

Perancangan Logo Kampanye *Clean Eating* Dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Pasca Covid-19 di Media Sosial Instagram

Vania Victoria¹, Ratih Mahardika²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains, Teknik dan Desain, Universitas Trilogi

Email: vaniavict0ria8@gmail.com¹, ratihmahardika@trilogi.ac.id²

ABSTRAK

Pada saat ini, usia remaja sangat sering kali mengonsumsi makanan yang tidak sehat. Hal ini tentu saja membuat pola hidup remaja menjadi tidak sehat. Pola hidup tidak sehat yang dilakukan terus-menerus tentu saja akan membawa dampak negatif terhadap tubuh. Penyakit berbahaya sudah dapat mengancam bukan lagi orang dewasa melainkan di usia remaja. Penyebab utamanya adalah pola hidup dan pola makan yang tidak sehat, tingkat stress yang tinggi dan kurangnya aktivitas fisik seperti berolahraga. Apalagi setelah adanya pandemi Covid-19 membuat masyarakat mau tidak mau harus mulai melakukan pola hidup sehat supaya menjaga imun dalam tubuh. Pola makan *clean eating* adalah pola makan sehat dengan mengonsumsi bahan-bahan alami yang tidak melalui banyak proses supaya asupan vitamin, mineral dan zat penting lainnya tidak hilang dan terserap dengan baik oleh tubuh. Namun ternyata masih banyak masyarakat terutama remaja masih kurang sadar pentingnya menjaga kesehatan sejak dini dan belum pernah melakukan pola makan *clean eating* dikarenakan informasi yang terbilang masih minim. Maka dari itu, diharapkan dengan adanya kampanye ini dapat mengubah kesadaran remaja tentang pentingnya melakukan pola hidup sehat sejak dini untuk mencegah penyakit berbahaya bagi tubuh.

Kata kunci: *Clean Eating*, Remaja, Penyakit Berbahaya, Pola Hidup Sehat, Kesehatan.

ABSTRACT

Currently, teenagers very often consume unhealthy foods. This of course makes the lifestyle of teenagers to be unhealthy. An unhealthy lifestyle that is carried out continuously will of course have a negative impact on the body. Dangerous diseases can no longer threaten adults but in their teens. The main causes are unhealthy lifestyle and eating patterns, high stress levels and lack of physical activity such as exercising. Moreover after the Covid-19 pandemic made people inevitably have to start healthy lifestyle in order to maintain immunity in their body. A clean eating pattern is a healthy diet by consuming natural ingredients that do not go through many processes so that the intake of vitamins, minerals and other important substances is not lost and is well absorbed by the body. However, it turns out that there are still many people, especially teenagers, who are still not aware of the importance of maintaining health from an early age and have never done a clean eating diet because information is still minimal. Therefore, it is hoped that this campaign can change the awareness of teenagers about the importance of adopting a healthy lifestyle from an early age to prevent diseases that are harmful to the body.

Keywords: *Clean Eating*, Adolescents, Dangerous Diseases, Healthy Lifestyle, Health.

1. PENDAHULUAN

Kesehatan tubuh merupakan hal yang sangat ingin dimiliki oleh banyak

orang. Bahkan banyak orang yang menggunakan berbagai cara untuk melakukan hidup sehat. Tetapi kesehatan tubuh itu sangat dipengaruhi dengan apa

yang kita konsumsi sehari-hari. Mengonsumsi makanan sehat tentu saja dapat membuat tubuh juga menjadi sehat. Tanpa tubuh yang sehat, seseorang tidak dapat melakukan aktifitas secara optimal. Untuk menjaga kesehatan maka kita harus melakukan pola hidup yang sehat. Masyarakat Indonesia memiliki pola makan yang tidak sehat seperti: makan dalam porsi besar sekaligus, makanan olahan, melewati sarapan, makan terlalu cepat yang menyebabkan metabolisme tubuh tidak berjalan dengan baik.

