

**VISUAL COMMUNICATION MEDIA DESIGN OF “GEMARIKAN” CAMPAIGN
(POPULARIZING TO EAT FISH MOVEMENT) BY MARINE AND FISHERIES
AGENCY OF JAWA TENGAH PROVINCE**

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE “GEMARIKAN” (GERAKAN
MEMASYARAKATKAN MAKAN IKAN) DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN JATENG

Ichsan Ardy Pratama✉, **Supatmo, S.Pd.,M.Hum.** ✉, **Rahina Nugrahani, S. Sn, M. Ds**✉

Program Studi Seni Rupa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual S1.

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Juli 2017

Disetujui Juli 2017

Dipublikasikan Juli 2017

Keywords:

**Gemarikan, Media,
Video Explainer, Motion
Graphic, Infographic**

Abstrak

Gemarikan adalah sebuah gerakan yang bertujuan untuk membangun kesadaran gizi individu dan kolektif masyarakat agar gemar mengonsumsi ikan, sehingga dapat meningkatkan konsumsi ikan nasional dan meningkatkan asupan gizi yang berasal dari ikan. Kegiatan ini dilaksanakan oleh seluruh komponen bangsa yang salah satunya adalah Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Tengah. Tujuan dari perancangan ini adalah membantu dinas untuk memiliki media komunikasi visual yang baik dalam mempresentasikan informasi yang berkaitan dengan kampanye Gemarikan, sehingga diharapkan tujuan dari kampanye dapat tercapai. Perancangan ini memiliki *target audience* dengan rentang yang luas, karena kampanye Gemarikan yang digerakan oleh dinas menyasar banyak target dengan latar belakang pendidikan, mental, serta penalaran yang berbeda sehingga membutuhkan konsep yang sederhana agar dapat dimengerti oleh semua target, menarik agar dapat mencuri perhatian, namun memiliki konten yang lengkap agar tujuan penyampaian informasi dapat tercapai. Diharapkan media komunikasi visual yang dirancang dapat digunakan menjadi alternatif media oleh dinas, dan membantu meningkatkan konsumsi ikan di wilayah Jawa Tengah.

Abstract

Gemarikan was the movement which have the purpose to build individual and public collective nutrition awareness in order to make them want to eat fish product, then increase national fisheries consumption and nutrient intake from fisheries. This movement is held by all nation component including Marine And Fisheries Agency of Jawa Tengah Province. The purpose of this design is to help agency to have good visual communication media when presenting information from Gemarikan campaign, and then reach the purpose of campaign. This design have a wide variety of target audience, because Gemarikan campaign which is motored by agency target many target which have different education background, different mental, and different intellegenceso it needs simple concept which can be known by every target,it should interestingto get attention, but it has complete content sothe purpose which are presenting information can be done. Hopely,this visual communication media design can be used as an media alternative by agency, and can help to increase fisheries consumption in Jawa Tengah area.

© 2017 Universitas Negeri Semarang

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki potensi sumberdaya perairan yang besar karena negara ini merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki luas perairan yang lebih luas dibandingkan luas daratannya. Dari wilayah perairan yang dimiliki, laut Indonesia adalah yang terluas, mencapai 70 persen dari wilayah teritorialnya dengan panjang garis pantai mencapai 81.000 kilometer yang mengelilingi 17.508 pulau. Wilayah pesisir dan lautan, ditambah perairan dalam daratan yang sangat luas ini menyimpan potensi pembangunan sumberdaya hayati dan non hayati yang melimpah. Kemudian seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan semakin menipisnya sumberdaya di daratan, maka diperkirakan permintaan akan produk dan jasa dari sektor perairan mungkin akan dapat meningkat (Satker Dewan Kelautan Indonesia 2012)

Namun demikian penggunaan sebagai konsumsi dalam negeri masih cukup rendah. Konsumsi ikan perkapita di Indonesia lebih rendah bila dibandingkan dengan negara lain bahkan negara-negara ASEAN dan China. Bahkan, masyarakat Indonesia perkapita hanya mengkonsumsi ikan hampir setengah dari Malaysia dan Singapura yakni 28 kg/kapita/tahun. (menurut statistik FAO pada tahun 2011 yang dirangkum Globefish.com pada tahun 2014)

Rendahnya konsumsi ikan menurut grafik yang diberikan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (<http://www.wpi.kkp.go.id/index.php/84-serial-manfaat-ikan/107-kontribusi-protein-ikan-2>) dikarenakan masyarakat Indonesia sebagian besar masih mengandalkan protein nabati sebagai pemenuh kebutuhan protein harian. Konsumsi protein nabati menyumbang hingga kurang lebih 69% dari total konsumsi protein. Setelah itu dari 31% total protein hewan yang dikonsumsi yang 57% di antaranya adalah protein hasil dari produk ikan.

