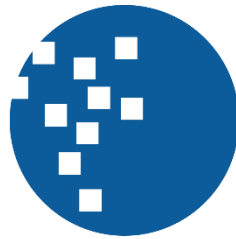


**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI
PENTINGNYA MEMBATASI KONSUMSI MIE
INSTAN DENGAN GAYA HIDUP SEHAT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Annabeth Diandra Krisanti

00000045337

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI
PENTINGNYA MEMBATASI KONSUMSI MIE
INSTAN DENGAN GAYA HIDUP SEHAT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Annabeth Diandra Krisanti

00000045337

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Annabeth Diandra Krisanti

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045337

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA MEMBATASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN GAYA HIDUP SEHAT

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Annabeth Diandra Krisanti)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA MEMBATASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN GAYA HIDUP SEHAT

Oleh

Nama : Annabeth Diandra Krisanti
NIM : 00000045337
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds.
0305117401/L00146

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA MEMBATASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN GAYA HIDUP SEHAT

Oleh

Nama : Annabeth Diandra Krisanti
NIM : 00000045337
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

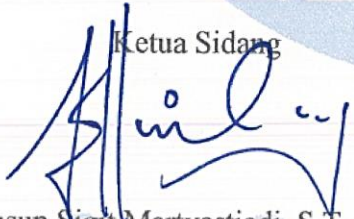
Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024

Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan

LULUS

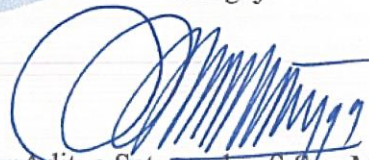
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



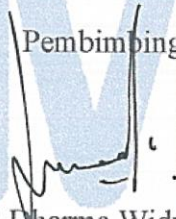
Dr. Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807/023902

Penguji



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/038953

Pembimbing



Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds.
0305117401/L00146

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annabeth Diandra Krisanti
NIM : 00000045337
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI
PENTINGNYA MEMBATASI KONSUMSI
MIE INSTAN DENGAN GAYA HIDUP
SEHAT**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance***).

Tangerang, 12 Juni 2024



(Annabeth Diandra Krisanti)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat membuat Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Mengenai Pentingnya Mengonsumsi Mie Instan dengan Gaya Hidup Sehat” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana desain. Dalam proses pembuatan laporan ini, penulis menerima banyak bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya pada pihak yang membantu penulis menyelesaikan laporan ini, yaitu :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Adhreza Brahma, M.Ds. selaku Sekretaris Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
5. Leonardo Adi Dharma Widya S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., sebagai Ketua Sidang yang telah menguji dan memberikan masukan terkait perancangan penulis
7. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds., sebagai Dosen Penguji yang telah menguji dan memberikan masukan terkait perancangan penulis
8. Fransisca Wijaya, M.P.dari Universitas Prasetya Mulya sebagai narasumber yang telah memberikan informasi seputar objek penelitian
9. Seluruh dosen dan keluarga besar UMN
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap hasil Tugas Akhir ini dapat menjadi media yang mampu mengajak remaja dan dewasa muda untuk menjaga gaya hidup sehat walaupun masih mengonsumsi mie instan dan menjadi media pembelajaran bagi para mahasiswa yang akan melakukan tugas akhir di masa mendatang.

Tangerang, 12 Juni 2024



(Annabeth Diandra Krisanti)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA MEMBATASI KONSUMSI MIE INSTAN DENGAN GAYA HIDUP SEHAT

(Annabeth Diandra Krisanti)

