

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Provinsi Sumatera Barat merupakan provinsi yang berada di kepulauan Sumatera dimana titik letaknya dikawasan tengah kepulauan Sumatera. Dengan situasi dan kondisi iklim daerah yang terus mengalami perubahan yang tak terduga. Perubahan tersebut berakibat pada kesehatan tubuh karena dipaksa untuk beradaptasi dengan suhu yang ada disekitarnya. Ketika tubuh tidak mampu menangkal paparan virus dari luar tubuh maka kesehatan tubuh mengalami kelemahan. Salah satu cara untuk meningkatkan kesehatan tubuh yaitu dengan menjaga imunitas tubuh. Imunitas didapatkan dari mengkonsumsi gizi yang seimbang sesuai aturan kesehatan yang berlaku.

Kebutuhan gizi menjadi sangat penting dikala kesehatan menjadi salah satu hal yang krusial. Masalah gizi pada hakekatnya adalah masalah kesehatan masyarakat (Supariasa, 2012). Namun masalah gizi bukan hanya berdampak pada kesehatan saja, akan tetapi berdampak pula pada pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas dimasa yang akan datang (Sari, 2010). Sehingga kesehatan menjadi kebutuhan yang paling mendasar. Ketika tubuh kekurangan gizi maka akan timbul beberapa komplikasi terkhusus pada orang yang telah lanjut usia (orang tua) karena imunitas tubuhnya telah mengalami penurunan.

Komplikasi kesehatan timbul dari kekurangan gizi berupa darah tinggi, anemia dan lain-lain. Sebagai sampling data yang dihimpun oleh penulis terdapat masalah mengenai gizi di beberapa wilayah Padangpanjang, Padang Pariaman, dan Bukittinggi, berikut grafik yang menunjukkan permasalahan gizi secara umum.

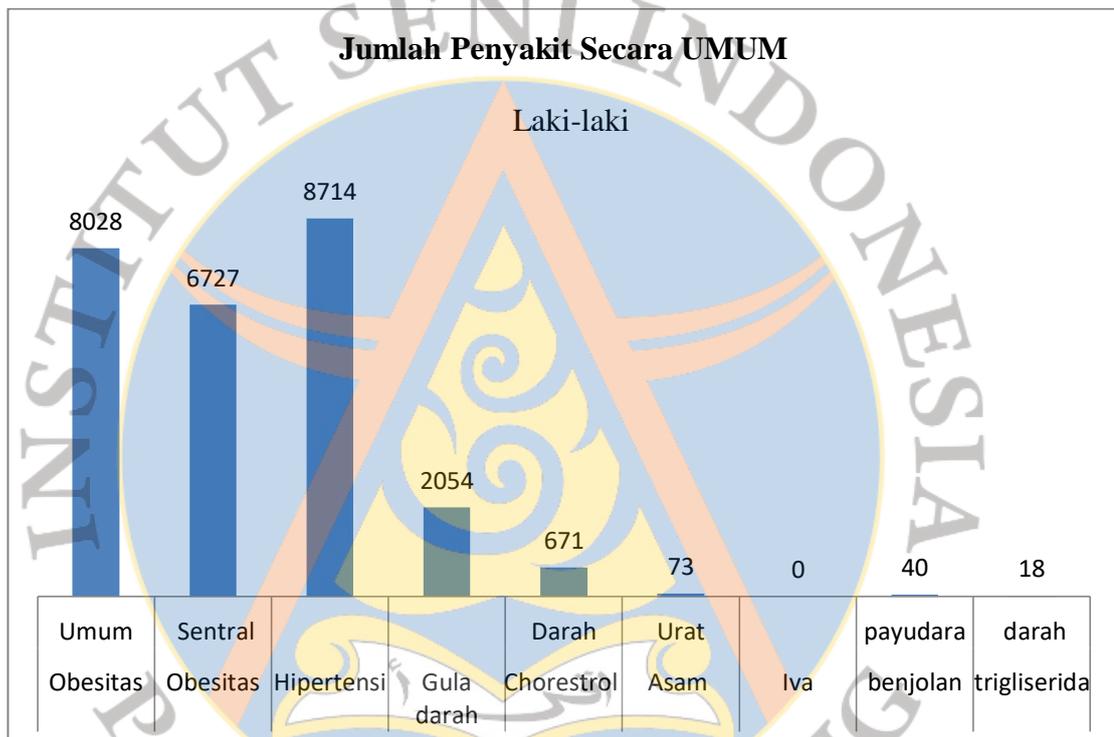


Diagram Batang 1.
Akumulasi Komplikasi Gizi Laki-laki
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

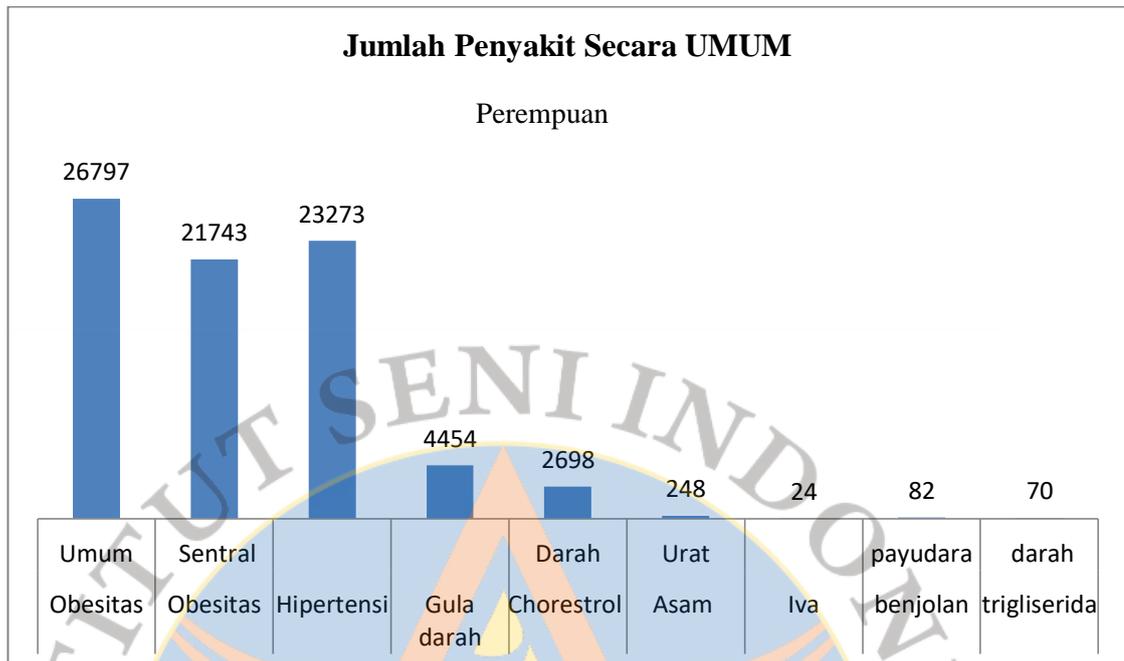


Diagram Batang 2.
 Akumulasi Komplikasi Gizi Perempuan
 (Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

Ditambahkan dengan penguat dari pernyataan ahli gizi yang bertugas di Puskesmas Biaro selama 30 tahun bahwa.

“Pola makan seimbang di Indonesia mengalami persentase yang memprihatinkan, karena masyarakat sudah tidak tertarik pada pola makan seimbang dan sehat sebelum terjadinya komplikasi kesehatan, nah disitu baru terpikir bahwa kesehatan perlu benar-benar diperhatikan, terlebih saat pandemi sekarang. Sekarang tim kesehatan Indonesia terkhusus Puskesmas Biaro lebih gencar mensosialisasikan info gizi kepada masyarakat melalui posyandu- posyandu terkhusus pada ibu-ibu. Karena mereka lah yang memegang kendali akan kesehatan keluarganya pada saat pandemi seperti sekarang.” (Erliza, SKM:2020).

Pola hidup sehat ketika menghadapi permasalahan kesehatan seperti yang terjadi sekarang yaitu melemahnya sistem imun tubuh, penting untuk pola hidup bersih dan memperhatikan asupan gizi seimbang. Karenanya ketika imun tubuh yang dihasilkan dari pola makan yang sehat akan menjadi kekuatan dari penangkalan paparan virus.

Paparan radikal Jahat akan sulit menyerang kaum muda khususnya remaja karena imun tubuh mereka kuat dan stabil, berbeda halnya dengan orang yang sudah berumur yang telah mengalami penurunan fungsi organ tubuh dan penurunan imunitas sebagai garda terdepan dalam melawan paparan virus (Fatmah:2006:48). Tentu kita harus pola hidup sehat, dimulai berolahraga sampai makan asupan gizi yang sesuai dan mengandung gizi untuk membantu meningkatkan imun tubuh. Masyarakat dan orang tua khususnya, diberikan informasi sejak dini. Bahan disekeliling kita bisa digunakan untuk meningkatkan imun tubuh yang mudah didapatkan. Padahal menangkal virus bukan hanya dengan masker, *handsanitaizer* dan perilaku sering cuci tangan. Tetapi dibalik itu semua ada hal yang paling *klusial* yaitu asupan gizi.

