



**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL “SEHATI” UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN PENCEGAHAN
DIABETES MELITUS PADA USIA PRODUKTIF DI
KOTA SEMARANG
(DIGITAL CAMPAIGN)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr Informasi dan Hubungan
Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Disusun oleh :
Maylaf Ariesta
40020622650171

**PROGRAM STUDI
S.TR INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2026**

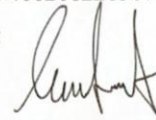
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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 : Maylaf Ariesta

NIM : 40020622650171

Tanda Tangan :



HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL “SEHATI” UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN PENCEGAHAN DIABETES MELITUS
PADA USIA PRODUKTIF DI KOTA SEMARANG**

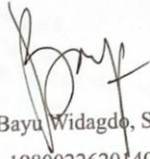
Oleh

Maylaf Ariesta

40020622650171

Semarang, ¹⁶..... Juli 2026

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**


Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198002262014041001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Maylaf Ariesta
NIM : 40020622650171
Program Studi atau Konsentrasi : D4-Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Strategi Kampanye Digital "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 Mei 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 ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan serta penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Strategi Kampanye Digital “SEHATI” Untuk Meningkatkan Kesadaran Pencegahan Diabetes Melitus Pada Usia Produktif di Kota Semarang" Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Melalui pelaksanaan proyek ini, penulis merancang dan mengimplementasikan kampanye digital "SEHATI" (Sehat Tanpa Diabetes) dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media komunikasi kesehatan. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat mengenai pentingnya pencegahan diabetes melitus melalui penyampaian konten edukatif, informatif, dan interaktif. Penulis berharap hasil dari pelaksanaan kampanye ini dapat memberikan manfaat sebagai salah satu referensi dalam pengembangan strategi komunikasi kesehatan berbasis media digital, khususnya melalui platform Instagram.

Laporan Tugas Akhir ini disusun ke dalam lima bab yang saling berkaitan dan menjelaskan keseluruhan proses perancangan, pelaksanaan, hingga evaluasi kampanye digital. Adapun gambaran umum isi setiap bab adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang mengenai meningkatnya prevalensi diabetes melitus serta masih rendahnya *awareness* masyarakat terhadap pentingnya pencegahan penyakit tersebut. Bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan pelaksanaan kampanye digital, dan manfaat yang digunakan dalam pelaksanaan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, menguraikan penelitian terdahulu serta teori-teori yang menjadi dasar dalam penyusunan dan pelaksanaan kampanye digital, meliputi konsep kampanye, *digital campaign*, media sosial Instagram, desain grafis, sudut pandang kamera, dan teori pendukung lainnya.

BAB III METODE PENGKARYAAN, menjelaskan tahapan pelaksanaan kampanye digital yang meliputi proses *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation*. Pada bab ini juga dijelaskan proses penyusunan Standard Sequence Guide (SSG), *content calendar*, perancangan visual konten, strategi publikasi, serta metode evaluasi berdasarkan *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah ditetapkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, menyajikan hasil pelaksanaan kampanye digital "SEHATI", mulai dari proses produksi dan publikasi konten, analisis performa kampanye berdasarkan Instagram Insight dan hasil survei efektivitas, evaluasi pencapaian KPI, hingga pembahasan mengenai hambatan yang dihadapi beserta solusi selama pelaksanaan kampanye berlangsung.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dari keseluruhan pelaksanaan kampanye digital "SEHATI" serta saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dalam pengembangan kampanye komunikasi kesehatan berbasis media digital di masa mendatang.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan maupun penyusunan Tugas Akhir ini masih memiliki berbagai kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan untuk karya-karya selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir yang berjudul "Strategi Kampanye Digital "SEHATI" Untuk Meningkatkan Kesadaran Pencegahan Diabetes Melitus Pada Usia Produktif di Kota Semarang" ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi referensi dalam pengembangan strategi komunikasi kesehatan melalui media sosial, serta memberikan kontribusi nyata dalam

meningkatkan awareness masyarakat mengenai pentingnya pencegahan Diabetes Melitus melalui kampanye digital.

Semarang, 2 Juli 2026

Maylaf Ariesta

NIM. 40020622650171

MOTTO DAN PERSEBAHAN

MOTTO

“What makes lifes valuable is that it doesn’t last forever. What makes it precious is that it ends.”

