

Design Catalog

# Beyond Skinny

2026

Beauty Health Campaign



Behind  
Screens







Celica

20  
26

000 000 68076



# Daftar Isi

Riset Perancangan	1
Creative Brief	5
Ide dan Konsep	15
Media Attention	28
Media Interest	40
Media Search	49
Media Action	54
Media Share	78





# *Riset* Perancangan



# Latar Belakang

Skinny fat adalah kondisi di mana seseorang memiliki badan kurus atau ideal namun kadar lemak tubuhnya tinggi, memicu **risiko fatal penyakit tidak menular (PTM)** seperti stroke dan diabetes, yang menjadi penyebab utama kematian di Indonesia. Stigma positif terhadap tubuh kurus, meskipun disertai gaya hidup tidak sehat (makan junk food dan malas bergerak), membuat masyarakat, khususnya mahasiswa, **kurang menyadari** bahwa mereka termasuk dalam kategori berisiko ini. Kurangnya awareness dan fokus kampanye pemerintah yang hanya sesaat memperburuk pembentukan kebiasaan negatif yang sulit diubah, sehingga penulis mengusulkan **kampanye interaktif** sebagai pendekatan yang efektif untuk mengubah kebiasaan pola hidup yang kurang baik dan menanggulangi masalah skinny fat pada generasi muda.



# Dampak Masalah

Masalah skinny fat dan kurangnya kesadaran di kalangan anak muda Indonesia menciptakan **bom waktu** kesehatan karena tingginya kadar lemak tubuh yang tidak terlihat dari luar secara signifikan meningkatkan **risiko penyakit tidak menular** yang fatal seperti stroke, jantung, dan diabetes, sebagaimana dikuatkan oleh data kematian dari BPS. Kondisi ini diperburuk oleh persepsi tubuh kurus yang menyesatkan sebagai "**aman**" dan ideal, sehingga **menurunkan motivasi hidup sehat** dan menumbuhkan **kebiasaan negatif yang sulit diubah**, seperti malas beraktivitas fisik dan konsumsi junk food.

Akibatnya, intervensi dan kampanye yang ada kurang efektif mengatasi akar masalah perilaku, menuntut adanya pendekatan kampanye yang inovatif dan interaktif untuk mengubah pola pikir dan kebiasaan generasi muda dari rasa aman yang keliru menuju gaya hidup yang benar-benar sehat.



Manfaat

## Perancangan

“ Memberikan dorongan **motivasi** untuk memiliki pola hidup yang sehat, dan menyadarkan bahwa “**aman**” yang sebenarnya adalah kondisi tubuh yang fit **luar dalam** (bukan hanya penampilan). ”



The background features a sunburst pattern with rays in shades of pink, orange, and yellow. There are also abstract, colorful shapes in red, blue, and purple, and a stylized flower in the bottom right corner with a yellow center and pink petals.

# *Creative* Brief



# Segmentasi

## Geografis

Kota/kabupaten : Tangerang

## Demografis

- Usia : 18-22 tahun,
- Tingkat pendidikan : S1
- Jenis kelamin : Perempuan,
- SES : status sosial menengah ke atas [AB]

## Psikografis

Aktif menggunakan media sosial, memiliki kesibukan menuntut ilmu, malas berolahraga atau “mageran” istilah untuk seseorang yang malas beraktivitas fisik, tidak memperhatikan pola makan (mengonsumsi junk food)





User

Persona



## Mikayla Zein

Usia: 20 tahun

Pendidikan: Mahasiswa SI (Fakultas Ekonomi)

Lokasi: Tangerang

Jenis Kelamin: Perempuan

Status Sosial Ekonomi: Menengah ke atas (AB)

Kebiasaan: Suka memesan makanan lewat aplikasi seperti GoFood atau GrabFood, lebih memilih junk food dan minuman manis.

Pain Points

- Merasa tidak ada waktu untuk berolahraga dan menjaga pola makan yang sehat karena kesibukannya di kampus.

- Meskipun tahu bahwa kesehatan penting, merasa kurang termotivasi untuk menjaga pola hidup sehat

“

Jika saya ingin fokus kuliah dan menikmati hidup dengan santai. Apakah saya bisa menjaga pola hidup sehat karena kesibukan kuliah dan kebiasaan yang sudah terbentuk.

”

Motivasi

Mendapatkan gelar sarjana dengan nilai yang baik. Namun, dia juga ingin menikmati masa muda dengan gaya hidup yang santai dan bebas.

Tujuan

ingin bisa mengatur waktunya, menjaga keseimbangan antara kegiatan akademik dan gaya hidup sehat,



# Campaign Statement

Memiliki tubuh kurus bukan berarti sehat.

## Campaign Objective

Mengajak mahasiswi usia 18-22 tahun yang selama ini hanya fokus pada penampilan luar dan merasa “kurus = sehat” untuk mulai peduli pada pola hidup yang lebih baik dari sekarang.



## Strategi

Hardselling

## Tone and Manner

Akrab, Tegas, Enthusiastic

## Taktik

Problem /  
Solution,  
Slice of Life

## Audiens Benefit

Memberikan keuntungan dari segi kesehatan pribadi, kualitas hidup, hingga produktivitas akademik. Peserta menjadi individu yang lebih sadar terhadap kondisi tubuhnya, mampu membuat keputusan yang lebih sehat dan bertanggung jawab, serta memahami nilai penting dari keseimbangan hidup.



# Strategi Kampanye

URUTAN	LEVEL EFEK	PESAN	STRATEGI PENYAMPAIAN PESAN	TAKTIK PENYAMPAIAN PESAN	STRATEGI VISUAL	STRATEGI COPY	STRATEGI INTERAKSI	STRATEGI MEDIA
1	Attention	"Nyaman itu boleh, tapi peduli itu lebih baik."	Emotional / Hati	Problem / Solution	Ilustrasi	Headline in-direct action	Polling interaktif di IG Story "Seberapa kamu peduli dengan tubuhmu?"	Billboard, Instagram Ads, Spanduk di Kampus, stair sticker, mirror sticker
2	Interest	"Kamu merasa sehat, tapi tubuhmu bilang sebaliknya."	Logika / Kepala	Slice of life	Ilustrasi	Headline in-direct action	-	Instagram Ads, Bus Shelter Kampus Ads, Spanduk di Kampus
3	Search	"Cari tahu tanda-tanda skinny fat dan mulai cek dirimu."	Logika / Kepala	Problem / Solution	Post edukasi ringan	CTA "Yuk, kenali dirimu"	-	Instagram feeds
4	Action	"Uji kepedulianmu di booth interaktif kami!"	Emotional / Hati	Slice of life	Ilustrasi & Video Dokumentasi	Tagline	Booth interaktif: Bingo aktivitas sehat, tabung peduli, surat masa depan, tembok feelings, photobox	Brand Activation Kampus, Instagram feeds
5	Share	"Bagikan janji sehatmu untuk masa depan."	Emotional / Hati	Slice of life	Dokumentasi	Tagline "Bukan cuma fit in."	Pengunjung upload foto di photobox + hashtag kampanye	Photobooth, Merchandise, Filter IG



# Timeline Kampanye

## Periode kampanye 2 Bulan (Agust - Sept)



21 Agustus  
Back to Campus



9 September  
Hari Olahraga Nasional

Memanfaatkan hari dimana mahasiswa baru untuk memasuki dunia perkuliahan dan mahasiswa lain kembali dalam masa perkuliahan. Biasanya cenderung ingin membangun kebiasaan baru, pengen tampil “fresh”, dan lagi semangat bersosialisasi. Kemudian menempatkan puncak kampanye pada 9 September karena sesuai dengan masalah yang diangkat, dimana hari tersebut memperingati bahwa tubuh yang sehat adalah investasi terbaik dalam hidup.



