

# Perancangan Kampanye Sosial melalui Media Instagram terkait Edukasi Diet Ketogenik untuk Generasi Muda

Michelle Aurellia<sup>1</sup>, Anang Tri Wahyudi<sup>2</sup>, Yusuf Hendra Yulianto<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra,  
Jl. Siwalankerto No. 121-131, Surabaya  
Email: e12180101@john.petra.ac.id

## Abstrak

Saat ini ada berbagai macam jenis diet yang dapat dilakukan. Berdasarkan observasi terhadap pengalaman orang di sekitar, masih ada beberapa orang yang salah mengartikan diet dan melakukannya dengan cara yang salah dan ekstrim. Melihat realitas akan kurangnya pengetahuan masyarakat, maka pemberian edukasi akan pentingnya pengetahuan yang benar tentang diet dan cara menerapkan salah satu alternatif diet yang sehat dan benar perlu dilakukan. Upaya pemberian edukasi ini akan dilakukan dalam bentuk kampanye sosial yang akan terfokus pada topik terkait diet ketogenik, dengan nama "Daily Keto", dan akan disebarluaskan melalui media sosial Instagram kepada masyarakat Indonesia. Media tersebut dipilih karena Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, yang efektif untuk dijadikan sarana penyebaran informasi dan edukasi dalam bentuk visual yang menarik dan interaktif. Metode analisis data menggunakan metode 5W+1H terkait topik yang diangkat kepada narasumber dengan rentang usia 18-25 tahun. Melalui kampanye sosial ini, audiens mendapatkan ilmu dan pengetahuan baru melalui konten-konten yang bersifat dapat dipelajari, interaktif, dan dapat disebarluaskan juga oleh audiens.

**Kata Kunci:** kampanye sosial, diet ketogenik, media sosial, generasi muda, dan daily keto.

## Abstract

**Title:** *Designing Social Campaign through Instagram Related to Ketogenic Diet Education for Young Generation*

*There are so many types of diet that could be done these days. Based on the observation towards the experience of people around, there are still some people that misinterpreting diet and doing it in the wrong and extreme way. Looking at the reality, with the lack of people's knowledge, it is necessary to provide education on the importance of the correct knowledge about diet and how to implement one of the diet's alternatives in a healthy and correct way. This educational effort will be brought up in the form of a social campaign that will be focused on the topic that is related to ketogenic diet, with the name "Daily Keto", and will be spreaded through social media, specifically Instagram, to the people all around Indonesia. This media has been chosen because Instagram is one of the social medias that is very popular around people, especially the young generation, which is effective as a platform for spreading information and educating people in an attractive and interactive visual form. This thesis is using the 5W+1H method for analyzing data related to the topic raised, from people with an age range of 18-25 years for resources. Through this social campaign, the audience are gaining new knowledge from the contents that are learnable, interactive, and can also be distributed by the audience.*

**Keywords:** *social campaign, ketogenic diet, social media, young generation, and daily keto.*

## Pendahuluan

Kesehatan menjadi salah satu faktor utama yang dapat menunjang performa seseorang dalam beraktivitas dan melakukan kegiatan sehari-hari. Seseorang yang terlihat sehat, namun memiliki berat badan yang tidak ideal pun dapat menimbulkan suatu masalah kesehatan yaitu obesitas. Obesitas atau kegemukan yang berlebihan

merupakan suatu kondisi kesehatan seseorang yang mengalami kelebihan lemak tubuh. Seseorang yang mengalami obesitas akan lebih rentan mengalami berbagai macam masalah kesehatan, misalnya penyakit jantung, stroke, diabetes, beberapa jenis kanker, penyakit kandung empedu, *sleep apnea*, dan juga *osteoarthritis* (radang sendi). Untuk dapat menjaga stabilitas berat badan dan dapat terhindar dari kelebihan berat badan, seseorang harus

mengatur pola hidup dan juga pola makan secara sehat, biasanya dengan cara melakukan diet.

Di masa sekarang, masih ada kebanyakan orang yang salah persepsi tentang diet dan melakukannya dengan cara yang salah dan bahkan ekstrim. Mayoritas menjalankan diet dengan cara mengurangi porsi makan secara drastis bahkan bisa sampai tidak mengonsumsi makanan apapun dalam satu hari. Padahal untuk menjalankan aktivitas sehari-hari, seseorang memerlukan tenaga yang sumbernya kita dapatkan dari makanan. Hal itu tentu akan menimbulkan efek samping yang negatif terhadap kesehatan, pencernaan, bahkan dapat melemahkan daya tahan tubuh seseorang.

Ada berbagai macam alternatif diet sehat dan efektif yang berkembang di masyarakat, salah satunya adalah diet ketogenik. Diet ketogenik atau diet keto merupakan diet *low carb* karena merupakan jenis diet dengan asupan karbohidrat yang rendah dibandingkan dengan lemak dan protein. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa diet *low carb* dapat mengatasi masalah jantung apabila mengonsumsi lemak dan protein yang sehat.

