

ABSTRACT

This study discusses the social marketing. The purpose of this study was to determine the effect of lifestyle and an education campaign against the trend of increasing obesity in Jakarta. The object of this study is Jakarta people who are overweight or have a body looks great but does not have the appropriate height. The samples used were as many as 255 respondents. The sampling technique using a convenience sampling. Deskriptif using a quantitative approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of SEM LISREL.

These results indicate that lifestyle significantly influence the trend of increasing obesity. Then the campaign significantly influence the trend of increasing obesity.

Keywords: *lifestyle, education campaigns, Increased obesity*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pemasaran sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan kampanye penyuluhan terhadap kecenderungan peningkatan obesitas di DKI Jakarta. Objek penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta yang memiliki berat badan berlebih atau terlihat memiliki badan besar akan tetapi tidak memiliki tinggi badan yang sesuai. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 255 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM LISREL.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan peningkatan obesitas. Kemudian kampanye berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan peningkatan obesitas.

Kata kunci : Gaya hidup, Kampanye penyuluhan, Peningkatan obesitas

