

ABSTRAK

KAMPANYE *KEEP POSITIVE* SEBAGAI CARA MENGURANGI KONSUMSI MINUMAN RINGAN DALAM KEMASAN BAGI USIA DEWASA MUDA

**Oleh
Vania Decone Jolanda
NRP 1164126**

Manusia memenuhi kebutuhan asupan airnya dengan makanan dan minuman. Jika kekurangan asupan air, tubuh akan mengalami rasa haus. Saat tubuh merasa haus, umumnya manusia akan mengatasi rasa haus tersebut dengan mengonsumsi air minum atau minuman ringan. Air minum sudah dikenal masyarakat akan manfaatnya bagi tubuh tetapi dengan berkembangnya industri minuman ringan, air minum yang kaya manfaat tidak diminati khususnya bagi usia dewasa muda.

Oleh karena itu, tujuan perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk menyadarkan kembali pentingnya manfaat air pada tubuh dan manfaat mengonsumsi air minum bagi tubuh. Manfaat-manfaat tersebut disampaikan dengan menggunakan media informasi menarik yang disesuaikan dengan gaya hidup usia dewasa muda. Dengan demikian, diharapkan usia dewasa muda memiliki gaya hidup sehat yaitu mengonsumsi air minum dan mengurangi konsumsi minuman ringan dalam hidup sehari-hari.

Metode pendekatan yang digunakan adalah kampanye sosial dengan teknik visual menarik yang disebar pada media sosial sebagai media utama didukung dengan *ambiance media* serta *event road show* ke beberapa kampus di Bandung. Melalui kampanye ini, diharapkan target sasaran usia dewasa muda (18-25 tahun) dapat meningkatkan wawasan pentingnya mengonsumsi air minum bagi tubuh.

Kata kunci: air minum, dewasa muda, gaya hidup, kampanye

ABSTRACT

"KEEP POSITIVE" CAMPAIGN TO REDUCE BEVERAGES CONSUMPTION TO YOUNG ADULTS

***Submitted by
Vania Decone Jolanda
NRP 1164126***

Human fulfills their water intake with food and drinks. When the body feels thirsty, generally people will overcome the thirst to consume water or beverages. Drinking water is already known to the public of its benefits as a joint lubricant, regulating body temperature also helps the skin to keep it moist but with the development of the beverages industry, drinking water is rarely desirable to young adulthood.

Therefore, the design of this final project is to acknowledge the benefits of drinking water which is delivered using interesting information media and adjusted to the lifestyle of young adulthood. It is expected that young adults have a healthy lifestyle i.e. drinking water consumed and reduce the consumption of beverages in their everyday life.

The media approaches are done through social campaigns with interesting visual techniques in posters, web banners pop-ups, x-banner, with social media as the main media and supported by the ambiance media and road shows to several campuses in Bandung. Through this campaign, is expected to target young adults (18-25 years) may increase the consumption of drinking water.

Keywords: water, young adults, lifestyle, campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 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	4
 BAB II : LANDASAN TEORI	 5
2.1 Teori Kampanye	5
2.2 Jenis - Jenis Kampanye	5
2.3 Teori Persuasi Dalam Praktik Kampanye	6
2.4 Teori Kesehatan	8
2.4.1 Air Dalam Tubuh	8
2.4.2 Air Minum	9
2.4.3 Manfaat Air Minum Bagi Tubuh	12
2.4.4 Minuman Ringan	13