Pola hidup yang sehat adalah sebuah gaya hidup yang berfokus pada kesehatan, baik dalam perilaku maupun makanan yang mengarah pada kesehatan jasmani maupun rohani. Menurut data dari Kementerian Kesehatan (2019) menyatakan bahwa pola makan yang tidak sehat merupakan penyebab satu dari lima kematian, yakni 11 juta kematian di dunia disebabkan oleh pola makan yang buruk, sehingga makanan sehat (*clean eating*) adalah salah satu cara untuk mengganti kebiasaan/ *lifestyle* bagi remaja untuk lebih mepedulikan kesehatan sejak dini. Situs resmi World Health Organization (WHO) mencatat hingga akhir 2005, kematian hampir 17 juta orang di seluruh dunia akibat penyakit degeneratif, dan penyebab utamanya adalah pola makan yang tidak sehat. (Kadir Kenny, 2017)

Penyakit yang dapat diderita akibat pola makan yang tidak sehat adalah penyakit degeneratif, seperti penyakit jantung, kanker, diabetes, dan obesitas. Penyakit tersebut tidak hanya menyerang usia dewasa bahkan usia muda, sehingga diperlukannya metode yang tepat sebagai upaya preventif untuk mencegah penyakit degeneratif di usia muda melalui pola makan yang bersih dan sehat yaitu "*clean eating*". *Clean eating* merupakan pola makan dengan mengonsumsi makanan yang alami dan penuh nutrisi untuk regenerasi sel-sel tubuh untuk memperbaiki masalah

kesehatan di dalam tubuh kita. (Utomo et al., 2016)

Pada saat ini Indonesia masih ada dalam pandemi Covid-19. Walaupun saat ini kasus Covid-19 sudah menurun karena adanya wajib vaksinasi yang dilakukan pemerintah, tidak menghilangkan data angka kasus kematian akibat adanya Covid-19 ini. Dari sumber Kementerian Kesehatan (2022), Indonesia masuk dalam urutan nomor 2 kasus kematian terbanyak di Asia setelah India. Menteri Kesehatan, Budi Gunadi Sadikin, menyampaikan bahwa sebagian besar pasien Covid-19 yang meninggal adalah yang belum menerima vaksinasi dan disertai penyakit penyerta atau komorbid. Menurut DetikHealth pada 15 Februari 2022, Juru bicara satgas Covid-19 Prof. Wiku Adisasmito juga menjelaskan dalam konferensi pers, banyaknya angka kasus kematian akibat perburukan terjadi karena penyakit komorbid yang di derita. Kasus terbanyak yaitu akibat sakit diabetes mellitus.

Staf Departemen Ilmu Gizi Universitas Indonesia, Dwirini Retno (2021) melihat bahwa remaja sering kali menganggap penyakit akan menyerang pada saat sudah tua sehingga remaja kerap tidak mepedulikan kesehatan. Pandangan ini sangat salah karena penyakit tidak memandang siapapun orang itu dan berapa usianya. Gaya hidup sehat pada saat remaja sebenarnya tidak sulit. Hanya perlu berkomitmen rutin berolahraga, rutin konsumsi makanan yang sehat. Gaya hidup yang dapat dilakukan remaja untuk menjaga kesehatan salah satunya adalah makanan. *Clean eating* perlu diterapkan secara konsisten dengan metode yang tepat sehingga menjadi pola kebiasaan yang baru dalam kehidupan manusia khususnya remaja untuk melakukan pola hidup yang benar. Apalagi dengan masih adanya pandemi Covid-19, semua orang bahkan harus lebih memperhatikan kesehatannya agar terhindar dari virus

tersebut. Bisa dengan makan makanan sehat, berolahraga dan minum vitamin. Maka dari itu, penulis melihat adanya urgensi untuk mengkampanyekan *clean eating* melalui media visual agar dapat secara mudah diingat oleh remaja dengan menggunakan metode penyampaian yang menarik dan informatif.