- *Gwen Stayc*

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, pertolongan, dan kemudahan yang telah diberikan dalam setiap proses kehidupan penulis. Untuk Mama dan Ayah tercinta, terima kasih atas cinta yang tak pernah berkurang, doa yang tak pernah putus, dan segala pengorbanan yang telah diberikan. Untuk keluarga, sahabat, dan teman-teman dekat yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini, terima kasih telah hadir, mendukung, dan percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terakhir, kepada diri sendiri, yang tetap bertahan dan menyelesaikan salah satu bagian penting dari kehidupan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Strategi Kampanye Digital “SEHATI” Untuk Meningkatkan Kesadaran Pencegahan Diabetes Melitus Pada Usia Produktif di Kota Semarang”. Dalam proses penyusunan dan pelaksanaan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan yang dicapai tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Allah SWT, atas segala rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua tersayang, Mama dan Ayah yang selalu menjadi alasan penulis untuk tetap terus berjalan. Terimakasih atas kasih sayang, doa, dukungan, dan pengorbanan yang tidak pernah putus dan menjadi sumber semangat penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Uni Nadya dan Kenzie, selaku kakak dan adik tersayang, yang selalu menjadi rumah, dan tiada hentinya mendukung penulis semenjak kecil hingga saat ini.
4. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si.. selaku Rektor Universitas Diponegoro.
5. Prof Dr. Ir.Budiyono, M. Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
6. Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., 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 banyak atas waktu, arahan, dan ilmu yang diberikan selama proses pengerjaan Tugas Akhir penulis.

8. Mba Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. dan Mas Mohammed Aden Suryana S.IP., M.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun demi penyempurnaan Tugas Akhir.
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. Seluruh pihak Dinas Kesehatan Kota Semarang, selaku klien Tugas Akhir yang telah bekerja sama selama proyek Tugas Akhir ini.
11. Leonny Agustine, selaku partner Tugas Akhir sekaligus teman baik penulis, yang selalu menemani dan membantu penulis dari awal hingga akhir dalam penyusunan Tugas Akhir. Terima kasih atas waktu, perjuangan, tenaga, dan pikiran selama penyusunan Tugas Akhir berlangsung. Terima kasih atas waktu-waktunya selama semester terakhir di perkuliahan.
12. Sahabat Warawiri (Khaula Syaikhiah, Nabila Imaduddin, Nafisa Nur Ashanti, Florian Asha Naya Pramesti, Denaya Dwitya Pramesti, dan Desi Dwiyaniti), sahabat tercinta yang telah memberikan kenangan berharga dan mewarnai hari-hari penulis semenjak awal perkuliahan hingga semester terakhir. Terima kasih telah menjadi sahabat yang selalu ada, menjadi tempat keluh kesah, dan selalu membersamai penulis setiap harinya selama masa perkuliahan. Tanpa hadirnya mereka, penulis tidak akan sampai sejauh ini.
13. Sahabat Magen (Reva, Aya. Amel, Grace dan Rike), sahabat-sahabat tersayang semenjak bangku SMA. Terima kasih atas dukungan, kasih sayang, dan selalu menjadi tempat berbagi cerita bagi penulis.
14. Nabila dan Lula, selaku sahabat yang hampir setiap hari menghabiskan waktu bersama penulis selama di Tembalang. Terima kasih telah menjadi teman berbagi cerita, selalu mendukung, dan menjadi bagian dari keseharian penulis.
15. Catel, Naju, Safay, Nadia, Lidya, dan Rika selaku teman seperjuangan selama masa perkuliahan yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan bertukar pikiran khususnya selama proses penyusunan Tugas Akhir.

16. Ashya dan Khiar, selaku teman penulis, terima kasih atas bantuan, dukungan, dan doa yang diberikan kepada penulis selama penyusunan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.
17. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
18. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena tidak menyerah dan tetap menjalankan hidup. Terima kasih telah tetap bertahan sampai di titik ini yang tentunya tidak mudah. Semoga dengan selesainya Tugas Akhir ini, penulis dapat membanggakan keluarga, teman-teman, dan khususnya diri sendiri.

