

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE BUDAYA MENGKONSUMSI PANGAN LOKAL

Oleh
Inke Wisely
NRP 1064034

Seiring dengan semakin besarnya perkembangan pangan impor yang masuk ke Indonesia, jelas bahwa dampak dari masuknya pangan impor tersebut menyebabkan kerentanan terhadap pangan lokal serta mengancam kesejahteraan petani lokal. Salah satu penyebab suksesnya peningkatan jumlah pangan impor tersebut adalah anggapan masyarakat bahwa pangan impor memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pangan lokal.

Menurut Profesor Ahmad Sulaiman seorang pakar ilmu gizi dari Institut Pertanian Bogor, memperbanyak konsumsi buah dan sayur-sayuran lokal sebenarnya dapat dijadikan upaya untuk mencegah penyakit-penyakit tidak menular dan penyakit kronis. Masyarakat saat ini cenderung lebih menyukai pangan impor, termasuk buah dan sayuran. Membeli bahan pangan impor di supermarket bahkan sudah menjadi gaya hidup.

Untuk itu diperlukan sebuah kampanye yang mampu memberikan informasi secara tepat dan menarik mengenai keunggulan pangan lokal. Kampanye ini juga merancang sebuah *mobile apps* dimana melalui *mobile apps* ini masyarakat dapat mencari pangan lokal dan berinteraksi dengan petani atau produsen lokal secara langsung sehingga kedua belah pihak saling diuntungkan. Melalui kampanye ini diharapkan masyarakat mampu membudayakan konsumsi pangan lokal secara rutin.

Kata kunci : pangan, lokal, impor, ibu rumah tangga, petani

ABSTRACT

CAMPAIGN DESIGN OF LOCAL FOOD CONSUMPTION HABIT

By

Inke Wisely

NRP 1064034

Along with great increasing of import food that imported to Indonesia, it is clear that the impact will affect sustainability of local food and livelihood of local farmers. One cause factor in increasing import food is the public perception that import food have better quality than local food.

According to Profesor Ahmad Sulaiman, a nutritionist from Institut Pertanian Bogor, to increase consumption of local fruits and vegetables can actually be used to prevent chronic illness and non contagious disease. People nowadays tend to prefer import food, including import fruits and vegetables. Buying import food ingredients at supermarket even has become a lifestyle.

For that reason, we need a campaign that capable to give information precisely and attractive about advantage of local food. This campaign also design a mobile apps whiches people can browse local food and interact with farmer so farmer and people will get advantages. Expectation of this campaign that people can cultivate consumption of local product regularly.

Keywords: food, local, import, housewives, farmers

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN ABSTAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Teori Kampanye.....	6
2.2 Jenis Kampanye	7
2.3 Model Kampanye	8
2.4 Komunikasi Massa	9
2.5 Media.....	10
2.6 Psikologi Dewasa Muda.....	10
2.7 Perilaku Kesehatan.....	11
2.8 Pengertian Ketahanan Pangan.....	11

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	12
3.1 Data dan Fakta.....	12
3.1.1 Sumber Data.....	12
3.1.2 Program-program	14
3.1.3 Data Hasil Wawancara.....	17
3.1.4 Studi Pustaka terhadap Buku dan Internet	20
3.1.5 Kuesioner	25
3.1.6 Analisa terhadap Kuesioner dan Fakta.....	28
3.2 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	31
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	 33
4.1 Konsep Komunikasi	33
4.2 Konsep Kreatif	34
4.3 Konsep Media	35
4.3.1 Timeline	35
4.3.2 Pemilihan Media	36
4.3.3 Budgeting	38
4.4 Hasil Karya.....	39
4.4.1 Logo Kampanye	39
4.4.2 Poster.....	41
4.4.3 Website.....	48
4.4.4 Aplikasi Gadget.....	48
4.4.5 Iklan Majalah	49
4.4.6 Baliho	49
4.4.7 Sosial Media.....	50
4.4.8 Flyer	50
4.4.9 Brosur	51
4.4.10 X-banner.....	51
4.4.11 Umbul-umbul	52

4.4.12 Gimmick.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Slow Food Jakarta / Kemang.....	12
Gambar 3.2 Poster <i>Terra Madre Day</i>	14
Gambar 3.3 Workshop pembuatan tempe.....	15
Gambar 3.4 Poster Libur Berkebun	15
Gambar 3.5 Poster Pengenalan Slow Food.....	16
Gambar 3.6 Spanduk Seribu Taman Pangan.....	16
Gambar 3.7 Poster Food Revolution Day Java	31
Gambar 3.8 Lomba menghias nasi tumpeng.....	31
Gambar 3.9 Belajar membuat es krim jamu.....	32
Gambar 4.1 Logo	39
Gambar 4.2 <i>Color guide</i> dan <i>typography</i>	40
Gambar 4.3 Poster tahap <i>awareness</i>	41
Gambar 4.4 Poster tahap <i>informing</i> 1	42
Gambar 4.5 Poster tahap <i>informing</i> 2	43
Gambar 4.6 Poster tahap <i>informing</i> 3	44
Gambar 4.7 Poster <i>event</i>	45
Gambar 4.8 Poster tahap <i>reminding</i> 1.....	46
Gambar 4.9 Poster tahap <i>reminding</i> 2.....	47
Gambar 4.10 Website.....	48
Gambar 4.11 Aplikasi Gadget.....	48
Gambar 4.12 Iklan Majalah.....	49
Gambar 4.13 Baliho	49
Gambar 4.14 Sosial Media.....	50
Gambar 4.15 Flyer	50
Gambar 4.16 Brosur	51
Gambar 4.17 X-Banner	51
Gambar 4.18 Umbul-umbul	52

Gambar 4.19 Nametag	52
Gambar 4.20 Gimmick gelas.....	52
Gambar 4.21 Gimmick lap tangan	53
Gambar 4.22 Gimmick celemek	53
Gambar 4.23 Gimmick spatula dan talenan	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Keanekaragaman hayati sumber pangan Indonesia	21
Tabel 3.2 Kandungan zat gizi berbagai bahan pangan.....	22
Tabel 4.1 Tabel <i>Timeline</i>	35
Tabel 4.2 Tabel <i>Budgeting</i>	38