Kampanye *clean eating* yang dilakukan melalui media sosial yaitu Instagram, karena media sosial ini dapat menjangkau secara luas pengguna dari dalam maupun luar negeri. Kampanye ini diharapkan sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan metode *Clean Eating* dan membangun kesadaran remaja pentingnya untuk mengubah pola makan menjadi lebih sehat dalam meningkatkan kualitas hidupnya dengan melakukan *clean eating* sejak remaja karena penyakit bisa datang di usia kapan saja.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Kampanye

Kampanye merupakan tindakan komunikasi yang terstruktur dengan melibatkan sejumlah orang atau sekelompok yang terorganisir dengan baik untuk membuat keputusan atau tindakan sesuatu dalam jangka waktu tertentu. Artinya kampanye ini berusaha untuk meyakinkan seseorang untuk melakukan sebuah hal yang akan berdampak positif bagi dirinya. Kampanye pada dasarnya mempunyai tujuan untuk menyampaikan suatu masalah dengan cara menyampaikan suatu gagasan atau pesan yang dikampanyekan sehingga masyarakat mengerti maksud dan tujuan kampanye yang dibuat. Aspek yang ingin disampaikan dalam kampanye yaitu aspek pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavioural*). Menurut Ostergaad (2002) 3 aspek tersebut dapat disimpulkan dengan istilah 3A yaitu *awareness, attitude dan action*. Aspek ini sangat berkaitan dengan *target of influence* yang ingin dicapai. (Maula Fauzi et al., 2020)

Charles U. Larson (1992) menjelaskan dan membagi jenis kampanye kedalam tiga kategori yaitu: (Sisca Amelia et al., 2019)

1. *Product oriented campaigns*

Kampanye yang sering dilakukan dan terjadi pada lingkungan bisnis (*commercial campaigns*) yang biasanya memperkenalkan suatu produk agar mendapatkan keuntungan. Kampanye ini juga bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan.

2. *Candidate oriented campaigns*

Kampanye ini biasa dilakukan pada lingkungan partai politik agar mendapat jabatan tertentu. Contohnya kampanye pemilihan pemilu. Tujuan kampanye ini biasanya untuk mendapat dukungan dari kandidat lain yang dipikirkan partai politik.

3. *Ideologically or cause oriented campaigns*

Kampanye ini sering disebut juga dengan social change campaigns, yaitu kampanye yang dibuat dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial dengan melakukan sikap dan perilaku publik yang terkait. Contohnya adalah kampanye AIDS, keluarga berencana (KB), dan donor darah.

2.2 *Clean Eating*

Pada dasarnya, *Clean Eating* dilakukan seseorang untuk menjaga kesehatan tubuh. Pola makan ini merupakan sebuah cara atau metode yang menjadi sebuah gaya hidup. Menurut Hello Sehat (Kementrian Kesehatan), pola makan *clean eating* pertama kali muncul pada 1960, tetapi baru mulai populer pada 2007 oleh Tosca Reno yang mengeluarkan buku berjudul "*Eat Clean Diet*". *Clean eating* tentu saja berbeda dengan program diet yang biasa dianggap oleh banyak orang.

Metode *clean eating* akan membuat orang menghindari makanan-makanan yang tidak sehat contohnya seperti makanan olahan dan pengawet yang sering dikonsumsi. Menurut Wright

dan Larson (2011) menjelaskan bahwa *clean eating* adalah pola makan yang dilakukan dengan cara mengonsumsi makanan paling alami dan tidak banyak di proses. Makanan alami ini tentu saja mengandung lebih banyak vitamin, mineral serta zat-zat penting lainnya yang tinggi dan tentu saja lebih baik untuk dikonsumsi. Pola makan seperti ini jika dilakukan secara teratur dapat meningkatkan daya tahan tubuh untuk mencegah dan melawan berbagai jenis penyakit. (Nurauliani et al., 2019).

Clean eating memiliki berbagai manfaat yaitu: menghasilkan lebih banyak energi, meningkatkan kesehatan kardiovaskular, mencegah munculnya penyakit kanker, menjaga kesehatan mental. *Clean eating* juga memiliki 5 prinsip yaitu memperbanyak konsumsi serat, mengonsumsi makanan yang masih segar, mengatur porsi dan jam makan, memperhatikan nilai gizi makanan, menerapkan gaya hidup sehat.