Menurut Ariningsih (2008: 8), bila ditinjau dari aspek gizi, ketergantungan yang

tinggi terhadap protein nabati itu kurang baik karena kurang lengkapnya kandungan asam amino esensial yang ada pada protein nabati. Penduduk dengan pola konsumsi tinggi serelia dan konsumsi pangan hewani yang rendah seperti di Indonesia umumnya mengalami defisit beberapa asam amino dalam menu makanannya. Kekurangan asam amino esensial dalam pangan akan menyebabkan daya manfaat dan mutu cerna menjadi rendah. Selain itu, sisa-sisa (racun) dari protein nabati yang dikeluarkan oleh ginjal juga lebih banyak dari protein hewani, sehingga lebih memberatkan kerja ginjal saat mengkonsumsinya.

Produk ikan menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan juga memiliki keunggulan khusus lainnya, yaitu kandungan omega 3 yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan produk lain yang dapat membantu mengembangkan kecerdasan untuk anak. Meningkatkan konsumsi protein hewani terutama produk ikan merupakan bagian dari usaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimulai dari pondasi, karena membantu mengembangkan intelegensi anak bangsa dengan memberikan gizi yang baik.

Sebagai upaya meningkatkan konsumsi makan ikan, maka Kementerian Kelautan dan Perikanan menginisiasi program Gemarikan yang merupakan upaya sistematis dan terstruktur dengan melibatkan seluruh komponen/elemen bangsa terkait untuk membangun kesadaran gizi individu maupun kolektif masyarakat agar gemar makan ikan. Tujuan utama dari setiap kegiatan Gemarikan antara lain:

1. Membangun kesadaran gizi individu dan kolektif masyarakat agar gemar mengkonsumsi ikan.
2. Meningkatkan permintaan atas produk perikanan sehingga diharapkan berimplikasi pada peningkatan konsumsi ikan nasional.
3. Meningkatkan asupan gizi yang berasal dari ikan

Gemarikan menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (2014) memiliki ruang lingkup yang meliputi penyebaran informasi dan penguatan edukasi kepada masyarakat luas tentang ikan dan manfaatnya bagi kesehatan, kekuatan, dan kecerdasan melalui kegiatan promosi, safari Gemarikan, pemberian makanan tambahan berbahan baku ikan (PMTAS), ceramah/seminar, simposium manfaat makan ikan, penyebar luasan materi promosi, keikutsertaan pada pameran, iklan layanan masyarakat, talkshow serta lomba masak serba ikan.

Kegiatan ini dilaksanakan di tingkat provinsi dan kabupaten/kota di seluruh Indonesia, terutama daerah pedesaan dengan tingkat konsumsi rendah, dan daerah yang memiliki kasus gizi buruk. Di antara daerah-daerah dengan konsumsi produk ikan yang rendah, terdapat Jawa Tengah di dalamnya. Jawa Tengah merupakan salah satu daerah peringkat paling bawah bersama dengan Yogyakarta dalam hal konsumsi produk ikan.

Melihat ruang lingkup kegiatan Gemarikan yang beberapa di antaranya adalah penyampaian informasi, maka media komunikasi visual yang terkonsep, terpadu dan menarik berisi materi-materi sosialisasi yang bisa dicerna oleh semua kalangan sebagai penunjang kegiatan-kegiatan tersebut dibutuhkan oleh aplikator utama program Gemarikan di Jawa Tengah, yaitu Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Tengah memperbaharui media-media komunikasi yang telah dibuat sebelumnya. Media komunikasi berisi materi sosialisasi yang terkonsep, terpadu dan menarik diperlukan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan menarik kepada khalayak yang dituju dan mempersuasi mereka untuk makan ikan sehingga terjadi peningkatan konsumsi ikan sebagaimana tujuan dari Gemarikan.