Melihat realitas akan kurangnya pengetahuan masyarakat, maka pemberian edukasi akan pentingnya pengetahuan yang benar tentang diet dan cara menerapkan salah satu alternatif diet yang sehat dan benar perlu dilakukan. Upaya pemberian edukasi ini akan dilakukan dalam bentuk kampanye sosial yang akan terfokus pada topik terkait diet ketogenik, dan akan disebarluaskan melalui media sosial Instagram kepada masyarakat Indonesia. Media tersebut dipilih karena Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, yang efektif untuk dijadikan sarana penyebaran informasi dan edukasi dalam bentuk visual yang menarik dan interaktif.

## Metode Perancangan

### Sumber Data

Dalam perancangan ini diperlukan data-data yang diperoleh dari:

1. Data Primer  
Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dengan narasumber (rentang usia 18-25 tahun) dengan cara memberikan pertanyaan 5W+1H terkait topik yang diangkat. Observasi terhadap pola perilaku masyarakat juga dilakukan guna mengetahui bagaimana realitas yang terjadi di masyarakat terkait kurangnya kesadaran akan pentingnya edukasi

mengenai diet dan cara tepat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, dan juga untuk mempelajari perilaku dan kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media Instagram serta ketertarikan mereka terhadap informasi dan konten interaktif yang ada di media Instagram.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai data yang sudah ada, seperti buku, jurnal, dan juga beberapa artikel kesehatan yang berhubungan dengan diet dan diet ketogenik.

## Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan perancangan, dengan cara:

1. Penelusuran Data *Online / Internet Searching*  
*Internet searching* merupakan teknik pengumpulan data melalui bantuan alat pencarian di internet yang memuat berbagai macam informasi dari berbagai era yang berhubungan dengan topik perancangan terkait.
2. Dokumen  
Dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi perancangan berupa sumber tertulis, film, dan gambar.
3. Wawancara  
Wawancara dengan beberapa narasumber yang berkaitan dengan topik perancangan dan sesuai dengan target audiens dilakukan guna mengumpulkan informasi tentang topik perancangan terkait.

## Alat Pengumpulan Data

Untuk mendukung penelitian ini, alat yang digunakan adalah:

1. Laptop dan internet
2. *Handphone*
3. Alat Tulis
4. Google Meet & Zoom

## Metode Analisa Data

Metode analisa data dalam perancangan ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara terhadap narasumber menggunakan metode 5W+1H terkait topik perancangan yang diangkat. Melalui data yang telah dikumpulkan tersebut, dilakukan analisis data guna mempelajari perilaku dan kebiasaan target audiens.

## Teknik Analisa Data

Dalam menyusun perancangan ini, diperlukan analisa terhadap data yang telah terkumpul melalui wawancara langsung dengan narasumber, menggunakan metode 5W+1H terkait topik perancangan yang diangkat.

1. *What*  
Menganalisis data yang menjawab dan memberi opini tentang peran diet terhadap kesehatan generasi muda di Indonesia.
2. *When*  
Menganalisis data yang menjawab dan memberi opini tentang waktu dan momen dimana kebutuhan masyarakat Indonesia, terutama generasi muda, terhadap edukasi terkait kesehatan dan diet dapat terpenuhi.
3. *Who*  
Menganalisis data yang menjawab dan memberi opini tentang karakteristik target audiens yang mayoritas membutuhkan edukasi terkait kesehatan dan diet, serta yang mayoritas aktif di sosial media.
4. *Why*  
Menganalisis data yang menjawab dan memberi opini tentang alasan mengapa diet dibutuhkan sebagai salah satu sarana pemenuhan kebutuhan kesehatan.
5. *Where*  
Menganalisis data yang menjawab dan memberi opini tentang dimana *platform* yang paling efektif guna menyebarkan kampanye sosial yang bersifat edukatif dan interaktif kepada masyarakat Indonesia, terutama generasi muda.
6. *How*  
Menganalisis data yang menjawab dan memberi opini tentang bagaimana perancangan kampanye sosial dengan konten edukatif dan interaktif terkait diet ketogenik dan bagaimana cara tepat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.

## Identifikasi dan Analisis Data

### Kampanye Sosial

Kampanye sosial adalah kegiatan berkampanye yang dilakukan oleh seseorang dengan serangkaian tindakan untuk mengkomunikasikan pesan yang biasanya berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Kampanye sosial merupakan kampanye yang bersifat nonkomersial karena tujuannya adalah perubahan agar masyarakat menjadi lebih baik. Menurut Kotler & Roberto (1989) kampanye sosial dibuat untuk merubah sikap dan perilaku masyarakat umum maupun tertentu. Sedangkan menurut Leslie B. Snyder,

kampanye sosial adalah sebuah aktivitas terorganisir yang ditujukan untuk khalayak tertentu, dikerjakan dalam jangka waktu yang ditentukan dan untuk mencapai tujuan tertentu.

### Media Sosial

Media sosial merupakan media yang digunakan secara *online* untuk melakukan komunikasi jarak jauh menggunakan jaringan internet, serta menjadi wadah yang dimanfaatkan untuk berkumpul dan berkomunikasi secara *online* guna memperoleh suatu informasi.