Mengingat begitu banyak kasus yang menyerang orang tua dampak dari tidak memperhatikan asupan gizi sehingga menimbulkan komplikasi kesehatan tubuh. Maka perlu adanya informasi mengenai hal tersebut, agar informasi yang akan disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens. Salah satu media informasi yang dirancang adalah media cetak. Media cetak dipilih dikarenakan media tersebut sangat dekat dan erat dengan kehidupan target audiens yang dipilih oleh penulis sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah diterima. Yang pada akhirnya penulis mampu menghadirkan sebuah informasi yang mampu memberikan wawasan dan pemahaman seputar kesehatan gizi sebagai salah satu bagian terpenting dalam kehidupan, terlebih pada usia Produktif,

Menurut KBBI, usia produktif adalah usia ketika seseorang masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuatu. Penduduk dengan usia produktif memiliki rentang usia 15-64 tahun. Usia produktif adalah usia dimana tubuh manusia berada di tahap kematangan baik dari segi emosional, analitik mengambil keputusan dan bagian kesehatan yang ditahap puncak tertinggi kesehatan. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki bonus demografi / bonus tingkat dimana masyarakat indonesia memiliki jumlah usia produktif lebih dari stengah dari jumlah penduduk indonesia secara keseluruhan di tahun 2020-2035 dengan puncak pada tahun 2028-2030 (Muktiani, BKKBN:2020). Maka perlu adanya persiapan dari sejak dini untuk mempersiapkan kecerdasan dan kesehatan dari berbagai sektor salah satunya dari sektor kesehatan khususnya gizi agar keadaan tubuh dalam keadaan sehat dan mampu beraktifitas sebagai mana mestinya untuk jangka panjang. Media yang menjadi salah satu sarana yang digunakan selama ini oleh pihak terkait mengenai informasi gizi di anggap belum tepat penyajian informasinya.

Media yang dihadirkan oleh pihak terkait sebagai penanggungjawab dalam ranah informasi gizi secara keilmuan desain belum sesuai dan belum terkomunikasikan dengan baik. Dikarenakan desain yang dihasilkan baik secara estetika dan secara fungsional nya belum efektif serta tepat sasaran. Penggunaan elemen-elemen visual dalam media yang digunakan secara komunikasi terdapat tumpang tindih informasi sehingga tampilannya tidak memiliki nilai estetika dan terlalu memaksakan semua informasi ditampilkan dalam satu media. Secara prinsip desain media yang dihasilkan belum

memiliki nilai-nilai yang telah menjadi standar dalam keilmuan desain khususnya desain komunikasi visual itu sendiri.

Berdasarkan kasus yang telah dipaparkan, maka dirancanglah perancangan media informasi berupa "*Media informasi kebutuhan gizi pada usia produktif*". Melalui media informasi diharapkan dapat menginformasikan dan menarik perhatian target audiens untuk memahami informasi tentang pentingnya menjaga asupan gizi yang sehat.

B. Rumusan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, rumusan masalah yang dapat disimpulkan dalam "*Perancangan media informasi kebutuhan gizi pada usia Produktif*" adalah bagaimana merancang media informasi kebutuhan gizi yang informatif, komunikatif dan mudah dipahami oleh kalangan target audiens sehingga audiens dapat mewaspadaai atau menimbang takaran asupan gizi sesuai aturan kesehatan?

C. Tujuan Penciptaan dan Manfaat Penciptaan

Tujuan dari penciptaan:

1. Melalui rancangan media informasi ini nantinya dapat menjadi sebuah media informasi dan komunikasi yang efektif untuk masyarakat khususnya pada usia produktif mengenai peningkatan imun tubuh.
2. Rancangan ini diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat terkhusus pada orang dewasa agar lebih mudah mengedukasi orang sekitar untuk memahami pola hidup sehat serta mengkonsumsi gizi yang seimbang dalam kehidupan sehari-hari.

3. Memberikan informasi mengenai gizi apa aja yang ada disekitar kita serta mudah didapatkan sehingga kesehatan tubuh terus terjaga.
4. Terjaganya sistem imun tubuh untuk jangka panjang dan stimulus kesehatan pada usia produktif berjalan sesuai mestinya.

Manfaat dari Penciptaan:

1. Masyarakat

Menambah wawasan masyarakat khususnya orang dewasa mengenai hal-hal yang mereka tidak ketahui tentang peningkatan imun tubuh dari segi kebutuhan gizi. Serta mampu merubah pola pikir akan pentingnya kebutuhan gizi untuk tubuh manusia itu sendiri.

2. Perancang

Mampu membuat perancangan media informasi yang efektif dengan menggunakan elemen desain yang tepat, menambah wawasan dan pengalaman dalam merancang media informasi meningkatkan imun tubuh. Serta dapat menerapkan ilmu desain komunikasi visual yang telah didapat di perguruan tinggi.

3. Civitas Akademik Desain Komunikasi Visual

Sebagai wawasan, referensi dalam merancang media informasi berupa informasi tentang gangguan kesehatan meningkatkan imun tubuh.

D. Tinjauan Karya

Pada perancangan ini, terdapat beberapa contoh karya tentang kebutuhan gizi sebagai pembanding dan tolak ukur dalam perancangan media informasi. Penggarapan karya ini dilihat melalui bentuk visualnya dimana teknik

pembuatannya akan disesuaikan dengan konsep yang akan dibangun. Karya untuk media utama yang menjadi nilai tolak ukur tersebut di antaranya ialah:

a. Poster Gizi Seimbang

Poster ini berisikan informasi seputar kebutuhan gizi seimbang saat pandemi. Poster gizi seimbang ini menggunakan teknik full color dengan teknik *flat* desain. *Flat* desain disini dihadirkan dengan berbagai elemen desain salah satu contohnya itu vector makanan dan vector piring yang menggunakan teknik flat desain. Informasi yang terdapat didalamnya berkenaan dengan jenis-jenis makanan yang sehat untuk mencegah terpaparnya virus covid 19 sesuai dengan headline diposter.



Gambar 1.

Status Gizi Kurang

(Sumber : <https://www.scribd.com/document/493079920/2-Poster-Gizi-Seimbang>, diakses pada tanggal: 01 Januari 2022)

Poster di atas memiliki kesamaan informasi yang akan disampaikan dalam garapan nantinya. Yaitu dengan menggunakan teknik

flat desain dan informasi kecukupan gizi seimbang. Tetapi dalam garapan ini tentunya harus memiliki standar dan nilai pembeda yang signifikan. Nilai pembeda dalam garapan ini nantinya yaitu isi konten informasi yang akan disajikan. Informasi nantinya akan lebih lengkap dibandingkan dengan poster yang terdapat di gambar di atas, dengan memperhatikan kaidah-kaidah keilmuan desain. Selain informasi gizi yang lebih lengkap nantinya akan menyajikan informasi mengenai remainder yang mampu menggugah hati pembaca dalam menanggapi informasi yang disajikan.

b. *Build Innovation For Healthy Lifestyle*

Tinjauan karya kedua ialah *infografis poster pola makan*. Karya ini memiliki *style* yang sama pada sebelumnya yaitu flat desain 2 dimensi. Karya infografis ini memiliki informasi yang mengenai pola makan gizi yang lengkap. Warna-warna yang digunakan juga warna yang *soft* dan lebih estetik untuk dilihat dari segi warna untuk awam.



Gambar 2.

Build Innovation For Healthy Lifestyle

(Sumber : <https://fikes.upnvj.ac.id/id/prestasi-mahasiswa/2021>, diakses pada tanggal: 01 Januari 2022)

Karya diatas menjadi karya pembanding untuk karya yang akan digarap karena memiliki tujuan dan fungsional yang sama. Perbedaan antara konsep dari perancang dengan konsep pembanding ialah informasi yang disajikan dengan jenis-jenis makanan dan takaran yang ideal untuk tubuh sehingga informasi lebih lengkap. Selain itu informasi ini nantinya tidak akan terpecah dalam satu media dengan dimuatnya semua informasi di dalamnya. Tetapi nantinya media yang akan dirancang akan dimuat dengan beberapa *artboard* yang akan diwujudkan dalam media cetak *final* hasilnya.

c. Infografis Penuhi Kebutuhan Gizi Para Lansia Di Masa Pandemi

Tinjauan karya ke tiga ialah media informasi Infografis Penuhi Kebutuhan Gizi Para Lansia Di Masa Pandemi. Infografis ini menjelaskan tentang pola makan dan aktivitas yang sehat seperti apa sesuai anjuran dari kesehatan ahli sehingga mampu menjaga kesehatan tubuh dan terjaganya kesehatan dari dalam tubuh.



Gambar 3.

Infografis Penuhi Kebutuhan Gizi Para Lansia Di Masa Pandemi

(Sumber : <https://beritamusi.co.id/infografis-penuhi-kebutuhan-gizi-para-lansia-di-masa-pandemi>, diakses pada tanggal: 01 Januari 2022)

Karya diatas menjadi karya pembanding untuk karya yang akan digarap karena memiliki tujuan dan fungsional yang sama. Pembeda antara konsep dari perancang dengan konsep pembanding ialah Infografis ini hanya menginformasikan secara umum pola makanan yang sehat dan aktivitas yang sesuai anjuran kesehatan pada usai lanjut, sedangkan perancang menghadirkan dampak dari makan makanan yang tidak sesuai anjuran terkhusus pada usia dewasa atau orang tua yang telah mengalami penurunan fungsi organ tubuh dan daya tahan tubuh.

E. Landasan Teori

a. Media Informasi

Media, bentuk jamak dari kata medium, berasal dari bahasa Latin yang secara harfiah memiliki arti perantara atau pengantar. Media merupakan perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Media adalah saluran komunikasi termasuk film, televisi, diagram, materi tercetak, komputer, dan instruktur. Secara umum, media menunjukkan sebagai alat atau sarana komunikasi seperti televisi, radio, dan surat kabar. Istilah media juga digunakan sebagai suatu agen laporan berita atau pemberitaan. Di dalam dunia komputer, istilah media digunakan sebagai wadah (collective noun) yang berfungsi sebagai penyimpan data (Agus, 2012:16).

Maka dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan media adalah segala bentuk atau alat yang dapat digunakan untuk menyalurkan dan atau penyimpanan pesan atau informasi dari pengirim ke penerima. Bentuk atau saluran tersebut dapat berbentuk tercetak, maupun noncetak. Dengan kata lain, media merupakan wadah yang digunakan untuk menyimpan pesan atau informasi.

Informasi secara umum dapat diartikan sebagai suatu pesan, ide, gagasan, yang disampaikan seseorang. Dalam ilmu komunikasi, pesan yang ingin disampaikan oleh seorang pengirim dipandang sebagai suatu informasi. Informasi ini dapat berupa numerik atau berupa angkaangka, audio atau suara, teks atau tulisan, dan citra atau gambar /image.