2.3 Pola Hidup Sehat

Menurut Soekidjo Notoadmodjo, pola hidup sehat adalah suatu gaya hidup dengan memperhatikan faktor-faktor penting di dalam kehidupan sehari-hari misalnya tidak merokok, tidak minum alkohol, makan bergizi dan berolahraga. (Eko et al., 2018) Pengertian pola hidup sehat menurut Rusli Ruthan yaitu tindakan yang mempengaruhi seseorang secara langsung maupun jangka panjang untuk menjadikan fisik yang lebih baik. Dapat disimpulkan bahwa pola hidup sehat sangat penting dilakukan untuk menjaga serta mempertahankan kesehatan tubuh. Kesehatan yang dimaksud ini dapat berupa kesehatan jasmani, rohani dan sosial. Orang yang menjaga kesehatan pasti juga dapat terhindar dari berbagai penyakit yang berbahaya. (Angraeni et al., 2022).

2.4 Media Sosial Instagram

Media sosial adalah media yang digunakan untuk berkomunikasi kepada

publik atau masyarakat luas secara online. Pengguna dapat mengakses, membagikan atau menciptakan jejaring sosial seperti blog dan lainnya. Media sosial juga merupakan perkembangan pada dunia teknologi digital yang mendorong masyarakat untuk berinteraksi secara luas dengan dialog interaktif. (Anang Sugeng Cahyono, 2016). Sedangkan Aplikasi Instagram dapat digunakan untuk mengunggah foto, video, menerapkan filter digital dan membagikannya kepada publik. Pengguna aplikasi ini juga dapat berkomentar pada setiap postingan yang telah diunggah. Selain itu juga terdapat berbagai fitur-fitur menarik lainnya yang akhirnya memikat seseorang untuk menggunakannya. (Untari & Fajariana, 2018). Instagram memiliki berbagai fitur : kamera, editor, *tag dan hashtag, caption*, lokasi dan musik, *reels, Instagram stories, carousel post*.

3. METODOLOGI

The Design Method (A *Philosophy and Process for Functional Visual Communication*) oleh Eric Karjaluoto yang terdapat bagian *Discovery, Planning, Creative, dan Application*. Metode ini dilakukan untuk merancang sebuah logo kampanye *Clean Eating* sebagai media edukasi.



Gambar 1 Tahapan *The Design Method*

a. *Discovery*

Pada tahap *discovery* penulis mengumpulkan data-data yang ada terkait *Clean Eating*, kemudian menyatukan dan mencocokkan situasi dengan analisis dengan mencari data dan informasi yang kredibel, valid dan relevan melalui studi literatur, kuesioner, dan wawancara.

