



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan di tengah tengah lautan, di mana memiliki potensi di bidang perikanan yang sangat berlimpah. Produksi ikan di Indonesia pada tahun 2012 mencapai lebih dari 15 juta ton, sementara produksi sumber protein hewani lainnya jauh lebih rendah dibandingkan dengan produksi ikan. Sumber daya perikanan yang besar ini, menjadikan ikan berpeluang tinggi dalam memberikan kontribusi di dalam memasok total kebutuhan konsumsi protein di Indonesia, khususnya sumber protein hewani. (<http://www.wpi.kkp.go.id/index.php/82-info-aktual/104-kementerian-kelautan-dan-perikanan-kkp-usulkan-hari-ikan-nasional-untuk-mendukung-upaya-peningkatan-gizi-masyarakat-indonesia>) diakses pada Maret 2015.

Hanya saja fenomena yang terjadi di Indonesia saat ini adalah, rendahnya tingkat konsumsi ikan oleh orang-orang yang tinggal di kota-kota besar. Padahal oleh Menteri Kelautan dan Perikanan Indonesia Susi Pudjiastuti bahwa ikan memiliki protein yang cukup tinggi, harganya relatif murah, dan mudah didapatkan. (<http://kita.kompas.com/tokoh/detail/224/susi.pudjiastuti>) diakses pada Maret 2015.

Bahkan tingkat konsumsi ikan untuk masyarakat Indonesia saat ini baru mencapai 89 persen. Padahal negara-negara anggota ASEAN lainnya rata-rata sudah mencapai 91,3 persen. Dan berdasarkan data dari Kementerian Kelautan

dan Perikanan RI, Pada tahun 2014 konsumsi ikan nasional hanya mencapai 38 kg per kapita per tahun. Sementara itu, Malaysia sudah mencapai 70 kg dan Jepang 140 kg per kapita per tahun. (<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/15/02/17/njws9a-konsumsi-ikan-rakyat-indonesia-di-bawah-negaranegara-asean>) diakses pada Maret 2015.

Berdasarkan hasil kuisisioner yang didapat dari 153 responden, didapati bahwa mayoritas mereka sebagian besar sekitar jarang mengkonsumsi ikan per harinya, karena tidak suka mengkonsumsi ikan dan tidak menyadari betul mengenai manfaat dari kandungan protein yang dimiliki ikan.

Bahkan ditambahkan pula oleh Menteri Kelautan dan Perikanan kabinet sebelumnya Sharif Cicip Sutardjo bahwa ikan dapat dijadikan sebagai makanan pokok masyarakat. Karena menurutnya ketidaktahuan masyarakat akan protein ikan jauh lebih besar daripada daging merah. Selain lebih banyak mengandung protein, juga harga ikan masih lebih murah dan sapi termasuk merupakan daging merah sedangkan ikan memiliki protein tinggi, gizi tinggi, punya omega tiga untuk otak, dan sebagainya. Jadi, nutrisinya jauh lebih baik daripada daging merah. Selain konsumsi tinggi, impor ikan juga rendah. (<http://sp.beritasatu.com/nasional/cicip-lebih-baik-makan-ikan-daripada-daging-sapi/39319>) diakses pada Maret 2015.

Bahkan dari hasil penelitian studi Universitas Eastern Finland bahwa dengan meningkatkan asupan lemak ikan juga akan meningkatkan jumlah partikel kolesterol baik secara signifikan. Hasil studi bahwa orang-orang yang rajin makan ikan minimal 3-4 kali sepekan memiliki partikel kolesterol baik lebih besar di

dalam darah mereka, dibandingkan orang-orang yang kurang makan ikan. Karena kolesterol baik (HDL) sangat mumpuni melindungi diri dari penyakit jantung. HDL akan menyapu kolesterol jahat di dinding arteri jantung yang berhubungan dengan penurunan risiko penyakit kardiovaskular dan juga berguna untuk menurunkan tekanan darah tinggi. Temuan ini pun dijadikan sebagai rekomendasi gizi agar mendorong orang-orang untuk mengurangi konsumsi daging merah dan beralih ke ikan dan makanan laut lainnya. (<http://gayahidup.republika.co.id/berita/gaya-hidup/infosehat/14/03/11/n29n3d-banyak-konsumsi-ikan-tingkatkan-kadar-kolesterol-baik>) diakses pada Maret 2015.