Media komunikasi visual adalah media komunikasi berbasis visual. Media komunikasi adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media komunikasi dijelaskan

sebagai sebuah sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan sebuah informasi (id.wikipedia.org/wiki/Media_komunikasi).

Sedangkan visual memiliki arti sesuatu yang dapat dilihat (Kusrianto 2007:12). Sehingga bila digabungkan maka media komunikasi visual adalah sarana penyampaian pesan menggunakan sesuatu yang dapat dilihat dari komunikator kepada khalayak.

Menurut Lankow (2012: 30) terdapat tiga ketentuan dasar untuk komunikasi visual dan verbal yang efektif, yaitu:

1. Menarik

Komunikasi harus melibatkan khalayak dengan sukarela

2. Pemahaman

Komunikasi harus efektif memberikan pengetahuan yang memungkinkan pemahaman yang jelas dari informasi

3. Ingatan

Komunikasi harus memberikan pengetahuan yang mudah diingat.

METODE BERKARYA

Dalam proses pembuatan karya, diperlukan beberapa media yang terdiri dari bahan, alat, dan teknik:

1. Bahan

CD dan USB Flashdisk penyimpan dan penyebar media elektronik serta kertas ivory 210 gsm dan cts 160 gsm untuk publikasi karya yang akan dipublikasikan melalui media poster dan brosur secara tercetak.

2. Alat

Alat gambar manual berupa pensil, *drawing pen*, penggaris, dan penghapus serta komputer Acer V3-571G dengan *Processor* intel i5-3210, RAM 8 GB, dan VGA Nvidia GT630 2 GB yang dilengkapi dengan *software* Adobe Illustrator CS6 untuk membuat objek grafis baik untuk *motion* infographic dan static infographic, Adobe AfterEffect CS6 untuk membuat *video explainer* berbasis animasi *motion* graphic, Adobe Audition CS6 untuk merekam suara *dubbing* dan mengolah suara yang telah direkam untuk mengisi narasi media komunikasi berbentuk *motion*, Adobe Premier

CS6 untuk menyusun video-video yang dihasilkan Adobe Aftereffect CS6 serta menambahkan suara pengiring karena beratnya aplikasi Adobe AfterEffect CS6 bila semua materi dijadikan satu, dan CorelDraw X7 untuk mempermudah pendistribusian untuk publikasi media tercetak.

3. Teknik

Teknik berkarya yang digunakan diawali dengan menggunakan teknik manual untuk membuat sketsa rancangan awal, yang selanjutnya akan dipindai lalu dipindahkan ke komputer menggunakan *scanner*, dan dilanjutkan dengan proses digital pada komputer menggunakan *software* yang telah disebutkan.

Proses Berkarya

1. Proses Preliminary

Langkah pertama pada tahap proses preliminary adalah mengumpulkan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan literatur. Metode wawancara digunakan dengan cara mewawancarai narasumber yang sesuai dengan bahasan. Pihak yang diwawancarai adalah pegawai Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Jawa Tengah yang bertugas serta bertanggungjawab dalam program Gemarikan di Jawa Tengah dengan berdasarkan pada 5W+1H agar data menjadi lengkap. Metode observasi dilakukan dengan cara mengamati objek permasalahan dan data lapangan yang nantinya akan digunakan sebagai bahan penyusunan laporan. Observasi dilakukan pada dua jenis objek, pertama adalah dari Dinas Kelautan dan Perikanan provinsi Jawa Tengah dan yang kedua adalah masyarakat khalayak sasaran.

Selanjutnya adalah dengan menganalisis data hasil riset, yang pertama menganalisis khalayak sasaran atau *target audience*, yaitu dengan menganalisis orang-orang dengan karakteristik tertentu yang menjadi sasaran komunikasi. Analisis diawali dengan membagi khalayak menjadi beberapa bagian berdasarkan tingkat kebutuhan. Setelah itu target-target yang telah dibagi dianalisis berdasarkan demografis, geografis, serta psikografis dan *behaviorial*. Kedua adalah dengan menganalisis menggunakan metode analisis S.W.O.T

digunakan untuk mencari strategi agar dapat mengoptimalkan kekuatan, memanfaatkan peluang yang dimiliki, meminimalisir kelemahan serta menghindari tantangan yang akan dihadapi dalam menjelaskan program Gemarikan kepada *target audience* yang telah ditentukan pada analisis sebelumnya.