### Instagram

Instagram adalah media sosial berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara *online*. Instagram berasal dari dua kata yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata “instan” seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”, Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga arti kata Instagram sendiri berasal dari kegunaannya sendiri yaitu dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

### Diet Ketogenik

Diet ketogenik merupakan diet tinggi lemak dan rendah karbohidrat yang akan menciptakan keadaan ketosis bagi tubuh (Wisnu dkk, 2017).

Ketosis sendiri merupakan proses metabolisme yang normal dan tidak berbahaya, dimana tubuh akan menghasilkan senyawa yang disebut keton. Ketosis terjadi saat tubuh kekurangan karbohidrat untuk dibakar menjadi energi, sehingga tubuh akan membakar lemak sebagai ganti untuk mencukupi kebutuhan energinya.

## Analisa Data dan Pembahasan

### Hasil Analisa Data

Melalui observasi dan wawancara terstruktur bersama narasumber yang dibedakan dari topik pertanyaan (seputar kesehatan, diet, dan media) dan jenis kelamin, berikut adalah hasil analisis data yang didapat menggunakan metode 5W+1H:

Pertanyaan tentang diet secara umum, pola hidup, dan ukuran orang sehat:

1. Audiens Pria : penampilan fisik dan massa tubuh menjadi ukuran dimana seseorang dapat dikatakan sehat. Mengetahui beberapa jenis diet seperti OCD, diet karbohidrat, dan diet tinggi protein. Mayoritas menjalani pola hidup sehat dengan olahraga seperti gym, bersepeda, bulu tangkis, futsal, dan basket. Belum maksimal dalam menjalani pola hidup sehat, olahraga berjalan namun pola makan dan jam makan masih berantakan. Koresponden pria mengimbangi pola makan mereka dengan olahraga lebih sering dan konsumsi vitamin.
2. Audiens Wanita : berat badan, fisik, kesehatan kulit, wajah dan penampilan secara keseluruhan menjadi ukuran dimana seseorang dapat dikatakan sehat. Mengetahui beberapa jenis diet seperti OCD, diet karbohidrat, diet melilea (diet yang hanya makan bubur: susu). Wanita lebih jarang melakukan olahraga berat seperti pria, olahraga yang dilakukan seperti *jogging*, treadmill, bersepeda, yoga, *workout* atau senam. Wanita biasanya lebih fokus saat memilih makanan, terutama menghindari yang berlemak, dan akan sebisa mungkin mengurangi porsi makan untuk menjaga berat dan bentuk tubuh. Beberapa wanita mengkonsumsi obat dan minuman herbal sebagai program diet yang dijalani. Koresponden wanita mayoritas menerapkan pola hidup sehatnya dengan mengkonsumsi vitamin dan jus.
3. Umum : mengatur pola makan untuk mendapatkan tubuh ideal, serta membatasi porsi dan frekuensi makan. Menyatakan bahwa diet memang perlu dan penting untuk dilakukan pada zaman ini dengan alasan diperlukannya menerapkan pola hidup sehat, serta sudah begitu banyak tempat makan yang menyediakan berbagai macam varian makanan yang tidak diketahui baik atau tidaknya untuk tubuh, dan diet penting dilakukan untuk menjaga kesehatan. Diet identik dengan tidak makan, mengurangi porsi makan, dan tidak makan yang berlemak.

Pertanyaan tentang diet ketogenik dan ketertarikan mereka untuk mencoba diet ketogenik:

1. Umum : mengetahui tentang adanya diet ketogenik tetapi masih belum memahami secara mendalam, belum mengerti bagaimana cara penerapannya yang benar, belum mengetahui secara spesifik bahan makanan apa saja yang boleh dikonsumsi dan tidak. Sebagian tidak tahu akan adanya diet ketogenik. Sebagian besar

tertarik untuk mencoba diet ketogenik dan sisanya masih mempertimbangkan dengan alasan pengorbanan yang harus mereka lakukan saat menjalani diet.

Pertanyaan tentang media dan kampanye sosial:

1. Umum : mendukung adanya kampanye sosial di media Instagram karena mayoritas sering menggunakan media sosial Instagram dalam keseharian mereka. Koresponden menyatakan akan tertarik dengan adanya kampanye sosial yang bersifat edukatif dan interaktif terkait kesehatan, apalagi bila didukung visual dan konten yang menarik.

### Pembahasan

Melalui hasil analisa data mengenai topik terkait, dapat dilihat bahwa permasalahan masyarakat Indonesia yang berhubungan dengan kesehatan dan diet saat ini adalah kurangnya *awareness* terhadap pentingnya menjaga kesehatan sejak dini, serta pandangan yang masih salah tentang diet dan bagaimana cara penerapannya. Pengetahuan diet secara umum masih belum benar, sehingga seringkali diet menimbulkan persepsi yang kurang baik, seperti tidak nyaman dan menyiksa di mata banyak orang. Beberapa orang juga sudah pernah mencoba metode diet yang salah dengan seadanya pengetahuan. Padahal apabila tidak disalah artikan, diet dapat sangat membantu pola hidup sehat seseorang.

Bagi mayoritas individu, tujuan menjalani diet pun masih sebatas visual yaitu untuk mendapatkan bentuk tubuh yang ideal, padahal fungsi diet yang utama adalah tentang kesehatan tubuh. Audiens memiliki keinginan untuk menjalankan diet, namun karena berbagai alasan, seperti belum mengetahui pola diet apa yang harus dijalankan, serta ketidak inginan mereka untuk membatasi makan alias masih ingin makan enak, akhirnya memutuskan untuk menunda diet.

Melalui data-data tersebut, ditemukan solusi untuk permasalahan ini dengan cara membuat sebuah komunikasi visual dalam bentuk kampanye sosial yang bersifat edukatif dan interaktif, yang menggunakan media sosial Instagram sebagai *platform* penyebarannya, dengan diet ketogenik sebagai topik utamanya. Kampanye sosial tersebut akan memperkenalkan dan memberikan informasi seputar diet ketogenik dan bagaimana cara tepat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, dengan tujuan mampu memberikan pilihan pola diet kepada masyarakat Indonesia, terutama generasi muda.

## Konsep Kreatif

Perancangan kampanye sosial ini akan berfokus pada penggunaan media sosial Instagram sebagai media utama untuk menyebarkan konten-konten yang bersifat edukatif dan interaktif terkait diet ketogenik dan bagaimana cara tepat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.

## Tujuan Kreatif

Perancangan kampanye sosial ini memiliki tujuan utama untuk *spread awareness* kepada audiens terkait pentingnya edukasi mengenai kesehatan dan salah satu metode diet, yaitu diet ketogenik dan bagaimana cara tepat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Diharapkan juga melalui konten-konten yang dibagikan, audiens dapat mengetahui dampak positif apa saja yang didapatkan dari menjalankan diet ketogenik. Selain belajar, diharapkan audiens juga dapat berinteraksi melalui konten-konten interaktif yang dibagikan. Audiens diharapkan juga dapat membagikan informasi yang mereka dapatkan melalui kampanye sosial ini kepada orang-orang di sekitar.

## Strategi Kreatif

### Program Kreatif

Perancangan kampanye sosial dengan judul Daily Keto, berasal dari dua kata: *daily* yang artinya sehari-hari dan keto dari kata ketogenik, hendak menekankan arti bahwa kampanye sosial ini akan terfokus pada diet ketogenik untuk menemani keseharian audiens. Dilengkapi dengan slogan “*For your daily Keto needs!*” yang artinya kampanye sosial ini menyediakan segala kebutuhan audiens yang berhubungan dengan diet ketogenik.

Untuk pendekatan yang lebih santai dan bersahabat dengan audiens, dibuat juga panggilan untuk para audiens kampanye sosial ini yaitu “*Keto Friends*” yang artinya adalah teman keto. Sengaja menggunakan kata teman agar lebih terkesan dekat dan lebih mudah merangkul audiens.

## Strategi Media

### Target Perancangan

1. Geografis
  - Indonesia
2. Demografis
  - Laki-laki dan perempuan
  - Usia remaja dan dewasa; 18-25 tahun
  - SES: A-B

- Tingkat pendidikan: SMA dan Sarjana
3. Psikografis
    - *Material Comfort*
      - Memiliki uang yang cukup
      - Memperhatikan penampilan
    - *Up to date*
      - Mengikuti perkembangan zaman
      - Modern
      - Menikmati iklan
    - *Optimistic*
      - Memiliki kemauan untuk mencoba
      - Memiliki keinginan untuk menjalankan pola hidup sehat
  4. Behavioral
    - Mengetahui manfaat dan pentingnya hidup sehat, tetapi masih belum menerapkan pola hidup sehat
    - Aktif di media sosial Instagram

## Program Media

Konten yang disajikan merupakan gabungan dari konten edukasi dan konten interaktif.

Konten edukatif akan memuat topik seputar diet ketogenik dan bagaimana cara penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, dan juga topik seputar kesehatan tubuh.

Konten interaktif adalah konten yang dibuat agar audiens berpartisipasi secara aktif, bukan hanya melihat, menonton atau mendengarkan konten yang disediakan saja. Para *followers* atau audiens juga bisa berinteraksi dengan pengguna lain pada konten yang disediakan, misalnya pada kolom komentar. Tujuan dari konten interaktif adalah agar dapat menaikkan *engagement* di akun Instagram. Beberapa contoh konten interaktif yang akan dimuat pada *feeds* maupun *story* adalah *quotes* atau kutipan, *polling (this or that, yes or no)*, jajak pendapat atau survei yang bertujuan untuk meminta jawaban mengenai umpan balik audiens tentang konten, produk, layanan, wawasan audiens mengenai konten, dan sebagainya.

Untuk menambah interaksi serta *engagement* akun, disediakan juga *hashtag #TogetherwithDailyKeto* yang berfungsi sebagai wadah *sharing* yang bisa digunakan oleh para audiens apabila mereka ingin berbagi hal-hal seperti *progress*, testimoni, dan juga saran yang berkaitan dengan Daily Keto.

