



**STRATEGI KAMPANYE KOMUNIKASI KESEHATAN ‘SEHATI’
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PENCEGAHAN
DIABETES MELITUS PADA USIA PRODUKTIF DI KOTA
SEMARANG**

(EVENT MANAGEMENT)

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi STr. Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Leonny Agustine

40020622650028

PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**STRATEGI KAMPANYE KOMUNIKASI KESEHATAN 'SEHATI' UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN PENCEGAHAN DIABETES MELITUS
PADA USIA PRODUKTIF DI KOTA SEMARANG**

Oleh

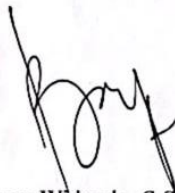
Leonny Agustine

40020622650028

Semarang, 16 Juli 2026

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Muhammad Bayu Widagdo, S.Sps, M.I.Kom

NIP. 198002262014041001

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun secara mandiri tanpa menyalin atau menggunakan karya yang telah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar sarjana atau diploma di institusi pendidikan manapun. Selain itu, penulis juga menegaskan bahwa tidak ada bagian dalam karya ini yang merupakan hasil dari publikasi atau karya pihak lain, kecuali yang telah dicantumkan secara jelas dalam daftar referensi dan pustaka. Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, penulis bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Nama : Leonny Agustine

NIM : 40020622650028

Tanda Tangan :



Tanggal : 16 Juli 2026

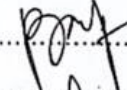
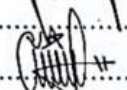
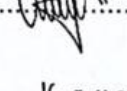
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Leonny Agustine
NIM : 40020622650028
Program Studi atau Konsentrasi : D4-Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Strategi Kampanye Komunikasi Kesehatan
'SEHATI' Untuk Meningkatkan Kesadaran
Pencegahan Diabetes Melitus Pada Usia
Produktif di Kota Semarang

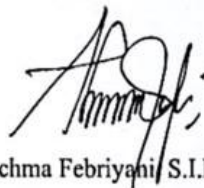
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian
persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada
Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom (.....)
Penguji I : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)
Penguji II : Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A. (.....)

Semarang, 16. Juli 2026

Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas



Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Sang Tri Ratna yang telah melimpahkan berkah serta kemudahan dalam setiap proses, sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan dan penyusunan hasil Tugas Akhir yang berjudul "Strategi Kampanye Komunikasi Kesehatan 'SEHATI' Untuk Meningkatkan Kesadaran Pencegahan Diabetes Melitus Pada Usia Produktif di Kota Semarang" Tugas Akhir ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi D4 Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Melalui pelaksanaan project ini, penulis berharap bahwa Kampanye SEHATI (Sehat Tanpa Diabetes) yang telah dirancang dan diimplementasikan dapat memberikan manfaat bagi Dinas Kesehatan Kota Semarang sebagai mitra, khususnya dalam mendukung upaya promosi kesehatan serta meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai pentingnya pencegahan diabetes melitus melalui penerapan gaya hidup sehat.

Pembahasan dalam Tugas Akhir ini tersusun ke dalam lima bab yang saling berkaitan satu sama lain. Secara garis besar, pembahasan pada setiap bab dijelaskan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang mengenai meningkatnya prevalensi diabetes melitus di Indonesia serta rendahnya *awareness* masyarakat terhadap faktor risiko dan upaya pencegahannya. Bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta gambaran umum mengenai perancangan Kampanye SEHATI sebagai solusi komunikasi kesehatan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, menguraikan penelitian terdahulu yang relevan serta teori-teori yang menjadi landasan dalam perancangan kampanye, meliputi teori komunikasi kesehatan, kampanye komunikasi, *Integrated Campaign*, *awareness*, sikap, *behavioural intention*, serta konsep pendukung lainnya.

