

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN KAMPANYE MENGUBAH POLA MAKAN MELALUI METODE PUASA UNTUK HIDUP YANG LEBIH SEHAT BAGI MASYARAKAT BANDUNG**

Oleh  
**Oscar Jordy**  
**NRP 1264134**

Remaja Indonesia yang tinggal diperkotaan memiliki kehidupan yang kompleks. Pekerjaan, waktu luang yang terkadang tak menentu, dan sosialisasi terkadang mempengaruhi perilaku makan seseorang. Makan yang baik dan tepat ditentukan oleh banyak faktor misalnya waktu, takaran, dan jenis makanan yang dikonsumsi. Dalam hal waktu, kegiatan makan memiliki hubungan erat dengan kegiatan puasa makan. Puasa makan dapat memberikan manfaat yang signifikan terhadap kesehatan jasmani. Kebanyakan mamalia biasanya membatasi kegiatan makan setelah matahari terbenam. Sayangnya perilaku ini tidak berlaku bagi remaja yang cenderung makan hingga larut malam.

Perancangan kampanye ini bertujuan menuntun remaja untuk memperbaiki perilaku makan sehingga remaja dapat merasakan manfaat penuh dari kegiatan makan. Manfaat baik dari berpuasa adalah memberikan kemampuan tubuh untuk meregenerasi, menurunkan resiko terkena penyakit degeneratif, serta menjaga metabolisme tubuh dalam kondisi prima.

Kampanye ini mengutamakan penggunaan media sosial sebagai media utama. Media sosial seperti Line, Instagram, Facebook, dan Youtube yang sangat gemar digunakan oleh para remaja yang kemudian didukung oleh media promosi lainnya seperti *x-banner*, poster digital, video, dan *website* diharapkan dapat memberikan akses yang mudah bagi para remaja untuk mengikuti alur kampanye.

Kata kunci: kampanye, makan, perilaku, puasa, sehat.

## **ABSTRACT**

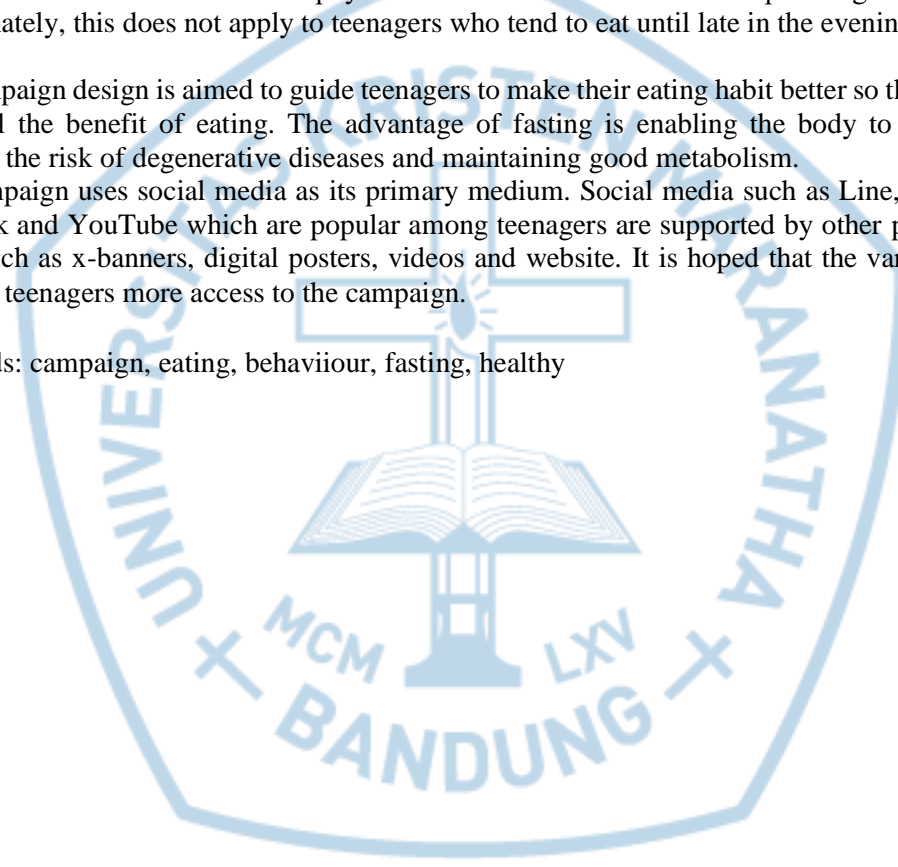
### **CAMPAIGN DESIGN TO CHANGE EATING HABITS BY FASTING FOR BETTER LIVING FOR BANDUNG PEOPLE**

**Oscar Jordy/1264134**

Urban Indonesian teens have complex lives. Work, unpredictable free time and social life may influence one's eating habit. A good meal depends on many factors such as time, portion and the type of food consumed. In terms of time, eating activity is closely related with fasting. Fasting can give significant benefit to one's physical health. Most mammals stop eating after sunset. Unfortunately, this does not apply to teenagers who tend to eat until late in the evening.

This campaign design is aimed to guide teenagers to make their eating habit better so that they can fully feel the benefit of eating. The advantage of fasting is enabling the body to regenerate, lowering the risk of degenerative diseases and maintaining good metabolism. This campaign uses social media as its primary medium. Social media such as Line, Instagram, Facebook and YouTube which are popular among teenagers are supported by other promotional media such as x-banners, digital posters, videos and website. It is hoped that the various media will give teenagers more access to the campaign.