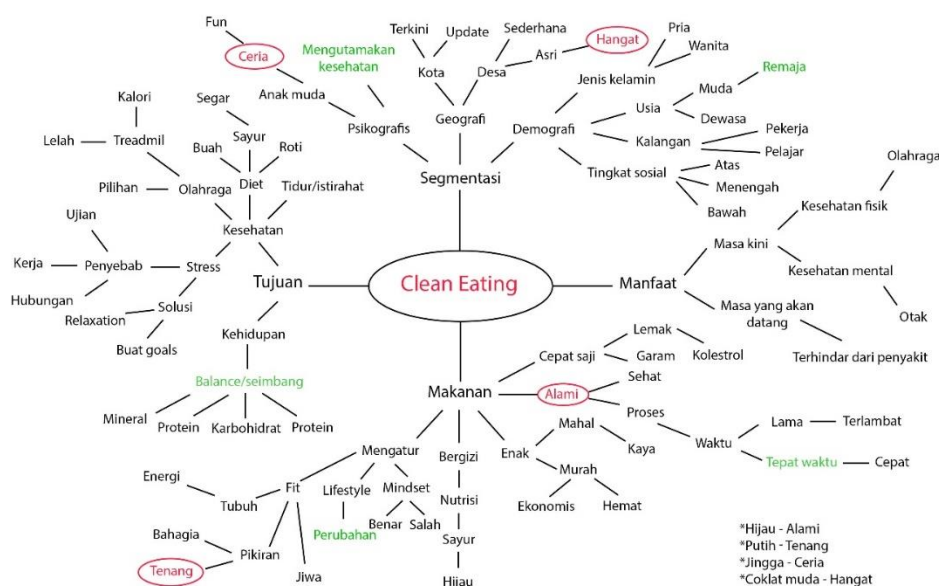
b. Planning

Setelah mengumpulkan data yang valid, penulis menyimpulkan permasalahan yang di dapat mengenai pentingnya kampanye *clean eating* dalam meningkatkan pola hidup sehat. Penulis juga melakukan *brainstorming* yang akan direalisasikan terhadap *mind mapping* serta *mood board* agar penulis lebih konsisten dalam mendesain.

pada target audiens dan tujuan perancangan dari kampanye.

Moodboard

Pembuatan *mood board* digunakan untuk mengarahkan penulis untuk menentukan warna dan konsep perancangan desain kampanye tersebut. *Mood board* ini disusun dengan *keyword* yang didapat pada proses *mind mapping*,



Gambar 2 *Mind mapping*

Mind mapping

Mind mapping yaitu kerangka berpikir yang dibuat penulis untuk mendapatkan ide konsep desain melalui keyword atau kata kunci yang dipilih dalam *mind mapping* tersebut.

Kata “*Clean Eating*” dibagi kedalam empat bagian yaitu tujuan, segmentasi, makanan, dan manfaat. Kemudian dikembangkan menjadi beberapa cabang yang relevan dengan kata tersebut. Dari cabang tersebut ditemukannya kata kunci yang digunakan sebagai dasar konsep perancangan. Kata kunci tersebut yaitu hangat; tenang; alami; ceria; mengutamakan kesehatan; balance; tepat waktu; perubahan. Pemilihan kata kunci tersebut mengacu

yaitu hangat, tenang, alami, mengutamakan kesehatan, balance, tepat waktu dan perubahan.



Gambar 3 *Mood Board*

Selain itu penulis akan menggunakan strategi AISAS yaitu *awarness* (dimana audiens akan merasa sadar terhadap pentingnya sesuatu), *interest* (audiens akan merasa tertarik terhadap pesan yang disampaikan),

search (audiens mulai mencari tahu terhadap kekurangan dan kelebihan informasi tersebut), *action* (ketika mendapat informasi yang cukup, audiens akan mengambil keputusan atau tindakan) dan *share* (tindakan yang dilakukan untuk menceritakan informasinya kepada orang lain).

c. *Creative*

Pada tahap ini, penulis akan mulai merancang kampanye *clean eating* untuk meningkatkan pola hidup sehat yang akan dilakukan pada media sosial Instagram, dengan menentukan strategi kreatif dengan menggunakan *tagline* serta melakukan perancangan kampanye dengan konsep media dan konsep visual, serta pengembangan desain dengan beberapa metode: teks verbal, plano warna, *layout*, elemen visual, *Call to Action* (*CTA*), serta mengimplementasikan media.

Tagline

Tagline pada kampanye ini yaitu “**pengen sehat jangan telat**” yang mempunyai arti dengan berani bertindak dari sekarang untuk mengubah pola hidup sehat, akan lebih baik dari pada mengobati jika sudah terlambat jatuh sakit. Arti ini diambil dari kata *keyword* yang didapatkan pada proses *mind mapping* yaitu perubahan dan tepat waktu. *Tagline* ini juga menggunakan Bahasa Indonesia yang singkat dan menunjukkan kata urgensi kepada audiens untuk segera dilakukan.

d. *Application*

Pada tahap ini, penulis akan menentukan *font* yang cocok untuk logo tersebut, menentukan elemen yang cocok untuk digunakan dan membuat beberapa alternatif logo serta warna yang akan dipakai.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hubungan Pola Hidup Sehat dan *Clean Eating*