BAB III METODE PELAKSANAAN, membahas tahapan perancangan dan pelaksanaan Kampanye SEHATI yang meliputi proses riset, perencanaan strategi komunikasi, pengembangan identitas kampanye, produksi media komunikasi, implementasi kampanye digital dan luring, hingga metode evaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, menyajikan hasil implementasi Kampanye SEHATI beserta analisis terhadap efektivitas kampanye berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Pada bab ini dibahas hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test*, pencapaian *Key Performance Indicator* (KPI), analisis awareness, sikap, *behavioural intention*, penilaian peserta terhadap media kampanye, serta hambatan yang ditemui selama pelaksanaan kampanye.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dari keseluruhan proses perancangan dan pelaksanaan Kampanye SEHATI serta saran yang dapat menjadi masukan bagi pengembangan kampanye komunikasi kesehatan di masa mendatang.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan maupun penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan karya di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir berjudul “Strategi Kampanye Komunikasi Kesehatan ‘SEHATI’ Untuk Meningkatkan Kesadaran Pencegahan Diabetes Melitus Pada Usia Produktif di Kota Semarang” ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak sebagai salah satu referensi dalam mengembangkan kampanye komunikasi kesehatan yang efektif dan berkelanjutan.

Semarang, 2 Juli 2026



Leonny Agustine

NIM 40020622650028

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Instead of being perfect, I hope I can do better than yesterday” – Jeon Wonwoo

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, karya ini penulis persembahkan kepada Sang Tri-Ratna atas penyertaan-Nya dalam setiap proses kehidupan penulis. Kepada Papa, Mama, dan Cici tercinta yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan tanpa henti. Kepada segenap civitas akademik Program Studi Informasi dan Humas, serta kepada sahabat, teman seperjuangan, dan orang-orang baik yang selalu hadir memberikan semangat di setiap prosesnya. Terakhir, karya ini penulis persembahkan untuk diri sendiri, Leonny Agustine, yang memilih untuk terus melangkah, bertahan, dan menjadi lebih baik dari hari kemarin. Terima kasih telah sampai sejauh ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Sang Tri-Ratna atas segala berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Strategi Kampanye Komunikasi Kesehatan ‘SEHATI’ Untuk Meningkatkan Kesadaran Pencegahan Diabetes Melitus Pada Usia Produktif di Kota Semarang” dengan maksimal. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.Tr.S.I pada program studi S.Tr Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian tugas akhir tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan juga doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Kepada Sang Buddha, atas berkatnya sehingga penulis senantiasa diberikan kesehatan, kekuatan, dan juga kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Papa dan Mama tercinta, yang selalu mendukung apapun yang penulis lakukan. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tidak pernah berkurang, dan juga segala bentuk dukungan yang selalu diberikan selama penulis menjalani masa perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi tempat pulang, mengeluh, dan menjadi sumber kekuatan di setiap proses yang penuh tantangan. Semoga penyelesaian tugas akhir ini dapat menjadi pencapaian kecil sebagai bentuk terima kasih atas semua pengorbanan, kerja keras, dan cinta yang telah Papa dan Mama berikan. Gelar ini tidak hanya menjadi milik penulis, tetapi juga milik Papa dan Mama yang selalu berjalan bersama dalam setiap prosesnya. Love you Pa, Ma.
3. Ci Monic tersayang, yang selalu hadir dalam suasana apapun. Terima kasih untuk semua perhatian, dukungan, doa, dan semangat yang selalu diberikan, bahkan di saat penulis merasa lelah. Semoga pencapaian kecil ini dapat menjadi kebanggaan untuk cici, sebagaimana cici menjadi sosok

yang penulis selalu banggakan. Semoga kita selalu diberi kesempatan untuk saling mendukung, bertumbuh, dan merayakan banyak hal baik lainnya bersama. Love you cici.