2.5	Teori Dewasa Muda	15
2.5.1	Psikologis Dewasa Muda	15
2.5.2	Perilaku Kesehatan Dewasa Muda	17
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH		19
3.1.	Data dan Fakta	19
3.1.1	Perusahaan atau Lembaga Terkait	19
3.1.2	Data tentang Permasalahan	21
3.1.3	Tinjauan Terhadap Proyek atau Karya Sejenis	30
3.2.	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	32
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH		34
4.1.	Konsep Komunikasi	34
4.2.	Konsep Kreatif	35
4.3.	Konsep Media	36
4.4.	Hasil Karya	37
4.4.1.	Logo	37
4.4.2.	<i>Awareness</i>	38
4.4.3.	<i>Informing</i>	42
4.4.4.	<i>Reminding</i>	46
4.4.5.	<i>Budgeting</i>	51
BAB V : PENUTUP		52
5.1.	Kesimpulan	52
5.2.	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		xiv
LAMPIRAN		
DATA PENULIS		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	4
Gambar 3.1 Logo Nestle Pure Life	20
Gambar 3.2 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Usia Responden	25
Gambar 3.3 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Aktivitas Responden	25
Gambar 3.4 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Lamanya Aktivitas Responden	26
Gambar 3.5 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Pilihan Minuman	26
Gambar 3.6 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Pengetahuan Anjuran Konsumsi Air Minum	27
Gambar 3.7 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Pencukupan Anjuran Konsumsi Air Minum	27
Gambar 3.8 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Konsumsi Air Minum Sehari	28
Gambar 3.9 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Sumber Informasi	28
Gambar 3.10 Diagram Hasil Kuesioner Tentang Situs yang Sering Diakses	29
Gambar 3.11 Logogram Kampanye Ada Aqua	30
Gambar 3.12 TVC Kampanye Ada Aqua	30
Gambar 3.13 <i>Billboard</i> Kampanye Ada Aqua	31
Gambar 3.14 Temukan Perbedaan-Kampanye Ada Aqua	31
Gambar 4.1 Warna Logo	36
Gambar 4.2 Logo Kampanye	38
Gambar 4.3 <i>Ambiance Media</i>	38
Gambar 4.4 Penempatan <i>Ambiance Media</i>	39
Gambar 4.5 Poster <i>Awareness</i>	39
Gambar 4.6 Instalasi Poster <i>Awareness</i>	40
Gambar 4.7 Poster <i>Awareness</i> Wanita	40
Gambar 4.8 Poster <i>Awareness</i> Pria	41

Gambar 4.9 Instalasi Poster Pada Media <i>Instagram</i>	41
Gambar 4.10 <i>Informing</i> Manfaat Air Minum	42
Gambar 4.11 <i>Informing</i> Tips	43
Gambar 4.12 <i>Icon Informing</i> Pada <i>Wallpost Tips 1</i>	43
Gambar 4.13 <i>Icon Informing</i> Pada <i>Wallpost Tips 2</i>	44
Gambar 4.14 <i>Informing</i> Pada <i>Instagram</i>	44
Gambar 4.15 <i>Informing</i> Lomba Video	45
Gambar 4.16 <i>Informing</i> Pemenang Lomba Video	45
Gambar 4.17 Spanduk <i>Informing Event</i>	46
Gambar 4.18 Kaos Panitia <i>Reminding Event</i>	47
Gambar 4.19 <i>Name Tag</i> Panitia <i>Reminding Event</i>	47
Gambar 4.20 <i>Promotion Booth</i>	47
Gambar 4.21 <i>X-Banner Reminding Event</i>	48
Gambar 4.22 <i>Gimmick Event</i>	48
Gambar 4.23 Brosur <i>Reminding Event</i>	49
Gambar 4.24 <i>Wallpost Instagram Reminding Event 1</i>	49
Gambar 4.25 <i>Wallpost Instagram Reminding Event 2</i>	50
Gambar 4.26 Instalasi <i>Wallpost</i> Pada Media <i>Instagram</i>	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Total Kebutuhan Air Dari Makanan dan Minuman Setiap Hari	9
Tabel 2.2 Parameter Wajib Kualitas Air Minum.....	10-11
Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Kampanye <i>Keep Positive</i>	37
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i> Kampanye <i>Keep Positive</i>	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Kuesioner	53
Lampiran B Hasil Wawancara	56
Lampiran C Sketsa	