Padahal oleh Ketua Keluarga Alumni Universitas Gadjah Mada Fakultas Hukum 1988 Jamaslin Purba mengatakan, bahwa kandungan protein cukup besar ada di dalam ikan yang diharapkan mampu memperbaiki kebutuhan gizi masyarakat Indonesia. Makanya kesadaran masyarakat untuk konsumsi ikan harus didorong. (<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/15/03/28/nlw6xp-kampanyemakan-ikan-sasar-warga-jakarta-dan-yogyakarta>) diakses pada Maret 2015.

Salah satu kasus yang diutarakan oleh Dirjen Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perikanan (P2HP) Kementerian Kelautan dan Perikanan, Saut P Hutagalung, bahwa ketidaktahuan masyarakat akan protein ikan berpengaruh pada rendahnya konsumsi ikan yang membuat banyak bayi yang lahir di Indonesia menjadi tumbuh kerdil. Ia mengatakan dalam rangka membangun bangsa, sangat penting meningkatkan makanan yang bergizi, dan salah satunya dengan menggalakkan makan ikan. Karena dengan melalui makan ikan maka

keseimbangan gizi bangsa ini akan bisa dicapai dengan baik.(
<http://goo.gl/PxXtC1>) diakses pada Maret 2015.

Rudiansyah, Kepala Bidang Perikanan, Dinas PTPHPP Kabupaten Balangan menegaskan bahwa dengan adanya peningkatan konsumsi ikan, diharapkan mampu memberi nilai tambah peningkatan derajat kesehatan anak-anak khususnya dan masyarakat umumnya. Selain itu, juga diharapkan dapat meningkatkan produksi olahan makanan yang berasal dari ikan. (<http://www.bibitikan.net/gencarnya-kampanye-gemar-makan-ikan-berdampak-positif-bagi-perekonomian/>) diakses pada Maret 2015.

Bahkan karena berlimpahnya ikan di perairan Indonesia, orang luar negeri pun sampai melakukan *illegal fishing* yang berarti harusnya ikan di perairan Indonesia bisa menjadi manfaat dengan sumber protein yang bernilai tinggi sekaligus harganya menjadi murah.

Maka dari itu jelas jika dengan adanya pemahaman masyarakat mengenai manfaat yang didapat setelah makan ikan diharapkan konsumsi ikan kita dapat membantu dari program atau kebijakan Kementerian Kelautan dan Perikanan. Dan secara tidak langsung kita dapat membantu perekonomian dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan mensejahterakan masyarakat bila kita mau mengkonsumsi ikan hasil budidaya mereka. Sekaligus secara langsung manfaat bagi kesehatan kita tentu akan bertambah baik karena sumber nutrisi dan protein dari ikan yang kita konsumsi. Maka dari itu penulis membuat Tugas akhir

berbentuk kampanye sosial kepada konsumen untuk mengedukasi dan memberi pemahaman mengenai peningkatan konsumsi ikan.

1.2. Rumusan Masalah

Fokus permasalahan dari latar belakang yaitu, bagaimana perancangan kampanye sosial mengenai meningkatkan konsumsi ikan khususnya kepada orang tua yang berkisar usia 2 sampai dengan 45 tahun dan tinggal di perkotaan?

1.3. Batasan Masalah

Untuk memudahkan permasalahan di dalam laporan ini, penulis akan membatasi pembahasan mengenai;

1. Perancangan media kampanye sebagai penyampai pesan adalah iklan layanan atau video infografis sebagai media utama dalam tahap *desire* yang disebar melalui media internet publik seperti portal berita atau *mobile website* sebagai media primer. Dan kemudian terdapat media pendukung seperti poster atau leaflet sebagai media promosi sekaligus *packaging* sebagai *gimmick* saat aktivasi berlangsung.
2. Perancangan ini ditujukan untuk target *audiens* dengan spesifikasi :
 - Demografis dan Geografis, dalam segmen ini konsumen dikategorikan sebagai konsumen menengah (*middle*). yang cenderung membeli barang dengan melihat nilai manfaat yang didapat dan harga yang dibayar. Dan juga merupakan konsumen tinggal di perkotaan di mana tingkat pendidikannya cukup tinggi.