4. Prof. Dr. Suharnomo, SE., M.S.i.. selaku Rektor Universitas Diponegoro.
5. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
6. Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Ko., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro. Terima kasih atas arahan, dukungan, dan kesempatan yang telah diberikan selama penulis menjalani proses perkuliahan.
7. Mas Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas segala waktu, kesabaran, serta arahan dan masukan yang diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis.
8. Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Mas Mohammed Aden Suryana, S.IP., M.A. selaku dosen penguji penulis. Terima kasih atas perhatian, kritik, dan arahan yang telah diberikan untuk memaksimalkan tugas akhir ini.
9. Seluruh civitas akademika Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan.
10. Ibu Herlina selaku perwakilan dari Dinas Kesehatan Kota Semarang. Terima kasih telah membantu koordinasi penulis dalam keberjalanan project tugas akhir ini.
11. PT. Nutrifood, Balloons by Cici, dan Tenda KR, yang menjadi *stakeholder* penting dalam tugas akhir ini. Terima kasih atas segala bentuk dukungan yang diberikan.
12. Maylaf Ariesta, selaku partner *project* tugas akhir penulis. Terima kasih sudah menjadi partner *project* yang selalu sehati dalam berbagai hal. Terima kasih sudah selalu mendukung penulis dan tidak pernah menyerah

seberat apapun rintangan di depan. Semoga semua kerja keras yang telah kita lakukan berbuah hasil terbaik dan menjadi awal dari perjalanan yang lebih indah di masa depan.

13. Ashya, Veve, Khia, dan Jeli, sebagai teman-teman penulis di circle Sparky. Terima kasih sudah menjadi bagian paling menyenangkan dalam masa-masa perkuliahan penulis sejak semester satu. Terima kasih telah tumbuh bersama, saling menguatkan, dan membuktikan bahwa perjalanan panjang ini terasa jauh lebih ringan karena dijalani bersama.
14. Acong dan Khia, selaku sahabat yang selalu hadir dalam kehidupan sehari-hari penulis. Terima kasih telah menjadi bagian dari rutinitas yang akan paling penulis rindukan. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini terasa jauh lebih ringan dan penuh warna.
15. Mirtha dan Auriel, selaku sahabat penulis. Terima kasih telah turut hadir dalam kehidupan kuliah ini. Terima kasih untuk segala cerita dan juga dukungan untuk penulis selama masa-masa perkuliahan.
16. Teman-teman lomba jelek yang sudah hadir dalam kehidupan penulis sejak semester satu. Terima kasih untuk segala pengalaman menyenangkan dan kebersamaan yang hangat selama ini..
17. Teman-teman KMBD (Ci Karen, Ci Muyapi, Ci Citta, Chalvin, Jesslin, Mettha, Chesia, Shifra, Varis, Jerico, Max, dan teman-teman lainnya), terima kasih sudah menjadi salah satu rumah untuk penulis yang selalu memberikan semangat dan doa untuk penulis. Terima kasih untuk segala memori dan pengalaman seru yang tidak akan pernah penulis lupakan.
18. Oni, sebagai penulis. Terima kasih sudah kuat dan berani memulai kembali. Terima kasih karena berani mencoba, belajar dari setiap kesalahan, dan tetap melangkah walaupun sering merasa ragu. Semoga setelah halaman terakhir Tugas Akhir ini selesai, kamu tidak lupa untuk bangga pada dirimu sendiri.

