

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL POLA MAKAN SEHAT
UNTUK MAHASISWA KOST

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Diajukan Oleh :

Nabila Jihan Athifah

19052010008

Pembimbing 1:

Aditya Rahman Yani, ST., M.Med.,Kom.

Pembimbing 2:

Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2024

**HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL POLA MAKAN SEHAT
UNTUK MAHASISWA KOST**

Disusun oleh:

NABILA JIHAN ATHIFAH

19052010008

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 7 Januari 2024

Pembimbing 1



Aditya Rahman Yani, ST., M.Med., Kom.
NIP3K. 19810929 202121 1002

Pembimbing 2



Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.
NIP. 19880428 201803 2001

Penguji 1



Aileena S. C. R. El Chidtian, S.T., M.Ds.
NPT. 182 19870119 076

Penguji 2



Sri Wulandari, S.Sn., M.A.
NPT. 20219930419173

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Ibnu Sholichin, S.T., M.T.
NIP3K. 19710916 202121 1004

**HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL POLA MAKAN SEHAT
UNTUK MAHASISWA KOST**

Disusun oleh:

NABILA JIHAN ATHIFAH

19052010008

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 7 Januari 2024

Pembimbing 1



Aditya Rahman Yani, ST., M.Med.,Kom.
NIP3K. 19810929 202121 1002

Pembimbing 2



Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.
NIP. 19880428 201803 2001

**Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)**

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, ST., M.Sn
NIP3K. 19840512 2021 212004

ABSTRAK

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Makanan merupakan sumber energi bagi manusia agar dapat menjalankan berbagai aktifitas seperti aktifitas fisik sampai berpikir. Agar dapat menjalankan aktifitas dengan baik, maka dibutuhkan tubuh yang sehat dan bugar. Salah satu cara untuk menjaga kebugaran dan kesehatan tubuh adalah dengan menjaga pola makan sehat. Namun sayangnya sekarang ini banyak orang yang sudah tidak lagi menjaga pola makan sehat, salah satunya adalah mahasiswa. Keterbatasan dana serta kegiatan yang padat membuat mahasiswa lebih sering membeli makanan instan yang murah dan kurang bergizi. Mahasiswa juga cenderung memiliki pola makan yang tidak teratur seperti tidak sarapan dan telat makan malam karena kegiatan mereka yang padat. Mereka juga tidak memiliki banyak waktu untuk berolahraga. Perancangan ini menggunakan metode deskriptif berupa kuesioner, wawancara, focus group discussion, dan observasi dalam mendapatkan data.

Berdasarkan data yang didapatkan dari kuesioner dapat diambil kesimpulan bahwa masih ada mahasiswa yang kurang dalam menerapkan pola makan sehat di kehidupan sehari-hari mereka. Hasil dari kuesioner menunjukkan 58% mahasiswa masih belum menerapkan pola makan sehat. Kampanye ini diberi nama "*Eat for Health*" dengan tagline "Simpel dan Asyik". Kampanye ini akan memberikan informasi seputar pola makan sehat dengan cara yang simpel dan juga asyik. Sehingga para mahasiswa tidak merasa berat untuk menerapkan pola makan sehat dalam kehidupan mereka. Kampanye ini menggunakan media sosial Instagram sebagai media utama dan tempat untuk menyebarkan informasi kampanye. Kampanye ini dibuat dengan tujuan untuk mengedukasi mahasiswa terutama mahasiswa yang tinggal di kost untuk lebih memperhatikan pola makan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sehingga akan tercipta pribadi yang produktif dan sehat di masa depan.

Kata Kunci: identitas visual, pola makan sehat, mahasiswa, kampanye, Instagram

ABSTRACT

Food is a basic human need. Food is a source of energy for humans so that they can carry out various activities such as physical activities to thinking. In order to carry out activities properly, a healthy and fit body is needed. One way to maintain a fit and healthy body is to maintain a healthy diet. But unfortunately nowadays many people no longer maintain a healthy diet, one of which is university students. Limited funds and busy activities make students more often buy cheap and less nutritious instant food. Students also tend to have an irregular diet such as skipping breakfast and having late dinners due to their busy activities. They also do not have much time to exercise. This design uses descriptive methods in the form of questionnaires, interviews, focus group discussions, and observations in obtaining data.

Based on the data obtained from the questionnaire, it can be concluded that there are still students who are lacking in implementing healthy eating patterns in their daily lives. The results of the questionnaire show that 58% of students still do not apply a healthy diet. This campaign is named "Eat for Health" with the tagline "Simple and Fun". This campaign will provide information about healthy eating in a simple and fun way. So that students do not feel heavy to apply healthy eating in their lives. This campaign uses Instagram social media as the main media and place to disseminate campaign information. This campaign was created with the aim of educating students, especially students who live in boarding houses, to pay more attention to diet in their daily lives. So that a productive and healthy person will be created in the future.

