 2026

Muhammad Bayu Pratama

ABSTRAK

Perancangan Kampanye Sosial tentang Pentingnya Memiliki *Skill* Memasak bagi Kaum Pria di Kota Palembang

Skill memasak merupakan keahlian hidup esensial yang krusial bagi kelangsungan hidup manusia. Namun, konstruksi budaya patriarki di Indonesia, khususnya di Kota Palembang, cenderung membagi peran domestik secara kaku, di mana pria dipandang semata-mata sebagai pencari nafkah eksternal dan wanita sebagai penanggung jawab pekerjaan domestik rumah tangga. Hal ini menyebabkan rendahnya kesadaran kaum pria akan pentingnya literasi memasak sebagai bentuk kemandirian. Perancangan kampanye ini hadir sebagai strategi komunikasi visual untuk mengedukasi dan meningkatkan minat kaum pria di Palembang terhadap *skill* memasak. Tujuan metode perancangan adalah untuk memberikan arahan yang jelas tentang proses perancangan yang akan dilakukan. Dengan mengadopsi estetika minimalis modern, kampanye ini bertujuan mengubah persepsi bahwa memasak bukan sekadar tugas harian, melainkan sebuah seni dan kompetensi yang prestisius. *Output* utama dari perancangan ini adalah buku pengetahuan memasak yang dirancang khusus bagi pemula, yang mencakup pengenalan peralatan hingga teknik-teknik dasar memasak. Melalui kampanye ini, diharapkan terjadi transformasi pola pikir pada generasi muda mengenai pentingnya penguasaan *skill* memasak sebagai *skill* yang esensial dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: *Skill* Memasak, Pria, Kampanye, Komunikasi Visual, Palembang.

ABSTRACT

Social Campaign on the Importance of Cooking Skills for Men in Palembang City

Cooking is an essential life skill crucial for human survival. However, the patriarchal cultural construction in Indonesia, particularly in Palembang City, tends to rigidly divide domestic roles—where men are viewed solely as external breadwinners and women as responsible for household domestic work. This dynamic has led to a low awareness among men regarding the importance of cooking literacy as a form of independence. This campaign design serves as a visual communication strategy to educate and increase interest among men in Palembang toward acquiring cooking skills. The objective of the design method is to provide clear direction for the overall design process. Adopting a modern minimalist aesthetic, this campaign aims to shift the perception that cooking is not merely a routine chore, but rather an art form and a prestigious competency. The primary output of this design is an introductory cooking knowledge book tailored specifically for beginners, covering everything from kitchen tools to fundamental cooking techniques. Through this campaign, it is expected to transform the mindset of the younger generation regarding the importance of mastering cooking as an essential daily life skill.

Keywords: *Cooking Skills, Men, Campaign, Visual Communication, Palembang.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Dan Manfaat.....	5
D. Kajian Ide Perancangan.....	6
1. Kajian Karya Khusus	6
2. Kajian Karya Umum	10
E. Metode Perancangan	13
1. Metode Pengumpulan Data (<i>Empathize</i>)	14
2. Metode Analisis Data (<i>Define</i>).....	15
3. Metode Konsep Perancangan (<i>Ideate</i>)	15
4. Metode Visualisasi Desain (<i>Prototype</i>).....	15

F.	Landasan Teori	16
1.	Teori Desain Komunikasi Visual.....	16
2.	Teori Semiotika	17
3.	Teori Estetika	19
4.	Teori Kampanye Sosial	20
G.	Sistematika Perancangan.....	21
1.	Bab I: Pendahuluan	21
2.	Bab II: Analisis Data Perancangan.....	22
3.	Bab III: Metodologi dan Konsep Perancangan	22
4.	Bab IV: Analisis dan Hasil Perancangan.....	22
5.	Bab V: Kesimpulan dan Saran	22
H.	Alur Pemikiran Perancangan.....	23
BAB 2 PENGOLAHAN DATA		24
A.	Identifikasi Data	24
1.	Pengertian Memasak	24
2.	Jenis-Jenis Masakan	30
3.	Nilai Ekonomi dari Kegiatan Memasak.....	36
4.	Nilai Sosial dari Kegiatan Memasak.....	38
5.	Nilai Budaya dari Kegiatan Memasak	39
6.	Peran Pria di Bidang Memasak.....	41
7.	Nilai Kesehatan dan Pendidikan dari Kegiatan Memasak	42
8.	Nilai Fungsi Memasak dalam Kehidupan Manusia	43
9.	Hasil Kuesioner	43
10.	Hasil Wawancara.....	52
11.	Organisasi Terkait	56