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan ns. Serlin Hia, S. Kep, terdapat hubungan antara pola hidup sehat dan *clean eating* khususnya di masalah kesehatan, khususnya pada pandemic Covid-19. Pada pandemi Covid-19 kasus kematian terbanyak yaitu karena adanya penyakit bawaan atau komorbid seperti jantung, paru-paru, diabetes, gangguan imun, darah tinggi dan kanker. Gaya hidup juga sangat berpengaruh dalam kesembuhan pasien, penyakit itu muncul karena gaya hidup yang salah bisa dari makanan/kurang beristirahat. *Clean eating* merupakan salah satu cara untuk menjaga kesehatan tubuh namun masih banyak kalangan yang belum memahaminya. Padahal *clean eating* sudah banyak dilakukan mulai dari zaman dahulu tetapi seiring perkembangan zaman jadi adanya perubahan/pergeseran pola makan. *Clean eating* itu adalah memakan makanan alami atau tidak makan makanan olahan sehingga makanan akan lebih mudah dicerna di dalam metabolisme tubuh. Vitamin, mineral dan zat-zat penting lainnya yang akan diserap tubuh juga pastinya akan lebih banyak. Karena penggunaan media sosial yang tinggi terutama bagi anak dan remaja, sehingga pengenalan *clean eating* ini penting untuk mengembalikan lagi gaya hidup yang sehat.

Kemudian, Wawancara dilakukan kepada Annisa Qhotrunada Oktaviani, seorang mahasiswa Universitas Negeri Islam Walisongo, Semarang jurusan ilmu gizi dapat diketahui bahwa pola hidup sehat penting dilakukan sejak usia muda karena zaman sekarang banyak makanan yang cepat saji dan olahan yang sebenarnya harus sedini mungkin dikurangi untuk dikonsumsi, karena akan mempengaruhi kondisi kesehatan seperti kolestrol dan hipertensi dikarenakan banyak orang

yang salah mengerti tentang apa itu gizi yang seimbang. Biasanya orang menilai bahwa makanan yang sehat hanya jika tidak mengkonsumsi *juck food*, padahal gizi seimbang itu adalah makan secara teratur dan disetiap makanan yang dimakan ada lauk hewani, nabati, sayur, dan buah. Serta jangan lupa minum air mineral yang cukup. *clean eating* itu bisa membuat cara pola hidup menjadi lebih sehat namun banyak orang yang belum menerapkan bahwa mengetahui tentang *clean eating*. Padahal banyak sekali manfaatnya bagi tubuh misalnya menstabilkan berat badan, gula darah, daya tahan tubuh lebih kuat dan masih banyak lagi.

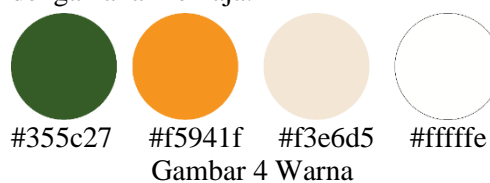
4.2 Kampanye Clean Eating di Media Sosial Instagram

Bedasarkan hasil survey kuesioner oleh 90 responden, dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram adalah *platform* yang paling sering digunakan oleh usia remaja. Penulis akan menggunakan sosial media Instagram untuk menyampaikan pesan utama dari kampanye tersebut, kemudian penulis akan membagi kampanye tersebut dengan beberapa alur yaitu 9 *post Instagram feeds* berupa fakta-fakta yang akan terjadi jika tidak melakukan pola hidup sehat. Kemudian 9 *post Instagram feeds* berupa penjelasan tentang *clean eating* yang mengarah pada penyampaian pesan bahwa melakukan *clean eating* itu sangat mudah dan makan sehat itu enak. Pada kampanye ini juga ingin melibatkan *Influencer* Kushandari Arfanidewi @kelincitertidur yang merupakan *Healthy Enthusiast* sehingga cocok dengan pola makan sehat *clean eating*. Tidak lupa ada beberapa konten menarik seperti *games*. Ada juga *Instagram story* untuk melengkapi kampanye tersebut, bisa menggunakan fitur *poll*, *quiz*, dan *questions*. Selanjutnya penulis akan membuat beberapa media pendukung seperti poster, *totebag*, pin, stiker, x-banner, *notebook* dan gantungan kunci

yang digunakan sebagai *merchandise*. Sebagai pelengkap penulis juga membuat buku panduan *clean eating* yang akan diunggah pada bio akun Instagram berupa buku digital.

