

## **TUGAS AKHIR**

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN ORANG TUA UNTUK MEMBENTUK POLA MAKAN YANG SEHAT KEPADA ANAK USIA 3-5 TAHUN**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Diajukan Oleh :

**SHINTA RAHMA PUSPITA**

**20052010063**

Dosen Pembimbing I:

**Sri Wulandari, S.Sn., M.A.**

Dosen Pembimbing II :

**Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
KESADARAN ORANG TUA UNTUK MEMBENTUK POLA MAKAN YANG  
SEHAT KEPADA ANAK USIA 3-5 TAHUN**

**Disusun Oleh:**

**SHINTA RAHMA PUSPITA**

**20052010063**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji**

**Pada tanggal: 16 Mei 2024**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

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

**Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds.**  
**NIP. 19900611 201803 2001**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Aileen S.C.R.E.C., ST., M.Ds.**  
**NPT. 182 19870119 076**

**Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds.**  
**NIP. 19880505 201903 1018**

**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.**

**NIDPPK. 19710916 202121 1004**



**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
KESADARAN ORANG TUA UNTUK MEMBENTUK POLA MAKAN YANG  
SEHAT KEPADA ANAK USIA 3-5 TAHUN**

**Disusun Oleh:**

**SHINTA RAHMA PUSPITA**

**20052010063**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji**

**Pada tanggal: 16 Mei 2024.**

**Pembimbing I**

**Sri Wulandari, S.Sn., M.A.**

**NPT. 20219930419173**

**Pembimbing II**

**Diana Acidatun Nisa, S.T., M.Ds.**

**NIP. 19900611 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, S.T., M.Sn.**

**NIP3K. 19840512 2021 212004**

## **ABSTRAKSI**

Perancangan kampanye sosial ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran orang tua mengenai pentingnya membentuk pola makan sehat bagi anak usia 3-5 tahun. Kampanye ini dirancang melalui program GEMBIRA (Gerakan Makan Bergizi Informatif dan Ramah Anak), yang menyajikan informasi secara interaktif dan ramah keluarga. Program ini memberikan edukasi tentang manfaat gizi seimbang serta cara praktis menyajikan makanan sehat yang menarik bagi anak-anak. Pendekatan yang digunakan dalam kampanye ini adalah menyenangkan dan partisipatif, sehingga orang tua dapat lebih mudah menerapkan kebiasaan makan sehat dalam kehidupan sehari-hari. Kampanye GEMBIRA diharapkan tidak hanya menjadi intervensi sementara, tetapi juga mendorong terbentuknya kebiasaan jangka panjang yang positif dalam keluarga. Selain itu, kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk keluarga, pendidik, dan komunitas, sangat ditekankan untuk mencapai tujuan kampanye ini. Dengan dukungan dan partisipasi aktif semua pihak, kampanye ini berpotensi menciptakan lingkungan yang mendukung tumbuh kembang anak. Harapannya, kampanye ini dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas hidup dan kesehatan anak-anak, serta membentuk generasi mendatang yang lebih sehat dan berpengetahuan. Kesadaran dan pemahaman orang tua tentang pentingnya gizi seimbang diharapkan dapat meningkat secara signifikan melalui program ini.

**Kata Kunci :** Kampanye sosial, Gizi Anak, Makanan Bergizi

## **ABSTRACT**

*This social campaign design aims to raise parents' awareness of the importance of establishing healthy eating patterns for children aged 3-5 years. The campaign is designed through the GEMBIRA program (Gerakan Makan Bergizi Informatif dan Ramah Anak), which presents information interactively and family-friendly. This program provides education on the benefits of a balanced diet and practical ways to serve healthy food that appeals to children. The approach used in this campaign is enjoyable and participatory, making it easier for parents to adopt healthy eating habits in daily life. The GEMBIRA campaign is expected not only to be a temporary intervention but also to encourage the formation of long-term positive habits within families. Additionally, collaboration among various parties, including families, educators, and communities, is emphasized to achieve the campaign's goals. With the support and active participation of all parties, this campaign has the potential to create an environment that supports development of children. It is hoped that this campaign can make a tangible contribution to improving the quality of life and health of children, as well as shaping a healthier and more knowledgeable future generation. The awareness and understanding of parents about the importance of a balanced diet are expected to significantly increase through this program.*

*Keywords: Social Campaign, Child Nutrition, Nutritious Food*



## PERNYATAAN ORISINALITAS

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 pernah 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 terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 Ayat 2, dan pasal 70).

Surabaya, 24 Mei 2024



Shinta Rahma Puspita

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyusun dan menyajikan proposal ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Dengan hormat, kami menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya atas kesempatan dan izin yang diberikan oleh pihak yang berwenang, sehingga tugas akhir ini dapat diwujudkan. Tugas Akhir ini kami susun sebagai upaya kami dalam mengembangkan dan membagikan pengetahuan di bidang yang kami geluti. Seminar ini bertujuan untuk menjadi wadah interaktif bagi para peserta dalam mendiskusikan isu-isu terkini dan relevan dalam bidang Desain Komunikasi Visual serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait “Perancangan Kampanye Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Orang Tua Untuk Membentuk Pola Makan Yang Sehat Kepada Anak Usia 3-5 Tahun”. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan dapat memperkaya pemahaman dan pengetahuan peserta, serta memotivasi mereka untuk terlibat aktif dalam penelitian dan pengembangan di bidang ini.

Penyusunan Perancangan ini tidak terlepas dari bantuan pihak-pihak yang telah meluangkan waktunya sampai laporan ini selesai. Oleh karena itu, melalui laporan ini, kami menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang maha kuasa atas segala rahmat dan nikmat yang diberikan Nya lah saya dapat menyusun perancangan ini.
2. Bapak dan Ibu beserta keluarga saya tercinta yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya,
3. Ibu Sri Wulandari, S.Sn., M.A. selaku dosen pembimbing utama saya dalam penyusunan perancangan ini.
4. Ibu Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds. selaku dosen pembimbing pendamping saya dalam penyusunan perancangan ini.
5. Aileena S.C.R.E.C., ST., M.Ds. selaku dosen pembimbing pendamping saya dalam penyusunan perancangan ini.
6. Alfian Candra Ayuswantana, S.T, M.Ds. selaku dosen pembimbing pendamping saya dalam penyusunan perancangan ini.
7. Beserta teman teman yang senantiasa membantu dan mendoakan saya.

Adapun dibuatnya perancangan ini diharapkan dapat membantu memotivasi mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur dalam meningkatkan pemerataan kualitas Pendidikan. Penulis telah berupaya semaksimalnya namun keterbatasan penulis, perancangan ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>1</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>4</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>5</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>6</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>6</b>
1.1 Latar Belakang.....	6
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Batasan Masalah .....	8
1.5 Tujuan .....	8
1.6 Manfaat .....	8
1.7 Kerangka Perancangan .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>LANDASAN TEORI &amp; STUDI EKSISTING.....</b>	<b>10</b>
2.1 Definisi Operasional Judul .....	10
2.1.1 Definisi Kampanye Sosial .....	10
2.1.2 Definisi Makanan bergizi.....	10
2.1.3 Definisi Anak Usia 3-5 Tahun .....	11
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Teori karakteristik berpikir pada anak .....	11
2.2.2 Teori Gizi Anak.....	13
2.2.3 Teori Kampanye.....	15
2.2.7 Teori Warna.....	22
2.2.8 Teori Ilustrasi .....	23

2.2.9 Teori tipografi .....	24
2.2.10 Teori <i>Copywriting</i> .....	25
2.3 Studi Eksisting .....	26
2.3.2 Studi Eksisting .....	27
2.4 Studi Komparator .....	29
<b>BAB III.....</b>	<b>33</b>
<b>METODE PERANCANGAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Metode Perancangan Desain.....	33
3.2 Objek Perancangan .....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.3.1 Data Primer .....	34
3.3.2 Data Sekunder.....	35
3.4 Teknik Analisis Data .....	36
3.4.1 Analisis Data .....	36
3.4.2 Analisis Data Wawancara .....	36
3.4.3 Analisis data kuisioner .....	45
3.4.4 Analisis Data Observasi .....	54
3.5 Analisis Customer Journey .....	54
3.6 Target Audiens .....	57
3.7 USP ( <i>Unique Selling Proposition</i> ).....	57
3.8 Sintesa Data .....	58
<b>BAB IV .....</b>	<b>60</b>
<b>KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Perumusan Konsep .....	60
4.1.1 Definisi keyword .....	61
4.1.2 Konsep Verbal.....	62
4.1.3 Konsep Visual .....	69
4.1.4 Konsep Media Kampanye.....	72
4.2 Alternatif Desain .....	77
4.2.1 Desain Kasar .....	77
4.2.2 Validasi Desain .....	84
4.3 Implementasi Desain .....	88
4.3.1 Implementasi Desain Media Utama.....	88
4.3.2 Implementasi Media Pendukung .....	91