ABSTRAK

Diabetes melitus merupakan salah satu penyakit tidak menular yang prevalensinya terus meningkat di Indonesia. Rendahnya awareness masyarakat terhadap faktor risiko, gejala, dan upaya pencegahan diabetes melitus menjadi tantangan dalam pelaksanaan promosi kesehatan. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi kesehatan yang efektif melalui pendekatan *Integrated Campaign*. Tugas Akhir ini bertujuan merancang dan mengimplementasikan Kampanye SEHATI (Sehat Tanpa Diabetes) sebagai upaya meningkatkan awareness masyarakat terhadap pencegahan diabetes melitus. Metode pelaksanaan meliputi tahap riset, perencanaan, implementasi, dan evaluasi kampanye. Kampanye dilaksanakan melalui media digital berupa konten edukasi Instagram dan *7 Days Healthy Habit Challenge*, serta media luring berupa booth edukasi di kawasan Car Free Day Simpang Lima Semarang yang menghadirkan *Sugar Shock Display*, *spin wheel*, media edukasi, dan layanan pemeriksaan kesehatan bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Semarang. Evaluasi dilakukan menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur awareness, sikap, dan *behavioural intention* peserta. Hasil evaluasi menunjukkan rata-rata peningkatan awareness sebesar 44,8%, melampaui target *Key Performance Indicator* (KPI) sebesar 20%. Selain itu, mayoritas peserta menunjukkan sikap positif terhadap pencegahan diabetes melitus, memiliki niat menerapkan perilaku hidup sehat, serta memberikan penilaian yang baik terhadap media dan pelaksanaan kampanye. Dengan demikian, Kampanye SEHATI dinilai efektif sebagai media komunikasi kesehatan dalam meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai pencegahan diabetes melitus.

Kata kunci : Diabetes melitus, komunikasi kesehatan, *integrated campaign*, awareness, promosi kesehatan.

ABSTRACT

Diabetes mellitus is one of the most prevalent non-communicable diseases in Indonesia, with its incidence continuing to increase each year. The low level of public awareness regarding the risk factors, symptoms, and prevention of diabetes mellitus remains a major challenge in health promotion. Therefore, an effective health communication strategy through an integrated campaign approach is required. This final project aimed to design and implement the SEHATI (Sehat Tanpa Diabetes) campaign to increase public awareness of diabetes mellitus prevention. The campaign was conducted through four stages: research, planning, implementation, and evaluation. It integrated digital media, including Instagram educational content and the 7 Days Healthy Habit Challenge, with offline activities at the Car Free Day area in Simpang Lima, Semarang. The offline campaign featured a Sugar Shock Display, a spin wheel game, educational materials, and free health screening services in collaboration with the Semarang City Health Office. The campaign effectiveness was evaluated using pre-test and post-test questionnaires to measure participants' awareness, attitudes, and behavioral intentions. The evaluation results indicated an average awareness increase of 44.8%, exceeding the predetermined Key Performance Indicator (KPI) target of 20%. In addition, most participants demonstrated positive attitudes toward diabetes prevention, expressed intentions to adopt healthier lifestyles, and provided favorable evaluations of the campaign media and implementation. Therefore, the SEHATI campaign proved to be an effective health communication initiative in increasing public awareness of diabetes mellitus prevention through an integrated campaign approach.

Keywords: *diabetes mellitus, health communication, integrated campaign, awareness, health promotion.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	v
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan.....	19
1.4 Manfaat.....	19
1.4.1 Manfaat Teoritis	19
1.4.2 Manfaat Praktis	19
1.5 Luaran.....	21
BAB II.....	22
TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Kajian Terdahulu	22
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Public Relations	24
2.2.2 Kampanye Public Relations.....	27
2.2.3 Integrated Public Communication Campaign.....	28
2.2.4 4 Step Public Relations Process.....	28
2.2.5 Event Management.....	29