Keywords: *visual identity, healthy eating, university students, campaign, Instagram*

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini, dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, secara proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Surabaya, 7 Januari 2024



Nabila Jihan Athifah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamiin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir “Perancangan Kampanye Sosial Pola Makan Sehat untuk Mahasiswa Kost” dengan baik. Terima kasih kepada banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga penulis dapat mengerjakan Tugas Akhir ini dengan baik dan lancar. Pada kesempatan kali ini penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Allah SWT. dan Junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua orang tua, adik, dan keluarga saya. Terima kasih Mama dan Bapak atas segala dukungan dan doanya sehingga saya dapat melewati segala kesulitan saya.
3. Bapak Aphief Tri Artanto, ST, M.Sn dan Bapak Dr(c) Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn selaku dosen wali saya yang telah membimbing saya selama masa perkuliahan saya.
4. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing utama saya dan Ibu Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds selaku dosen pembimbing 2 saya, terima kasih atas segala bimbingan dan bantuannya selama saya mengerjakan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosen DKV UPN “Veteran” Jatim, terima kasih atas segala ilmunya.
6. Kepada Ilmugiziku, Kak Aldera selaku *founder* dan Kak Alfatih selaku *co-founder* Ilmugiziku, terima kasih telah membantu saya dalam mengerjakan perancangan ini.
7. Kak Aries yang sudah menjadi narasumber saya, serta teman-teman saya yang sudah bersedia menjadi narasumber dan mengisi kuesioner.
8. Kepada Dinda Maulia, terima kasih atas bantuannya, kepada Angelita Laurent dan Nadya Putri, terima kasih kepada teman-teman dekat saya yang saya sayangi.
9. Kepada Saffana Haifa dan Yukabad Shofar, terima kasih telah menemani dan mendukung saya di masa-masa sulit ini.
10. Kepada semua teman-teman saya dari banyak tempat, terima kasih sudah membantu, menemani, dan memberikan dukungan mental kepada saya.
11. Terima kasih kepada Choi Beomgyu dan juga TXT yang sudah hadir dan memberikan saya kekuatan dengan banyak cara yang spesial.

Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, namun semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Terima kasih.

Surabaya, 7 Januari 2024

Nabila Jihan Athifah

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR TABEL	14
BAB I	15
PENDAHULUAN	15
1.1. Latar belakang	15
1.2. Identifikasi Masalah	17
1.3. Rumusan Masalah	18
1.4. Batasan Masalah.....	18
1.5. Tujuan Perancangan	19
1.6. Manfaat dan Hasil Perancangan	19
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA DAN STUDI EKSISTING	20
2.1. Tinjauan Pola Makan Sehat.....	20
2.1.1. Definisi Pola Makan Sehat	20
2.1.2. Manfaat Pola Makan Sehat.....	20
2.1.3. Penerapan Pola Makan Sehat	21
2.2. Tinjauan Kampanye Sosial.....	24
2.2.1. Pengertian Kampanye	24
2.2.2. Kampanye Sosial.....	25
2.2.3. Unsur-unsur Kampanye.....	26
2.3. Tinjauan Mahasiswa.....	27
2.3.1. Pengertian Mahasiswa.....	27
2.3.2. Ciri-ciri Mahasiswa	28
2.3.3. Peran Mahasiswa.....	28
2.3. Tinjauan Desain Komunikasi Visual.....	29
2.3.1. Pengertian Desain Komunikasi Visual	29
2.3.2. Teori Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual	30

2.3.3.	Teori Ilustrasi dalam Desain Komunikasi Visual.....	30
2.3.4.	Teori Warna dalam Desain Komunikasi Visual.....	31
2.3.5.	Teori Layout dalam Desain Komunikasi Visual	39
2.4.4.	Tinjauan Media Sosial.....	45
2.4.1.	Pengertian Media Sosial.....	45
2.4.2.	Jenis-jenis Media Sosial	45
2.4.3.	Instagram.....	46
2.5.	Tinjauan Model AISAS.....	48
2.5.5.	Pengertian Model AISAS.....	48
2.6.	Studi Eksisting	48
2.6.1.	Akun Instagram “@ilmugiziku”.....	48
2.7.	Studi Komparator	53
2.7.1.	Kampanye Sosial “#KerenDimakan”.....	53
2.7.2.	Akun Instagram @ruanggizi.id	58
BAB III	62
METODOLOGI PERANCANGAN	62
3.1.	Definisi Operasional Judul.....	62
3.1.1.	Kampanye Sosial.....	62
3.1.2.	Pola Makan Sehat.....	62
3.1.3.	Mahasiswa Kost	62
3.1.4.	Media Sosial Instagram.....	63
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	63
3.2.1.	Data Primer	63
3.2.2.	Data Sekunder	65
3.3.	Teknik Sampling	66
3.3.1.	Populasi.....	66
3.3.2.	Sample.....	66
3.4.	Tahap Perancangan	67
3.4.1.	Menemukan Permasalahan.....	67
3.4.2.	Hipotesis Sementara.....	67
3.4.3.	Perumusan Masalah.....	67
3.4.4.	Penentuan Tujuan dan Pemanfaatan Perancangan	67
3.4.5.	Studi Literatur dan Eksisting.....	67
3.4.6.	Pengumpulan Data	68
3.4.7.	Analisis Data	68
3.4.8.	Perumusan Konsep Desain.....	69
3.4.9.	Eksplorasi Desain.....	69