Setelah mendapatkan strategi dari tahap menganalisis menggunakan analisis khalayak sasaran dengan data yang didapat dari proses pencarian data yang kemudian dilanjutkan dengan menggunakan analisis S.W.O.T maka langkah selanjutnya adalah menarik konsep atau rumusan umum. Rumusan umum bertujuan untuk membatasi dan memfokuskan pesan yang hendak disampaikan, menentukan media yang akan digunakan, serta data materi yang akan disajikan.

2. Proses Pra-Produksi

Proses pra-produksi dimulai dengan menentukan materi yang akan disampaikan, setelah itu membuat *storyboard* atau sketsa, dan yang terakhir adalah pendekatan gaya gambar, warna, dan tipografi yang disertai gaya transisi dan suara pengiring untuk *video explainer*.

3. Proses Produksi

Langkah pertama dari pembuatan secara garis besar adalah dengan membuat objek-objek elemen desain. Langkah selanjutnya adalah dubbing suara narasi yang juga berperan sebagai guide untuk menyusun objek dalam timeline pada *motion* grafis, sedangkan pada static objek-objek itu disusun layoutnya.

Setelah terlihat hasilnya, dilanjutkan dengan penyempurnaan desain, yaitu meninjau ulang baik secara estetika sampai isi pesan yang terkandung didalam karya dan bila dirasakan ada yang kurang pas atau sesuai selanjutnya akan direvisi. Hal ini dilakukan agar mendapatkan hasil yang maksimal pada karya yang telah jadi. Desain akhir kemudian diolah lebih lanjut agar bisa digunakan yaitu dirender untuk video agar siap disebarluaskan secara digital, dan dirender serta dicetak untuk static agar bisa disebarluaskan secara digital maupun fisik.

4. Proses Pasca Produksi

Proses pasca produksi diawali dengan menyajikan karya desain dengan cara *display* karya hasil akhir dari perancangan media komunikasi visual di depan khalayak umum melalui pameran proyek studi. Setelah dipamerkan, seluruh hasil akhir dari perancangan media komunikasi visual akan diberikan kepada Dinas Kelautan Perikanan Provinsi Jawa Tengah, sebagai alternatif media komunikasi visual yang dapat mereka gunakan untuk kegiatan yang berkaitan dengan program Gemarikan.

PEMBAHASAN

Konten dalam perancangan ini menggunakan ilustrasi-ilustrasi dengan gaya flat design yang sama, karena merupakan perancangan yang terpadu, yaitu gaya minimalis 2 dimensi yang meminimalisir penggunaan gradasi. Gaya ini dipakai untuk menyampaikan pesan berbasis simbol dan icon sederhana yang diharapkan dapat diterima oleh semua khalayak sasaran dalam perancangan ini yang memiliki target utama peserta penyuluhan dari usia siswa sekolah dasar hingga orang dewasa dan target lainnya.

1. Video explainer Berbasis Motion Grafis

Video explainer ini dirancang sebagai media presentasi data dengan menggunakan ilustrasi-ilustrasi kartunal yang dibantu oleh *voice over* untuk menyampaikan pesan materi-materi yang terbagi menjadi empat *sequence* yang saling berurutan. Untuk membuat suasana yang tidak membosankan, maka *video explainer* menggunakan background musik yang bertema *cheerfull* berjudul Pacific Sun yang dibuat oleh Nicolai Heidlas Music dengan lisensi bebas *copyright* namun harus dicantumkan sumbernya pada setiap *placement*.

Untuk mengawali tiap *sequence*, terdapat *intro* yang berisi judul atau prakata dari masing-masing *sequence* sebagai materi identifikasi.

Dalam perancangan ini, *video explainer* berbasis *motion* grafis dibagi menjadi empat *sequence*, yaitu:

- **Sequence 1 : Pengenalan Gemarikan**

Dalam *sequence* ini, materi yang disampaikan adalah pengenalan yaitu materi

tentang dasar Gemarikan, berupa tingginya potensi hasil perikanan di Indonesia namun rendahnya konsumsi protein hewani yang mestinya sangat baik untuk pertumbuhan bila dibandingkan dengan protein nabati. Materi ini diberikan sebagai *intro* untuk mengawali pemberian materi pada *sequence* berikutnya.