2.2.6	Promosi Kesehatan	31
2.2.7	Desain Grafis	32
BAB III		33
METODE PENGKARYAAN		33
3.1	Metode Pelaksanaan	33
3.1.1	Tahap Pre-event.....	34
3.1.2	Pelaksanaan Tahap <i>Event</i>	35
3.1.3	Pasca Pelaksanaan <i>Event</i>	36
3.2	Konsep Penciptaan Karya.....	36
3.3	Layout Rancangan Karya	39
3.3.1	Backdrop	39
3.3.2	Standing Banner	40
3.3.3	Flyer	41
3.3.4	Poster.....	41
3.4	Peran stakeholder.....	43
3.5	Checklist Persiapan Kegiatan	45
3.5.1	Penelitian dan Analisa Kebutuhan.....	45
3.5.2	Perancangan Konsep	45
3.5.3	Perencanaan Teknis dan Strategis	46
3.5.4	Koordinator	47
3.5.5	Evaluasi.....	47
3.6	Rancangan Anggaran Biaya.....	48
3.7	Pembagian Tugas Sumber Daya Manusia	49
3.8	Indikator Keberhasilan	51
BAB IV		54
HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	54
4.2	Analisis Masalah	55
4.3	Tahap Perancangan Karya Bidang Sesuai Job Description	56
4.3.1	Tahap Pra – Kegiatan proyek “Kampanye SEHATI (Sehat Tanpa Diabetes) di Kota Semarang” bersama Dinas Kesehatan Kota Semarang	57
4.3.2	Pelaksanaan Event	66

4.3.2.1	Analisis Kegiatan Dalam Pelaksanaan Kampanye Sehati (Sehat Tanpa Diabetes) – Event Management	66
4.3.2.2	Pengambilan Gambar dan Video.....	69
4.3.3	Pasca Pelaksanaan Kegiatan	71
BAB V		92
PENUTUP		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Kasus Diabetes Menurut IDF 2024.....	2
Gambar 1.2 Prevalensi Diabetes Secara Nasional Menurut Riskesdas Tahun 20234	
Gambar 1.3 Tingkat Kasus Diabetes Melitus Berdasarkan Kelompok Usia	6
Gambar 1.4 Dokumentasi Survei Pra-kegiatan.....	11
Gambar 1.5 Dokumentasi Survei Pra-kegiatan.....	11
Gambar 1.6 Grafik Jawaban Pertanyaan "Apa yang anda ketahui tentang faktor penyebab seseorang dapat mengalami diabetes melitus?"	12
Gambar 1.7 Grafik Jawaban Pertanyaan "Ketika seseorang menjalani pola hidup yang kurang sehat sejak dini, risiko kesehatan apa yang berpotensi terjadi di masa depan?"	13
Gambar 1.8 Pertanyaan Kuesioner "Saya merasa penting untuk mulai memperhatikan kesehatan meskipun belum mengalami gejala penyakit "	14
Gambar 1.9 Pertanyaan Kuesioner "Jika kamu diberikan kue-kue manis oleh temanmu, apakah kamu akan memakannya?"	15
Gambar 1.10 Pertanyaan Kuesioner "Jika kamu diberikan es teh manis jumbo oleh temanmu, apakah kamu akan meminumnya?"	15
Gambar 1.11 Pertanyaan Kuesioner "Saat anda membeli minuman, level gula seperti apa yang anda pilih?"	16
Gambar 1.12 Pertanyaan Kuesioner "Apakah kamu memiliki genetik diabetes dari keluarga?"	17
Gambar 3.1 Desain Backdrop	39
Gambar 3.2 Desain Standing Banner	40
Gambar 3.3 Desain Sisi Depan Flyer	41
Gambar 3.4 Desain Sisi Dalam Flyer.....	41
Gambar 3.5 Desain Poster.....	42
Gambar 3.6 Desain Poster.....	43