ABSTRAK

Diabetes melitus merupakan salah satu penyakit tidak menular yang prevalensinya terus meningkat, termasuk pada kelompok usia produktif. Rendahnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pencegahan menjadi salah satu faktor yang mendorong perlunya komunikasi kesehatan melalui media digital. Tugas Akhir ini bertujuan merancang dan melaksanakan strategi kampanye digital "SEHATI" (Sehat Tanpa Diabetes) untuk meningkatkan kesadaran pencegahan Diabetes Melitus pada usia produktif di Kota Semarang melalui media sosial Instagram. Metode pelaksanaan kampanye mengacu pada tahapan *fact finding*, *planning*, *implementation*, dan *evaluation*. Kampanye dilaksanakan melalui pembuatan dan publikasi konten edukatif, informatif, serta interaktif dalam format *Reels*, carousel, dan Instagram Story. Evaluasi dilakukan menggunakan Instagram Insight, hasil *post-survey*, serta *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah ditetapkan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh KPI berhasil tercapai. Kampanye memperoleh jangkauan sebanyak 1.478 akun, total *engagement* sebanyak 528 interaksi, serta *engagement rate* sebesar 35,7%. Hasil *post-survey* juga menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan kampanye berhasil meningkatkan pengetahuan, pemahaman mengenai pencegahan Diabetes Melitus, kepedulian terhadap risiko penyakit, serta mendorong niat menerapkan gaya hidup sehat. Dengan demikian, strategi kampanye digital "SEHATI" terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat usia produktif mengenai pencegahan Diabetes melitus melalui media sosial Instagram.

Kata Kunci: kampanye digital, Instagram, kesadaran, Diabetes Melitus, komunikasi kesehatan

ABSTRACT

Diabetes Mellitus is one of the most prevalent non-communicable diseases, with an increasing incidence among the productive-age population. Low public awareness of disease prevention highlights the need for effective health communication through digital media. This final project aimed to design and implement the "SEHATI" (Sehat Tanpa Diabetes) digital campaign to increase awareness of Diabetes Mellitus prevention among the productive-age population in Semarang through Instagram. The campaign was carried out using four stages: fact finding, planning, implementation, and evaluation. Educational, informative, and interactive content was produced and published in the form of Reels, carousel posts, and Instagram Stories. The campaign was evaluated using Instagram Insights, post-campaign survey results, and predetermined Key Performance Indicators (KPIs). The evaluation showed that all KPIs were successfully achieved. The campaign reached 1,478 accounts, generated 528 total engagements, and achieved a 35.7% engagement rate. In addition, the Instagram account gained 56 new followers during the campaign period. The post-campaign survey also indicated that most respondents agreed that the campaign improved their knowledge of diabetes mellitus, increased their understanding of preventive measures, raised their awareness of disease risks, and encouraged them to adopt healthier lifestyles. Therefore, the "SEHATI" digital campaign proved effective in increasing awareness of Diabetes Mellitus prevention among the productive-age population through Instagram.

Keywords: *digital campaign, Instagram, awareness, Diabetes Mellitus, health communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEBAHAN	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan.....	22
1.4 Manfaat.....	22
1.4.1 Manfaat Teoritis	22
1.4.2 Manfaat Praktis.....	23
1.5 Luaran Program Kegiatan.....	24
BAB II.....	25
TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Kajian Terdahulu	25
2.2 Landasan Teori	28
2.2.1 Public Relations.....	28
2.2.2 Kampanye Public Relations	30
2.2.3 Kampanye Media Sosial.....	30
2.2.4 Media Sosial	32
2.2.5 Instagram	32

2.2.6	Desain Grafis	34
2.2.7	Sudut Pandang Kamera (<i>Camera Angle</i>)	34
BAB III.....		36
METODE PENGKARYAAN		36
3.1	Profil Klien	36
3.2	Tahapan Pra-produksi	37
3.3	Pelaksanaan Produksi	38
3.4	Pasca Produksi.....	38
3.5	Target Sasaran	47
3.5.1	Segmentasi Demografis.....	47
3.5.2	Segmentasi Geografis	47
3.5.3	Segmentasi Psikografis.....	47
3.6	SSG (Standart Sequence Guide).....	47
1.	SSG Konten Carousel #1.....	47
2.	SSG Konten Reels #2	49
3.	SSG Konten Reels #3	51
4.	SSG Konten Reels #4	53
5.	SSG Konten Carousel #5.....	55
6.	SSG Konten Reels #6	58
7.	SSG Konten Carousel #7.....	59
8.	SSG Konten Story #8	61
9.	SSG Konten Carousel #9.....	62
10.	SSG Konten Reels #10	63
3.7	Rancangan Anggaran Biaya	64
3.8	KPI (Key Performance Indikator).....	64
3.9	Timeline.....	65
BAB IV		66
HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	66
4.2	Tahap pelaksanaan.....	66
4.2.1	Fact Finding.....	67