Keywords: campaign, eating, behaviour, fasting, healthy



## 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 .....	xii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Masalah dan Ruang Lingkup .....	2
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Teknik Pengumpulan Data .....	3
1.5 Skema Perancangan .....	4
BAB II : LANDASAN TEORI .....	5
2.1 Public Communication Campaigns .....	5
2.2 Video Sebagai Media Edukasi .....	7
2.3 Puasa .....	7
2.3.1 Fisiologi Tubuh Ketika Berpuasa .....	8
2.3.2 Manfaat Berpuasa Dalam Tingkat Seluler .....	9
2.3.3 Resting Metabolic Rate dan Puasa .....	9
2.3.4 Jam Tubuh dan Ritme Sirkadian (Circadian Rhythm) .....	10
2.4 Persepsi Tentang Makanan .....	11
2.5 Rasa Lapar, Nafsu Makan, Perasaan Kenyang .....	11

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH .....	13
3.1 Data dan Fakta .....	13
3.1.1 Profil Institusi Terkait .....	13
3.1.2 Hasil Wawancara Dengan Narasumber .....	15
3.1.3 Hasil Kuesioner .....	16
3.1.4 Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis .....	25
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	26
3.2.1 Hubungan Teori Dengan Data dan Fakta .....	26
3.2.2 Analisis SWOT .....	27
3.2.3 STP .....	28
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH .....	 29
4.1 Konsep Komunikasi .....	29
4.2 Konsep Kreatif .....	29
4.2.1 Konsep Verbal .....	30
4.2.2 Konsep Visual .....	30
4.3 Konsep Media .....	31
4.4 Hasil Karya .....	32
 BAB V : PENUTUP .....	 54
5.1 Simpulan .....	54
5.2 Saran .....	54
 DAFTAR PUSTAKA .....	 55
LAMPIRAN .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema perancangan .....	4
Gambar 3.1 Bagan Struktur Dinas Kesehatan Kabupaten Bandung .....	15
Gambar 3.2 Diagram hasil kuesioner 1 .....	17
Gambar 3.3 Diagram hasil kuesioner 2 .....	18
Gambar 3.4 Diagram hasil kuesioner 3 .....	18
Gambar 3.5 Diagram hasil kuesioner 4 .....	19
Gambar 3.6 Diagram hasil kuesioner 5 .....	19
Gambar 3.7 Diagram hasil kuesioner 6 .....	20
Gambar 3.8 Diagram hasil kuesioner 7 .....	20
Gambar 3.9 Diagram hasil kuesioner 8 .....	21
Gambar 3.10 Diagram hasil kuesioner 9 .....	21
Gambar 3.11 Diagram hasil kuesioner 10 .....	22
Gambar 3.12 Diagram hasil kuesioner 11 .....	23
Gambar 3.13 Diagram hasil kuesioner 12 .....	23
Gambar 3.14 Diagram hasil kuesioner 13 .....	24
Gambar 3.15 Diagram hasil kuesioner 14 .....	24
Gambar 3.16 Logo <i>change 4 life</i> .....	25
Gambar 3.17 Poster digital <i>change 4 life</i> .....	26
Gambar 4.1 Cuplikan video .....	31
Gambar 4.2 Logo <i>Do Eat Right</i> .....	33
Gambar 4.3 Huruf Cavorting .....	33
Gambar 4.4 Warna logo CMYK .....	34
Gambar 4.5 Warna logo RGB .....	34
Gambar 4.6 Warna logo <i>Pantone</i> .....	34
Gambar 4.7 Maskot You .....	35
Gambar 4.8 Situs web <i>splash screen</i> .....	36
Gambar 4.9 Halaman situs 1.1 .....	37

Gambar 4.10 Halaman situs 1.2 .....	37
Gambar 4.11 Halaman situs 1.3 .....	37
Gambar 4.12 Halaman situs 1.4 .....	38
Gambar 4.13 Halaman situs 1.5 .....	38
Gambar 4.14 Halaman situs 1.6 .....	38
Gambar 4.15 Halaman situs 1.7 .....	39
Gambar 4.16 Halaman situs 2.1 .....	39
Gambar 4.17 Halaman situs 2.2 .....	40
Gambar 4.18 Halaman situs 2.3 .....	40
Gambar 4.19 Halaman situs 3 .....	41
Gambar 4.20 Halaman situs 4.1 .....	41
Gambar 4.21 Halaman situs 4.2 .....	42
Gambar 4.22 Halaman situs 4.3 .....	42
Gambar 4.23 Navigasi situs .....	43
Gambar 4.24 Situs web gawai .....	44
Gambar 4.25 <i>x-banner</i> .....	45
Gambar 4.26 Tema LINE .....	46
Gambar 4.27 Stiker LINE .....	47
Gambar 4.28 Poster digital tahap 1 .....	48
Gambar 4.29 Cuplikan video 1 tahap 1 .....	49
Gambar 4.30 Cuplikan video 2 tahap 1 .....	50
Gambar 4.31 Poster digital tahap 2 .....	50
Gambar 4.32 Poster digital tahap 3 .....	50
Gambar 4.33 Cuplikan video 1 tahap 3 .....	51
Gambar 4.34 Cuplikan video 2 tahap 3 .....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Timeline</i> .....	52
---------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Sketsa .....	56
Data diri .....	69