## Estimasi Biaya

Tabel 1. Estimasi pengeluaran biaya kampanye sosial Daily Keto

No	Media	Biaya
1.	Logo	Rp 500.000,00
2.	Layout Konten Instagram Feeds	Rp 900.000,00
3.	Instagram Ads	Rp 150.000,00
<b>Total Biaya Media</b>		<b>Rp 1.550.000,00</b>

## Hasil Perancangan

### Logo

Logo digunakan untuk merepresentasikan Daily Keto; digunakan sebagai foto profil Instagram akun @dailyketo.id dan digunakan sebagai watermark dalam beberapa hasil desain.

### Thumbnail Logo



Sumber: Dokumen Pribadi  
Gambar 1. Thumbnail Logo

### Tight Tissue Logo



Sumber: Dokumen Pribadi  
Gambar 2. Tight Tissue Logo

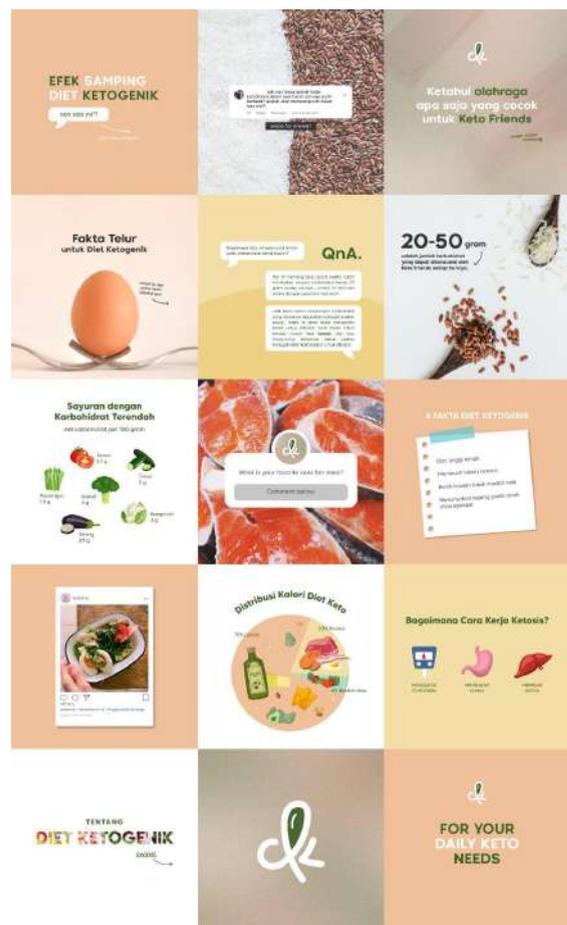
## Final Logo



Sumber: Dokumen Pribadi  
Gambar 3. Final Logo

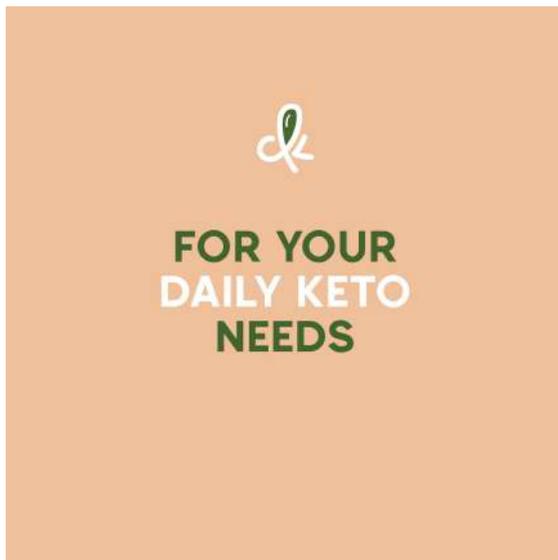
### Layout Feeds Instagram

Melalui perancangan ini dihasilkan sebuah komunikasi visual dalam bentuk kampanye sosial Daily Keto dalam bentuk 15 feeds Instagram yang akan disebarakan melalui akun Instagram @dailyketo.id.

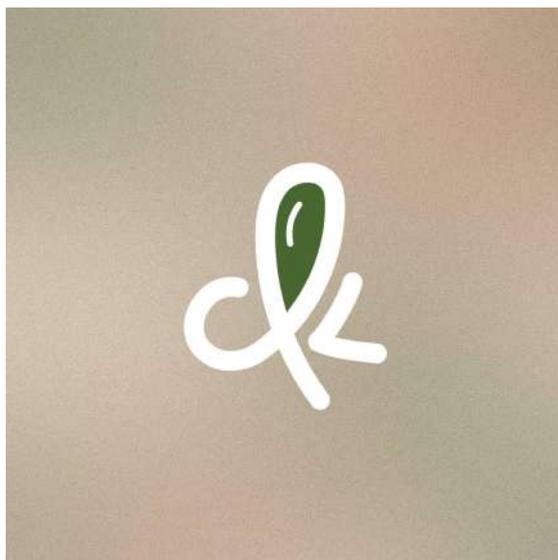


Sumber: Dokumen Pribadi  
Gambar 4. Layout Feeds Instagram

## Detail Feeds Instagram



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 5. Introduction: Tagline**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 6. Introduction: Logo**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 7. Edukasi: Tentang Diet Ketogenik Halaman 1**

### **Diet ketogenik**

= diet **low carb** karena merupakan jenis diet dengan asupan karbohidrat yang rendah, dibandingkan dengan lemak dan protein yang akan menciptakan keadaan ketosis bagi tubuh.



