

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat dan mempengaruhi gaya hidup pada masyarakat perkotaan. Anak muda saat ini yang memiliki gaya hidup serba cepat dan instan serta kurang aktif yang akan makin menjadikan gaya hidup tanpa banyak bergerak (*sedentary lifestyle*). Bahaya dari kurang gerak tersebut salah satunya obesitas karena asupan makanan yang masuk ke dalam tubuh tidak sesuai dengan yang dikeluarkan. Berdasarkan hasil RISKESDAS 2013 jumlah wanita yang terkena obesitas pada pada usia 18-25 tahun terus meningkat. Maka, dirancanglah sebuah kampanye aktif bergerak melalui aplikasi *mobile Healthy Window Shopping* bagi wanita muda di kota besar Jakarta. *Healthy Window Shopping* berasal dari *insight* wanita jika pergi ke mal berkeliling melihat barang dari satu toko ke toko yang lain dan pada saat pergi ke mal mereka tidak selalu berbelanja. Untuk mengetahui strategi kampanye dan media yang tepat dengan target sasaran, digunakan teori kampanye, teori periklanan, teori gizi mengenai obesitas, AISAS, teori psikologi, dan desain komunikasi visual. Kampanye ini bertujuan untuk mengajak target sasaran bergerak dengan tanpa disadari bahwa mereka telah mengeluarkan kalori mereka dengan menyenangkan dan mudah dilakukan serta mendapat spesial diskon dari produk *Heavenly Blush Yogurt*.

Kata Kunci: Sehat, Bergerak, Kampanye, Aplikasi *Mobile, Window Shopping*.