Sequence ini memiliki *voice over* dengan narasi "Indonesia, sebuah negara kepulauan beriklim tropis yang terletak di benua Asia. Secara Fisik, negara ini terdiri dari 17.000 lebih pulau, dan memiliki garis pantai sepanjang 81.000km. Perairan Indonesia sangat luas, karena sekitar 2 per 3 luas teritori Indonesia merupakan lautan, baru sepertiganya terdiri dari daratan. Karena perairannya yang luas, maka, terdapat pula potensi sumber daya alam hasil laut melimpah yang bisa kita ambil, salah satunya ikan. Sebagai sumber protein hewani, olahan perikanan adalah yang paling banyak dikonsumsi, karena mencapai 57 % dari keseluruhan total konsumsi. Namun yang disayangkan, konsumsi protein hewani masih kalah dibandingkan dengan protein nabati, dengan selisih mencapai 38 %. Padahal protein hewani memiliki asam amino yang lebih lengkap untuk tubuh kita.

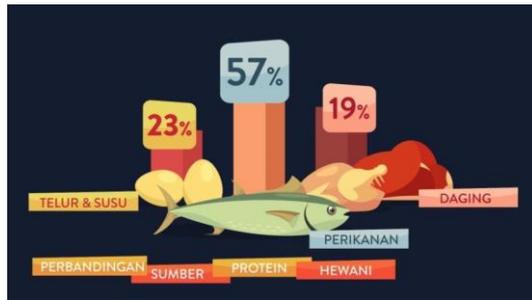
Berikut adalah beberapa gambar *screenshots* dari *sequence* 1:



Gambar 1. Sequence 1 Scene 3



Gambar 2. Sequence 1 Scene 4



Gambar 3.Sequence 1 Scene 6



Gambar 7.Sequence 1 Scene 7

- **Sequence 2 : Manfaat Ikan**

Dalam *sequence* ini, materi yang disampaikan adalah beberapa manfaat yang bisa kita dapatkan ketika mengonsumsi ikan. Diharapkan dengan memberi pengertian tentang baiknya mengonsumsi ikan, sasaran akan memilih ikan sebagai alternatif bahan makanan terbaik untuk dikonsumsi.

Sequence ini menggunakan ilustrasi tubuh manusia sebagai ilustrasi utama yang digunakan pada seluruh *scene* dalam *sequence* sebagai basis materi seluruh *scene*.

Sequence ini memiliki *voice over* dengan narasi " Ikan memiliki beberapa manfaat, diantaranya adalah : Pertama, memiliki asam amino esensial dan nilai gizi yang tinggi sehingga mampu membantu pertumbuhan dan menjadikan kita kuat.Kedua, memiliki kolestrol yang rendah, sehingga aman bagi sistem peredaran darah terutama jantung.Ketiga, Protein ikan mudah dicerna oleh tubuh, apalagi bila dibandingkan dengan sumber protein nabati yang bersumber dari serelia.Keempat, membantu meningkatkan kecerdasan anak, karena ikan mengandung omega 3 yang membantu tumbuhnya sel otak."*Voice over* ini selain menjadi narasi penyampai materi, digunakan sebagai guide untuk menampilkan ilustrasi dari perkataan pada *voice over*

Berikut adalah beberapa gambar *screenshotscene* dari *sequence2* :



Gambar 4.Sequence 2 Scene 4



Gambar 5.Sequence 2 Scene 5

- **Sequence 3 : Ikan yang Segar**

Dalam *sequence* ini, materi yang disampaikan adalah memilih ikan yang segar. Materi ini dipilih sebagai kelanjutan dari materi sebelumnya karena target diharapkan dapat mengetahui ciri-ciri ikan yang segar untuk dipilih untuk dikonsumsi setelah tertarik mengonsumsi ikan.Ikan pada *sequence* ini menggunakan ornamen es serta garnish irisan lemon dan potongan daun difungsikan sebagai icon bahwa ikan yang berada di *scenesequence* ini merupakan ikan yang segar. Hal ini dikarenakan orang biasanya menggunakan es untuk menjaga kesegaran ikan di pasar.

