



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL

POLA MAKAN EATING CLEAN

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Kenny Kadir

NIM : 13120210236

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kenny Kadir

NIM : 13120210236

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL POLA MAKAN EATING CLEAN

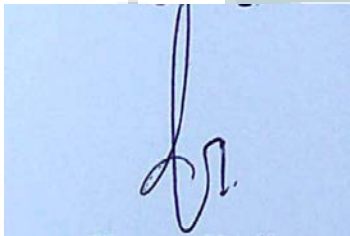
dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 8 Juni 2017



Kenny Kadir



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL POLA
MAKAN EATING CLEAN

Oleh

Nama : Kenny Kadir


NIM : 13120210236

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

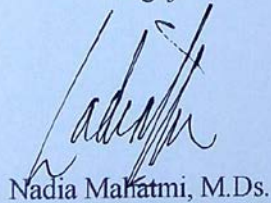
Tangerang, 6 Juli 2017

Pembimbing



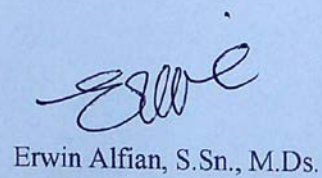
Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji



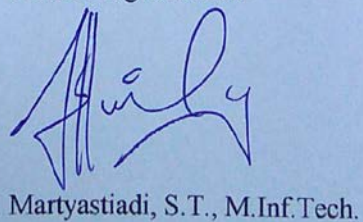
Nadia Mahatmi, M.Ds.

Ketua Sidang



Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kebaikan dan berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul "Perancangan Kampanye Sosial Pola Makan *Eating Clean*" dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.

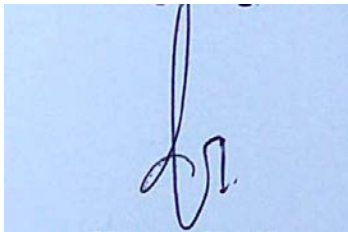
Penulis memilih topik perancangan kampanye sosial pola makan *eating clean* karena adanya penurunan kesehatan pada masyarakat dewasa muda saat ini. Hal ini ditunjukkan dari peningkatan jumlah kematian yang disebabkan oleh penyakit degeneratif. Pola makan sehat merupakan salah satu cara untuk terhindar dari penyakit degeneratif sejak dini, sehingga diharapkan dengan adanya Tugas Akhir ini, penulis dapat memberikan informasi terkait pola makan *eating clean* dan mengajak masyarakat untuk menerapkannya. Perancangan tugas akhir ini disusun berdasarkan hasil penelitian dan juga wawancara langsung oleh penulis yang dianalisis dengan menggunakan teori serta pemahaman penulis selama masa perkuliahan, serta menggunakan beberapa teori acuan dari para ahli.

Selama proses penyusunan Tugas Akhir, penulis telah mendapat banyak bantuan dan juga bimbingan. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
2. Zamzami Almakki S.Pd, M.Ds selaku Dosen Pembimbing

3. Inge Tumiwa-Bachrens selaku penulis buku *Eating Clean* dan pembicara yang telah meluangkan waktunya untuk wawancara
4. Farah Mauludynna selaku pegiat *eating clean* yang telah membantu memberikan informasi terkait *eating clean*
5. Bagi seluruh narasumber, Santi Wibisono selaku penanggung jawab Kemass (kelola masyarakat sadar sehat), Dr. Rani Aribowo selaku pembicara dalam *wokshop eating clean* oleh Organik Klub, dan responden lainnya yang sudah bersedia diwawancarai dan didokumentasikan oleh penulis.
6. Orang tua, kelompok bimbingan tugas akhir Dharma dan teman-teman lainnya yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam melaksanakan tugas akhir.