4.2.2	Planning.....	68
4.2.3	Communication	68
4.2.4	Evaluation.....	80
4.3	Evaluasi Stakeholder	88
4.4	Analisis Keberhasilan KPI	90
4.5	Keberlanjutan	91
4.6	Hambatan dan Solusi.....	92
4.6.1	Hambatan.....	92
4.6.2	Solusi.....	92
BAB V.....		94
PENUTUP		94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Kasus Diabetes Melitus menurut International Diabetes Federation 2024	2
Gambar 1. 2 Data Prevalensi Kasus Diabetes Nasional Riskesdas 2023	4
Gambar 1. 3 Jumlah Kasus DM berdasarkan Umur	6
Gambar 1. 4 Dokumentasi Survey Pra Kegiatan	9
Gambar 1. 5 Dokumentasi Survey Pra Kegiatan	10
Gambar 1. 6 Pertanyaan Kuisioner "Faktor penyebab seseorang dapat mengalami penyakit diabetes	11
Gambar 1. 7 Pertanyaan Kuisioner "Risiko Kesehatan apa yang dapat terjadi jika menjalani pola hidup kurang sehat?"	12
Gambar 1. 8 Pertanyaan Kuisioner "Saya merasa penting untuk mulai memperhatikan kesehatan meski belum sakit"	13
Gambar 1. 9 Pertanyaan Kuisioner "Jika diberikan kue manis, apakah kamu akan memakannya?"	13
Gambar 1. 10 Pertanyaan Kuisioner "Jika diberikan es teh, apakah kamu akan meminumnya?"	14
Gambar 1. 11 Pertanyaan Kuisioner "Level gula apa yang dipilih saat membeli minuman?"	15
Gambar 1. 12 Pertanyaan Kuisioner "Apakah kamu memiliki genetik diabetes?"	15
Gambar 1. 13 Pertanyaan Kuisioner "Sosial media apa yang paling sering kamu gunakan?"	16
Gambar 1. 14 Pertanyaan Kuisioner "Dalam memahami Informasi Kesehatan, Format Konten Apa Yang Kamu Sukai?"	16
Gambar 3.1 Visualisasi Feeds Instagram	47
Gambar 4.1 Proses Shooting Konten	70
Gambar 4.2 Proses Editing Konten	77
Gambar 4.3 Hasil Produksi Konten Kampanye SEHATI	80
Gambar 4.4 Total Interactions Akun @sehatidisemarang Selama Periode Kampanye	81
Gambar 4.5 Social Media Challenge	83
Gambar 4.6 Hasil Post Survey Pertanyaan "Pengetahuan mengenai Diabetes Melitus meningkat "	84
Gambar 4.7 Hasil Post Survey Pertanyaan "Kampanye SEHATI membantu saya memahami cara pencegahan Diabetes Melitus"	85
Gambar 4.8 Hasil Post Survey Pertanyaan "Kampanye SEHATI membuat saya lebih peduli terhadap risiko Diabetes Melitus"	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total Trend Kasus DM Kota Semarang	5
Tabel 1. 2 Konten Tentang Diabetes di Media Sosial @dkksemarang Periode April 2025 - Juni 2026	17
Tabel 1. 3 Jawaban Responden Kuisoner "Apa Itu Diabetes Melitus?"	10
Tabel 2.1 Kajian Pustaka dan Pembaharuan	27
Tabel 3. 1 Content Pillar	40
Tabel 3. 2 Rancangan Karya	41
Tabel 3. 3 Content Calender	45
Tabel 3. 4 SSG #1	48
Tabel 3. 5 SSG #2	49
Tabel 3. 6 SSG #3	51
Tabel 3. 7 SSG #4	54
Tabel 3. 8 SSG #5	56
Tabel 3. 9 SSG #6	58
Tabel 3. 10 SSG #7	60
Tabel 3. 11 SSG #8	61
Tabel 3. 12 SSG #9	62
Tabel 3. 13 SSG #10	63
Tabel 3. 14 Rancangan Anggaran Biaya	64
Tabel 3. 15 Timeline	65
Tabel 4. 1 Penyesuaian SSG	71
Tabel 4. 2 Penyesuaian SSG #10 Teaser Offline Booth SEHATI	73
Tabel 4. 3 Rancangan dan Hasil Akhir Konten Feeds dan Reels	75
Tabel 4. 4 Publikasi Konten	78
Tabel 4.5 Analisis Keberhasilan KPI	90