ABSTRAK

Mie instan merupakan makanan populer yang digemari karena memiliki rasa yang enak, praktis, dan harganya murah. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingkat dan frekuensi konsumsi mie instan yang jumlahnya tinggi di Indonesia. Selain melalui kandungannya, pola hidup seseorang yang mengonsumsi mie instan juga dapat berdampak pada kesehatan. Salah satu contohnya adalah remaja yang masih tidak acuh dengan dampaknya karena mementingkan faktor eksternal seperti gaya hidup hedonisme, teman, dan lingkungan sekitar. Berdasarkan survei, jumlah remaja hingga dewasa muda yang sering mengonsumsi mie instan di Indonesia masih tergolong tinggi. Walaupun begitu, kandungan yang terdapat dalam mie instan memiliki dampak kesehatan jangka panjang bagi tubuh seperti obesitas, darah tinggi, hipertensi, dan lainnya. Dampak kesehatan tersebut masih dapat dicegah dengan mengurangi intensitas konsumsinya, menambah serat dan protein, serta memperhatikan informasi nilai gizinya. Maka dari itu, penulis merancang sebuah kampanye untuk mengajak dewasa muda lebih sadar akan pentingnya memulai gaya hidup yang lebih sehat saat konsumsi mie instan dengan menggunakan media *Identification* (media sosial Instagram), media *Collateral* (POS Display, Booklet, Banner, dan Poster) serta media *Gimmick* (freebies).

Kata kunci: mie instan, dampak, gaya hidup

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

CAMPAIGN DESIGN ABOUT THE IMPORTANCE TO LIMIT INSTANT NOODLE CONSUMPTION WITH HEALTHY LIFESTYLE

(Annabeth Diandra Krisanti)

ABSTRACT (English)

Instant noodles is a popular food that has high demand because it has a good taste, practical, and low price. This is indicated by the level and frequency of consumption of instant noodles are high in Indonesia. In addition to the content, the lifestyle of someone who consumes instant noodles can also have an impact on health. The example is adolescents who are still not indifferent to the impact because they attach importance to external factors such as hedonism lifestyle, friends, and the surrounding environment. Based on a survey, the number of teenagers who consume instant noodles in Indonesia is still relatively high. Even so, the content contained in instant noodles has long-term health impacts on the body such as obesity, high blood pressure, hypertension, and others. These health impacts can be prevented by consuming instant noodles by reducing the daily consumption, adding protein and fiber, and paying attention to the daily values. Therefore, the author designed a campaign to persuade young adults to be aware to the importance of starting a healthy lifestyle when consuming instant noodle using the Identification media (Instagram), the Collateral medias (POS Display, Booklet, Banner, and Poster) and also Gimmick (freebies).

Keywords: *instant noodle, impact, content, lifestyle*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Desain Grafis	6
2.1.1 Elemen Desain Grafis	6
2.1.2 Prinsip Desain	15
2.2 Typography	20
2.2.1 Readability	20
2.2.2 Legibility	21
2.2.3 Typography as Role Players	21
2.3 Grid	23
2.3.1 Single-column grid	23
2.3.2 Multi-column grid	24
2.3.3 Modular grid	24
2.4 Color Models	24
2.5 Flat Design	25

2.6	Kampanye	26
2.6.1	<i>Product-oriented</i>	26
2.6.2	<i>Person-oriented</i>	27
2.6.3	<i>Ideology-oriented</i>	27
2.7	Tujuan Kampanye.....	29
2.8	Mie Instan.....	29
2.9	Media Sosial	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		33
3.1	Metodologi Penelitian	33
3.1.1	Metode Kualitatif.....	33
3.1.2	Metode Kuantitatif	45
3.2	Metodologi Perancangan.....	51
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		53
4.1	Strategi Perancangan.....	53
4.1.1	Orientation	53
4.1.2	Analysis.....	56
4.1.3	Conception.....	63
4.1.4	Design.....	67
4.1.5	Implementation	84
4.2	Analisis Perancangan.....	95
4.2.1	Analisis Media Utama	95
4.2.2	Analisis Media Sekunder	98
4.2.2	Analisis Beta Test	103
4.3	Budgeting	103
BAB V PENUTUP.....		105
5.1	Simpulan	105
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN.....		xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Kampanye Brand Maggi.....	40
Tabel 3.2 Analisis SWOT Kampanye Ajinomoto	42
Tabel 3.3 Analisis SWOT #MulaiDariJiwaPagi	44
Tabel 3.4 Jawaban Kuesioner Identitas.....	46
Tabel 3.5 Alasan Mengonsumsi Mie Instan.....	46
Tabel 3.6 Frekuensi Konsumsi Mie Instan	47
Tabel 3.7 Kontrol Konsumsi Mie Instan.....	47
Tabel 3.8 Dampak Kesehatan dari Konsumsi Mie Instan.....	48
Tabel 3.9 Media yang sering digunakan	50
Tabel 4.1 Segmentasi Target Audiens	54
Tabel 4.2 Creative Brief.....	56
Tabel 4.3 Strategi dan Taktik Pesan.....	60
Tabel 4.4 Strategi AISAS.....	61
Tabel 4.5 Strategi media AISAS	62