B.	Analisis Data	57
1.	Metode SWOT	57
2.	Analisis 5W + 1H.....	58
C.	Sintesis	59
1.	Tujuan Pemasaran dan Strategi Pemasaran.....	59
2.	Tujuan Periklanan dan Strategi Periklanan	59
BAB 3 KONSEP PERANCANGAN		60
A.	Perencanaan Kreatif	60
1.	Strategi Kreatif.....	60
2.	Program Kreatif.....	64
B.	Perencanaan Media	80
1.	Tujuan Media	80
2.	Strategi Media	80
3.	Program Media.....	80
4.	Biaya Media	83
BAB 4 VISUALISASI DESAIN.....		85
A.	<i>Layout</i> Gagasan (<i>Idea Layout</i>).....	85
B.	<i>Layout</i> Kasar (<i>Rough Layout</i>)	88
C.	<i>Layout</i> Komprehensif (<i>Comprehensive Layout</i>)	90
D.	Final Desain	102
1.	<i>Pre-Media</i> : Poster	105
2.	<i>Pre-Media</i> : <i>X-Banner</i>	105
3.	<i>Pre-Media</i> : Video “Jenis Teknik Memasak”	107
4.	<i>Main Media</i> : Kitab Pacana Swastika	108

5.	<i>Follow-Up Media: Clothing Tag Apron, Penutup Kepala, Kaos Polo, Cutting Board, dan Showcase Chef's Knife</i>	109
6.	<i>Follow-Up Media: Tabel Konversi Unit</i>	110
7.	<i>Follow-Up Media: Stiker Label Bumbu</i>	110
8.	Kartu Nama	111
9.	Katalog Pameran	112
E.	<i>Mockup</i>	113
1.	<i>Pre-Media: Poster</i>	113
2.	<i>Pre-Media: X-Banner</i>	114
3.	<i>Main Media: Kitab Pacana Swastika</i>	114
4.	<i>Follow-Up Media: Clothing Tak, Apron, Kaos Polo, Penutup Kepala, dan Cutting Board</i>	115
5.	<i>Follow-Up Media: Showcase Chef's Knife</i>	120
6.	<i>Follow-Up Media: Tabel Konversi Unit</i>	120
7.	<i>Follow-Up Media: Stiker Label Bumbu</i>	121
8.	<i>Follow-Up Media: Gantungan Kunci</i>	122
9.	Kartu Nama	122
10.	Katalog Pameran	123
BAB 5 PENUTUP		124
A.	Kesimpulan	124
B.	Saran.....	125
LAMPIRAN		127
DAFTAR PUSTAKA		133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan “Suami Sejati Mau Masak, Terima Kasih Kecap.....	7
Gambar 1.2 Buku " <i>The Professional Chef</i> " oleh <i>The Culinary Institute of America</i> (CIA)	8
Gambar 1.3 Kampanye " <i>The Kitchen is For Everyone</i> " oleh Betty Crocker.....	9
Gambar 1.4 <i>Brand Identity</i> Marèis <i>Fine Dining Resto</i>	10
Gambar 1.5 <i>Product Catalog Layout Design Template Landscape</i>	11
Gambar 1.6 Mangkunegaran (<i>Brand Identity</i>)	12
Gambar 2.1 Memasak	24
Gambar 2.2 <i>Mise en place</i>	25
Gambar 2.3 <i>Moist Heat Cooking</i>	27
Gambar 2.4 <i>Dry Heat Cooking</i>	28
Gambar 2.5 Mencuci peralatan dapur	29
Gambar 2.6 Bakso.....	31
Gambar 2.7 Siomay.....	31
Gambar 2.8 <i>Poached egg</i>	32
Gambar 2.9 Sop daging.....	32
Gambar 2.10 Rendang.....	33
Gambar 2.11 <i>French fries</i>	33
Gambar 2.12 Terong balado	34
Gambar 2.13 Telur goreng	34
Gambar 2.14 Burger.....	35
Gambar 2.15 Roti	35
Gambar 2.16 Warung Sop Bang Rio	36
Gambar 2.17 RM Pondok Kelapo.....	37
Gambar 2.18 Bakso Malang Enggal	38
Gambar 2.19 Suasana memasak Kenduri.....	39
Gambar 2.20 Nilai budaya memasak	40
Gambar 2.21 RM Sri Melayu.....	41
Gambar 2.22 Chef Juna.....	41
Gambar 2.23 Chef William Wongso	42