# User Journey

Sebelum

	Daily Routine	Social Influence	Lifestyle Habits	Health Awareness Trigger	Ignorant Cycle
<b>User Actions</b> (Activities)	Kuliah, nongkrong, makan sembarangan (fast food, kopi susu), jarang olahraga karena sibuk.	Lihat konten body goals di TikTok/IG, idol atau influencer bertubuh langsing. Teman sering puji kalau "makin kurus".	Tidur kurang, sering skip sarapan, jarang olahraga, konsumsi makan sembarangan	Mulai merasa sering capek, gampang lapar, atau pusing.	Mulai curiga diri sendiri skinny fat, namun bukan prioritas utama untuk mengatasi skinny fat. Karena sibuk kuliah, mulai kembali menjalani hari seperti biasa.
<b>Sentiments</b> (Thought Bubbles)	"Yang penting nggak gemuk." "Aku kurus, berarti sehat."	"Aku harus jaga berat badan biar kelihatan ideal."	"Belum sempat olahraga, tapi aku tetap kurus kok."	"Kok aku cepat capek, padahal aku nggak gemuk?"	"Ah tapi gapapa deh nanti aja dipikirkannya, sekarang fokus kuliah dan hepi-hepi aja"
<b>Emotions</b> (Mood Meter)					
<b>Emotions</b> (Descriptive)	Santai, percaya diri dengan bentuk tubuhnya.	Terkadang insecure tapi termotivasi untuk tetap ramping.	Cuek terhadap sinyal tubuh seperti cepat lelah atau pusing.	Bingung, sedikit khawatir.	kembali cuek karena ada prioritas lain.
<b>Pain Points</b> (Heavy Burden User)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kurang sadar pentingnya kesehatan dalam tubuh</li> <li>Berpikir kurus = sehat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Standar kecantikan sempit</li> <li>Fokus di penampilan luar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak merasa tanda yang diberikan tubuh merupakan sinyal penting</li> <li>Mudah sakit sehingga terkadang sulit beraktivitas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak berani untuk cek dokter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kondisi kesehatan tubuh ditelantarkan</li> <li>Kurang baiknya time management kegiatan perkuliahan</li> <li>Tidak ada dorongan motivasi untuk mulai pola hidup sehat</li> </ul>



# User Journey

Sesudah

	Daily Routine	Social Influence	Lifestyle Habits	Health Awareness Trigger	New Conscious Cycle
<b>User Actions</b> (Activities)	Menjalani kuliah seperti biasa namun sadar ada beberapa poster disekitar kampus yang memberikan reminder akan pola hidup terus, serta ada booth di kampus	Mulai lebih aware dengan rutinitas harian setelah mengikuti challenge di booth (squat test, hang test, cek orderan makanan, quiz).	Upload hasil challenge & bola vote ke IG, lihat teman-teman lain juga share progresnya.	Mulai mengatur jam tidur, mulai sarapan, mengurangi junk food karena sadar sudah "kebanyakan" dari riwayat food delivery.	Mulai menangkap sinyal tubuh yang dulu diabaikan. Lebih peka terhadap rasa cepat lelah atau lapar.
<b>Sentiments</b> (Thought Bubbles)	"Apa ya ini dari tadi di remind soal pola hidup terus?" "cobain deh liat-liat ke boothnya."	"Ternyata aku nggak sekuat itu ya, kayaknya harus latihan."	"Wah kok banyak temenku yang juga skinny fat, jadi nggak sendirian."	"Dikit-dikit deh... mulai dari sarapan dan kurangi kopi susu."	"Oh ini tanda yang dibilang skinny fat kemarin... berarti harus diperbaiki."
<b>Emotions</b> (Mood Meter)					
<b>Emotions</b> (Descriptive)	Tidak ada ekspektasi namun penasaran, event apakah ini?	Mulai membuka mata bahwa tubuhnya butuh perhatian.	Merasa termotivasi karena banyak teman juga ikut kampanye.	Mulai berubah secara perlahan	Merasa waspada namun tidak takut karena sudah tahu langkah awalnya.
<b>Gains</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jadi tertrigger rasa penasaran soal pola hidup yang sehat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sekarang memahami bahwa kurus ≠ sehat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sekarang fokus pada tubuh yang kuat &amp; fungsional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sekarang punya gambaran jelas kondisi fisiknya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sekarang tahu apa yang harus diperbaiki.</li> </ul>



**Brand**

**Mandatory**

**Visi**

Menjadi perusahaan yang melakukan inovasi untuk meningkatkan kesehatan masyarakat Indonesia.

**Misi**

1. Membuat gaya hidup sehat menjadi lebih mudah, berkelanjutan, menyenangkan, dan aman bagi semua orang.
2. Menyediakan solusi nutrisi harian yang seimbang, fleksibel, dan bergizi.
3. Menjaga metabolisme dan kesehatan tubuh

# Hotto

Hotto memiliki keselarasan dengan Beyond Skinny karena memiliki tone yang sama yaitu playful, colorful, dekat dengan tren pop culture. Kemudian Hotto identik dengan makanan yang lebih “lebih sehat” dibanding fast food. Hotto juga termasuk kategori makanan cepat saji yang murah, accessible, ada di mall kampus, dan dekat dengan aktivitas anak kuliah.