Sequence ini memiliki *voice over* dengan narasi " Ketika akan mengolah ikan, pilihlah yang segar, yaitu ikan dengan kondisi:Warna kulit yang cemerlang.Mata yang bening.Daging yang elastis.Serta bau yang khas."*Voice over* ini selain menjadi narasi penyampai materi, digunakan sebagai guide untuk menampilkan ilustrasi dari perkataan pada *voice over*

Berikut adalah beberapa gambar *screenshotscene* dari *sequence3* :



Gambar 6. Sequence 3 Scene 2



Gambar 7. Sequence 3 Scene 4



Gambar 8. Sequence 3 Scene 5

• **Sequence 4 : Mengolah Ikan**

Dalam *sequence* ini, materi yang disampaikan adalah beberapa tips mengolah ikan yang baik. Materi ini diberikan sebagai bekal target sehingga diharapkan mereka dapat menjaga kandungan nutrisi yang dimiliki oleh ikan, menghindari resiko yang bisa ditemui pada pilihan proses memasak dan menghilangkan bau amis disertai menambah kelezatan.

Sequence ini memiliki voice over dengan narasi "Setelah mendapatkan ikan yang segar, lalu olah lah ikan dengan benar, agar nutrisinya tetap terjaga dengan baik. Ikan dapat dibakar, digoreng, direbus, ditumis maupun dikukus. Namun, agar omega 3 yang dikandung ikan tidak rusak, pilihlah cara memasak yang tidak terlalu tinggi suhunya, seperti dikukus. Sebaiknya hindari mengolah ikan dengan cara dibakar karena dapat

memunculkan zat bersifat karsinogenik yang menyebabkan kanker. Serta kurang disarankan mengolah ikan dengan cara digoreng, karena menggoreng menggunakan minyak bisa menambah lemak, dan kurang baik untuk kesehatan. Jika tetap ingin menggoreng ataupun menumis, bungkus ikan dengan adonan telur dan tepung terlebih dahulu, agar ikan tidak terkena panas tinggi secara langsung dari minyak. Lalu, kita tidak perlu memasak ikan hingga matang sempurna, apalagi hingga kering, karena dapat menghilangkan kandungan lemak baik yang dikandung oleh ikan. Dan untuk menghilangkan bau amis, kita dapat memanfaatkan rempah-rempah yang kaya di negeri ini sebagai bumbu untuk memasak ikan, dan menjadikannya sebagai makanan yang lezat. Ayo kita gemar makan ikan, agar kita sehat, kuat dan cerdas." *Voice over* ini selain menjadi narasi penyampai materi, digunakan sebagai guide untuk menampilkan ilustrasi dari perkataan pada *voice over*

Berikut adalah beberapa gambar *screenshotscene* dari *sequence4* :



Gambar 9. Sequence 4 Scene 2 Shot 1



Gambar 10. Sequence 4 Scene 4



Gambar 11. Sequence 4 Scene 6 Shot 3



Gambar 12. Sequence 4 Scene 7



Gambar 13. Sequence 4 Scene 8 Shot 4



Gambar 14. Penutup

2. Infografis Pendukung

Infografis pendukung adalah media penyampai pesan alternatif yang dapat digunakan ketika *video explainer* tidak dapat diputar. Infografis pendukung ini memiliki kelebihan yaitu lebih flexible karena dapat disebar luaskan secara digital maupun dicetak dan ditempel di tempat-tempat strategis sesuai dengan kebutuhan dinas walau tingkat atensi tidak sebaik *video explainer*.

Dalam perancangan ini, infografis pendukung memiliki materi yang sama seperti yang dimiliki oleh *video explainer* karena merupakan perancangan media komunikasi visual yang terpadu. Sesuai dengan *video explainer*, infografis pendukung dibagi pula menjadi empat seri poster dan satu brosur yang berisi seluruh materi, yaitu:

- **Poster Infografis 1 :Pengenalan Gemarikan**



Gambar 15. Infografis Pengenalan Gemarikan

Infografis ini merupakan adaptasi bentuk statis dari *video explainer* sequence 1 yang berisi materi pengenalan terhadap Gemarikan. Bentuk statis ini dapat disebar secara digital maupun tercetak dengan ukuran A3.