4.4 Biaya Produksi.....	94
<b>BAB V .....</b>	<b>96</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Kritik dan Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Skema Kerangka Perancangan Kampanye Sosial Makanan Bergizi Pada Anak</i> .....	9
<i>Gambar 2. 1 contoh headline yang menarik</i> .....	26
<i>Gambar 2. 2 Poster gerakan cegah stunting puskesmas menor</i> .....	27
<i>Gambar 2. 3 Poster talkshow edukasi stunting oleh puskesmas menor</i> .....	28
<i>Gambar 2. 4 enam postingan teratas Instagram @rodiyafamily</i> .....	30
<i>Gambar 2. 5 Isi salah satu postingan Instagram @rodiyafamily</i> .....	31
<i>Gambar 3. 1 Wawancara dengan tenaga pengajar KB TK Al Fajar</i> .....	36
<i>Gambar 3. 2 Wawancara bersama orang tua/wali murid</i> .....	41
<i>Gambar 3. 3 Wawancara bersama orang tua anak</i> .....	43
<i>Gambar 4. 1 Mind mapping Keyword Penyusunan konsep kampanye</i> .....	60
<i>Gambar 4. 2 font fredoka one</i> .....	70
<i>Gambar 4. 3 font league spartan</i> .....	70
<i>Gambar 4. 4 font Garet</i> .....	71
<i>Gambar 4. 5 acuan tone warna</i> .....	71
<i>Gambar 4. 6 bukti data kuisisioner penggunaan platform sosial media</i> .....	72
<i>Gambar 4. 7 Sketsa Proses Brainstorming Logo</i> .....	77
<i>Gambar 4. 8 Warna Identitas Kampanye</i> .....	80
<i>Gambar 4. 9 Karakter Captain Carrot Beserta Acuan Gambar</i> .....	81
<i>Gambar 4. 10 Acuan Gambar Karakter Brocollin</i> .....	82
<i>Gambar 4. 11 Gambar Acuan Karakter Milkuat</i> .....	82
<i>Gambar 4. 12 Acuan Gambar Karakter Prof Pisang</i> .....	83
<i>Gambar 4. 13 Sketsa Cover depan dan belakang buku</i> .....	83
<i>Gambar 4. 14 Tracker gizi anak</i> .....	84
<i>Gambar 4. 15 Komperenhensif logo GEMBIRA</i> .....	85
<i>Gambar 4. 16 Logo Terpilih</i> .....	86
<i>Gambar 4. 17 Komperenhensif Desain Karakter</i> .....	86
<i>Gambar 4. 18 Komperenhensif desain karakter</i> .....	87
<i>Gambar 4. 19 Desain final Karakter</i> .....	87
<i>Gambar 4. 20 Implementasi Media Sosial</i> .....	88
<i>Gambar 4. 21 Implementasi Brosur</i> .....	89
<i>Gambar 4. 22 Final Desain sampul buku</i> .....	90
<i>Gambar 4. 23 Final Desain Food Tracker</i> .....	90
<i>Gambar 4. 24 Implementasi Buku</i> .....	90
<i>Gambar 4. 25 Final Desain Botol Minum</i> .....	91
<i>Gambar 4. 26 Implementasi Botol Minum</i> .....	91
<i>Gambar 4. 27 Implementasi Celemek</i> .....	91
<i>Gambar 4. 28 Implementasi Tote Bag</i> .....	92
<i>Gambar 4. 29 Implementasi Kotak Makan</i> .....	92
<i>Gambar 4. 30 Implementasi Filter Instagram</i> .....	92
<i>Gambar 4. 31 Implementasi Desain Pin</i> .....	93
<i>Gambar 4. 32 Implementasi Desain Gantungan Kunci</i> .....	93
<i>Gambar 4. 33 Final Desain X-Banner</i> .....	93
<i>Gambar 4. 34 Implementasi Booth Pameran</i> .....	94



## DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Analisis Sosial Media Instagram @puskesmasmenur.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabel 2. 2 Analisis Sosial Media Instagram @rodiyafamily.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabel 3. 1 Tabel Consumer Journey Senin - Jumat.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabel 4. 1 Tabel Tahapan Kampanye .....</i>	<i>64</i>
<i>Tabel 4. 2 Tabel Program Kampanye .....</i>	<i>66</i>
<i>Tabel 4. 3 Tabel Linimasa Kegiatan .....</i>	<i>68</i>
<i>Tabel 4. 4 Tabel Perencanaan Sosial Media.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabel 4. 5 Biaya Produksi.....</i>	<i>94</i>