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 8. Edukasi: Tentang Diet Ketogenik Halaman 2**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 9. Edukasi: Tentang Diet Ketogenik Halaman 3**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 11. Edukasi: Diagram Distribusi Kalori Diet Ketogenik**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 10. Edukasi: Visualisasi Cara Kerja Ketosis**



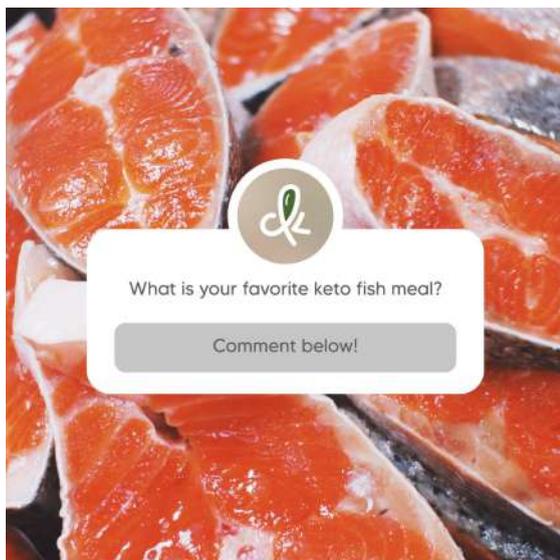
Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 12. Memperkenalkan *Hashtag* #TogetherwithDailyKeto**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 13. Edukasi: Fakta-Fakta Diet Ketogenik**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 15. Edukasi: Visualisasi Jenis Sayuran dengan Karbohidrat Terendah**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 14. Interaktif: What Is Your Favorite Keto Fish Meal?**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 16. Edukasi: Jumlah Karbohidrat yang Dapat Dikonsumsi Pelaku Diet Ketogenik**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 17. Edukasi: QnA**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 19. Edukasi: Fakta Telur untuk Diet Ketogenik Halaman 2**



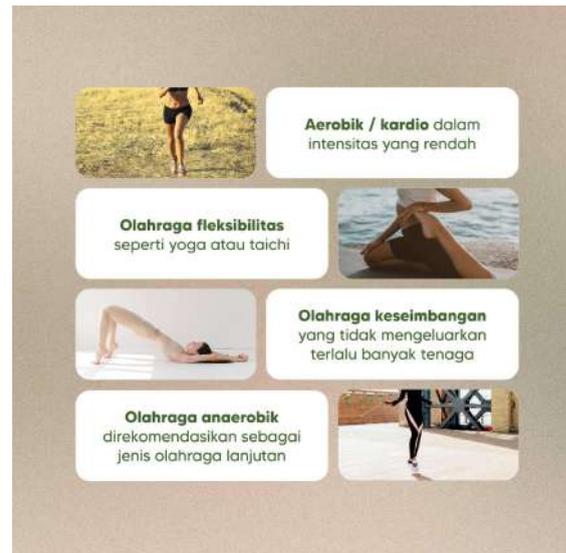
Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 18. Edukasi: Fakta Telur untuk Diet Ketogenik Halaman 1**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 20. Edukasi: Fakta Telur untuk Diet Ketogenik Halaman 3**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 21. Edukasi: Fakta Telur untuk Diet Ketogenik Halaman 4**



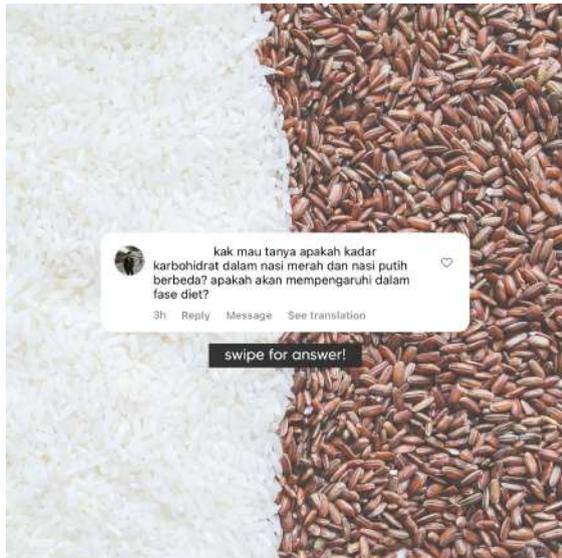
Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 23. Edukasi: Olahraga yang Cocok untuk Pelaku Diet Ketogenik Halaman 2**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 22. Edukasi: Olahraga yang Cocok untuk Pelaku Diet Ketogenik Halaman 1**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 24. Edukasi: Olahraga yang Cocok untuk Pelaku Diet Ketogenik Halaman 3**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 25. Edukasi: Perbandingan Kadar Karbohidrat Nasi Merah dan Nasi Putih, Pengetahuan Tentang Nasi Shirataki Halaman 1**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 27. Edukasi: Perbandingan Kadar Karbohidrat Nasi Merah dan Nasi Putih, Pengetahuan Tentang Nasi Shirataki Halaman 3**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 26. Edukasi: Perbandingan Kadar Karbohidrat Nasi Merah dan Nasi Putih, Pengetahuan Tentang Nasi Shirataki Halaman 2**

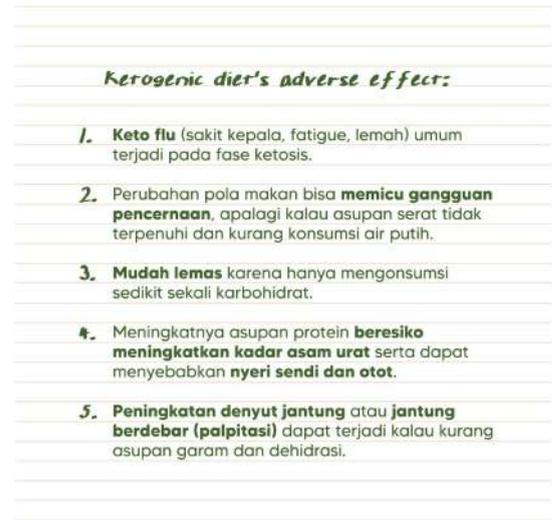


Berbeda dari beras biasanya, beras shirataki **terbuat dari ilies-iles** yang tumbuh di hutan. Iles-iles adalah umbi, sayuran yang biasanya ditemui di tengah hutan. Konon, ketika masa penjajahan Jepang, umbi ini biasanya dikonsumsi sebagai pengganti nasi.

Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 28. Edukasi: Perbandingan Kadar Karbohidrat Nasi Merah dan Nasi Putih, Pengetahuan Tentang Nasi Shirataki Halaman 4**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 29. Edukasi: Perbandingan Kadar Karbohidrat Nasi Merah dan Nasi Putih, Pengetahuan Tentang Nasi Shirataki Halaman 5**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 31. Edukasi: Efek Samping Diet Ketogenik dan Cara Meminimalisirnya Halaman 2**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 30. Edukasi: Efek Samping Diet Ketogenik dan Cara Meminimalisirnya Halaman 1**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 32. Edukasi: Efek Samping Diet Ketogenik dan Cara Meminimalisirnya Halaman 3**

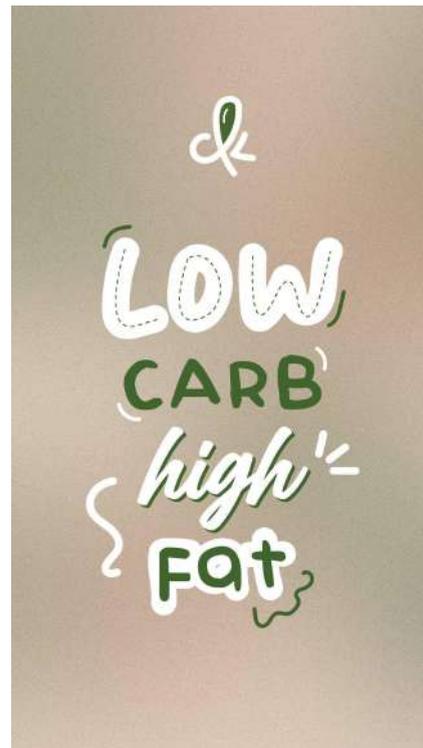


Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 33. Edukasi: Efek Samping Diet Ketogenik dan Cara Meminimalisirnya Halaman 4**

Instagram Story @dailyketo.id



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 34. Poster Tagline**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 35. Poster Low Carb High Fat**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 36. Poster Sharing dengan Hashtag**



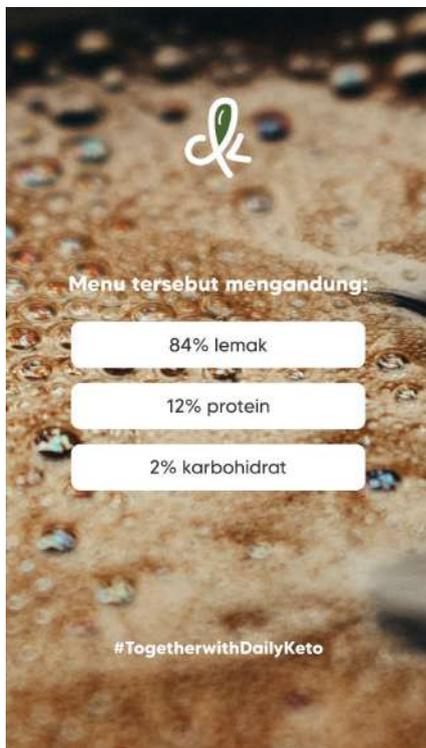
Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 37. Daily Menu: Kopi Hitam Halaman 1**



**Bandingkan Kalori Caesar Teaser Wrap & Salad**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 39. Edukasi: Perbandingan Kalori Caesar Teaser Wrap & Salad Halaman 1**