Tangerang, 8 Juni 2017



Kenny Kadir

ABSTRAKSI

Eating Clean atau makanan yang bersih dan sehat, dapat diterapkan sebagai salah satu pola makan sehat. Dengan mengonsumsi makanan dalam bentuk paling alami, asupan vitamin, mineral, dan zat-zat penting lainnya menjadi lebih tinggi dan baik. Salah satu manfaat *eating clean* adalah mencegah penyakit degeneratif yang saat ini menyerang di usia muda. Penyakit degeneratif adalah jenis penyakit yang dapat menyerang seiring bertambahnya usia. Terdapat banyak jenis penyakit degeneratif, namun yang paling ditakutkan adalah penyakit jantung, stroke, diabetes, Parkinson, Alzheimer. Penyebabnya di antara lain karena kurangnya aktifitas fisik, pola hidup serta pola makan yang tidak sehat. Pada kenyataannya, kesadaran dan pengetahuan masyarakat akan penyakit degeneratif dan pola makan *eating clean* masih terbilang minim. Melihat keadaan ini, diharapkan adanya perubahan paradigma masyarakat dalam pola makan untuk mencegah penyakit degeneratif.

Kata kunci : *Eating clean*, pola makan, *penyakit degeneratif*, kesehatan, penyakit

ABSTRACT

Degenerative disease is a type of disease that can strike as you are getting older. Heart disease, stroke, diabetes, Parkinson, Alzheimer are the examples of degenerative disease. The cause of this illness are basically because of lack of physical activity, lifestyle and an unhealthy diet. Eating clean is one of the way to start a healthy diet, as it teaches us to consume the most natural form of food, so our body can get the high intake of vitamins, mineral and other important substances. Looking from what is happening right now, the awareness and knowledge about degenerative disease and a healthy diet like eating clean are still low. By this, writer is expecting that there will be a change of paradigm in the society to switch to a healthy diet like eating clean to prevent degenerative disease.

Keywords: eating clean, healthy diet, degenerative disease, healthy, illness



UMMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Eating Clean	6
2.1.1. Manfaat Eating Clean.....	6
2.1.2. Prinsip Eating Clean.....	7

2.2.	Kesehatan dan Pola Makan Dewasa Muda	8
2.2.1.	Kesehatan Dewasa Muda	8
2.2.2.	Pola Makan	9
2.3.	Penyakit Degeneratif	10
2.4.	Kampanye Sosial.....	11
2.4.1.	Syarat Kampanye	12
2.4.2.	Tujuan Kampanye	13
2.4.3.	Jenis-Jenis Kampanye	14
2.4.4.	Model Kampanye AISAS	14
2.4.5.	Teori Persuasi Kampanye	16
2.4.6.	Sasaran Kampanye.....	18
2.5.	Teori Desain untuk Perancangan Kampanye Sosial	19
2.5.1.	Tinjauan Logo	19
2.5.2.	Tinjauan Warna.....	21
2.5.3.	Tinjauan Tipografi	22
2.5.4.	Tinjauan Layout	27
2.5.5.	Tinjauan Media	28
2.5.6.	<i>Webiste</i>	32
2.5.7.	Media Cetak	33
2.5.8.	Fotografi dan Ilustrasi	35
BAB III	METODOLOGI	37
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	37
3.1.1.	Wawancara.....	37

3.2.	Metodologi Perancangan.....	50
3.2.1.	Perancangan Kampanye	50
3.2.2.	Perancangan Visual.....	51
3.3.	Profil Kementerian Kesehatan	52
3.3.1.	Visi Misi.....	53
3.3.2.	Nilai-Nilai	55
3.3.3.	Program Yayasan Terkait Masalah	56
3.4.	Kemass (Kelola Masyarakat Sadar Sehat)	58
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		59
4.1.	Perancangan	59
4.1.1.	<i>Mind Mapping</i>	59
4.1.2.	Big Idea	60
4.1.3.	Perancangan Strategi Komunikasi	61
4.1.4.	Perancangan Strategi Visual	65
4.1.5.	Perancangan Logo.....	69
4.1.6.	Perancangan Strategi Media.....	70
4.1.7.	Aplikasi Perancangan.....	71
4.1.8.	Media Plan	88
4.1.9.	Budgeting	89
4.2.	Analisis.....	92
4.2.1.	Analisis Teori	92
4.2.2.	Analisis Visual	93
4.2.3.	Analisis Media	94