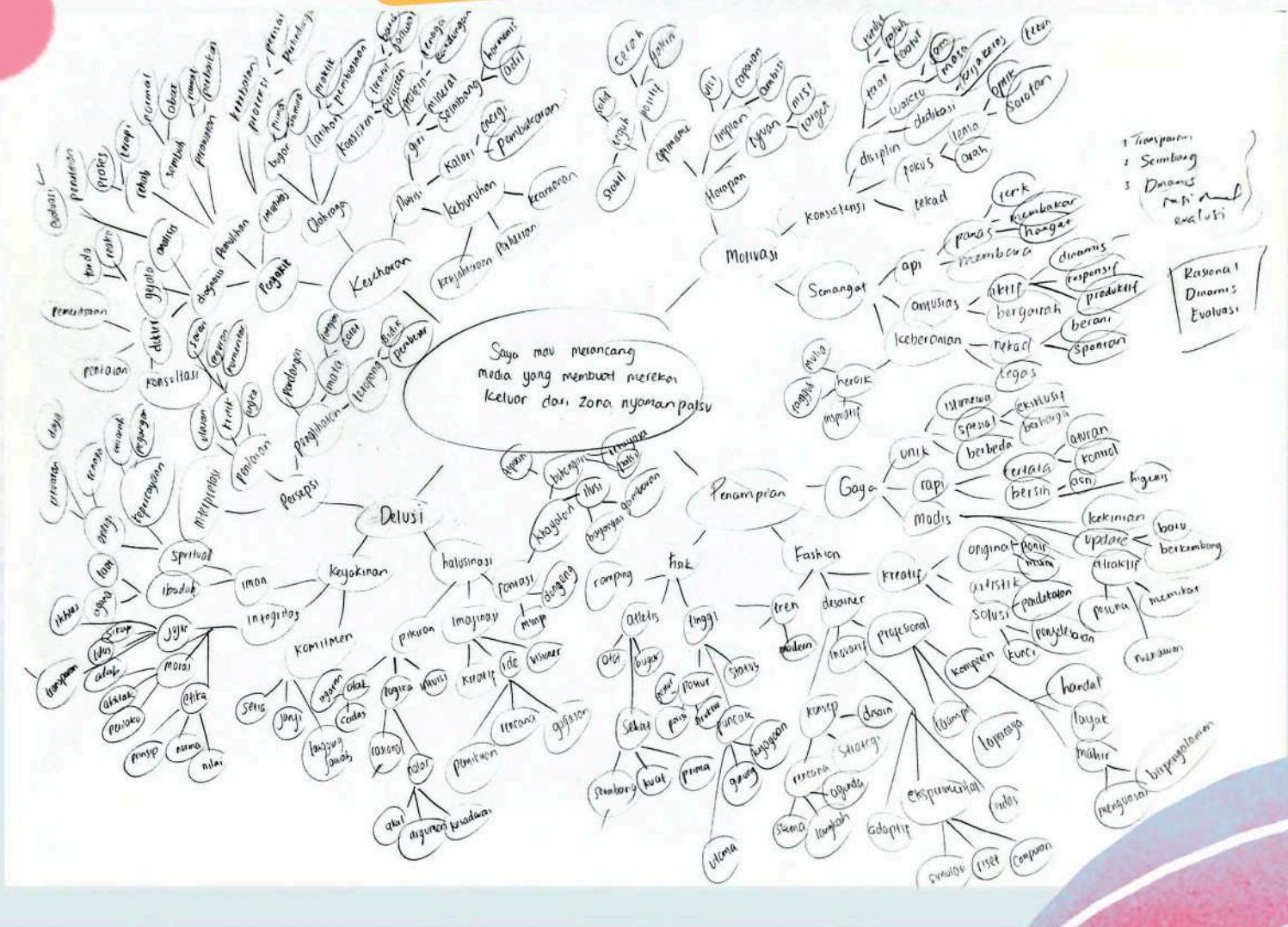




# Ide dan Konsep



**mindmap**





# Key words

## Rasional

dipilih untuk mengubah pola pikir audiens dari penilaian visual emosional (hanya karena kurus berarti sehat) menjadi analisis kesehatan yang logis dan berbasis data, sehingga mereka mampu mendeteksi dan mengakui bahaya skinny fat yang tersembunyi.

## Dinamis

dipilih untuk menekankan bahwa perubahan perilaku dari gaya hidup malas bergerak menuju gaya hidup sehat, memerlukan progres yang aktif dan berkelanjutan bukan sekadar euforia sesaat.

## Evaluasi

setelah mencapai perubahan gaya hidup yang progresif, perlu ditutup dengan perilaku evaluasi. Untuk memberikan ruang dalam perkembangan selanjutnya agar tidak statis dan dapat terus berkembang ke arah yang lebih baik.





Big

Idea

Inner beauty is built when you step beyond what feels familiar

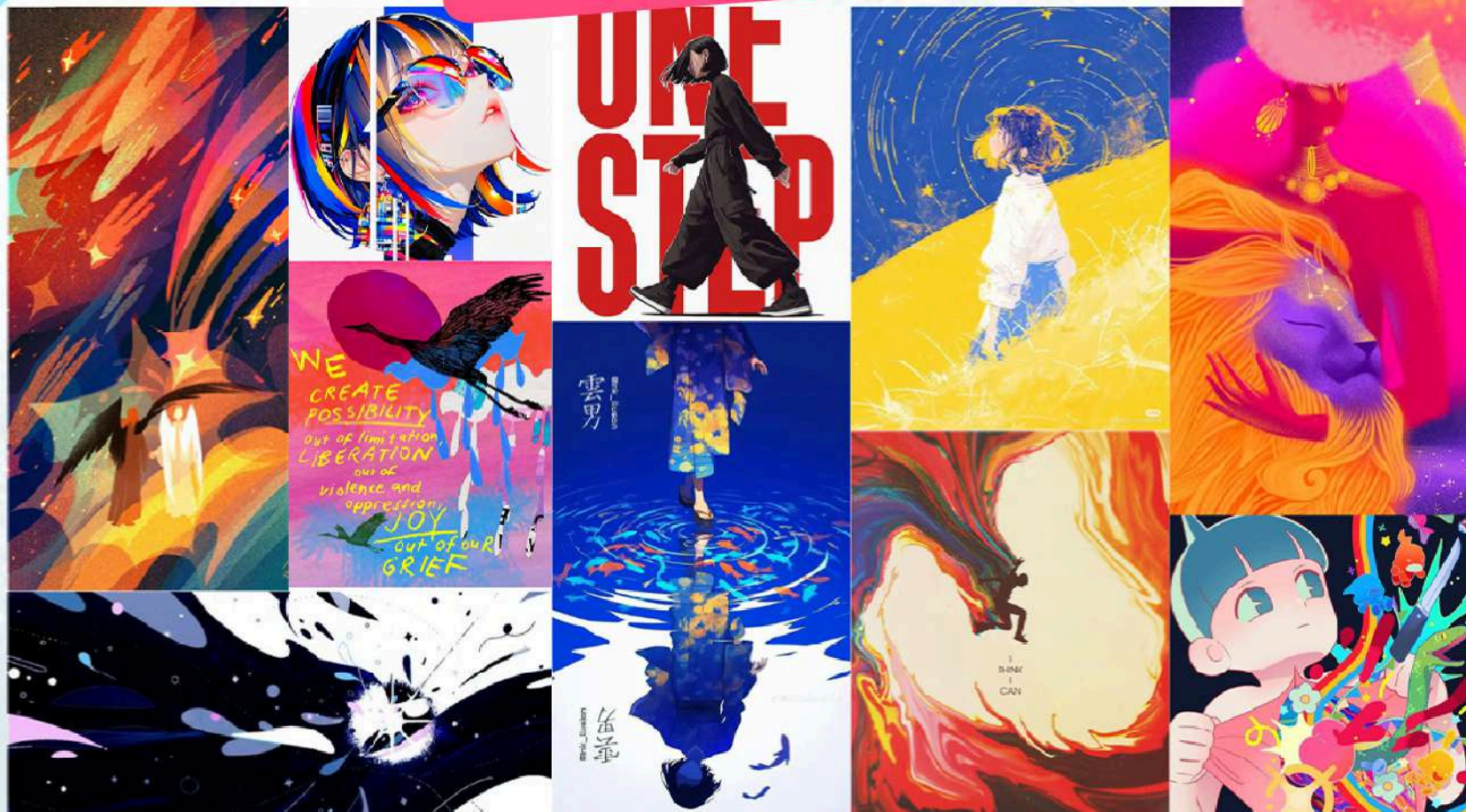
Concept

Penggunaan konsep yang fun, playful, penuh warna, namun tetap akrab, tegas, dan antusias.

