

ABSTRAK

Diabetes Melitus (DM) merupakan salah satu penyakit tidak menular yang prevalensinya terus meningkat, termasuk di kalangan generasi muda. Gaya hidup modern dan pola konsumsi yang tidak sehat, seperti kebiasaan mengonsumsi minuman manis, menjadi faktor utama yang meningkatkan risiko penyakit ini. Generasi Z, sebagai kelompok usia yang rentan dan sangat terpapar gaya hidup praktis, membutuhkan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kesadaran mereka terhadap bahaya konsumsi gula berlebih.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye kesehatan berbasis desain komunikasi visual guna meningkatkan kesadaran Generasi Z terhadap pentingnya mengadopsi gaya hidup sehat dan mencegah risiko Diabetes Melitus. Metode penelitian melibatkan observasi, wawancara dengan ahli, serta survei untuk memahami persepsi audiens terhadap pesan kesehatan. Kampanye dirancang menggunakan elemen visual yang menarik, seperti infografis, dan poster, serta didistribusikan melalui media sosial dan *event* interaktif, dalam kampanye ini, Teh Botol Sosro Tawar diperkenalkan sebagai alternatif minuman sehat tanpa gula, yang mendukung pola hidup sehat, sekaligus menjadi sponsor utama acara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan berbasis desain komunikasi visual mampu memberikan pengaruh positif terhadap perubahan persepsi dan perilaku Generasi Z terkait konsumsi gula. Dengan dukungan Teh Botol Sosro Tawar sebagai bagian dari kampanye, inisiatif ini diharapkan dapat berkontribusi dalam upaya pencegahan Diabetes Melitus, khususnya di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: Teh Botol Sosro Tawar, Diabetes Melitus, Generasi Z, Kampanye Kesehatan, AISAS, Desain Komunikasi Visual

ABSTRACT

Diabetes Mellitus (DM) is a non-communicable disease with an increasing prevalence, including among the younger generation. Modern lifestyles and unhealthy consumption patterns, such as the habit of consuming sugary drinks, are major factors contributing to the risk of this disease. Generation Z, as a vulnerable age group heavily exposed to practical lifestyles, requires effective approaches to raise awareness of the dangers of excessive sugar consumption.

This study aims to design a health campaign based on visual communication design to raise Generation Z's awareness of the importance of adopting a healthy lifestyle and preventing the risk of Diabetes Mellitus. The research methods include observation, expert interviews, and surveys to understand the audience's perception of health messages. The campaign incorporates engaging visual elements, such as infographics and posters, and is distributed through social media and interactive events. In this campaign, Teh Botol Sosro Tawar is introduced as a healthy, sugar-free beverage alternative that supports a healthy lifestyle while serving as the event's main sponsor.

The results indicate that a visual communication design-based approach can positively influence Generation Z's perception and behavior regarding sugar consumption. With the support of Teh Botol Sosro Tawar, this campaign is expected to contribute to efforts to prevent Diabetes Mellitus, especially among the younger generation.

Keywords: Diabetes Melitus, Teh Botol Sosro Tawar, Generation Z, Health Campaign, AISAS, Visual Communication Design