Gambar 2.24 Nilai pendidikan dan kesehatan memasak	42
Gambar 2.25 Gender dan usia responden	43
Gambar 2.26 Pergeseran paradigma memasak	44
Gambar 2.27 Atribusi positif dan nilai tambah pria memasak.....	45
Gambar 2.28 Hambatan praktis dan psikologis	46
Gambar 2.29 Pengaruh budaya patriarki dalam memasak dan paradoks ranah publik dan domestik	47
Gambar 2.30 Pola asuh dan ketergantungan domestik	49
Gambar 2.31 Strategi media dan visual kampanye.....	51
Gambar 3.1 Bawang putih.....	60
Gambar 3.2 Tipografi.....	65
Gambar 3.3 <i>Color Palette</i> Kampanye Sharwadhapura	66
Gambar 4.1 Sketsa logo	88
Gambar 4.2 Sketsa motif <i>pattern</i>	89
Gambar 4.3 Sketsa media.....	89
Gambar 4.4 Konstruksi dasar <i>logomark</i>	90
Gambar 4.5 Berbagai logo sebelum logo final.....	91
Gambar 4.6 Konstruksi konfigurasi horizontal pada <i>background</i> gelap.....	92
Gambar 4.7 Konstruksi konfigurasi vertikal horizontal pada <i>background</i> gelap .	93
Gambar 4.8 Konstruksi konfigurasi horizontal pada <i>background</i> terang	94
Gambar 4.9 Konstruksi konfigurasi vertikal pada <i>background</i> terang	94
Gambar 4.10 <i>Minimum clear space</i>	95
Gambar 4.11 Motif awal yang menggunakan motif Parang	96
Gambar 4.12 Percobaan dengan motif Kawung	97
Gambar 4.13 Motif Kawung yang terasa elegan ketika disandingkan dengan ornamen bunga	98
Gambar 4.14 Motif yang menambahkan variasi kedua dari motif Kawung yang sudah ada, tetapi terasa terlalu ramai	99
Gambar 4.15 <i>Supergraphic</i> yang menggunakan struktur <i>Golden Ratio</i> logo	100
Gambar 4.16 Proses <i>layout</i> media.....	101
Gambar 4.17 Final desain logo konfigurasi horizontal.....	102

Gambar 4.18 Final desain logo konfigurasi vertikal.....	103
Gambar 4.19 Final desain logo ketika diujikan pada <i>background</i> hitam.....	103
Gambar 4.20 Final desain <i>pattern</i>	104
Gambar 4.21 Final desain <i>supergraphic</i>	104
Gambar 4.22 Final desain media Poster.....	105
Gambar 4.23 Final desain media <i>X-Banner</i>	106
Gambar 4.24 Final desain media Video “Jenis Teknik Memasak”	107
Gambar 4.25 Desain final media Kitab Pacana Swastika	108
Gambar 4.26 Final desain media Apron, Penutup Kepala, Kaos Polo, dan <i>Cutting Board</i>	109
Gambar 4.27 Final desain media tabel konversi unit.....	110
Gambar 4.28 Final desain media stiker label bumbu	111
Gambar 4.29 Final desain kartu nama (sisi depan).....	111
Gambar 4.30 Final desain kartu nama (sisi belakang)	112
Gambar 4.31 Final desain katalog pameran (sisi luar).....	112
Gambar 4.32 Final desain katalog pameran (sisi dalam)	113
Gambar 4.33 <i>Mockup</i> poster	113
Gambar 4.34 <i>Mockup x-banner</i>	114
Gambar 4.35 <i>Mockup</i> Kitab Pacana Swastika (<i>cover</i> luar).....	114
Gambar 4.36 <i>Mockup</i> Kitab Pacana Swastika (isi dalam)	115
Gambar 4.37 <i>Mockup clothing tag</i> (apron).....	115
Gambar 4.38 <i>Mockup clothing tag</i> (kaos polo).....	116
Gambar 4.39 <i>Mockup clothing tag</i> (penutup kepala).....	116
Gambar 4.40 <i>Mockup clothing tag</i> (<i>cutting board</i>).....	117
Gambar 4.41 <i>Mockup clothing tag</i> (sisi belakang)	117
Gambar 4.42 <i>Mockup</i> apron	118
Gambar 4.43 <i>Mockup</i> kaos polo	118
Gambar 4.44 <i>Mockup</i> penutup kepala.....	119
Gambar 4.45 <i>Mockup cutting board</i>	119
Gambar 4.46 Hasil jadi <i>Showcase Chef’s Knife</i>	120
Gambar 4.47 <i>Mockup</i> tabel konversi unit (sisi depan).....	120

Gambar 4.48 <i>Mockup</i> tabel konversi unit (sisi belakang).....	121
Gambar 4.49 <i>Mockup</i> dan hasil jadi untuk stiker label bumbu.....	121
Gambar 4.50 <i>Mockup</i> gantungan kunci	122
Gambar 4.51 <i>Mockup</i> kartu nama	122
Gambar 4.52 <i>Mockup</i> katalog pameran	123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil wawancara dengan narasumber	52
Tabel 3.1 Biaya media.....	83

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Bagan <i>Design Thinking</i>	14
Bagan 1.2 Alur Pemikiran Perancangan.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Narasumber wawancara.....	127
Lampiran 2 Dokumentasi <i>Booth</i> Pameran 1	127
Lampiran 3 Dokumentasi <i>Booth</i> Pameran 2	128
Lampiran 4 Dokumentasi <i>Booth</i> Pameran 3	128
Lampiran 5 Halaman Revisi.....	129
Lampiran 6 Kartu Bimbingan	130
Lampiran 7 Dokumentasi penelitian di RM Sri Melayu.....	131
Lampiran 8 Dokumentasi penelitian di RM Pondok Kelapo	131
Lampiran 9 Tangkapan layar <i>chat</i> WhatsApp dengan narasumber.....	132