

ABSTRAK

Peningkatan kasus Diabetes Melitus (DM) di Kabupaten Banyumas, termasuk di kalangan remaja, menjadi persoalan kesehatan yang perlu segera ditangani melalui pendekatan preventif yang menyeluruh. Tugas Akhir Penciptaan Karya ini disusun oleh mahasiswa Peminatan Public Relations, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Jenderal Soedirman, dengan tujuan merancang serta melaksanakan kampanye kehumasan bertajuk "*Remaja Banyumas Sehat, Diabetes Minggat*". Kampanye ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran remaja Banyumas mengenai DM serta pentingnya menerapkan pola hidup sehat sejak dini. Pelaksanaan kampanye menggunakan metode hybrid secara luring dan daring. Kampanye daring dilakukan dengan media sosial Instagram *@healthyyouth.bms* yang berisikan konten edukatif dengan *engagement rate* sebesar 24,97% dinilai menggunakan *tools Social Blade*. Kampanye luring dilakukan melalui penyelenggaraan seminar kesehatan dan pemeriksaan gula darah gratis di SMAN 2 Purwokerto dengan hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, yang terlihat dari rata-rata skor Pre Test sebesar 6,4 menjadi 8,2 pada Post Test, dengan 65,4% partisipan menunjukkan peningkatan pengetahuan. Kegiatan luring berhasil melibatkan siswa perwakilan dari 12 SMA dan menyaring gula darah 99 siswa. Keberhasilan kampanye turut didukung oleh kolaborasi dengan Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas dan eksposur di dua media massa. Peran seorang *creative director* dalam kampanye ini sangat penting untuk menerjemahkan tujuan kampanye menjadi konsep kreatif yang menarik dan konsisten. *Creative director* bertanggung jawab mengarahkan aspek visual dan narasi, mulai dari penciptaan nama kampanye yang *catchy* "*Remaja Banyumas Sehat, Diabetes Minggat*", pengembangan desain konten edukatif di Instagram, hingga materi promosi untuk seminar agar semua elemen selaras dan efektif dalam berkomunikasi dengan target audiens remaja.

Kata Kunci: Kampanye Kehumasan, *Creative Director*, Diabetes Melitus, Remaja, Edukasi Kesehatan, Banyumas.

ABSTRACT

The rising cases of Diabetes Mellitus (DM) in Banyumas Regency, including among teenagers, have become a health issue that requires immediate attention through a comprehensive preventive approach. This Final Creative Project was developed by students from the Public Relations specialization of the Communication Science Study Program at Jenderal Soedirman University, with the aim of designing and implementing a public relations campaign titled "Remaja Banyumas Sehat, Diabetes Minggat." This campaign is intended to increase the knowledge and awareness of teenagers in Banyumas regarding DM and the importance of adopting a healthy lifestyle from an early age. The campaign was implemented using a hybrid method, combining offline and online activities. The online campaign was conducted on the social media platform Instagram via the account @healthyyouth.bms, which featured educational content and achieved an engagement rate of 24.97%, as measured by the Social Buzz tool. The offline campaign was carried out through a health seminar and free blood sugar screenings at SMAN 2 Purwokerto. The results showed a significant increase in participants' understanding, as the average score rose from 6.4 on the Pre-Test to 8.2 on the Post-Test, with 65.4% of participants demonstrating improved knowledge. The offline event successfully involved student representatives from 12 high schools and screened 99 students for blood sugar. The campaign's success was also supported by collaboration with the Banyumas Regency Health Office and exposure in two mass media outlets. The role of a creative director in this campaign was crucial for translating the campaign's objectives into an engaging and consistent creative concept. The creative director was responsible for directing the visual and narrative aspects, from creating the catchy campaign name "Remaja Banyumas Sehat, Diabetes Minggat", to developing the design of educational content on Instagram and promotional materials for the seminar, ensuring all elements were aligned and effective in communicating with the teenage target audience.

Keywords : Public Relations Campaign, Creative Director, Diabetes Mellitus, Teenagers, Health Education, Banyumas