Warna

Warna merupakan suatu elemen penting dalam perancangan desain untuk memberikan suasana dan ketertarikan tertentu. Warna yang digunakan untuk perancangan kampanye ini diambil dari mood board yaitu warna hijau, jingga, dan coklat muda dan putih. Warna ini diambil karena warna tersebut menampilkan kesan alami, tenang, energi dan ceria, dimana hal ini sangat cocok dengan anak remaja.



Gambar 4 Warna

Logo

Dalam perancangan logo, penulis menggunakan jenis logo wordmark dengan kata “Aksara” yaitu singkatan dari Aksi Sehat Remaja. Kata ini diambil berdasarkan keyword yang didapat pada proses *mindmapping* yaitu remaja dan mengutamakan kesehatan.



Gambar 5 Sketsa Alternatif Logo

Elemen mangkok dan daun melambangkan makanan yang alami dan sehat. Elemen yang digunakan dibuat menggunakan *shape*. Warna yang dipakai pada logo juga sesuai dengan *mood board* untuk menampilkan kesan yang ceria, hangat, tenang dan alami. Logo ini juga menggunakan jenis font *Simply Rounded Bold* untuk terlihat tegas dan jelas saat dibaca.



Gambar 6 Logo

5. KESIMPULAN

Kurangnya informasi mengenai *clean eating* serta *audiens* yang belum pernah melakukan pola hidup sehat dengan *clean eating* menyebabkan usia remaja rentan terserang berbagai penyakit degeneratif berbahaya. Maka sebagai upaya kampanye *clean eating* diperlukan sebuah identitas pengenal yaitu berupa logo. Logo yang dirancang menjawab kebutuhan kampanye *clean eating* pada media sosial Instagram yang diharapkan mampu membuat usia remaja lebih *aware* terhadap kesehatannya mulai dari sekarang apalagi masih adanya virus Covid-19 yang menyebabkan pentingnya melakukan pola hidup yang sehat agar imun tubuh lebih tinggi. Logo “Aksara” yang dibuat juga sangat menggambarkan kesan segar seperti buah dan sayuran yang dibuat untuk menarik anak remaja.

DAFTAR PUSTAKA

Anang Sugeng Cahyono. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia.

Anggraeni, L., Muslihudin, M., Aprianto, R., Sistem Informasi, P., Pringsewu, S., & Wisma Rini, J. (2022). GERAKAN PRODUKTIF DAN POLA HIDUP SEHAT DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DESA PANUTAN (Vol. 3, Issue 2).

Eko, S., Sinaga, N., Dosen, S., Keperawatan, A., & Lebak, Y. Y. (2018). ANTARA JENIS KELAMIN DAN SIKAP DALAM GAYA HIDUP SEHAT MAHASISWA.

Kadir Kenny. (2017). Perancangan Kampanye Sosial Pola Makan Eating Clean.

Maula Fauzi, A., Haris Sumadiri, A., & Rahmi Astuti, D. (2020). Kampanye Public Relations Tentang Sistem Kerja Parlemen Dalam Mengedukasi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2), 179–196. <https://doi.org/10.15575/reputation.v3i2.2308>

Nurauliani, Y., Iswandi, H., & Patriansyah, M. (2019). BESAUNG JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA VOLUME 4 NO 2 MARET 2019 Perancangan Kampanye Kesadaran Pola Makan Sehat Bagi Masyarakat Kota Palembang.

Sisca Amelia, Qoute Nuraini, & David Nugroho. (2019). Pengaruh Kampanye Komunikasi pada Gerakan “Bogoh Ka Bogor” Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.

Utomo, B., Bima W, O., Christianna, A., Komunikasi, D., & Desain, D. (2016). Perancangan Media Kampanye Makanan Vegetarian Sebagai Salah Satu Solusi Hidup Sehat.