Karena merupakan adaptasi statis, maka konten yang dimiliki merupakan perpaduan dari seluruh konten grafis berupa ilustrasi-ilustrasi yang ada dalam *sequence 1* yang diatur sedemikian rupa. Konten Intro yang berisikan kalimat Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan dibuat menjadi Headline dari Infografis.

Yang menjadi tambahan pada infografis statis ini adalah garis guidance yang membantu memberi alur pada infografis. Selain garis, terdapat juga teks box yang menerangkan bagian-bagian *panel* infografis menggantikan voice over *video explainer*.

Infografis selanjutnya merupakan adaptasi bentuk statis dari *video explainer* sequence 2 yang berisi konten visual materi beberapa manfaat ikan. Bentuk statis ini dapat disebar secara digital maupun tercetak dengan ukuran A3.

- **Poster Infografis 2 : Manfaat Ikan**



Gambar 16. Infografis Manfaat Ikan

Karena merupakan adaptasi statis, maka konten yang dimiliki merupakan perpaduan dari seluruh konten grafis berupa ilustrasi-ilustrasi simbol manfaat ikan yang ada dalam *sequence 2* dengan teks yang menggantikan voice over yang diatur sedemikian rupa dengan tambahan *panel solid* sebagai *backgroundnya*. Konten Intro disederhanakan menjadi beberapa manfaat ikan dan dibuat menjadi *Headline* dari Infografis.

Yang menjadi tambahan pada infografis statis ini adalah garis penunjuk yang menghubungkan bagian-bagian anggota tubuh yang berkaitan dengan konten-konten ilustrasi manfaat ikan yang terhubung.

- **Poster Infografis 3 : Ikan yang Segar**



Gambar 17. Infografis Memilih Ikan yang Segar

Infografis ini merupakan adaptasi bentuk statis dari *video explainersequence 3* yang berisi materi memilih ikan yang segar. Bentuk statis ini dapat disebar secara digital maupun tercetak dengan ukuran A3.

Karena merupakan adaptasi statis, maka konten yang dimiliki merupakan perpaduan dari seluruh konten grafis berupa ilustrasi-ilustrasi ciri-ciri ikan segar yang ada dalam *sequence 3* yang diatur sedemikian rupa dengan *background* konten berupa *panel* hijau transparan sehingga kontras antara konten dengan tumpukan ikan yang menjadi *background* utama. Konten Intro disederhanakan menjadi memilih ikan yang segar dan dibuat menjadi *Headline* dari Infografis.

- **Poster Infografis 4 : Mengolah Ikan**



Gambar 18. Infografis Cara Mengolah Ikan yang Benar

Infografis ini merupakan adaptasi bentuk statis dari *video explainersequence 4* yang berisi materi mengolah ikan yang benar. Bentuk statis ini dapat disebar secara digital maupun tercetak dengan ukuran A3.

Karena merupakan adaptasi statis, maka konten yang dimiliki merupakan perpaduan dari seluruh konten grafis berupa ilustrasi-ilustrasi manfaat ikan yang ada dalam *sequence 4* yang diatur sedemikian rupa menjadi beberapa *panel-panel*. Konten Intro disederhanakan menjadi olah ikan segar dengan benar dan dibuat menjadi *Headline* dari Infografis.

Yang menjadi tambahan pada infografis statis ini adalah garis guidance yang membantu memberi alur pada infografis. Selain garis, terdapat juga teks box yang menerangkan bagian-bagian *panel* infografis menggantikan *voice over video explainer*.

- **Media Tercetak Brosur**



Gambar 19. brosur side 1



Gambar 20. Brosur side 2

Media tercetak brosur adalah media komunikasi yang dicetak untuk kemudian disebar pada seluruh target audiens. Media tercetak pendukung memiliki materi yang sama persis dengan infografis tercetak bentuk poster yang terbagi menjadi 4 *panel* utama yang kemudian dipadatkan sehingga tiap *panel* berubah layoutnya. Pemadatan konten dilakukan agar dapat menghemat biaya cetak.