Penyampaian informasi tersebut sebenarnya dapat dilakukan secara langsung dengan lisan. Akan tetapi, penyampaian pesan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan suatu media atau saluran tertentu. Saluran atau media ini, selain dapat dipahami sebagai alat penyampai pesan atau informasi, dapat juga digunakan sebagai alat penyimpan atau perekaman informasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Dalam Jaringan/Online (KBBI Daring), media dapat diartikan sebagai alat, Perantara; penghubung, Aaat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk.

Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang, selain itu manusia juga bisa saling berinteraksi satu samalain. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target. Media informasi pada masa ini, dikarenakan melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi dan dapat bertukar pikiran serta berinteraksi satu sama lainnya. Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Medium dapat didefinisikan sebagai perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim menuju penerima.

Maka pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi

sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi (Setyowati, 2015:34) menyatakan bahwa ada beberapa prinsip umum yang perlu diperhatikan dalam prinsip penggunaan dan pemanfaatan media informasi, sebagai berikut:

1. Media non cetak

a. Radio

Radio adalah radio yang menggunakan spectrum frekuensi radio untuk tujuan pertukaran pesan nonkomersial, eksperimen nirkabel, pelatihan mandiri, rekreasi pribadi, radiosport, dan komunikasi darurat.



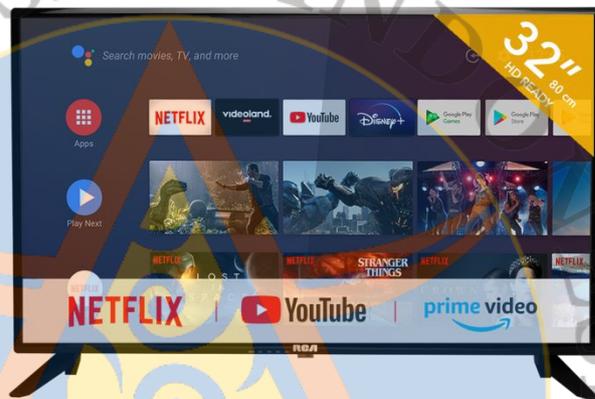
Gambar 4.

Radio

(Sumber : <https://www.mnetrijaya.com/news/detail/40815/kekuatan-radio-hadapi-tantangan-era-televisi-hingga-internet>, diakses pada tanggal: 20 November 2021)

b. Televisi

Televisi adalah salah satu media siaran selain radio yang digunakan untuk mentransmisikan gambar bergerak dalam bentuk hitam putih atau monokrom atau berwarna, dan dalam dua atau tiga dimensi serta suara.



Gambar 5.
Televisi

(Sumber : <https://www.hkc-eu.com/en/rca-rs32h2-eu.html>, diakses pada tanggal: 20 November 2021)

c. Internet

Era digital dalam sejarah perkembangan teknologi komunikasi ditandai dengan kehadiran media baru yaitu internet. Di era globalisasi seperti sekarang, internet telah menjadi sumber utama informasi dari berbagai belahan dunia. Pemanfaatan media internet biasanya digunakan menggunakan website, media social, e-mail dan banyak lagi.



Gambar 6.

Telekomunikasi

(Sumber : <https://sasanadigital.com/fungsi-sosial-media-untuk-media-promosi-digital-perusahaan/>, diakses pada tanggal: 20 November 2021)

2. Media cetak

a. Surat

Sarana komunikasi untuk menyampaikan informasi tertulis oleh suatu pihak kepada pihak lain dengan tujuan memberitahukan maksud pesan dari si pengirim. Fungsinya mencakup lima hal: sarana pemberitahuan, permintaan, buah pikiran, dan gagasan; alat bukti tertulis; alat pengingat; bukti historis; dan pedoman kerja.



Gambar 7.

Amplop Surat

(Sumber : <https://www.tokopedia.com/erqindo/amplop-surat-bisnis-1-warna-1-box>, diakses pada tanggal: 28 Oktober 2021)

b. Majalah

Salah satu publikasi berkala yang dicetak atau dipublikasikan secara elektronik atau daring. Majalah umumnya berisi artikel dan ilustrasi, biasanya mencakup topik atau bidang minat tertentu seperti kesehatan, olahraga, perempuan, pria, anak-anak, teknologi, dan lain-lain.



Gambar 8.
Majalah

(Sumber : <https://www.lolapress.org/kelebihan-dan-kekurangan-majalah/>,
diakses pada tanggal: 28 Oktober 2021)

c. Brosur

Buku yang diterbitkan secara tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit.



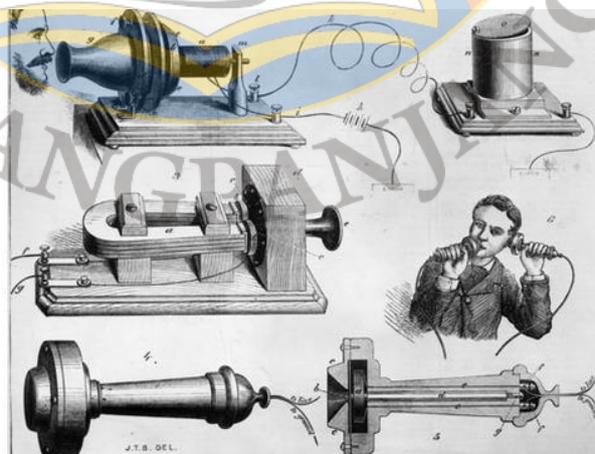
Gambar 9.

Brosur

(Sumber : <https://cetakbagus.com/5-langkah-membuat-brosur-yang-efektif-dan-efisien/>, diakses pada tanggal: 28 Oktober 2021)

d. **Telegraf**

Berita yang dikirim dengan menggunakan telegraf atau disebut juga dengan kabar kawat. Dengan demikian, telegram adalah pesan tertulis yang dikirimkan dengan menggunakan telegraf dan dimana teks ditulis atau dicetak dan dikirimkan dengan tangan atau teleprinter.



Gambar 10.

Telegraf

(Sumber : <https://www.liputan6.com/teknologi/read/749637/dari-kaleng-telegraf-hingga-sinyal-elektrik>, diakses pada tanggal: 28 Oktober 2021)

e. Spanduk

Kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Spanduk biasanya diperuntukkan sebagai media publikasi dan promosi suatu produk, lembaga, berbagai macam kegiatan, dan lain-lain.



Gambar 11.
Spanduk

(Sumber : <https://www.tjetak.com/blog/jenis-bahan-dan-ukuran-spanduk-standar-yang-paling-unum>, diakses pada tanggal: 28 Oktober 2021)

b. Infografis

Grafis informasi atau infografis adalah representasi visual yang grafis informasi, data yang atau pengetahuan dimaksudkan untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat dan. Infografis berasal dari kata Infographics dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari Information+Graphics adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat (Febrianto, 2014:194-195).

Grafik informasi atau lebih dikenal dengan istilah infografis adalah salah satu bidang yang berkembang pesat dalam media massa setelah desainer dapat mengkombinasikan antara informasi dari ranah berita ke piranti lunak komputer yang mutakhir untuk menjelaskan cerita yang tidak dapat diceritakan oleh teks dan foto.

Perkembangan infografis yang luar biasa ini adalah sederhana, karena infografis seringkali dapat menjelaskan cerita yang terlalu membosankan jika dijelaskan melalui kata-kata dan tidak lengkap jika dijelaskan melalui foto saja. Penggunaan infografis dapat diaplikasikan dalam presentasi, laporan tahunan, konten penelitian, blog, dan newsletter. Ini akan membuat orang tertarik karena ia memberi tahu mereka cerita menggunakan elemen visual yang akan menjaga kepentingan mereka menyediakan mereka dengan informasi yang dapat diserap dalam sekejap. Sebagai konsumen kita ingin angka dan statistik untuk mendukung informasi yang kita baca, tapi konsumen ingin pula angka dan statistik tersebut menjadi visual menarik dan tidak selalu berbasis teks. Sebuah infografis memberikan kemudahan bagi pembaca. Sebagian besar orang adalah pelajar visual, sehingga infografis menguntungkan mereka dan manfaat jangka panjang bisnis.

Perlu dipahami bahwa: Infographic adalah teknik menyajikan informasi secara visual/grafis, sehingga mudah dipahami oleh pembaca. Banyak orang salah mengartikan dengan menyebut kata infografik adalah karena pada infografis sering terlihat ada grafik (chart) apapun itu grafik

batang/pie chart. Padahal infographic sendiri itu masih sangat luas daripada hanya sekedar chart. Kemungkinan lainnya adalah orang menyebutkan kata infographic (dalam Bahasa Inggris) secara lisan, lalu terdengar sebagai Infografik dalam Bahasa Indonesia.

Kata graphic dalam kata Infographic itu berarti visual, gambar, yang jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia adalah grafis, bukan grafik. Sama seperti penulisan yang benar adalah desain grafis, bukan desain grafik. Metode estetika yang digunakan untuk mengkaji nilai estetis sebuah infografis dari ragam hias, tema, pola, pengolahan data, komposisi, ilustrasi. Ikonografi juga merupakan persoalan ikon yang memperkatakan mengenai objek dan makna. Di dalam sebuah infografis data teks yang sudah ada diilustrasikan dalam bentuk simbol yang mempunyai makna. Representasi visual (ilustrasi/fotografi) mempunyai kekuatan menarik atensi secara langsung dan memiliki peran persuasi visual yang besar dalam tampilan suatu infografis.



Gambar 12.
Infografis Sampah Jakarta

(Sumber : <https://www.nawasis.org/portal/galeri/read/infografis-sampah-jakarta/51059>, diakses pada tanggal: 3 November 2021)

c. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrare* yang berarti menerangi atau memurnikan. Ilustrasi mempunyai arti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh, analogi atau perbandingan, mendekorasi. Menurut museum ilustrasi nasional di Rhode Island, USA, ilustrasi adalah penggabungan ekspresi personal dengan representasi visual untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan.