3.4.10.	Evaluasi Desain	69
3.4.11.	Hasil Akhir	69
3.4.12.	Teknik Analisis Data.....	69
3.5.	Alur Berfikir.....	71
BAB IV	72
ANALISIS DATA	72
4.1.	Analisis Data Deskriptif	72
4.1.1.	Analisis Data Kuesioner.....	72
4.1.2.	Analisis Data Wawancara	74
4.1.3.	Analisis Data FGD (Forum Grup Discussion) Pertama	78
4.1.4.	Analisis Data FGD (Forum Grup Discussion) Kedua.....	79
4.1.5.	Analisis Data Observasi	81
4.2.	Analisis Consumer Insight	82
4.2.1.	Media Sosial.....	82
4.2.2.	Pemahaman Terkait Kampanye.....	83
4.2.3.	Penyajian Kampanye yang Disukai Target Audiens	84
4.2.4.	Merchandise yang Cocok untuk Kampanye.....	85
4.2.5.	Topik dan Kegiatan Kampanye	86
4.3.	Sintesa Data.....	87
4.4.	Unique Selling Proposition (USP)	87
BAB V	89
KONSEP DESAIN	89
5.1.	Perumusan Konsep Keyword	89
5.2.	Definisi Keyword	90
5.3.	Makna Denotatif.....	90
5.4.	Makna Konotatif	90
5.5.	Konsep Verbal.....	91
5.5.1.	Nama Kampanye	91
5.5.2.	Tagline Kampanye	91
5.5.3.	Gaya Bahasa	91
5.5.4.	Konsep Visual	91
5.5.5.	Gaya Desain	91
5.5.6.	Ilustrasi	92
5.5.7.	Layout	95
5.5.8.	Tipografi.....	95
5.5.9.	Warna	96
5.6.	Konsep Media	97

5.6.1.	Media Utama	97
5.6.2.	Media Pendukung.....	104
BAB VI	105
IMPLEMENTASI DESAIN	105
6.1.	Alternatif Desain	105
6.1.1.	<i>Rough</i> Desain	105
6.1.2.	Komprehensif Desain.....	108
6.1.3.	Desain Final.....	110
6.2.	Implementasi Media.....	117
6.2.1.	Implementasi pada Media Utama.....	117
6.2.	Biaya Produksi	130
BAB VII	131
PENUTUP	131
	Daftar Pustaka	132
	LAMPIRAN	135
	TENTANG PENULIS	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Poster “Piring Makananku”	21
Gambar 2.2 Poster “Isi Piringku”	22
Gambar 2.3 Font Times New Roman.....	30
Gambar 2.4 Ilustrasi hutan	31
Gambar 2.5 Tiga bagian lingkaran warna	32
Gambar 2.6 Iklan produk berwarna merah.....	33
Gambar 2.7 Iklan produk berwarna kuning.....	34
Gambar 2.8 Iklan produk berwarna biru	35
Gambar 2.9 Iklan produk berwarna hijau.....	35
Gambar 2.10 Iklan produk berwarna ungu.....	36
Gambar 2.11 Iklan produk berwarna orange.....	37
Gambar 2.12 Iklan produk berwarna hitam.....	37
Gambar 2.13 Iklan produk berwarna putih	38
Gambar 2.14 Iklan produk berwarna abu-abu.....	39
Gambar 2.15 Mondrian Layout.....	40
Gambar 2.16 Axial Layout.....	40
Gambar 2.17 Picture Window Layout.....	41
Gambar 2.18 Big type Layout.....	41
Gambar 2.19 Silhouette Layout	42
Gambar 2.20 Frame Layout	42
Gambar 2.21 Circus Layout	43
Gambar 2.22 Rebus Layout.....	43
Gambar 2.23 Type Speciment Layout.....	44
Gambar 2.24 Covy Heavy Layout.....	44
Gambar 2.25 Akun Instagram @ilmugiziku	49
Gambar 2.26 Akun Facebook Ilmugiziku	49
Gambar 2.27 Akun Twitter @ilmugiziku	50
Gambar 2.28 Akun Youtube Ilmugiziku.....	50
Gambar 2.29 Akun Instagram kampanye “#KerenDimakan” (@kerendimakan).....	54
Gambar 2.30 Akun Twitter kampanye “#KerenDimakan” (@kerendimakan).....	54
Gambar 2.31 Akun Facebook kampanye “#KerenDimakan” (Keren Dimakan)	54
Gambar 2.32 Akun instagram @ruanggizi.id.....	58
Gambar 2.33 Postingan instagram @ruanggizi.id.....	58

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Analisis kekuatan dan kelemahan Instagram @ilmugiziku	51
Table 2.2 Analisis media postingan Instagram @ilmugiziku.....	51
Table 2.3 Analisis kekuatan dan kelemahan Instagram @kerendimakan	55
Table 2.4 Analisis media postingan Instagram @kerendimakan	55
Table 2.5 Analisis kekuatan dan kelemahan Instagram @ruanggizi.id	59
Table 2.6 Analisis media postingan Instagram @ruanggizi.id.....	59