

ABSTRACT

This program is talk about how difficult to make our kids consume fruits and vegetables, infact fruits and vegetables are very nutritious and which body needed.

That problem exist because lack of parents attention about food, how a good nutrient for their kids. For them, that is enough if their kids want to eat, although that foods are unhealthy foods.

That problem affect to the kid's mind set which rerely consume fruits and vegetables. They will say NO to fruits and vegetables, because they thought fruits and vegetables are undelicious and bitter.

When parents say that fruits and vegetables are "delicious", it would be very difficult to make kids want to consume fruits and vegetables. So, another solutions are needed.

In this case, means to change their "mindset" so when they see fruits and vegetables, they fell so strong and powerful

So, a creative program needed which could change kids mindset about fruits and vegetables. A campaign is a solution. This campaign make fruits and vegetables looks strong, with create fruits and vegetables superheroes characters.

With comic as major media in this campaign, will affect kids want to read and interested with the information about fruits and vegetables, and then their mindset will change, and then we can hope they will like consume fruits and vegetables.

ABSTRAKSI

Perancangan ini adalah mengenai betapa sulitnya anak-anak untuk makan buah dan sayuran, padahal, buah dan sayuran sangat bermanfaat dan diperlukan oleh tubuh mereka.

Hal tersebut disebabkan karena kurangnya perhatian orang tua mengenai apa yang mereka makan, bagaimana asupan gizi yang baik. Bagi mereka asalkan anak mau makan, itu sudah cukup walaupun yang dimakan tersebut adalah makanan-makanan yang tidak sehat dan tidak bergizi.

Hal tersebut berpengaruh pada pola pikir anak yang tidak terbiasa makan buah dan sayuran. Mereka secara tegas akan menolak untuk makan buah dan sayuran, sebab dipikiran mereka, buah dan sayuran itu tidak enak dan pahit.

Ketika orang tua memaksakan bahwa buah dan sayur itu “enak”, maka akan sangat sulit sekali memaksa anak untuk mau makan. Oleh sebab itu diperlukan pendekatan lain.

Yakni merubah “*mindset*” mereka agar begitu mereka melihat buah dan sayuran mereka akan merasa kuat dan jagoan.

Maka diperlukan sebuah perancangan kreatif yang mampu mengubah pola pikir anak tersebut, yaitu melalui sebuah kampanye yang didalamnya dikemas suatu perancangan super buah dan super sayuran yang diaplikasikan dalam media komik. Dan dalam kampanye tersebut termasuk didalamnya adalah sebuah event yang benar-benar bisa dikatakan sebagai “Aksi Super Jagoan Buah dan Sayur”.

Sehingga diharapkan melalui perancangan ini, anak akan mulai suka buah dan sayuran, sehingga asupan gizi menjadi lebih baik serta pertumbuhan yang sempurna, dan hal tersebut akan berdampak positif terhadap banyak sekali aspek.

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAKSI | iv |
| DAFTAR ISI | v |

Bab I – Pendahuluan

| | | |
|-------|----------------------------------|---|
| 1.1 | Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 | Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 | Rumusan Masalah | 5 |
| 1.4 | Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 | Ruang Lingkup Perancangan | 6 |
| 1.6 | Sumber & Teknik Pengumpulan Data | |
| 1.6.1 | Sumber Data | 6 |
| 1.6.2 | Teknik Pengumpulan Data | 6 |

Bab II – Tinjauan Masalah

| | | |
|-------|--|----|
| 2.1. | Kajian Pustaka | 10 |
| 2.1.1 | Data Tentang Sayur Dan Buah-Buahan | 10 |
| | 1. Sayur | |
| | 1.1 Manfaat Kacang Hijau | 10 |
| | 1.2 Manfaat Wortel | 11 |
| | 1.3 Manfaat Brokoli | 12 |
| | 2. Buah-Buahan | |
| | 2.1 Manfaat Apel | 13 |
| | 2.2 Manfaat Jeruk | 14 |
| | 2.3 Manfaat Tomat | 16 |
| 2.1.2 | Data Objek Perancangan | 17 |
| 2.1.3 | Data Pendukung Proses Perancangan Kampanye | 19 |
| | 1.1 Arti Kampanye | 19 |
| | 1.2 Syarat Kampanye | 19 |

| | |
|----------------------------|----|
| 1.3 Tahap-Tahap Kampanye | 20 |
| 1.4 Bentuk-Bentuk Kampanye | 21 |
| 1.5 Model Kampanye | 21 |
| 1.6 Visualisasi | 22 |
| 2.2 Tinjauan Faktual | 22 |
| 2.3 Gagasan Awal | 23 |

Bab III – Pemecahan Masalah

| | |
|--|----|
| 3.1. Objek Perancangan | 24 |
| 3.2. Target Audience | 24 |
| 3.3. Konsep Perancangan | |
| 3.3.1 Perencanaan Media (Strategi Media) | 25 |
| 3.3.2 Perencanaan Kreatif | 27 |
| 3.3.3 Tahap-Tahap Kampanye | 28 |
| 3.3.4 Konsep Verbal | 30 |
| 3.3.5 Konsep Visual | 30 |
| 3.3.6 Biaya Media (<i>Budgeting</i>) | 31 |
| 3.3.7 Visualisasi Karya | 33 |

Bab IV – Kesimpulan Dan Saran

| | |
|--------------------------------------|----|
| 4.1 Kesimpulan | 41 |
| 4.2 Saran | |
| 4.2.1 Diri Sendiri | 41 |
| 4.2.2 Civitas Akademika | 41 |
| 4.2.3 Pemerintah dan Masyarakat Umum | 42 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN