

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL GERAKAN MINUM AIR PUTIH

Oleh
AdityaRamadhani
NPM: 108300002

Manfaat air putih memang sangat banyak dan sudah dipercaya oleh mayoritas masyarakat. Air putih merupakan air alami yang tanpa mengandung pewarna atau pengawet, sehingga hal tersebut dapat menjadi alasan bahwa manfaat air putih bagi kesehatan sangatlah banyak. Seiring perkembangan jaman yang serba modern ini, masyarakat khususnya remaja cenderung menyukai minuman yang bersifat *instant* dan memiliki rasa. Bahkan minuman kemasan yang menawarkan sebagai penambah *energy*. Tanpa disadari bahwa minuman sejenis itu terkadang ada yang memberikan dampak buruk bagi kesehatan. Kebanyakan remaja sekarang sudah jauh dari pola hidup sehat, dalam hal ini mengenai kurangnya asupan air putih bagi tubuhnya. Dengan dipilihnya remaja sebagai target kampanye dimaksudkan agar mengajak target untuk meningkatkan pengetahuan dan menumbuhkan kesadaran kepada masyarakat khususnya para remaja mengenai pentingnya mengkonsumsi air putih.

Dibutuhkan media yang dapat menyampaikan informasi secara langsung kepada target. Dalam penyampaian pesan kampanye, pemilihan media dipilih berdasarkan tiga tahapan kampanye yaitu tahap *conditioning*, tahap *informing*, dan tahap *reminding*. Untuk tahap *conditioning* dimaksudkan untuk menumbuhkan kesadaran target untuk mau mengkonsumsi air putih lebih sering, media yang digunakan yaitu poster dan majalah. Untuk tahap *informing* dimaksudkan untuk menekankan informasi-informasi dengan member pemahaman dan pengetahuan mengenai manfaat air putih, media yang digunakan seperti poster, brosur, *social media* dan majalah. Dan yang terakhir tahap *reminding* atau tahap pengingat, media ini digunakan sebagai media *reminder* dan media yang digunakan seperti mug, stiker, dan *rubber band* atau gelangkaret.

Terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang media, diantaranya adalah warna, tipografi, dan layout. Dengan perpaduan ketiga faktor tersebut akan menjadikan hasil perancangan yang menarik. Informasi yang tercantum didalam media-media tersebut diharapkan mudah dimengerti oleh target kampanye dan meningkatnya kepedulian masyarakat khususnya remaja untuk mau mengkonsumsi air putih lebih sering yang bermanfaat bagi kesehatan.

Kata kunci : Air putih, Gerakan, KampanyeSosial, Remaja.

ABSTRACT
DESIGN OF SOCIAL CAMPAIGN DRINK MORE WATER
MOVEMENT.

by
Aditya Ramadhani
NPM: 108300002

Water benefit plenty and have been believe by public majority. Water is natural water which without containing colourant or preserver, so that the thing can become reason that water benefit for health hardly many. Along development of this modern all era, public especially adolescent tended to likes beverage having the character of instant and has taste. Even packaging beverage offering as adder energy. Unconsciously that conspecific beverage of that sometimes something gives bad impact for health. Most adolescent now have been far from healthy life pattern, in this case about lack of water liquid for the body. With selecting of adolescent as target of campaign is meant to invite target to increase knowledge and grows awareness to public especially the adolescents about the importance of consuming water.

Required media which can submit information directly to target. In forwarding of campaign message, election of media is selected based on three campaign steps that is phase conditioning, phase informing, and phase reminding. For phase conditioning meant to grow awareness of target of to drink water of a more regular, media applied that is poster and magazine. For phase informing meant to emphasize information by giving understanding and knowledge about water benefit, media applied like poster, brochure, social media and magazine. And last of phase reminding or memory phase, this media applied as media reminder and media applied like mug, sticker, and rubber band.

There are some factors that need to be paid attention in designing media, between it is colour, typography, and layout. With third solidarity of the factor will make interesting scheme result. Information which written in the medias is expected easy to be understood by target of campaign and the increasing of public caring especially adolescent to drink more water regular which is of benefit to health.

Keyword: Water, Movement, Social campaign, Adolescent.