Berkisar usia antara 25 sampai dengan 45 tahun yang mampu memenuhi berpikir secara matang dalam memutuskan kebutuhan pangannya dan pendidikan tingkat tinggi yang melek teknologi. Di mana ada kecenderungan semakin besar tuntutan di kehidupan sosial pada masyarakat maka mendorong konsumen untuk lebih sadar dalam membeli produk, dikarenakan tingginya kemakmuran kelas menengah maka kan diikuti dengan meningkatnya pengetahuan, serta diikuti terdongkraknya tingkat *civilization*.

- Psikografis, dalam hal ini juga konsumen secara psikografi dikategorikan dalam segmentasi *value minded consumer*.
 - *Value minded consumer* yaitu segmen yang memilih produk semakin cerdas dan rasional, dalam hal ini konsumen yang membeli suatu makanan perlu melihat dari sisi *civilization* dan mengerti akan manfaat yang akan didapat.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan umum penulisan Tugas Akhir ini adalah perancangan kampanye sosial mengenai meningkatkan konsumsi ikan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi penulis: perancangan kampanye ini dapat dijadikan sebagai sarana belajar, menambah wawasan dan pengetahuan serta yang terpenting adalah

mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat selama kuliah untuk menghadapi permasalahan nyata yang ada di lapangan.

2. Bagi umum: dapat dijadikan sebagai tambahan pengetahuan atau wawasan mengenai akan kelebihan dari salah satu potensi yang dimiliki Indonesia khususnya potensi perikanan.
3. Bagi universitas: perancangan ini dapat menjadi bahan materi pembelajaran khususnya penyadaran bagi para akademisi yang bisa diharapkan menjadi panutan.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini penulis melakukan pencarian seperti;

1. Data primer: berupa data kualitatif dengan menyebarkan kuesioner beberapa orang dengan segmentasi menengah dan tinggal di perkotaan untuk mengetahui pola atau tingkat konsumsi pangan mereka. Selain itu pula menggunakan wawancara dan kuesioner sebagai penelitian lebih lanjut.
2. Data sekunder: berupa data secara kualitatif yang acuannya seperti studi pustaka digambarkan secara deskriptif dan juga bersifat kuantitatif seperti mengenai data konsumsi ikan di Indonesia. Penulis juga mencari informasi dari berbagai sumber bacaan atau dokumen yang berhubungan dengan fenomena atau rumusan masalah tersebut sebagai referensi.

1.7. Metode Perancangan

Dalam merancang laporan ini dan mendapatkan data yang diperlukan maka penulis menggunakan beberapa tahapan seperti :

1. Penulis melakukan identifikasi masalah dengan menelaah fenomena mengenai tingkat kesadaran konsumen terhadap konsumsi ikan.
2. Kemudian penulis mencari data sebagai penelitian pendahuluan dengan mencari studi pustaka atau mengumpulkan data sebagai informasi.
3. Penulis mencari ide dalam merancang sebagai solusi desain sebagai tujuan dalam perancangan dengan melihat target dari STP atau segmentasi, target dan *positioning*.
4. Penulis juga mengumpulkan data secara primer akan melalui kuesioner untuk mengetahui tingkat konsumsi ikan pada konsumen.
5. Penulis melakukan analisa dengan menggabungkan data primer dan data sekunder seperti melihat kajian teori dan juga hasil kuesioner.
6. Kemudian penulis mengembangkan idenya dalam proses berpikir untuk menyasati dan memecahkan masalah dengan *brainstorming* yaitu mengkaitkan kata-kata yang ada di kiri dan kanan membentuk kosakata baru dan *mindmapping* yaitu dimulai dari sebuah topik yang berada di tengah tengah, kemudian bercabang menjadi sub-topik yang tersusun secara acak.
7. Selanjutnya muncul konsep berupa strategi kampanye.

8. Penulis membahas penggunaan media kampanye guna pengaplikasiannya dalam aktivasi kampanye.

Dan dari beberapa langkah atau metode ini, diharapkan bentuk kampanye ini menjadi efektif bagi para pembaca ataupun konsumen.

1.8. Skematika Perancangan

Berupa bagan mengenai perancangan penulisan dari proses pengumpulan data, seperti;