Format brosur ini adalah potrait dengan tiap muka terdiri dari 2 *panel*, atas dan bawah. Materi yang pada infografis poster

alurnya secara garis besar dari atas ke bawah, diubah menjadi secara garis besar beralur dari kiri ke kanan. Langkah ini digunakan sebagai bentuk adaptasi perubahan komposisi materi dari potrait menjadi *landscape* pada tiap *panel*. Dengan demikian, alurnya adalah dari kiri atas menuju kanan atas, kemudian langsung menuju kiri bawah ke kanan bawah.

Selain perubahan alur, metode penggiringan alur juga sedikit terdapat perbedaan. Garis *guidance* hanya digunakan pada *panel* 4 saja, sedangkan pada *panel* 1 dan 3 penggiringan alur menggunakan perubahan warna *background* bagian dalam *panel*. Sedangkan pada *panel* 2, materi tidak lagi menggunakan panah, namun masing-masing materi dimasukkan dalam kolom dengan bagian tubuh masing-masing.

SIMPULAN

Perancangan media komunikasi visual kampanye Gemarikan menghasilkan media komunikasi berupa *video explainer* berbasis *motion* grafis beresolusi 1080p yang berisi 4 *sequence* yang terdiri dari 26 *scene* dengan total waktu 3 menit 49 detik dan infografis statis sebagai basis media tercetak dan *static digital content* (*file* gambar digital) berupa 4 format poster berukuran A3 dan 1 format brosur berukuran A3 berisi 4 *panel* dengan menggunakan 2 muka yang terpadu. Keterpaduan berdasarkan kesamaan konten yang digunakan pada semua media, yaitu konten dengan materi tentang kampanye Gemarikan.

Dengan rentang variabel yang panjang pada target audiens, maka konten dirancang agar memiliki isi pesan persuasif yang sederhana, sehingga mudah dipahami oleh *target audiens* yang beragam dan membuat mereka mempertimbangkan untuk melakukan apa yang kita mau sesuai dengan tujuan. Selain itu agar konten yang dapat diterima oleh semua *target audiens* dan menarik, karena percuma bila pesan yang disampaikan bagus, terkonsep dengan baik namun tidak mampu menarik perhatian.

Diharapkan perancangan karya komunikasi visual ini dapat dijadikan alternatif

media komunikasi yang digunakan pada setiap kegiatan kampanye Gemarikan, sehingga mampu meningkatkan *awareness* target audiens akan ikan yang diharapkan berimplikasi pada kenaikan konsumsi ikan di Jawa Tengah sesuai dengan tujuan utama kampanye.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariningsih, Ening. 2008. *Konsumsi dan Kecukupan Energi dan Protein Rumah Tangga Perdesaan di Indonesia: Analisis Data Susenas 1999, 2002, dan 2005. Makalah disajikan dalam Seminar Nasional Dinamika Pembangunan Pertanian dan Pedesaan: Tantangan dan Peluang bagi Peningkatan Kesejahteraan Petani*, Bogor, 1 November 2008)
- FAO Global Agriculture Production Statistics Database updated to 2013
- Globefish.org. 2014. *Total Fish Consumption per Capita Kg and Fish Contribution To Total Proteins Percent* (artikel online). <http://www.globefish.org/total-fish-consumption-per-capita-kg-and-fish-contribution-to-total-proteins-percent.html> diakses pada tanggal 16 Oktober 2015
- Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2014. *Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) & Forum Peningkatan Konsumsi Ikan (Forikan)* (artikel online). diakses pada tanggal 16 Oktober 2015
- Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2013. *Kontribusi Protein Ikan* (artikel online). diakses pada tanggal 16 Oktober 2015
- Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2013. *Ikan Penyuplai Protein* (artikel online). diakses pada tanggal 16 Oktober 2015
- Kusrianto. Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI
- Lankow, J., Ritchie, J., dan Crooks, R. 2012. *INFOGRAPHICS: The Power of Visual Storytelling*. New Jersey: John Wiley & Sons (e-book)
- Satuan Kerja Dewan Kelautan Indonesia. 2012. *Laporan Analisis Input-Output Bidang Kelautan Terhadap Pembangunan Nasional*.
- Zaini, Muhammad. 2015. *Ikan Untuk Ketahanan Pangan dan Gizi Nasional*. Presentasi disampaikan pada acara Workshop Hari Gizi Nasional, Jakarta, 24 Februari 2015)