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis pada Media Sosial.....	7
Gambar 2.2 Bentuk pada Poster Media Sosial.....	7
Gambar 2.3 Warna	8
Gambar 2.4 Contoh Tekstur pada POS Display.....	9
Gambar 2.5 <i>Proximity</i>	10
Gambar 2.6 <i>Similarity</i> pada Poster.....	11
Gambar 2.7 <i>Repetition and Rhythm</i>	11
Gambar 2.8 <i>Theme with Variations</i>	12
Gambar 2.9 <i>Unity and Getsalt</i>	13
Gambar 2.10 <i>Point, Line, and Plane</i>	13
Gambar 2.11 <i>Scale and Dominance</i>	14
Gambar 2.12 Contoh <i>format</i> pada <i>Booklet</i>	16
Gambar 2.13 Tiga Jenis Keseimbangan.....	16
Gambar 2.14 Contoh <i>Scale</i> pada Poster.....	18
Gambar 2.15 Poster L’Atlantique	19
Gambar 2.16 Jenis – jenis <i>Typeface</i>	20
Gambar 2.17 Contoh <i>Typeface</i> sebagai <i>Text</i>	21
Gambar 2.18 Contoh <i>Typeface</i> sebagai <i>Display</i>	22
Gambar 2.19 Contoh <i>Typeface</i> sebagai <i>Decorative</i>	22
Gambar 2.20 Contoh <i>Typeface</i> sebagai <i>Decorative</i>	23
Gambar 2.21 <i>Multi Column Grid</i>	24
Gambar 2.22 <i>Modular Grid</i>	24
Gambar 2.23 Contoh <i>Product-oriented Campaign</i>	27
Gambar 2.24 Contoh <i>Person-oriented Campaign</i>	28
Gambar 2.25 Contoh <i>Idea-oriented Campaign</i>	28
Gambar 3.1 Interview dengan Ibu Sisca	34
Gambar 3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	35
Gambar 3.3 Observasi Outlet Burgreens	37
Gambar 3.4 Kampanye Brand Maggi	38
Gambar 3.5 Website Kampanye “Sajian Seimbang Tanda Sayang”	39
Gambar 3.6 Postingan Kampanye “Sajian Seimbang Tanda Sayang”	39
Gambar 3.7 Logo Kampanye “Bijak Garam”	41
Gambar 3.8 Website Kampanye “Bijak Garam”	41
Gambar 3.9 Instagram Post Kampanye “Bijak Garam”	42
Gambar 3.10 Papan Interaktif Kampanye “Bijak Garam”	42
Gambar 3.11 Instagram Post Kampanye “#MulaiDariJiwaPagi”	44
Gambar 3.12 Jumlah Responden yang Mengonsumsi Mie Instan.....	46
Gambar 3.13 Dampak Kesehatan yang Diketahui	49