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. Esensi dari ilustrasi adalah pemikiran; ide dan konsep yang melandasi apa yang ingin dikomunikasikan gambar. Menghidupkan atau memberi bentuk visual dari sebuah tulisan adalah peran dari ilustrator. Mengombinasikan

pemikiran analitik dan skill kemampuan praktis untuk membuat sebuah bentuk visual yang mempunyai pesan. (Joneta:2012:660).

Jejak awal ilustrasi bisa terlihat dari catatan visual di gua, manuskrip abad pertengahan sampai buku-buku dan koran diabad ke 15-18 dengan menggunakan teknik cukil kayu, cetak tinggi, etsa dan litografi. Ilustrasi mengalami masa keemasan saat masa revolusi industri sekitar tahun 1890-1920, dimana penemuan mesin cetak membuat media cetak menjadi media komunikasi utama saat itu. Tahun 1920-1950 dunia ilustrasi mengalami kemunduran dengan berkembangnya teknologi fotografi. Pada akhir tahun 1990 menuju tahun 2000 dunia ilustrasi kembali menjadi populer di dunia desain dan seni rupa. Ilustrator menemukan peran baru di dunia new media dan animasi. Ilustrator independen yang memiliki ciri khas menjadi seperti selebriti di dunia seni rupa dan desain. Banyak ilustrator tersebut bekerjasama dengan industri menghasilkan produk-produk yang eksklusif. (Joneta:2012:661).

Berikut merupakan jenis-jenis ilustrasi:

1. Gambar Ilustrasi Naturalis

Gambar ilustrasi naturalis merupakan gambar ilustrasi yang mempunyai bentuk dan warna yang sama dengan wujud nyata yang ada pada alam tanpa terdapat pengurangan ataupun penambahan.



Gambar 13.

Gambar Ilustrasi Naturalis

(Sumber : <https://www.gamelab.id/news/1318-mengenal-jenis-jenis-ilustrasi-dalam-dunia-desain-grafis>, diakses pada tanggal: 10 September 2021)

2. Gambar Ilustrasi Dekoratif

Gambar ilustrasi dekoratif merupakan gambar yang fungsinya untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dlebihkan dengan gaya tertentu.



Gambar 14.

Gambar Ilustrasi Dekoratif

(Sumber : <https://hot.liputan6.com/read/4380093/gambar-dekoratif-adalah-bercorak-dekor-ketahui-fungsi-dan-tips-membuatnya>, diakses pada tanggal: 10 September 2021)

3. Gambar Kartun

Gambar kartun merupakan gambar yang mempunyai bentuk lucu ataupun mempunyai ciri khas tertentu. Seringkali gambar kartun lebih banyak menghiasi majalah anak-anak, komik dan juga cerita bergambar.



Gambar 15.

Gambar Ilustrasi Kartun

(Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/675821487826610475/>, diakses pada tanggal 15 September 2021)

4. Gambar Karikatur

Gambar karikatur merupakan gambar kritikan atau sindiran yang dalam perwujudannya sudah terjadi penyimpanan proporsi tubuh. Gambar ini bisa ditemukan di majalah atau koran.



Gambar 16.

Gambar Ilustrasi Karikatur

(Sumber : <https://quizizz.com/admin/quiz/5d99f04c9c7e5d001a253982/uts-seni-budaya-kelas-8-atr>, diakses pada tanggal: 15 September 2021)

d. *Layout*

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang (Anggraini.S:2014:74).

Secara umum *layout* bisa dikatakan sebuah tata letak ruang atau bidang. *layout* menjadi salah satu hal yang utama didalam sebuah desain. Karena dari tatanan elemn yang kita pakai akan menghasilkan sebuah presepsi dan pandangan akan makna yang akan kita sampaikan. Selain dari segi tatanan elemen *layout* juga menjadi daya tarik karena memperhatikan tampilan secara estetik akan kepantasan desain yang kita ciptakan. Dalam penerapannya ada beberapa aturan yang harus dilengkapi sehingga *layout* yang kita susun memenuhi standar minum didunia industri desain. Terdapat 4 prinsip yang harus dipenuhi di dalam perancangan *layout* sehingga komposisi setiap elemen sesuai dengan aturan yang berlaku.

Sequance yaitu urutan perhatian dalam *layout* atau aliran pandangan mata ketika melihat *layout*. Maka susunan *layout* harus mampu diatur sesuai prioritas sehingga keterbacaan benar-benar sampai pada audiens. *Emphasis* yaitu penekanan pada bagian-bagian tertentu *layout* yang bertujuan agar pembaca lebih terarah pada bagian-bagian informasi yang penting. Keseimbangan (*balance*) merupakan tehnik mengatur keseimbangan terhadap elemn *layout*. *Unity* yaitu menciptakan

kesatuan pada desain keseluruhan. Semua elemen yang dihadirkan dalam desain harus berkaitan dan saling menjelaskan satu dengan yang lainnya.

e. Warna

Warna merupakan cahaya yang dipantulkan oleh elektronik magnetik sehingga terjadinya biasan cahaya (Rustan:2019:14). Maksudnya sebuah cahaya yang dipantulkan karena adanya pertemuan beberapa unsur sehingga menghasilkan cahaya yang berbeda. Terdapat fungsi yang mendasar warna dalam kehidupan yaitu untuk menandakan sesuatu hal sehingga kita paham fungsi, maksud dan peruntukan objek tersebut.

Terdapat fisiologi dan psikologi warna. Fisiologi warna mempelajari interaksi warna dengan tubuh fisik manusia / makhluk hidup. Seangkan psikologi mempelajari interaksi warna dengan presepsi, emosi, mood/suasana hati, dan prilaku (Rustan:2019:40).

Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu memengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. *Molly E. Holzschlag*, seorang pakar warna, dalam tulisannya "*Creating Color Scheme*" membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut:

1. Merah : kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta , agresifitas, bahaya.
2. Biru : kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi,

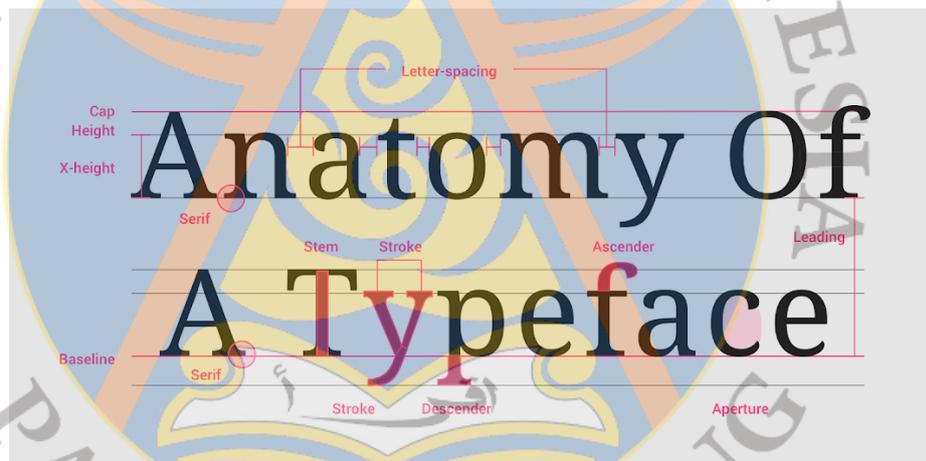
- Kebersihan, perintah.
3. Hijau : alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan dan pembaruan.
 4. Kuning : Optimis, harapan, filosofi, ketidak jujuran atau kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
 5. Ungu : Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.
 6. Orange : energi, keseimbangan, kehangatan.
 7. Coklat : bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
 8. Abu – abu : intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak
 9. Putih : kemurnian atau suci, bersih, kecermatan, innocent (tanpa dosa), steril, kematian
 10. Hitam : kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan.

Meskipun psikologi warna berperan dan menentukan bagaimana seseorang melihat, perlu diingat bahwa tidak ada warna yang salah untuk dipergunakan. Keberhasilan skema warna tergantung pada harmoni yang ada di antara warna yang dipilih.

Media Informasi akan dirancang menggunakan warna berdasarkan respon psikologis yang ditimbulkan. Warna tersebut dalam bentuk warna lembut yaitu warna pastel agar nyaman untuk dibaca dan dapat menarik perhatian pembacanya melalui ilustrasi yang menarik.

f. Tipografi

Tipografi adalah bidang keilmuan yang membahas dan mengupas seluk beluk huruf. Studi tipografi sangat penting untuk perancangan ini karena efektif tidaknya sebuah rancangan, tergantung pada tipografi yang ada didalamnya. Pemilihan jenis huruf yang tepat akan memudahkan masyarakat memperoleh dan menangkap informasi yang disampaikan. Juga dapat memudahkan masyarakat mengidentifikasi maksud dari mascot yang di rancang. Untuk mendapatkan hasil efektif dari huruf, maka harus dipertimbangkan tingkat keterbacaannya (legibility).



Gambar 17.
Anatomi Huruf

(Sumber : <https://www.kajianpustaka.com/2021/03/tipografi.html>, diakses pada tanggal: 18 September 2021)

Legibility merupakan kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahannya untuk dibaca. Tingkat keterbacaan ini tergantung pada tampilan bentuk fisik huruf itu sendiri, ukuran, serta penataannya dalam suatu naskah (Sihombing, 2003:58).

Teori yang dikutip dari buku Mendesain Logo juga dikatakan Legibility berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan

huruf/karakter. Readability berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks. Teks yang readable berarti keseluruhan mudah dibaca. (Surianto Rustan, 2011 : 74-75).

Dalam desain komunikasi visual tipografi dikatakan sebagai ‘visual language’, yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi adalah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Peran dari pada tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Secara tidak sadar manusia selalu berhubungan dengan tipografi setiap hari, setiap saat. Pada merek dagang, komputer yang kita gunakan, koran atau majalah yang kita baca, label pakaian yang kita kenakan, dan masih banyak lagi. Hampir semua hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya. Kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah menjadi kurang atau tidak komunikatif.

<p>Legibility</p> <p>is how well you</p> <p>see the letters.</p>	<p>Readability</p> <p>is how easily you read the words, as in long passages of text. there are very different requirements in each case, depending on the visibility of the text and the level of experience of the reader.</p>
---	--

Gambar 18.

Legibility dan Readability

(Sumber : <https://chunaik.medium.com/typography-legibility-readability-25a22dcf525c>, diakses pada tanggal: 15 September 2021)

Untuk membuat desain yang indah dan berkomunikasi, tipografi tidak dapat dipisahkan dari elemen desain. Dalam membuat perencanaan suatu karya desain, keberadaan elemen tipografi sudah harus selalu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi susunan hirarki dan keseimbangan karya desain tersebut. Pengertian tipografi yang sebenarnya adalah ilmu yang mempelajari bentuk huruf; dimana huruf, angka, tanda baca, dan sebagainya tidak hanya dilihat sebagai simbol dari suara tetapi terutama dilihat sebagai suatu bentuk desain. Huruf 'O', contohnya, tidak saja terbaca sebagai huruf 'O', tetapi juga terbaca sebagai bentuk lingkaran yang mempengaruhi bidang suatu karya desain. Dimana dan bagaimana seorang desainer meletakkan huruf 'O' tersebut dapat mempengaruhi legibilitas dan keseimbangan karya desain tersebut. Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan prperti visual dan efektif. (Danton Sihombing 2001:58).

g. Semiotika

Alex Sobur mendefinisikan semiotika sebagai suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan

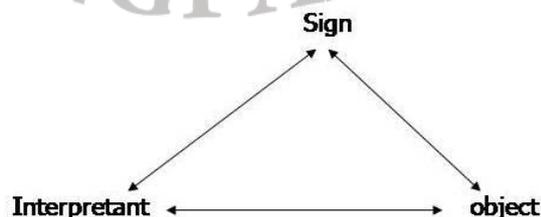
mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Simbol yang diartikan Pierce sebagai tanda yang mengacu pada objek itu sendiri, melibatkan tiga unsur mendasar dalam teori segi tiga makna : simbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih dan hubungan antara simbol dengan rujukan (Sobur, 2003 : 156)

Di sini dapat dilihat, bahwa hubungan antara simbol sebagai penanda dengan sesuatu yang ditandakan (petanda) sifatnya konvensional. Berdasarkan konvensi tersebut, (Alex Sobur,2003:156) memaparkan, masyarakat pemakainya menafsirkan ciri hubungan antara simbol dengan objek yang diacu dan menafsirkan maknanya. Walaupun simbol/lambang merupakan salah satu kategori tanda (*sign*), dan Pierce pun menyatakan bahwa tanda (*signs*) terdiri atas ikon, indeks dan simbol, akan tetapi simbol dan tanda adalah dua hal yang berbeda. Perbedaan itu terletak pada pemaknaan keduanya terhadap objek-objek yang ada di sekelilingnya. Tanda berkaitan langsung dengan objek dan tanda dapat berupa benda-benda serta tanda-tanda yang merupakan keadaan. Sedangkan simbol, seperti yang dikutip (Sobur 2003:160-62), memerlukan proses pemaknaan yang lebih intensif setelah menghubungkan simbol dengan objek, simbol pun lebih sustensif dari pada tanda. Sedangkan Saussur berpendapat, simbol merupakan diagram yang mampu menampilkan gambaran suatu objek meskipun objek itu tidak dihadirkan. Sebuah simbol, dalam perspektif Saussuren, adalah jenis

tanda di mana hubungan antara penanda dan petanda seakanakan bersifat arbitrer. Konsekuensinya, hubungan antara kesejarahan mempengaruhi pemahaman pelaku komunikasi, yaitu individu/masyarakat (Sobur, 2003 : 158-62).

Jadi tanda merupakan unsur dasar dalam semiotika dan komunikasi adalah segala sesuatu yang mengandung makna. Keberadaannya mempunyai dua unsur penanda (bentuk) dan petanda (makna). Sebagian besar yang dimanfaatkan dalam karya desain komunikasi visual adalah tanda (bentuk) yang merujuk dari teori ikon, index, dan simbol yang diuraikan dalam buku teori komunikasi visual oleh Sumbo Tinarbuko

Menurut pierce, tanda (representament) ialah suatu yang dapat mewakili suatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh pierce disebut objek (denotatum). Mengacu berarti mewakili atau menggantikan tanda melalui interpretant. Menurut teori pierce, tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan kedalam ikon, indeks, dan simbol.

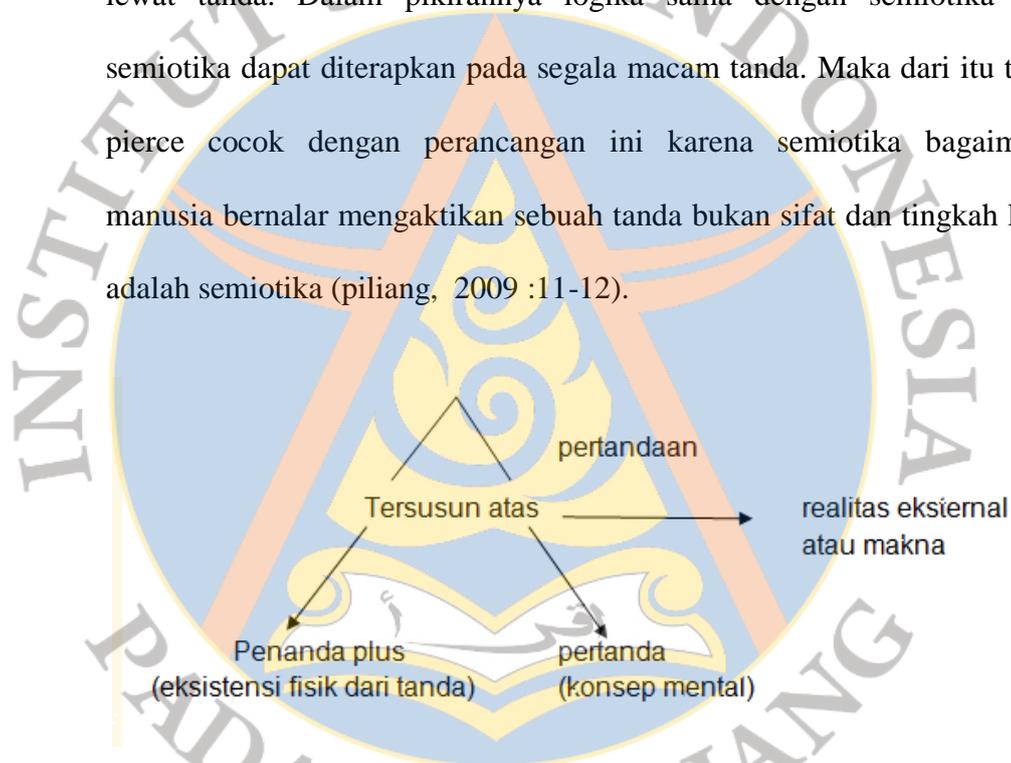


Gambar 19.

Teori Semiotika Menurut Pierce

(Sumber : <https://komunikasiana.wordpress.com/2008/02/19/teori-teori-semiotika-sebuah-pengantar/>, diakses pada tanggal: 20 September 2021)

Semiotika menurut Saussure didasarkan pada anggapan bahwa perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda maka dari itu penulis memilih teori dari pierce karena pierce mengungkapkan bahwa semiotika penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda, artinya manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda. Maka dari itu teori pierce cocok dengan perancangan ini karena semiotika bagaimana manusia bernalar mengaktikan sebuah tanda bukan sifat dan tingkah laku adalah semiotika (piliang, 2009 :11-12).



Gambar 20.

Teori Semiotika Menurut Saussure

(Sumber : <http://tiankomue.blogspot.com/2015/03/analisis-semiotika-pada-iklan.html>, diakses pada tanggal: 20 September 2021)

h. Peran Gizi Bagi Tubuh Manusia

Tubuh manusia dan hewan akan menanggapi serangan dari patogen seperti bakteri, fungi, virus, dan mikroba lainnya. Sistem kekebalan tubuh akan berusaha menahan, mencari, dan menghancurkan sel-sel asing termasuk patogen. Terdapat dua respon sistem kekebalan tubuh yaitu

kekebalan bawaan dan kekebalan adaptif ketika merespon patogen yang menginfeksi tubuh. Kekebalan bawaan memiliki kemampuan pengenalan masih secara umum karena memiliki sedikit reseptor, namun memiliki respon yang cepat ketika terjadi infeksi oleh patogen (Kumara:2020:02).

Kekebalan tubuh atau imun tubuh sangat penting dalam menjaga kesehatan. Peranan imun tubuh menjadi benteng utama dalam kesehatan ketika imun tubuh melemah secara otomatis tubuh akan mengalami penurunan kualitas kesehatan dan menyebabkan mudahnya tubuh diserang oleh paparan bakteri ataupun virus itu sendiri. Terlebih pada situasi sekarang ini, situasi pandemi.

Peranan imun tubuh disaat pandemi sangat lah besar bahkan menjadi komoditas utama bagi kesehatan tubuh manusia. Ketika imun tubuh kita kuat secara otomatis sel imun akan mencari virus dan menghancurkan virus tersebut dari dalam tubuh tanpa menimbulkan reaksi berlebihan. Sistem imunitas tubuh memiliki fungsi yaitu membantu perbaikan DNA manusia; mencegah infeksi yang disebabkan oleh jamur, bakteri, virus, dan organisme lain; serta menghasilkan antibodi (sejenis protein yang disebut imunoglobulin) untuk memerangi serangan bakteri dan virus asing ke dalam tubuh (Fatmah:2006:48).

Tugas sistem imun adalah mencari dan merusak invader (penyerbu) yang membahayakan tubuh manusia. Fungsi sistem imunitas tubuh (immunocompetence) menurun sesuai umur. Kemampuan imunitas tubuh melawan infeksi menurun termasuk kecepatan respons imun dengan

peningkatan usia. Hal ini bukan berarti manusia lebih sering terserang penyakit, tetapi saat menginjak usia tua maka resiko kesakitan meningkat seperti penyakit infeksi, kanker, kelainan autoimun, atau penyakit kronik. Hal ini disebabkan oleh perjalanan alamiah penyakit yang berkembang secara lambat dan gejala-gejalanya tidak terlihat sampai beberapa tahun kemudian.

Untuk mendapatkan imun tubuh kita perlu mengonsumsi makanan yang seimbang. Porsi yang pas dan tidak berlebihan membantu tubuh mencerna makanan secara cepat dan merubahnya menjadi imun tubuh. Sering kita dengar bahwa makanan 4 sehat 5 isi porsi piringku memberikan gambaran apa saja yang harus kita konsumsi dimulai dari karbohidrat, serat, dan protein. Buah-buahan yang paling membantu dalam meningkatkan imun tubuh yaitu buah yang mengandung vitamin C dan Sayuran Hijau.

Upaya yang dapat memperkuat daya tahan tubuh terutama pada saluran infeksi pernapasan. Diantaranya seperti, berhenti merokok & konsumsi alkohol, memperbaiki kualitas tidur, dan mengonsumsi suplemen. Berhenti merokok dapat menurunkan resiko terjadinya infeksi saluran pernapasan atas dan bawah karena dapat menurunkan fungsi proteksi epitel saluran napas. Kurang tidur juga dapat berdampak terhadap imunitas. Mengonsumsi suplemen juga dapat meningkatkan dan mempengaruhi sistem imun. (Kumara:2020:05)

Rutin berolahraga dan menjaga kebugaran tubuh dapat meningkatkan ketahanan tubuh dan mempertahankannya sehingga tubuh tidak mudah terserang penyakit. Perlawanan terhadap penyakit tergantung pada kualitas sistem kekebalan tubuh jika dalam keadaan optimal maka akan terhindar dari penyakit sedangkan apabila menurun maka akan mudah terserang penyakit. Vitamin dan mineral sangat dibutuhkan untuk mempertahankan sistem kekebalan tubuh yang optimal. Karena sebagian besar vitamin dan mineral tidak dapat disintesa oleh tubuh, maka konsumsi makanan beragam dan seimbang sangat dibutuhkan sumber vitamin mineral seperti buah, sayuran dan pangan hewani. Beberapa vitamin dan mineral berperan sebagai antioksidan yang sangat memengaruhi kualitas hidup manusia yang mengandung vitamin A, vitamin E, vitamin C, selenium, zat besi dan seng. Zat gizi ini diperlukan dalam sistem pertahanan tubuh karena perannya sebagai zat gizi antioksidan.

Sebelumnya dalam beberapa tahun terakhir, telah banyak dilakukan kajian dan penelitian mendalam tentang respon imun bawaan terhadap virus. Respon ini yang akan menghambat proses replikasi virus, mendorong pembersihan virus, mendorong perbaikan jaringan, dan memicu respon imun adaptif yang berkepanjangan terhadap virus di masa mendatang (Kumara:2020:03). Dalam kebanyakan kasus, respon inflamasi paru dan sistemik yang terkait dipicu oleh sistem kekebalan bawaan ketika mengenali virus. Meskipun vaksin universal yang

melindungi secara luas dianggap sebagai perlindungan utama terhadap penyebaran virus, pengembangan vaksin dapat memakan waktu yang tidak sebentar. Sehingga Untuk memenuhi kebutuhan mendesak, diperlukan usulan langkah-langkah terapi yang efektif menggunakan akumulasi pengetahuan dari sistem respons imun bawaan. Imunoterapi yang ditargetkan adalah alternatif yang baik untuk beberapa antivirus yang memiliki jendela perawatan yang sempit dan mudah menghadapi resistensi obat.

Selain penanganan secara medis kita sendiri bisa melakukannya dengan mandiri dengan mengatur pola hidup sehat dan bersih memerhatikan asupan gizi. Pola asupan gizi menjadi hal yang penting dengan memakan buah-buahan, sayur-sayuran hijau serta pola hidup bersih akan membantu peningkatan imun tubuh.

F. Metode Penciptaan

1. Persiapan

a. Metode Pengumpulan Data

Sebelum dilakukan proses perancangan media informasi ini, hal utama yang dilakukan ialah mencari dan mengumpulkan data. Metode yang digunakan ini bertujuan untuk memperkuat argumen dan referensi dalam membuat sebuah karya (Deddy. 2010:95-97), ada beberapa metode pengumpulan data yang di kemukakannya dalam sebuah buku *Motodologi Penelitian Kualitatif*. Metode ini yaitu sebagai berikut:

a) Wawancara

Wawancara dimaksudkan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan ini. wawancara dilakukan oleh penulis kepada narasumber secara langsung. Pada hal ini penulis melakukan wawancara kepada seorang ahli gizi di Puskesmas Biaro yaitu ibu Eliza SKM. Wawancara ini dilakukan agar dapat mengetahui secara jelas dan lengkap seputar gizi dan cara meningkatkan imun tubuh.

Pada kasus ini didapatkan data sampling dari puskesmas bahwa sebanyak 1137 kasus pada orang dewasa di wilayah ampek angkek mengalami permasalahan dibidang gizi yang mana muncul komplikasi hipertensi / darah tinggi. Sedangkan 288 kasus mengalami komplikasi diabetes mellitus / sakit gula. Ini data untuk orang dewasa dari rentan umur 30-50 yang konsultasi ke puskesmas biaro. Selain pada orang dewasa kurang atau kasus mengenai gizi menjangkit juga pada ranah anak-anak dengan rentan umur 0-5 tahun dengan kasus kurus dan sangat kurus sebanyak 184 kasus, pendek dan sangat pendek (stunting) sebanyak 344 kasus, dan kurang gizi sebanyak 187 kasus. Data ini dihimpun langsung oleh petugas puskesmas bagian gizi dengan akumulasi data selama 1 tahun terakhir yaitu tahun 2020.

Wawancara didapatkan data bahwa masyarakat tidak sadar seberapa penting gizi bagi kesehatan diri sendiri. Terlebih untuk orang usia produktif yang memiliki imun tubuh yang semakin bertambah usia semakin berkurang kinerja imun tubuh. Maka perlu ada dorongan yang benar-benar pas untuk meningkatkan imun tubuh.

Selain pada ahli peretama penulis juga melakukan wawancara kepada ahli gizi ke 2 yang berdinasi di Rumah Sakit Yarsi Bukittinggi bernama Ega, A.md gizi disimpulkan bahwa asupan gizi merupakan point central dalam keberlangsungan hidup manusia. Disebabkan gizi merupakan penopang aktivitas manusia. Gizi sebenarnya terdapat 2 jenis yaitu makro dan mikro. Keduanya merupakan gizi yang saling berkaitan satu dengan yang lain. Bukan hanya gizi tetapi hal yang berkaitan dengan kesehatan selalu saling berketerkaitan.

b) Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mengambil dari berbagai media. Media ini meliputi : buku, majalah, jurnal, artikel, surat kabar dan internet. Dokumen-dokumen dari berbagai media akan mendapat berbagai data yang diperlukan, tentunya media-media tersebut dapat dipertanggungjawabkan atas kebenaran datanya, (Deddy:2010:195).

Metode pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi seputar perancangan permasalahan mengenai cara meningkatkan imun tubuh dari segi kebutuhan gizi di saat pandemi sehingga apa yang diragutkan dalam perancangan media dihasilkan secara maksimal. Selain pada hasil perancangan studi pustaka dimaksudkan untuk memperkuat argumentasi serta referensi dalam menjawab permasalahan tersebut. Sehingga apa yang dihasilkan sesuai dengan fakta dilapangan.

c) Dokumentasi



Gambar 21
Proses Wawancara
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 22
Lokasi Wawancara Puskesmas Biaro
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2020)



Gambar 23

Wawancara Ahli Gizi RS. Ibnu Sina Bukittinggi
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

b. Metode Analisis Data

Dalam Perancangan Media Informasi Kebutuhan Gizi Pada Usia Produktif, terdapat adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi perancangan. Maka dari itu, diperlukan suatu analisis untuk meningkatkan perancangan ini. Dalam Perancangan Media Informasi Kebutuhan Gizi Pada Usia Produktif, terdapat adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi perancangan. Maka dari itu, di perlukan suatu analisis untuk meningkatkan perancangan ini.

a) Analisis Target Audiens

Perancangan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan Target Audiens yang ingin dituju. Pada umumnya media informasi bertujuan untuk menginformasikan dan mengajak audiens untuk melakukan perintah informasi yang disampaikan didalam media informasi yang disajikan khususnya dalam hal ini seputar informasi kebutuhan gizi pada tubuh oarang tua yang sangat rentan terpapar radikal jahat. Dalam dal ini diperlukan

pengelompokan sesuai tingkat kebutuhan masyarakat dalam menikmati sebuah informasi. Bagaimana masyarakat atau audiens tertarik terhadap informasi yang disajikan oleh penulis. Maka dari itu perlu memperhatikan beberapa ruang lingkup tertentu, guna memperkuat rancangan agar lebih informatif, efektif dan komunikatif. Ruang lingkup itu sendiri dilihat dari bererap aspek yang perlu di analisis diantaranya:

(a) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis digunakan untuk membedakan dari segi wilayah atau letak wilayah yang akan kita sasar. Dalam perancangan media informasi yang berkaitan dengan Perancangan media informasi kebutuhan gizi pada usia produktif, penulis perlu memberikan batas wilayah yang akan disasar demi ketercapaian maksud dan tujuan yang akan sampaikan. Penulis menysasar wilayah Bukittinggi dan sekitarnya, yang mana wilayah ini berada dibawah naungan provinsi Sumatera Barat. Hasil dari perancangan ini juga tidak menutup kemungkinan penggunaan untuk seluruh indonesia.

(b) Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis digunakan untuk mencari sasaran atau target audiens dari segi spesifikasi yang berkaitan

dengan identitas pribadi. Penulis dalam hal ini mengklasifikasikan pada :

- a. Usia : 40 tahun
- b. Jenis kelamin : Tidak terbatas pada satu gender atau dalam arti kata perempuan dan laki-laki yang menjadi target sasaran perancangan ini.
- c. Strata sosial : Pegawai.
Pendidikan : SMK dan Strata Pendidikan Tinggi

(c) Segmentasi Psikologis

Segmentasi Psikografis menasar dalam ranah kesukaan, kebiasaan, dan hal-hal yang berkaitan dengan rasa atau perasaan mengenal psikolog target audiens. Penulis menasar orang yang bekerja yang rutinitasnya pekerja kantoraan. Penulis menasar pada tingkah laku target audines yang memiliki kendali besar dalam memperhatikan gizi keluarga dan dirinya sendiri. Terlebih pada usia demikian perlu memperhatikan gizi agar terhindar dari komplikasi kesehatan.

b) Analisis Objek

Perancangan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan objek yang dilakukan oleh penulis:

(a) Analisis SWOT

Metode yang digunakan dalam menganalisa data adalah dengan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*)

metode SWOT dipilih untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam perancangan ini. Penggunaan analisis SWOT ini diharapkan dapat menjawab permasalahan yang ada dilapangan. Berikut analisis SWOT:

Strenght (Kekuatan)

Kasus yang diangkat merupakan kasus yang selalu berdekatan dengan kehidupan masyarakat secara intens. Sehingga diharapkan informasi gizi yang akan dihadirkan mampu diterima dengan mudah oleh masyarakat luas.

Weakness (Kelemahan)

Masyarakat umum tidak terlalu peduli dengan asupan gizi dikarenakan masyarakat awam tidak tahu secara rinci bagaimana makanan sehat dan jenis makanan apa yang ada disekitar kita.

Opportunity (Peluang)

Maka informasi yang disajikan mengenai asupan gizi sesuai target audiens yang ditetapkan mampu merubah secara perlahan pola pikir mengenai asupan gizi. Lebih peduli terhadap diri sendiri akan bahaya tidak memperhatikan gizi secara baik.

Theart (Ancaman)

Terdapat karya serupa dengan kajian yang lebih mendalam sehingga informasi yang dihadirkan akan monoton dan tidak relevan lagi.

(b) Analisis 5W 1H

Metode yang digunakan dalam menganalisa data adalah dengan metode 5W 1H. Metode 5W 1H dipilih untuk memecahkan permasalahan rancangan tersebut.

What (Apa)

Apa saja yang terjadi apabila masyarakat tidak memperhatikan asupan gizi secara baik dan benar.

Who (Siapa)

Dalam perancangan ini siapa yang akan disasar sebagai objek riset dan analisi?

Why (Mengapa)

Mengapa banyak kasus komplikasi kesehatan gizi pada masyarakat umum?

When (Kapan)

Apakah setiap tahun kasus komplikasi asupan gizi terus meningkat atau semakin sadara masyarakat bahayanya tidak memperhatikan asupan gizi?

Where (Di mana)

Dimana sample riset data sebagai acuan data dalam garapan yang dirancang ?

How (Bagaimana)

Bagaiaman pola pikir masyarakat umum berkaitan dengan gizi?

2. Perancangan

a. Strategi Verbal

Pesan verbal yang ingin disampaikan kepada target audiens dalam perancangan media informasi seputar kebutuhan gizi pada usia produktif yaitu memberikan pemahaman seputar pentingnya gizi bagi kesehatan tubuh serta fungsi dari gizi tersebut dalam peningkatan imun tubuh. Selain dari penjelasan seputar gizi secara singkat, dalam perancangan ini juga akan ditampilkan informasi seputar data statistik kasus dari tidak memperhatikannya kebutuhan gizi diwilayah target audiens yang di sasar dan juga akan disampaikan jenis-jenis makanan serta kadar dari makanan yang ideal sesuai anjuran kesehatan.

b. Strategi Visual

Dalam perancangan media informasi ini akan menampilkan visual yang memberikan gambaran seputar kebutuhan gizi pada usia produktif. Informasi berbentuk garapan media cetak akan menampilkan visual data statistik studi kasus sebagai bahan gambaran informasi contoh kasus serta akan menampilkan informasi jenis serta kadar kebutuhan makanan yang bergizi yang dianjurkan oleh dunia kesehatan sehingga apa yang dikonsumsi berfungsi dalam meningkatkan imun tubuh yang berdampak pada kemampuan tubuh dalam menangkal paparan radikal jahat yang akan merusak kesehatan tubuh.

c. Struktur Perancangan

Struktur perancangan merupakan alur dalam proses berkarya.

Struktur perancangan di mulai dari masalah yang ada, sampai kepada eksekusi desain.

Tabel 1.

Struktur Perancangan
(Sumber : Ramdani Abdul Malik, 2020)

PERMASALAHAN
RUMUSAN MASALAH
IDE / GAGASAN
PENGUMPULAN DATA
ANALISIS DATA
KONSEP PERANCANGAN
STRATEGI PERANCANGAN
PROSES KREATIF
STRATEGI MEDIA
PROSES PERANCANGAN
PRA PRODUKSI
PRODUKSI

3. Perwujudan

Bauran Media adalah media yang digunakan sebagai solusi untuk menyampaikan informasi seputar kebutuhan gizi bagi tubuh pada usia produktif. Bauran media harus mampu mencakup hal yang terpenting dalam perancangan sebuah media komunikasi visual. Bauran Media yang dipilih dalam “perancangan media informasi kebutuhan gizi pada usia produktif” adalah media cetak. Media cetak adalah media yang berwujud dan dapat dirasakan secara fisik sehingga kita dapat membaca dan melihat secara langsung informasi yang disajikan serta lebih mampu menarik target audiens untuk memperhatikan secara utuh.

Dalam perancangan ini penulis akan mencoba membuat sebuah bauran media yang isinya memberikan informasi seputar gizi dan seberapa kadar dari konsumsi kebutuhan gizi yang baik sesuai anjuran dokter sehingga apa yang dikonsumsi bekerja sebagai peningkatan imun tubuh. Yang tujuan perancangan bauran media ini untuk memberikan kemudahan dan daya tarik target audiens dalam memahami dan memperhatikan informasi yang disajikan oleh penulis.

a) Kalender

Kalender Meja dibuat untuk memberikan informasi secara utuh kepada target audiens. Yang mana target audiens yang sasar selalu bergelut dengan tanggal dan selalu berhubungan secara intens dengan tanggal. Sehingga mempermudah penulis dalam menyampaikan informasi. Sebab disela target audiens mencari

tanggal atau pun hari secara otomatis akan terlihat informasi yang tertera di atas tanggal itu sendiri (informasi didalam satu halaman).

b) Instastory Media Sosial

Perancangan informasi melalui media sosial sangat efektif dan cepat penyampian informasinya. Dibalik percepatan tersebut maka penulis melalui media sosial dihadirkan juga informasi seputar gizi melalui instastory.

c) Poster

Poster dibuat bertujuan untuk memberikan informasi pada *audiens* di tempat-tempat tertentu. Dimana poster ini akan ditempatkan pada beberapa lokasi kesehatan sebagai nilai remainder dan informasi mengenai asupan gizi.

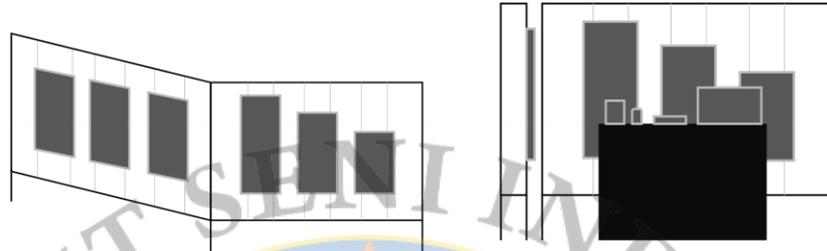
d) *Merchandise*

Perancangan *merchandise* menjadi buah tangan untuk setiap pengunjung atau pelaku penggerak kesehatan khususnya para tim medis dan pelaku penggerak perubahan yang mana ini bisa dibawa dan bisa dijadikan sebagi identitas penggerak.

