

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL SUBSTITUSI BERAS SEBAGAI BAHAN MAKANAN POKOK**

Oleh

**Fathan Mubina Nurfajrianto**

**NIM: 108300018**

Beras adalah bulir/gabah yang berasal dari padi (*oryza sativa*). Pada salah satu tahap pemrosesan hasil panen padi, gabah ditumbuk atau digiling sehingga bagian luarnya (kulit gabah) terlepas dari isinya. Bagian isi inilah, yang berwarna putih, kemerahan, ungu, atau bahkan hitam, yang disebut beras. Beras merupakan makanan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Rasanya yang enak, mudah diolah dan kondisi alam yang mendukung penyediaannya, merupakan beberapa alasan mengapa beras dijadikan makanan favorit masyarakat Indonesia.

Seiring bertumbuhnya populasi penduduk dan kebiasaan dalam mengonsumsi makanan, maka tingkat konsumsi beras di Indonesia pun melonjak tajam. Fenomena tersebut berdampak pada ketahanan pangan nasional, yang dapat beresiko terjadinya krisis pangan dan kelaparan yang akan diderita oleh masyarakat Indonesia. Pada kenyataannya, bahan makanan pokok yang merupakan sumber karbohidrat selain beras cukup banyak tersedia di Indonesia. Sumber makanan pokok tersebut antara lain adalah: singkong, gandum, kentang, ubi jalar, sagu dan jagung. Dibandingkan beras, bahan-bahan makanan tersebut masih jarang dikonsumsi.

Dibutuhkan suatu tindakan atau gerakan yang bertujuan untuk mengurangi ketergantungan dan kebiasaan masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi beras. Salah satunya adalah melalui kampanye sosial, kampanye ini nantinya akan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai bahan makanan alternatif lain selain beras yang dapat dikonsumsi, serta mengajak masyarakat agar terbiasa makan makanan alternatif tersebut sehingga mengurangi kebutuhan masyarakat terhadap beras.

Perancangan kampanye meliputi aspek visual dan aspek verbal. Aspek verbal terdiri dari nama kampanye dan pesan kampanye (*tagline*). Sedangkan visualisasi kampanye terdiri dari fotografi, warna, tekstur, *layout*, dan tipografi. Kedua aspek tersebut merupakan aspek utama yang berpengaruh terhadap daya tarik sebuah kampanye dan berpengaruh terhadap keberhasilan kampanye. Kedua aspek tersebut akan didukung dengan penggunaan strategi media, supaya pesan dari kampanye berhasil diterima oleh sasaran yang dituju. Hasil perancangan kampanye adalah berupa iklan media cetak (poster, iklan majalah, iklan surat kabar), event, website dan web banner.

Kata kunci : Substitusi, Beras, Kampanye Sosial, Bahan makanan Alternatif, Sumber Karbohidrat.

## **ABSTRACT**

### **SOCIAL CAMPAIGN DESIGN OF RICE SUBSTITUTION AS A STAPLE FOODS**

**By:**

**Fathan Mubina Nurfajrianto**

**NIM: 108300018**

*Rice is the grain from paddy (Oryza sativa). At one of the stage harvest processing, grain crushed or ground so that the outer space (grain leather) apart from the inside. Substance of this section, the white, red, purple, or even black, called the rice. Rice is the staple food for the most inhabitant in Indonesia. It tastes good, easily processed and natural conditions that support of supplying, are few reasons that made the rice become Indonesia favourites food.*

*As the growing population and food habits, then the level of rice consumption in Indonesia also increased sharply. These phenomena have an impact on national food endurance, which may people of Indonesia will be suffered by food crisis and famine. In fact, there are lot of staple foods (which is source of carbohydrate) available in Indonesia. For examples : cassava, wheat, potato, Java sweet potato, sago and corn. Compared to rice, these staple foods are rarely consumed.*

*It takes an action and movement that aims to reduce dependency of Indonesians food habits in rice. One is through social campaigns, this campaign will inform the public about alternative foods other than rice which can be consumed, and invites the public to eat alternative foods, in such a way that could reduce the dependency of rice.*

*The design of the campaign includes verbal and visual aspect. Verbal aspect consists of the campaign name and the messages (such as tagline). While the visualization, consist of photography, color, texture, layout and typography. Both aspects was the key of influence the attractiveness and the success of this campaign. Both aspects will be supported by the media strategy, so that the messages of this campaign received successfully by intended target. The design results of this campaign is a print meda advertising (posters, magazine ads, newspaper ads), event, website and web banner.*

**Key words:** Substitution, Rice, Social Campaign, Food Alternatives, Carbohydrate Sources.