Gambar 3.14 Dampak Kesehatan Akibat Konsumsi Mie Instan	49
Gambar 3.15 Media yang Digunakan untuk Informasi Kesehatan	49
Gambar 3.16 Jenis Informasi yang Mudah Dipahami	50
Gambar 4.1 Logo Mandatory	56
Gambar 4.2 <i>Mindmap</i>	64
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i>	65
Gambar 4.4 <i>Reference Board</i>	66
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif Logo	67
Gambar 4.6 Proses Digitalisasi Logo.....	68
Gambar 4.7 Digitalisasi Logo	68
Gambar 4.8 Logo Kampanye	69
Gambar 4.9 Warna untuk Elemen Desain.....	70
Gambar 4.10 Penentuan Tipografi <i>Headline</i>	70
Gambar 4.11 Penentuan Tipografi <i>Bodytext</i>	71
Gambar 4.12 Referensi dan Sketsa Alternatif Karakter Manusia	72
Gambar 4.13 Referensi Karakter Abstrak	72
Gambar 4.14 Sketsa Karakter Abstrak.....	73
Gambar 4.15 Sketsa Alternatif Karakter	73
Gambar 4.16 Digitalisasi Karakter “Mimi”	74
Gambar 4.17 Perancangan <i>Layout Modular Grid</i>	74
Gambar 4.18 Perancangan <i>Layout Single-Column Grid</i>	75
Gambar 4.19 Penempatan Aset Visual Awal pada <i>Grid</i>	75
Gambar 4.20 Penempatan Aset Visual 1 pada <i>Grid</i>	76
Gambar 4.21 Referensi Aset Visual Jenga.....	76
Gambar 4.22 Proses Pembuatan Aset Visual Karakter dan Jenga	77
Gambar 4.23 Draft Awal Aset Visual 1	78
Gambar 4.24 Poster dengan Aset Visual Jenga	78
Gambar 4.25 Referensi Aset Visual Kalender	79
Gambar 4.26 Proses Aset Visual Kalender	79
Gambar 4.27 Draft Awal Aset Visual Kalender	80
Gambar 4.28 Poster Aset Visual Kalender	80
Gambar 4.29 Referensi Aset Visual Olahraga	81
Gambar 4.30 Draft Aset Visual Olahraga	82
Gambar 4.31 Poster Aset Visual Olahraga	82
Gambar 4.32 Referensi Aset Visual Booklet	83
Gambar 4.33 Draft Aset Visual Booklet.....	83
Gambar 4.34 Cover <i>Booklet</i> Resep	84
Gambar 4.35 Referensi Aset Visual <i>Booklet</i>	84
Gambar 4.36 Proses Perancangan Aset Visual <i>Booklet</i>	85
Gambar 4.37 Proses Perancangan Aset Visual <i>Booklet</i> Tulisan.....	85

Gambar 4.38 Aset Visual <i>Booklet</i>	86
Gambar 4.39 Media Utama Poster.....	86
Gambar 4.40 Draft Instagram Story.....	87
Gambar 4.41 <i>Layout</i> Media Utama Instagram Story.....	87
Gambar 4.42 Media Utama Instagram Story.....	88
Gambar 4.43 <i>Layout</i> Media Utama Instagram Post 1.....	88
Gambar 4.44 Media Utama Instagram Post 1.....	89
Gambar 4.45 Draft Media Utama Instagram Post.....	90
Gambar 4.46 <i>Layout</i> Media Utama Instagram Post 2.....	90
Gambar 4.47 Media Utama Instagram Post 2.....	91
Gambar 4.48 X-banner.....	91
Gambar 4.49 <i>Web Banner</i>	92
Gambar 4.50 Desain Youtube Banner.....	93
Gambar 4.51 <i>Layout</i> Desain <i>Booklet</i>	93
Gambar 4.52 Desain <i>Booklet</i>	94
Gambar 4.53 Desain <i>Point of Sales</i>	95
Gambar 4.54 Desain Sticker.....	95
Gambar 4.55 Desain <i>Chopstick Box</i>	96
Gambar 4.56 <i>Mockup</i> Desain Poster.....	97
Gambar 4.57 <i>Mockup</i> Desain Instagram Story.....	97
Gambar 4.58 <i>Mockup</i> Desain Instagram Post Carousel 1.....	98
Gambar 4.59 <i>Mockup</i> Desain Instagram Post Carousel 2.....	99
Gambar 4.60 <i>Mockup</i> Desain X-banner.....	100
Gambar 4.61 <i>Mockup</i> Desain Web banner.....	100
Gambar 4.62 <i>Mockup</i> Desain Youtube Banner.....	101
Gambar 4.63 <i>Mockup</i> Desain <i>Booklet</i>	102
Gambar 4.64 <i>Mockup</i> Desain POS Display.....	102
Gambar 4.65 <i>Mockup</i> Desain Stiker.....	103
Gambar 4.66 <i>Mockup</i> Desain <i>Chopstick Box</i>	103

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Screenshot form BAP Bimbingan	xvi
Lampiran B Transkrip Wawancara Fransisca Wijaya	xviii
Lampiran C Transkrip FGD	xxi
Lampiran D Hasil Kuesioner	xxiv
Lampiran E Hasil Beta Test	xxix
Lampiran F Turnitin	xxxv



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA