

Abstrak

Saat ini permasalahan mengenai obesitas semakin meningkat dari tahun ketahun. Kecendrungan masyarakat untuk mengkonsumsi makanan instan merupakan salah satu pengaruh dari kemajuan teknologi yang juga merupakan faktor dari lingkungan sekitar yang menuntut segala sesuatu harus cepat dan mudah. Perancangan yang menggunakan media utama yaitu aplikasi ditargetkan berlangsung selama 4 bulan yang dimulai pada bulan Januari sampai dengan bulan April di Kota Bandung. Untuk menemukan solusi Diet yang sederhana dan praktis namun memberikan hasil yang maksimal maka perancangan kampanye menggunakan metode penelitian kualitatif dalam pengumpulan data, yaitu studi literature, wawancara, observasi, metode analisis SWOT, AIO, dan AISAS. Perancangan kampanye ditujukan untuk target sasaran usia 19-30 tahun yang menetap di Kota Bandung dengan penghasilan menengah keatas. Dalam media ini perancang akan membuat strategi persuasi yang informative dan komunikatif untuk mengarahkan atau mempengaruhi sikap khalayak dan menarik perhatiannya untuk mengarahkan ke media utama yaitu Aplikasi sebagai solusi utama dari permasalahan target audiens.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, *Morning Banana Diet*, Aplikasi, Kota Bandung