

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI EFEK SAMPING PENGUNAAN SUPLEMEN FITNESS UNTUK PARA PENGGEMAR FITNESS

Oleh
Michael Kevin
NRP 1264117

Fitness saat ini telah menjadi salah satu gaya hidup masyarakat urban di Indonesia, khususnya di kota-kota besar. Untuk menunjang program latihan banyak dari mereka yang menggunakan suplemen fitness. Tetapi suplemen fitness yang banyak mereka gunakan mempunyai efek samping berbahaya. Menurut Andriyanto SH MKes, ketua Persatuan Ahli Gizi Indonesia suplemen mengandung, *methenolane*, *methandienone*, dan *stanozolol* berisiko menyebabkan gangguan fungsi hati, meningkatnya jumlah sel darah merah, dan penyumbatan pembuluh darah. Namun sayangnya hanya 11% dari mereka yang peduli akan adanya efek samping suplemen tersebut.

Tujuan dari perancangan kampanye ini adalah meningkatkan kesadaran para pengguna suplemen fitness akan adanya efek samping dari suplemen tersebut, agar mereka dapat lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi suplemen fitness. Manfaat dari kampanye ini adalah agar para pengguna suplemen fitness dapat terhindar dari efek samping suplemen yang mereka konsumsi.

Konsep komunikasi yang digunakan adalah bahasa sehari-hari agar lebih mudah dimengerti oleh target. Konsep kreatif menggunakan teknik fotografi yang digabungkan dengan unsur hiperbola dan metafora. Media utamanya adalah media sosial instagram dengan didukung dengan media lain seperti poster, *website*, *event*, *x banner*, *gimmick*, *ambient media*. Melalui kampanye ini pengguna suplemen fitness dapat mengetahui apa saja efek samping yang terdapat pada suplemen fitness dan bagaimana cara menghindari efek samping dari suplemen tersebut.

Kata kunci: efek samping, fitness, suplemen

ABSTRACT

DESIGN OF SOCIAL CAMPAIGN ON THE SIDE EFFECTS OF FITNESS SUPPLEMENTS FOR FITNESS ENTHUSIASTS

**Michael Kevin
1264117**

Going to the gym has now become a lifestyle of the urban society in Indonesia, especially those living in big cities. To support their training programme, many take fitness supplements. Nevertheless, the fitness supplement that they take has dangerous side effects. According to research, such supplements contain methenolane, methandienone and stanozolol which may compromise the liver function, increase of red blood cells and blockage in the blood vessels. Sadly, only 15% care about the side effect of those supplements.

The aim of this design is to increase the awareness of fitness supplement consumers of the side effect of misused supplements, so that they consume the supplements with more caution. The benefit of this campaign is preventing the supplement consumers from their side effects.

The communication concept is everyday language to make it easier for the target to understand. The creative concept is using photography techniques combined with hyperbole and metaphor. The main medium is Instagram supported by posters, websites, events, x-banners, gimmicks and ambient media. By this campaign fitness supplement consumers will have more knowledge of the side effects of fitness supplements and how to reduce even prevent them.

Keywords: side effects, fitness, supplement

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	5
 BAB II : LANDASAN TEORI.....	 6
2.1 Kampanye	6
2.1.1 Definisi Kampanye	6
2.1.2 Jenis-Jenis Kampanye	6
2.1.3 Strategi Kampanye	7
2.2 Model Pemasaran	8
2.3 Suplemen Makanan.....	9
2.3.1 Definisi Suplemen Makanan	9
2.3.2 Bentuk Sediaan Suplemen Makanan	9
2.3.3 Bahaya Suplemen Makanan	10
2.4 Definisi Fitness	11

2.3.1 Manfaat Fitness	11
2.5 Perkembangan Psikologi Dewasa Awal	12
2.5.1 Definisi Dewasa Awal	12
2.5.2 Ciri-Ciri Perkembangan Dewasa Awal	12
2.5.3 Tugas-Tugas Perkembangan Dewasa Awal	14
 BAB III : DATA dan ANALISI MASALAH.....	17
3.1 Data dan Fakta.....	17
3.1.1 Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)	17
3.1.2 Suplemen Fitness	20
3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek/ Persoalan Sejenis	39
3.2 Analisa Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	40
3.2.1 Analisis STP	41
3.2.2 Analisis SWOT	42
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	43
4.1 Konsep Komunikasi	43
4.2 Konsep Kreatif	43
4.3 Konsep Media	45
4.4 Hasil Karya.....	48
4.4.1 Logo	48
4.4.2 Poster Awareness	49
4.4.3 Ambient Media	54
4.4.4 Website Kampanye	54
4.4.5 Poster dan X Banner Event	55
4.4.6 Poster Reminding	56
4.4.7 Gimmick	57
4.4.8 Media Sosial Instagram	57
 BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	61
DATA PENULIS.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	5
Gambar 3.1	Logo Badan Pengawas Obat dan Makanan.....	17
Gambar 3.2	Struktur Organisasi Badan POM	19
Gambar 3.3	Diagram Data Hasil Kuesioner Jenis Kelamin.....	26
Gambar 3.4	Diagram Data Hasil Kuesioner Usia	27
Gambar 3.5	Diagram Data Hasil Kuesioner Pekerjaan.....	27
Gambar 3.6	Diagram Data Hasil Kuesioner Pendapatan Per Bulan	28
Gambar 3.7	Diagram Data Hasil Kuesioner Sosial Media Yang Sering Digunakan	28
Gambar 3.8	Diagram Data Hasil Kuesioner Dari Mana Mendapatkan Informasi Tentang Suplemen ?	29
Gambar 3.9	Diagram Data Hasil Kuesioner Dari mana Anda Membeli Suplemen Fitness ?.....	29
Gambar 3.10	Diagram Data Hasil Kuesioner Hal Yang Anda Lakukan Sebelum Membeli suplemen ?	30
Gambar 3.11	Diagram Data Hasil Kuesioner Jenis Suplemen Yang Anda Gunakan ?.....	30
Gambar 3.12	Diagram Data Hasil Kuesioner Lama Penggunaan Suplemen Fitness ?.....	31
Gambar 3.13	Diagram Data Hasil Kuesioner Apakah Anda Masih Mengonsumsi Suplemen Fitness ?.....	31
Gambar 3.14	Diagram Data Hasil Kuesioner Alasan Berhenti Mengonsumsi Suplemen Fitness ?.....	32
Gambar 3.15	Diagram Data Hasil Kuesioner Apakah Sudah Mengikuti Takaran Pakai ?	32
Gambar 3.16	Diagram Data Hasil Kuesioner Tahukah Anda Bahwa Suplemen Memiliki Efek Samping ?	33
Gambar 3.17	Diagram Data Hasil Kuesioner Efek Samping Apa Yang Anda Ketahui ?	33

Gambar 3.18	Diagram Data Hasil Kuesioner Apa Penyebab Terjadinya Suplemen Tersebut ?	34
Gambar 3.19	Diagram Data Hasil Kuesioner Pernahkah Anda Mengalami Efek Samping ?	34
Gambar 3.20	Diagram Data Hasil Kuesioner Apa Efek Samping Yang Pernah Anda Alami ?	35
Gambar 3.21	Diagram Data Hasil Kuesioner Setelah Berapa Lama Efek Samping Itu Muncul ?	35
Gambar 3.22	Diagram Data Hasil Kuesioner Setiap Berapa Lama Anda Memeriksa Ginjal/Kesehatan Anda ?	36
Gambar 3.23	Diagram Data Hasil Kuesioner Jenis Visual Apa Yang Anda Sukai Dan Efektif Untuk Kampanye Efek Samping Suplemen Fitness ?	36
Gambar 3.24	Diagram Data Hasil Kuesioner Unsur Seperti Apa Yang Menurut Anda Menarik Untuk Digunakan Dalam Kampanye Efek Samping Suplemen ?	37
Gambar 3.25	Diagram Data Hasil Kuesioner Media Yang Cocok Untuk Sebuah Kampanye Efek Samping Suplemen ?	37
Gambar 3.26	Kampanye Efek Samping Obat	39
Gambar 4.1	Jenis Huruf Hurme Geometric Sans	44
Gambar 4.2	Jenis Huruf Gabo Drive	44
Gambar 4.3	Jenis Huruf Molot	44
Gambar 4.4	Jenis Huruf Plane Crash	45
Gambar 4.5	Jenis Huruf Impactec 2.0	45
Gambar 4.6	Logo Kampanye	48
Gambar 4.7	Poster Awareness 1	50
Gambar 4.8	Poster Awareness 2	51
Gambar 4.9	Poster Awareness 3	51
Gambar 4.10	Poster Awareness 4	53
Gambar 4.11	Ambient Media	54
Gambar 4.12	Website Kampanye	55
Gambar 4.13	Poster Dan X Banner Event	55

Gambar 4.14	Poster <i>Reminding</i>	56
Gambar 4.15	<i>Gimmick</i> Baju.....	57
Gambar 4.16	Instagram.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumla Pasien Gagal ginjal Karena Suplemen Berprotein Tinggi Berdasarkan Umur.....	25
Tabel 4.1	Timeline Kampanye	47
Tabel 4.2	Budgeting Kampanye.....	47