Pendekatan ini dipilih karena target utama adalah mahasiswi yang membutuhkan komunikasi yang terasa dekat, membangkitkan semangat, dan membuat mereka merasa bahwa perubahan gaya hidup sehat adalah sesuatu yang ringan, seru, dan relevan dengan keseharian mereka. Visual yang digunakan bersifat colorful, clean, dan enerjik, menggabungkan elemen ilustratif, bentuk-bentuk dinamis, dan tipografi bold untuk menciptakan kesan kampanye yang hidup dan mudah menarik perhatian di lingkungan kampus.



# Moodboard





# Referensi





# Stylescape



Stylescape ini memberikan kesan colorful dan playful sehingga sesuai untuk pendekatan mahasiswa Gen Z. Dengan ilustrasi meliuk-liuk yang menggambarkan fleksibilitas dan easy-going.



Key

Visual

Quotes

of the day

**Stay**  
*Confident*



Menggambarkan visual yang cerah dan kata-kata sebagai penyemangat bagi pembacanya. Dengan ilustrasi bunga dan tangkai yang meliuk-liuk, menyerupai bingkai. Memberikan kesan indah seperti ciri khas perempuan yang peduli akan penampilan



Key

Visual

Reminder

You've been



Invited

Menggambarkan visual dengan background notes, karena ingin memberikan kesan untuk take notes dengan reminder yang akan diberikan. Dengan membungkus berbagai pesan sebagai reminder agar mendorong pembaca untuk ingat akan pesan kampanye kami. Kemudian akan ada penambahan benda sebagai pelengkap atau menggambarkan pesan. Sebagai contoh amplop dengan style vector untuk menggambarkan undangan yang ingin disampaikan key visual kedua ini.



Key

Visual



Penggambaran dengan umpamaan permainan bingo, karena ingin memberikan kesan bahwa kampanye ini menyenangkan. Berbicara soal kesehatan tidak harus dibungkus dalam kesan formal dan kaku.





# Beyond Skinny

# Beyond Skinny

Biru, menggambarkan  
kesegaran seperti a fresh  
start, kepercayaan baru.



Pink, menggambarkan  
feminin dan kindness



Menggunakan font yang kurus dan  
meliuk-liuk menggambarkan fleksibilitas dan  
jiwa yang fit.

Kemudian bunga dan huruf “n” yang seperti  
orang, menggambarkan perempuan yang  
identik dengan memedulikan penampilan.



# Mascot

## Trixie



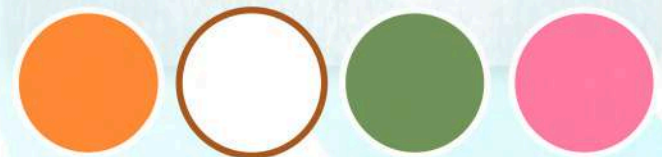
### Bunga

Menunjukkan bahwa Trixie juga peduli akan penampilan sama seperti mahasiswi.



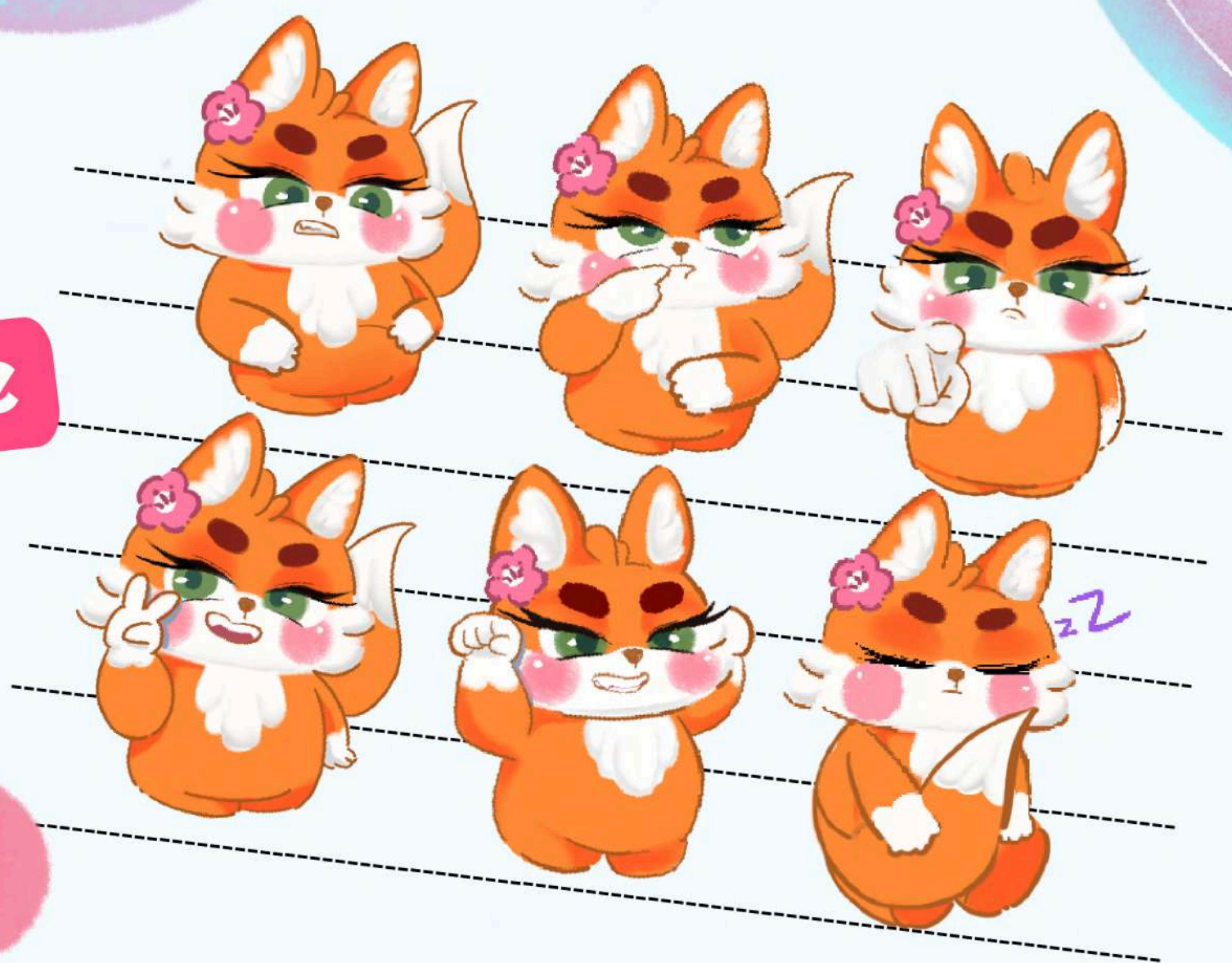
Mengapa Rubah? karena simbol kecerdikan & kewaspadaan. Selaras dengan mengajak mahasiswi lebih peka terhadap sinyal tubuh, bukan cuma fokus pada penampilan luar.

Bentuk tubuhnya yang chubby dan pendek agar terasa lebih relatable dengan mahasiswi yang selalu merasa dirinya "gendut".





# Gesture







# *Media* Attention





**Sekunder**

## **Bus Shelter Ads**

Karena tempat ini sering dilewati mahasiswa. Tujuannya adalah agar pesan iklan terlihat berulang-ulang setiap hari. Dengan menggunakan kata-kata yang rancu misalnya, nyaman boleh tapi peduli lebih baik, apa yang dimaksud nyaman dan apa yang dimaksud peduli?

Bahan: LED

Ukuran: 5,7 x 1,4 m





Hotto Beyond Skinny

**Syaman**  
**Boleh**  
**Tapi,**  
**Peduli**  
**Lebih Baik**

A cartoon illustration of an orange cat with green eyes, a pink flower on its head, and a grumpy expression, set against a background of pink and blue floral patterns.





Sekunder

## Hanging Banner

Karena tempat ini sering dilewati mahasiswa. Tujuannya adalah agar pesan iklan terlihat berulang-ulang setiap hari. Dengan menggunakan kata-kata yang rancu misalnya, nyamann boleh tapi peduli lebih baik, apa yang dimaksud nyaman dan apa yang dimaksud peduli?

Bahan: Flexy  
Ukuran: 15,7 x 8,2 m









Sekunder

## Poster Display

Karena tempat ini sering dilewati mahasiswa. Tujuannya adalah agar pesan iklan terlihat berulang-ulang setiap hari. Dengan menggunakan kalimat yang mempertanyakan, agar mahasiswi intropeksi diri kembali apakah betul ia termasuk dalam kategori yang dibicarakan.

Bahan: Flexy  
Ukuran: 5,7 x 1,4 m



Hotto Beyond Skinny

Hai, Cantik!

**Kelihatan?**  
sehat ya

tapi, sudahkah kamu betulan  
sayang dengan tubuhmu?

#BukanCumaFITin

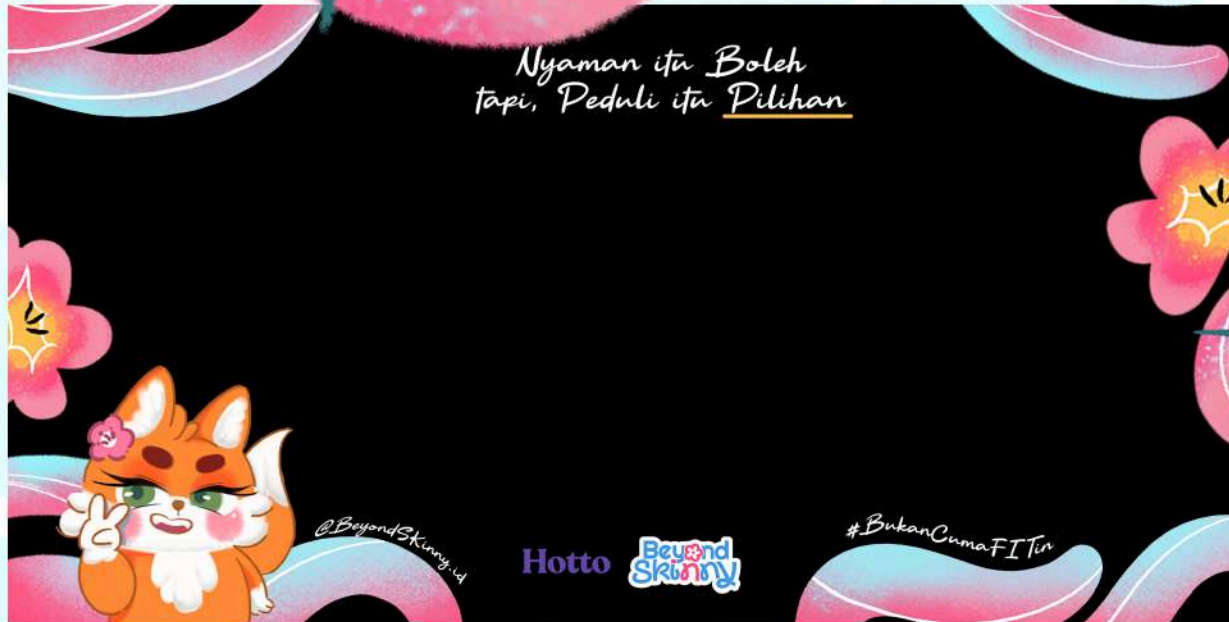
hmm...

The billboard features a cartoon illustration of an orange cat with green eyes, pink cheeks, and a pink flower in its hair. The cat is looking thoughtful with its hand near its chin. The background of the billboard is white with colorful, abstract floral and leaf patterns in shades of pink, orange, and blue. The billboard is mounted on a metal frame and is situated outdoors in front of a modern building with large glass windows and a green hedge.









## Mirror Sticker

Sekunder

Memanfaatkan kamar mandi wanita, karena merupakan spot yang sering digunakan mahasiswi untuk foto/ melihat refleksi dirinya dalam waktu yang lama. Maka fungsi stiker ini sebagai attention seeker dan sebagai salah satu sarana promosi agar menjangkau lebih banyak mahasiswi.

Bahan: Vinyl

Ukuran: 0,5 x 1,3 m



Nyaman itu Boleh  
tapi, Peduli itu Pilihan



@BeyondSkinny.id

Hotto

Beyond  
Skinny

#BukanCumaFITin





## Sekunder

# IG Feeds

Post-post yang berfungsi sebagai reminder atau sindiran. Tujuannya agar mahasiswa yang mengunjungi Instagram kampanye ini, mendapatkan ruang untuk introspeksi, apakah ia termasuk/ relate dengan topik masalah kami.

Bahan: -  
Ukuran: 1080 x 1350 px









*Media*

Interest





**Sekunder**

## Elevator door

Karena tempat ini sering dilewati mahasiswa. Tujuannya adalah agar pesan iklan terlihat berulang-ulang setiap hari. Dengan menggunakan kata-kata sindiran, agar mereka yang malas meskipun hanya naik tangga sedikit, untuk mulai intropeksi.

Bahan: Vinyl  
Ukuran: 5,7 x 1,4 m



12

Hotto Beyond  
Skinny

Masa

4 lantai doang?!

Pake Lift Sih



fufu

Tangga Dong!!

versi sehatmu

lagi nunggu diatas





## Sticker Tangga

Sekunder

Memberikan kesan semangat, agar mahasiswi tidak merasa jenuh saat naik tangga, juga meng-appreciate mereka yang sudah mencoba untuk mulai naik tangga. Tujuannya agar mereka mendapatkan sentimental value serta teredukasi dengan kampanye ini.

Bahan: Vinyl

Ukuran: 15 x 120 cm









## Poll Instagram

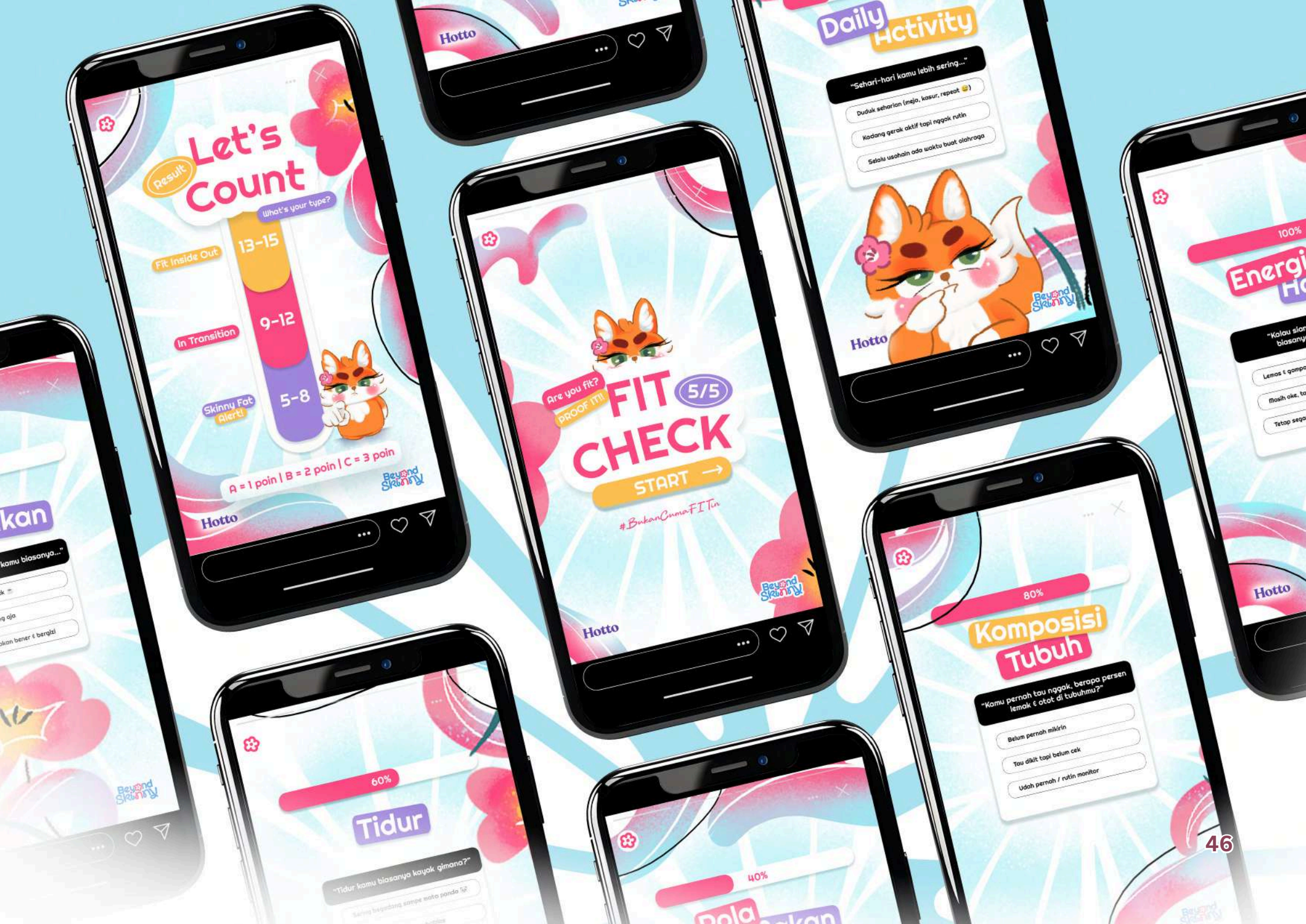
Sekunder

Dengan tujuan untuk mendapatkan pendekatan yang lebih kepada mahasiswa, memanfaatkan poll instagram quiz, agar mereka dapat berinteraksi dan teredukasi mengenai kondisi mereka saat ini.

Bahan: -

Ukuran: 1080 x 1920 px





# Let's Count

Result

What's your type?

Fit Inside Out

13-15

In Transition

9-12

Skinny Fat Alert!

5-8

A = 1 poin | B = 2 poin | C = 3 poin



Beyond Skinny

Hotto

Are you fit?  
PROOF IT!

# FIT CHECK

5/5

START →

#BukanCumaFITin

Hotto

# Daily Activity

"Sehari-hari kamu lebih sering..."

- ☐ Duduk seharian (meja, kasur, repeat 🙄)
- ☐ Kadang gerak aktif tapi nggak rutin
- ☐ Selalu usahain ada waktu buat olahraga



Hotto

# Energi

100%

"Kalau siang biasanya..."

- ☐ Lemas & gampang capek
- ☐ Masih oke, tapi butuh energi
- ☐ Tetap semangat!

Hotto

# Komposisi Tubuh

80%

"Kamu pernah tau nggak, berapa persen lemak & otot di tubuhmu?"

- ☐ Belum pernah mikirin
- ☐ Tau dikit tapi belum cek
- ☐ Udah pernah / rutin monitor

# Tidur

60%

"Tidur kamu biasanya kayak gimana?"

- ☐ Bangun pagi-pagi udah capek banget
- ☐ Bangun pagi-pagi udah segar
- ☐ Bangun pagi-pagi udah ngantuk





## IG Feeds

## Sekunder

Post-post yang berfungsi sebagai reminder atau sindiran. Tujuannya agar mahasiswa yang mengunjungi Instagram kampanye ini, mendapatkan ruang untuk intropeksi, apakah ia termasuk/ relate dengan topik masalah kami.

Bahan: -

Ukuran: 1080 x 1350 px









# Media Search



Sekunder

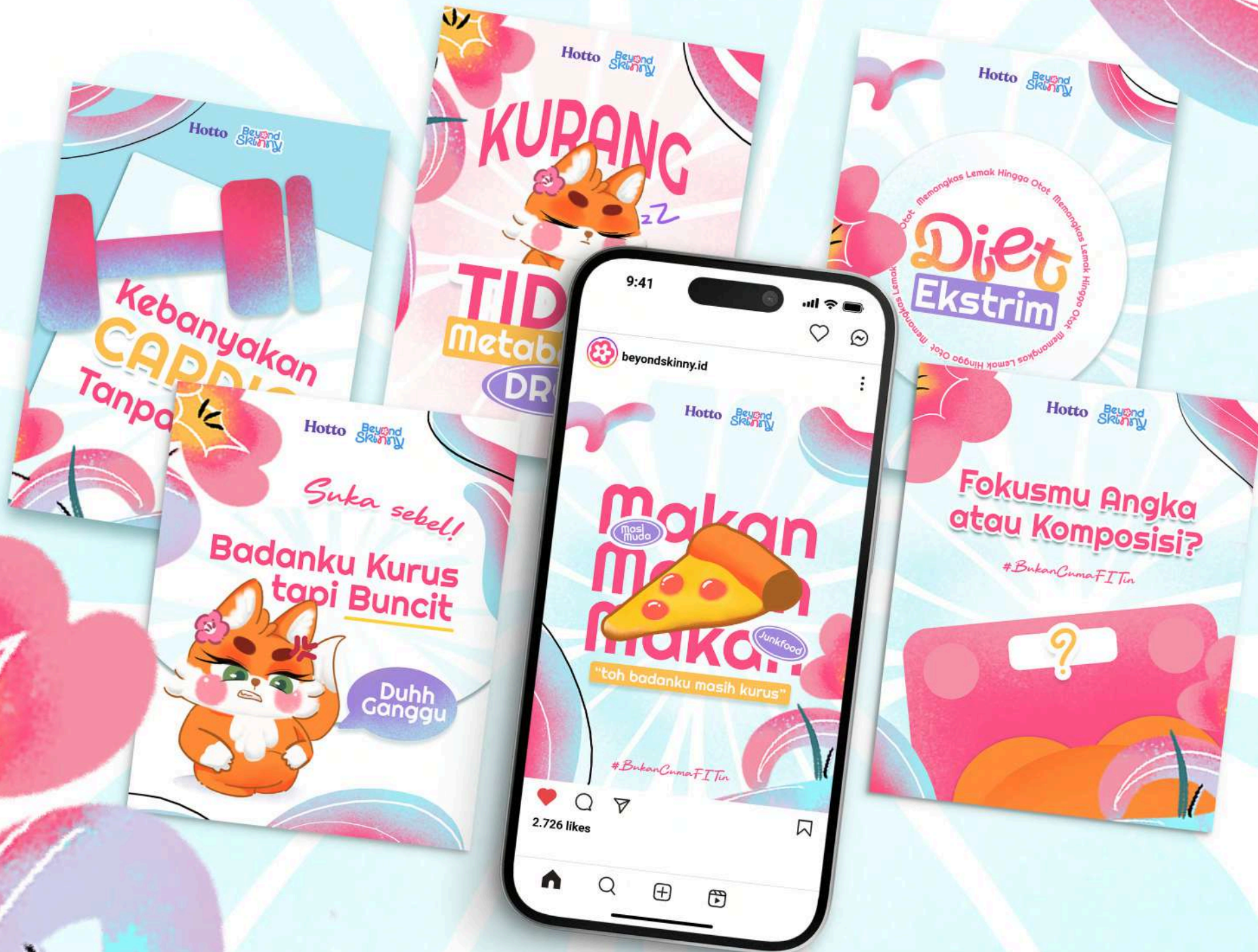
## IG Feeds

Post-post yang berfungsi sebagai reminder atau sindiran. Tujuannya agar mahasiswa yang mengunjungi Instagram kampanye ini, mendapatkan ruang untuk introspeksi, apakah ia termasuk/ relate dengan topik masalah kami. Sekaligus mendapatkan informasi mengenai kegiatan kampanye ini

Bahan: -  
Ukuran: 1080 x 1350 px









Sekunder

## IG Carousel

Post-post yang berfungsi sebagai reminder atau sindiran. Tujuannya agar mahasiswa yang mengunjungi Instagram kampanye ini, mendapatkan ruang untuk introspeksi, apakah ia termasuk/ relate dengan topik masalah kami. Sekaligus mendapatkan informasi mengenai kegiatan kampanye ini

Bahan: -  
Ukuran: 1080 x 1350 px





**5**

Mencoba spot interaktif kami

1. Photobooth
2. "How do you feel after visit us"
3. Vote how much do you care about your body (sesuai hasil stamp)



Hotto Beyond Skinny

**Pop-up Booth**



**7-18 September**

Connector Gedung C&D Universitas Multimedia Nusantara

**3**

Ambil hadiah sesuai hasil stamp



**4**

Tulis surat untukmu 1 tahun kemudian



visit booth

**Beyond Skinny Hotto**

ngapain si?

**1**

Ambil stamp card untuk menyetujui mengikuti 4 challenge di Booth kita



00:51 63%

Instagram

Your story

**challenge**

**exciting**

Kumpulkan semua 4 stamp & buktikan seberapa baik kamu mengenali tubuhmu! Setiap pos akan menguji awareness, kekuatan, dan kebiasaanmu

**siap main?**

**Step by Step seru-seruan di Booth**

**Interactive**

How do You Feel after visit us

**spots**







# Media Action



# Utama 3D Booth

Register Here

Pos 1  
Stamina  
Challenge

Pos 2  
Habits Challenge

Pos 3  
Knowledge  
Challenge

Pos 4  
Strength  
Challenge

Another Interactive spots  
- Voting Balls "How much do  
you care about your body"  
- How do you feel after  
visit our booth

Future me Letter  
Photobooth











# Photobooth







**Health quiz**  
How well do you know your body?

Answer quick questions about healthy habits & "skinny fat" facts.

**True False**

Score 80% or more  
get your third stamp!



**GripCore test**  
Hang on if you can!

Do the death hang, hang from the bar as long as you can.

Record your time: 00:00 sec

1st best: 00:00 sec

Beat the average  
claim your final stamp!





Write Yourself  
a Letter 1 Year Later  
we will send it back

Dear Future Me

I promise to...



# Hotto &

## Photobooth





# How do You Feel after Visit Us



Having Fun



Motivated to Change



Feeling Educated





Utama

## POS 1 : Details

Bertujuan untuk menguji stamina pengunjung. Jikalau mahasiswi mampu melakukan squad minimal 15 reps, maka mereka akan mendapatkan stamp yang artinya lulus dari challenge stamina,





**Strength  
check**  
How strong are you?

Do a bodyweight squat atleast  
on average person level

Average person : 15-20 reps  
Fit level : 30+ reps

Complete the challenge  
earn your first stamp!



**Junkies  
check**  
How good are you?

Find out how good you are  
with our Junkies check

Found some junkies?  
Get your first stamp!





# Junkies check

What's hiding in your food history?

Show your ShopeeFood/ GoFood  
order history from the last 7 days.

Reflection is part of progress

Be honest!!

**Found some junkies?**

Unfortunately no stamp

Utama

## POS 2 : Details

Bertujuan untuk menguji kebiasaan makan pengunjung. Akan ada yang mengecek history ojek makanan online mahasiswi. Jika selama seminggu terakhir ditemukan Junkfood, maka mahasiswi gagal mendapat stamp.









Utama

## POS 3 : Details

Menguji pengetahuan mereka meliputi skinny fat, gaya hidup, kesehatan. Stamp didapatkan jika memenuhi minimal poin atau hasil akhir dari score quiz.







# GripCore test

Hang on if you can!

Do the death hang, hang from the bar as long as you can.

Average person : 20-30 sec

Fit level : 60+ sec

Beat the average  
claim your final stamp!

Utama

## POS 4 : Details

Bertujuan untuk menguji kekuatan pengunjun. Jikalau mahasiswi mampu melakukan death hang minimal 20 detik, maka mereka akan mendapatkan stamp terakhir mengenai strength.





## GripCore test

Hang on if you can!

Do the death hang. Hang from  
the bar as long as you can.

Average person: 1:00-90 sec

PSI test: 1:30-2:00 sec

Beat the average

claim your first attempt



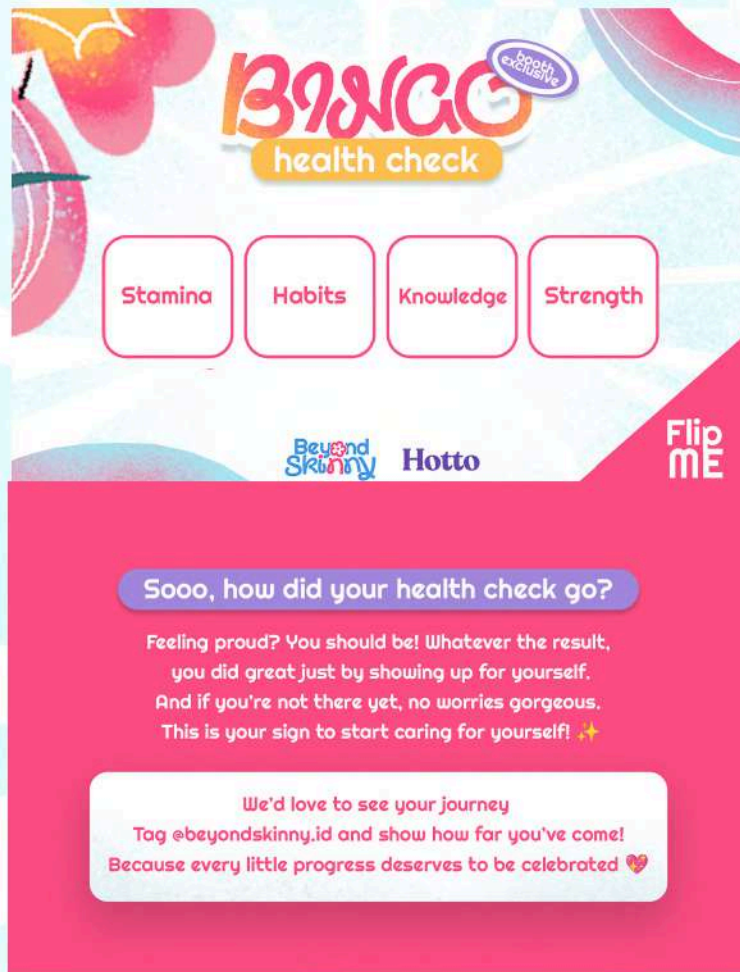


## Booth Details

Utama

Berikut adalah desain untuk menghiasi booth kampanye, terdiri dari poster dan banner. Bertujuan untuk memberikan informasi dan menandakan lokasi untuk memudahkan pengunjung.





Utama

## Bingo Card

Untuk mengumpulkan stamp dari setiap pos. Menggunakan bahasa yang friendly dan encouraging, bertujuan agar tidak ada yang merasa terintimidasi dengan output melewati post kampanye ini.

Bahan: Art carton  
Ukuran: 5 x 7 cm







Utama

## Letter

Beyond Skinny Hotto

*I Promise Myself...*

This is my commitment to a healthier, happier me.  
Signed with honesty and hope,

\_\_\_\_\_  
(Name)

Untuk mereka menulis janji pada diri sendiri setelah mengikuti rangkaian kegiatan di booth kami. Surat akan dibaca kembali oleh diri mereka 1 tahun kedepan. Bertujuan agar efek dari kampanye dapat terasa dalam jangka waktu yang panjang.

Bahan: Art carton  
Ukuran: 7 x 14 cm



Beyond  
Skinny

Hotto

*I Promise Myself...*

This is my commitment to a healthier, happier me.  
Signed with honesty and hope,

\_\_\_\_\_  
(Name)





Utama

## Voting Card

Setelah selesai mengumpulkan stamp, hasilnya diakumulasikan dan mendapatkan kartu vote bola. Jika mendapatkan stamp 4, artinya mendapatkan kartu bola 4. Yang nantinya dapat di scan di bagian depan booth, mengenai seberapa peduli kamu terhadap tubuhmu.

Bahan: Art carton

Ukuran: 6 x 4 cm









# Media Share





Sekunder

## Tote bag

Sebagai hadiah bagi mereka yang sudah menyelesaikan challenge.

Bahan: Canvas  
Ukuran: 20 x 25 cm







You Feel  
Healthy  
or  
Just Look  
Like IT?

Hotto Beyond  
Skinny

Glow Starts From Within ✨



Sekunder

Kipas

Sebagai hadiah bagi mereka yang sudah menyelesaikan challenge.

Bahan: Plastik PVC  
Ukuran: 15 cm









Sekunder

## Sticker

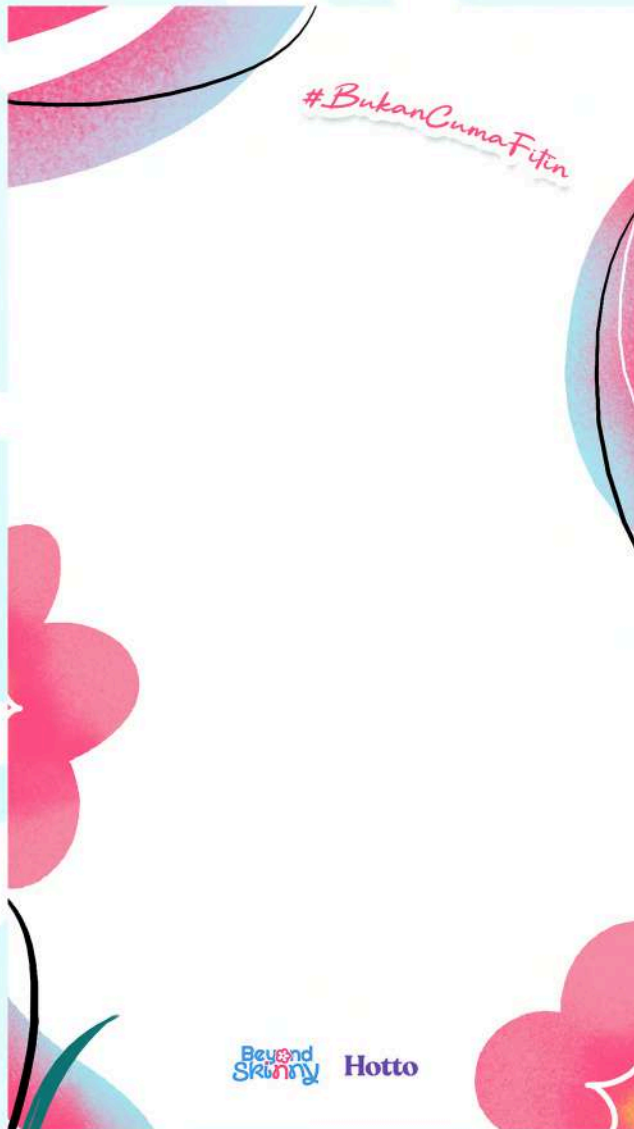
Sebagai hadiah bagi mereka yang sudah menyelesaikan challenge.

Bahan: Vinyl Glitter  
Ukuran: 5 x 5 cm









Sekunder

## Story Filter

Agar mereka dapat mendokumentasikan kegiatan dalam booth, namun terdapat aksen kampanye beyond skinny. Sehingga mampu menarik perhatian audiens lain

Bahan: -  
Ukuran: 1080 x 1920 px









Sekunder

## Photo strip

Sebagai bukti mereka hadir dalam kegiatan kami dan sebagai bukti momen yang dapat diabadikan.

Bahan: Kertas foto glossy  
Ukuran: 15 x 5 cm







Behind  
Screens







Bukan soal diet.  
Bukan soal harus kurus.  
Ini soal sadar akan zona nyaman palsu.

*#BukanCumaFitin*

 @beyondskinny.id