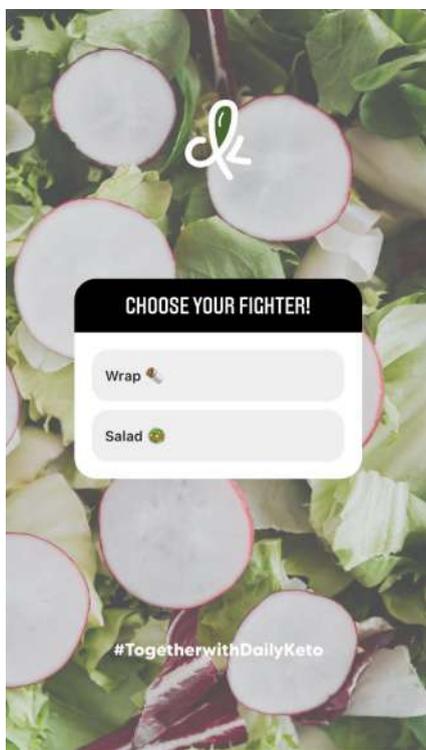
Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 38. Daily Menu: Kopi Hitam Halaman 2**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 40. Edukasi: Perbandingan Kalori Caesar Teaser Wrap & Salad Halaman 2**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 41. Edukasi: Perbandingan Kalori Caesar Teaser Wrap & Salad Halaman 3**



Sumber: Dokumen Pribadi  
**Gambar 42. Polling Caesar Teaser**

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang sudah dikemukakan dari bab 1 hingga 4 mengenai pemberian edukasi kepada generasi muda dengan rentang usia 18-25 tahun terkait diet ketogenik dan bagaimana cara tepat penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, didapatkan kesimpulan bahwa pendidikan kesehatan terutama tentang diet sangat diperlukan di masa sekarang. Kurangnya *awareness* dan pengetahuan audiens menjadi salah satu motivasi penulis membuat perancangan kampanye sosial ini.

Setelah membuat akun @dailyketo.id di media sosial Instagram, dapat dilihat bahwa dampak dan respon dari audiens cukup positif. Audiens mendapatkan ilmu dan pengetahuan baru melalui konten-konten yang disebar oleh akun Instagram @dailyketo.id seputar kesehatan yang terfokus pada diet ketogenik. Konten-konten tersebut bersifat dapat dipelajari, interaktif, dan dapat disebar juga oleh audiens. Terbukti perancangan ini telah berhasil mencapai tujuan dan manfaat yang sudah ditetapkan.

## Saran

Perancangan kampanye sosial ini masih memiliki beberapa kekurangan dan masih perlu dikembangkan kembali untuk kedepannya. Saran untuk perancangan kampanye sosial ini adalah kedepannya dapat dikembangkan lagi untuk konten edukatif terkait diet ketogenik, serta perlu diperbanyak lagi konten interaktif baik di *feeds* maupun *story* guna meningkatkan *engagement* dan menarik perhatian audiens. Diharapkan juga kedepannya dapat menyediakan sebuah konten edukatif yang informasinya berasal dari seorang narasumber terpercaya guna meningkatkan kepercayaan audiens terhadap konten-konten yang disebar oleh Daily Keto.

## Daftar Pustaka

Aisha, M. (2018, 24 Mei). *Pengertian Kesehatan Menurut Para Ahli, WHO, dan Depkes*. Diakses pada 4 Juni 2021 dari <https://jagad.id/pengertian-kesehatan-menurut-para-ahli-who-dan-depkes/>

Amandani, Purwanti. (2019). *Hubungan antara diet ketogenik dengan regulasi emosi pada dewasa awal*. (Diploma thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung). Diakses pada 6 Juni 2021 dari [http://digilib.uinsgd.ac.id/24037/4/4\\_bab1.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/24037/4/4_bab1.pdf)

Hu T, Yao L, Reynolds K, et al. (2015, September 17). *The Effects of a Low-Carbohydrate Diet vs. a Low-Fat Diet on Novel Cardiovascular Risk Factors: A Randomized Controlled Trial*. *Nutrients*. Diakses pada 22 Juni 2021 dari <https://www.mdpi.com/2072-6643/7/9/5377>

Noya, A. (2017, 21 November). *Diet Keto: Ketahui Manfaat, Cara Menjalani, dan Risikonya*. Diakses pada 4 Juni 2021 dari <https://www.alodokter.com/diet-keto-ketahuimanfaat-cara-menjalani-dan-risikonya>

Paoli, A. (2014, Februari 19). *Ketogenic diet for obesity: Friend or foe?*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Diakses pada 22 Juni 2021 dari <https://www.mdpi.com/1660-4601/11/2/2092/htm>

Pfau, Michael & Roxanne Parrot. (1993). *Persuasive Communication Campaign*. Massachusetts: Allyn & Bacon.

Rogers, E.M. & Storey J.D. (1987). *Communication Campaign*. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.). *Handbook of Communication Science*. New Burry Park: Sage.

The Nutrition Source. *Diet Review: Ketogenic Diet for Weight Loss*. Harvard T.H. Chan School of Public Health. Diakses pada 6 Juni 2021 dari <https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-weight/diet-reviews/ketogenic-diet/>

Venus, Antar. (2007). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

World Health Organization. (2021, Juni 9). *Obesity and overweight*. World Health Organization. Diakses pada 22 Juni 2021 dari <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>