BAB V PENUTUP	95
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	XIV



UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Verbatim	20
Gambar 2.2. Logo Abricos.....	20
Gambar 2.3. Garamond.....	24
Gambar 2.4. Baskerville.....	25
Gambar 2.5. Bodoni	25
Gambar 2.6. Futura	25
Gambar 2.7. Rockwell.....	26
Gambar 2.8. Caveat Brush	26
Gambar 3.1. Wawancara dengan Inge Tumiwa-Bachrens.....	41
Gambar 3.2. Farah Mauludynna.....	43
Gambar 3.3. Wawancara dokter dan workshop organik klub.....	46
Gambar 4.1. <i>Mind Mapping Eating Clean</i>	60
Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i> Strategi Komunikasi	62
Gambar 4.3. Kolase Pendalaman Visual.....	65
Gambar 4.4. Warna Kampanye.....	66
Gambar 4.5. <i>Typeface</i> Caveat Brush.....	67
Gambar 4.6. <i>Typeface</i> Open Sans Regular, Semibold, Bold	67
Gambar 4.7. <i>Typeface</i> Montserrat Regular, Bold	67
Gambar 4.8. Foto Makanan.....	68
Gambar 4.9. Ilustrasi Makanan	69
Gambar 4.10. Logo <i>Eat for Change</i>	70
Gambar 4.11. Poster Seri	71

Gambar 4.12. Penggunaan <i>Grid System</i> 960.....	72
Gambar 4.13. Tampilan <i>Website</i>	72
Gambar 4.14. Tampilan <i>Website - Home</i>	73
Gambar 4.15. Tampilan <i>Website - Eating Clean</i>	74
Gambar 4.16. Tampilan <i>Website - Blog</i>	75
Gambar 4.17. Tampilan <i>Website - Konten Blog</i>	76
Gambar 4.18. Tampilan <i>Website - Konten Blog</i>	76
Gambar 4.19. Tampilan <i>Website - Garam</i>	77
Gambar 4.20. Tampilan <i>Website - Gula</i>	77
Gambar 4.21. Tampilan <i>Website - Lemak</i>	78
Gambar 4.22. Tampilan <i>Website - Login</i>	78
Gambar 4.23. Tampilan <i>Website - Resep</i>	79
Gambar 4.24. Tampilan <i>Website - Konten Resep</i>	80
Gambar 4.25. Tampilan <i>Website - Konten Resep</i>	80
Gambar 4.26. Tampilan <i>Web Banner Detik</i>	81
Gambar 4.27. Tampilan <i>Web Banner Kompas</i>	81
Gambar 4.28. Tampilan <i>Web Banner Yahoo</i>	82
Gambar 4.29. Tampilan <i>X-Banner</i>	82
Gambar 4.30. Tampilan <i>Facebook</i>	83
Gambar 4.31. Tampilan <i>Instagram</i>	83
Gambar 4.32. Tampilan <i>Twitter</i>	84
Gambar 4.33. Tampilan <i>Flyer</i>	84
Gambar 4.34. Tampilan <i>Mug</i>	85

Gambar 4.35. Tampilan <i>Baju</i>	85
Gambar 4.36. Tampilan <i>Tumbler</i>	86
Gambar 4.37. Tampilan <i>Notebook</i>	86
Gambar 4.38. Tampilan <i>Sticker</i>	87
Gambar 4.39. Tampilan <i>Pin</i>	87
Gambar 4.40. Tampilan <i>Totebag</i>	88
Gambar 4.41. <i>Media Plan</i>	89
Gambar 4.42. <i>Budgeting Web</i>	90
Gambar 4.43. <i>Budgeting Media</i>	90
Gambar 4.44. <i>Budgeting Merchandise</i>	91
Gambar 4.45. <i>Budgeting Pengeluaran</i>	91
Gambar 4.46. <i>Budgeting Total</i>	92

UMMN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Karakteristik Media atau Saluran..... 20



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR..... XVI

LAMPIRAN B: LEMBAR STRATEGI PERANCANGAN.....XXII

LAMPIRAN C: LEMBAR KONSEP PERANCANGAN.....XXIII



UMN