Gambar 4.1 Pengajuan Proposal Sponsorship	64
Gambar 4.2 Kolase Dokumentasi Kegiatan Kampanye Offline Sehati	69
Gambar 4.3 Dokumentasi Publikasi Press Release Kegiatan di Media Online Smol.id	70
Gambar 4.4 Data Usia Pengunjung Booth Kampanye Sehati.....	72
Gambar 4.5 Hasil Kuesioner Pre-Test "Diabetes melitus adalah penyakit yang berkaitan dengan..."	74
Gambar 4.6 Hasil Kuesioner Pre-Test "Siapa saja yang dapat beresiko terdiagnosis diabetes melitus?"	75
Gambar 4.7 Hasil Kuesioner Pre-Test "Berapa batas konsumsi gula bagi tubuh?" ...	75
Gambar 4.8 Hasil Kuesioner Pre-Test "Berapa batas normal gula darah dalam tubuh?"	76
Gambar 4.9 Hasil Kuesioner Post-Test "Diabetes melitus adalah penyakit yang berhubungan dengan..."	77
Gambar 4.10 Hasil Kuesioner Post-Test "Siapa saja yang dapat terdiagnosis diabetes melitus?"	78
Gambar 4.11 Hasil Kuesioner Post-Test "Berapa batas konsumsi gula bagi tubuh?"	79
Gambar 4.12 Hasil Kuesioner Post-Test "Berapa batas normal gula darah bagi tubuh?"	80
Gambar 4.13 Hasil Kuesioner Pre-Test Awareness dan Sikap.....	80
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Pre-Test Awareness dan Sikap.....	81
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Post-Test Awareness dan Sikap	82
Gambar 4.16 Hasil Kuesioner Post-Test Awareness dan Sikap	82
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner Post-Test Behavioural Intention	83
Gambar 4.18 Hasil Kuesioner Post-Test Behavioural Intention	84
Gambar 4.19 Hasil Kuesioner Post-Test Behavioural Intention	85
Gambar 4.20 Hasil Kuesioner Post-Test Behavioural Intention	86
Gambar 4.21 Hasil Kuesioner Post-Test Penilaian Kampanye.....	87
Gambar 4.22 Hasil Kuesioner Post-Test Penilaian Kampanye.....	87
Gambar 4.23 Hasil Kuesioner Post-Test Penilaian Kampanye.....	87

Gambar 4.22 Hasil Kuesioner Post-Test Penilaian Kampanye	88
Gambar 4.23 Hasil Kuesioner Post-Test Penilaian Kampanye	88
Gambar 4.22 Hasil Kuesioner Post-Test Penilaian Kampanye	88
Gambar 4.23 Hasil Kuesioner Post-Test Penilaian Kampanye	88
Gambar 4.24 Hasil Kuesioner Post-Test Penilaian Kampanye	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Kasus Diabetes Melitus di Kota Semarang	5
Tabel 1.2 Jawaban Kuesioner "Apa yang dimaksud dengan diabetes melitus?" ..	12
Tabel 2.1 Kajian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Susunan Acara	38
Tabel 3.2 Peran Stakeholder	44
Tabel 3.3 Penelitian dan Analisa Kebutuhan.....	45
Tabel 3.4 Perancangan Konsep	45
Tabel 3.5 Perencanaan Teknis dan Strategis	46
Tabel 3.6 Koordinator	47
Tabel 3.7 Evaluasi	47
Tabel 3.8 Rencana Anggaran Biaya	48
Tabel 3.9 Pembagian Tugas Sumber Daya Manusia	49
Tabel 3.10 Indikator Keberhasilan	52
Tabel 4.1 Realisasi Anggaran Biaya.....	58
Tabel 4.2 Daftar perlengkapan yang disiapkan oleh penyelenggara kegiatan	64
Tabel 4.3 Daftar perlengkapan yang disupport pihak sponsor	65
Tabel 4.4 Rundown Kegiatan “Kampanye Edukasi Diabetes Sehati (Sehat Tanpa Diabetes)”.....	65
Tabel 4.5 Perubahan Konsep Kampanye Edukasi Diabetes SEHATI (Sehat Tanpa Diabetes)	68
Tabel 4.6 Tabel Kuesioner Pre-Test Pertanyaan "Apa yang kamu ketahui tentang diabetes melitus?"	73
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Post-Test "Apa yang kamu ketahui tentang diabetes melitus?"	77
Tabel 4.8 Indikator Keberhasilan	89