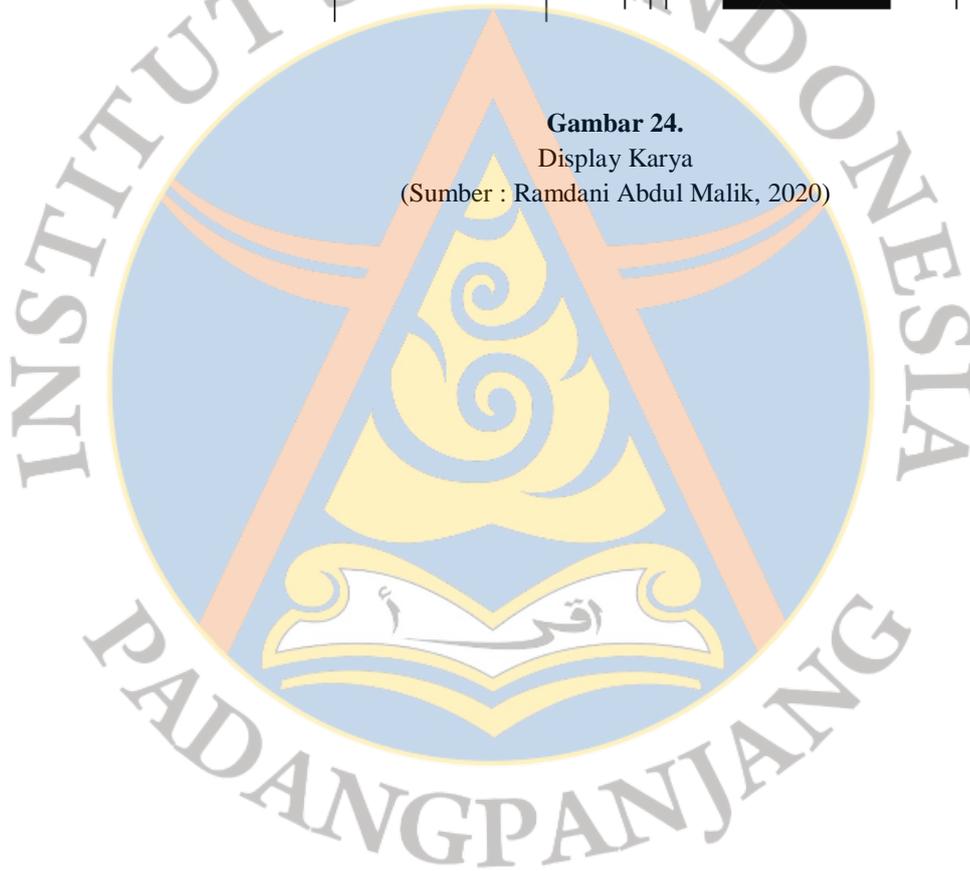
4. Penyajian Karya

Bentuk penyajian karya adalah pameran. Pada pameran skripsi karya akan menampilkan media-media yang digunakan pada perancangan media informasi kebutuhan gizi pada usia produktif. Bauran Media informasi akan ditampilkan pada pameran. Media cetak berupa poster akan dicetak dengan ukuran A2, Kalender, *Merchandise*, Manulbook,

dan media pajang yang akan ditata sedemikian rupa sehingga terlihat jelas dan rapi saat pameran berlangsung.



Gambar 24.
Display Karya
(Sumber : Ramdani Abdul Malik, 2020)



BAB II

KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN

A. Konsep Penciptaan

Tahapan awal proses perancangan media informasi ini, yaitu melakukan studi kasus dengan melihat dan memperhatikan masalah apa yang kemungkinan bisa di angkat dalam kajian jurnal ilmiah sebagai jawaban dari permasalahan yang di angkat. Permasalahan yang sangat dekat dengan masyarakat umum yaitu berkaitan dengan permasalahan gizi. Bermaksud menyampian informasi bahwa gizi menjadi salah satu kebutuhan yang sangat klusial. Karenanya gizi mempengaruhi semua aspek dalam kehidupan manusia terlebih gizi menjadi penopang dalam keberlangsungan hidup manusia itu sendiri.

Media Informasi ini tentunya disesuaikan dengan target audiens yang kehidupan sehari-harinya diselimuti rutintas kesibukan bekerja. Kekhawatiran ini dirancang menggunakan konsep yang kekhawatiran dari penyakit yang selalu berdekatan dengan target audiens, takaran makanan yang ideal, serta kalimat ajakan yang langsung mengenai sisi emosional audiens. Sehingga media informasi ini akan memberikan kemudahan dalam mencerna informasi bagi target audiens. Media ini dirancang melalui beberapa tahap, diantaranya yaitu:

a. Konsep Verbal.

Konsep verbal dalam dalam perancangan media informasi kebutuhan gizi ini dilakukan melalui strategi kreatif dengan memilih dan

merangkum informasi untuk disajikan sesederhana mungkin yang berisikan kalimat pengingat dan jenis typografi yang mampu menginterpretasikan dari pesan yang akan disampaikan. Informasi verbal nantinya akan menggambarkan maksud dari garapan informasi kebutuhan gizi ini. terdapat kalimat-kalimat pengingat dan ajakan dalam merubah *mindset* atau pandangan kita terhadap kebutuhan gizi. Pesan yang akan disampaikan dalam hal konsep verbal lebih pada pesan mengenai takaran konsumsi gizi yang sesuai dengan kebutuhan tubuh kita yang berakibat pada timbulnya aspek kesehatan. Takaran informasi satuan tersebut berbentuk satuan konsumsi gizi. Selain takaran terdapat juga kalimat pengingat yang berangkat dari kebiasaan target audiens yang disasar sebagai poin *insert* dalam garapan ini, sehingga dihadirkan dalam bentuk kalimat.

Remainder yang digunakan dalam hal ini yaitu kalimat yang secara langsung berdekatan dengan sisi emosional target audiens. Kalimat yang dimaksud dalam konsep verbal ini diperuntukan pada penempatan media cetak terutama poster. Studi *copywriting* dalam kasus ini yaitu:

1. **Gaya Hidup Sehat** Bukanlah Barang Yang Bisa di Beli, Tapi **Kebiasaan** Yang Harus Anda Lakukan **Secara Rutin.**
2. Bukan Lagi Menunggu, Tapi Sehat Itu Dijemput.
3. **Jauh Lebih Sulit** Untuk Membuat Orang Sehat Dari Pada **Membuat Mereka Sakit.**
4. Kamu Yang Bergerak, Untuk Dirimu Sendiri.

5. Mulailah Dari Diri Sendiri Untuk **Berubah, Jangan Menunggu Orang Lain.**

Copywriting yang ditetapkan merupakan kalimat yang langsung berdekatan dengan sisi emosional audiens sehingga diharapkan mampu memberikan efek jera dan diberikan *empasisi* di beberapa kalimat yang dianggap sangat-sangat penting.

b. Konsep Visual.

Konsep visual yang dipilih dalam perancangan ini adalah menampilkan sebuah informasi berupa kebutuhan gizi dengan menampilkan *vector flat* desain dari setiap item yang telah dipilih. Terdapat jenis-jenis vector yang mewakili dari semua informasi yang akan disajikan. Konsep informasi gizi yang dihadirkan berupa jenis penyakit yang sering timbul diusia target audiens yang telah ditetapkan, jenis-jenis gizi *macro*, dan takaran konsumsi gizi serta makanan apa saja yang boleh dan tidak boleh di konsumsi yang akan diterapkan di media cetak dan media audio visual berbentuk *mottion graphick*. Tentunya informasi yang disajikan dengan banyaknya jenis-jenis satuan infromasi akan lebih baik dihadirkan keterwakilan masing-masing konsep yang ditetapkan dalama bentuk *vector flat* desain. Sehingga informasi yang ingin disampaikan secara estetika telah terpenuhi dan secara nilai maknawinya tersampaikan. Selain itu didalam rancangan *Mottion graphick* akan dihadirkan keterwakilan *icon* mengenai kasus gizi yang timbul dimasyarakat umumnya. Konsep visual dilakukan dimulai dari

mulai sketsa aset sampai pada finalisasi digital, sehingga aset yang telah di digitalkan mampu diterapkan di bauran media yang telah ditetapkan.

Pemilihan aset *vector flat* desain dalam garapan media informasi ini dikarenakan vector memiliki nilai artistik lebih tinggi, menampilkan sebuah karya yang simple dikarenakan tidak banyak tampilan elemen visual pendukung yang lain untuk memperjelas pesan yang akan disampaikan, serta vector akan lebih memiliki nilai daya tarik ketika di *layout* dan ditempatkan pada posisi yang tepat. Selain itu foto terdapat beberapa set ang tidak bisa diwakilkan oleh foto karena dengan pertimbangan tingkat pemahaman audiens dalam mencerna informasi dalam interpretasi vector (*miss informatioan*).

B. Proses Penciptaan

a. Pengelompokan Data

Tahapan dalam garapan media informasi kebutuhan gizi ini diawali dari pengumpulan informasi yang akurat sesuai data lapangan yang terjadi dari sumber yang terpercaya dan mampu mempertanggungjawabkan kebenarannya. Sehingga desain yang dihasilkan nantinya diharapkan memberikan perubahan pola hidup dalam menyikapi kebutuhan gizi. Tahapan pengelompokan data dihasilkan dari observasi kepihak yang menangani seputar lingkup gizi. Pengelompokan data dimaksudkan untuk mempermudah perancang dalam mengelompokkan masalah yang sedang diteliti. Data bersumber dari pihak Dinas Kesehatan 3 daerah sebagai objek penelitian yaitu Dinas Kesehatan Kota Padangpanjang,

Padang Pariaman, dan Bukittinggi yang bertugas mengumpulkan jumlah data kasus kesehatan. Pengelompokan data berdasarkan kelompok umur.

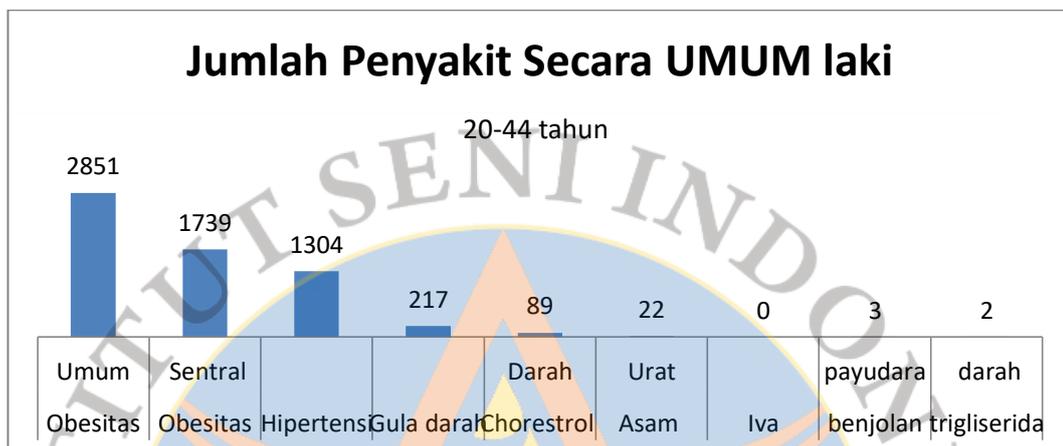


Diagram Batang 3.

Akumulasi Komplikasi Gizi Pada Laki-laki Rentang Umur 20-44 Tahun
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

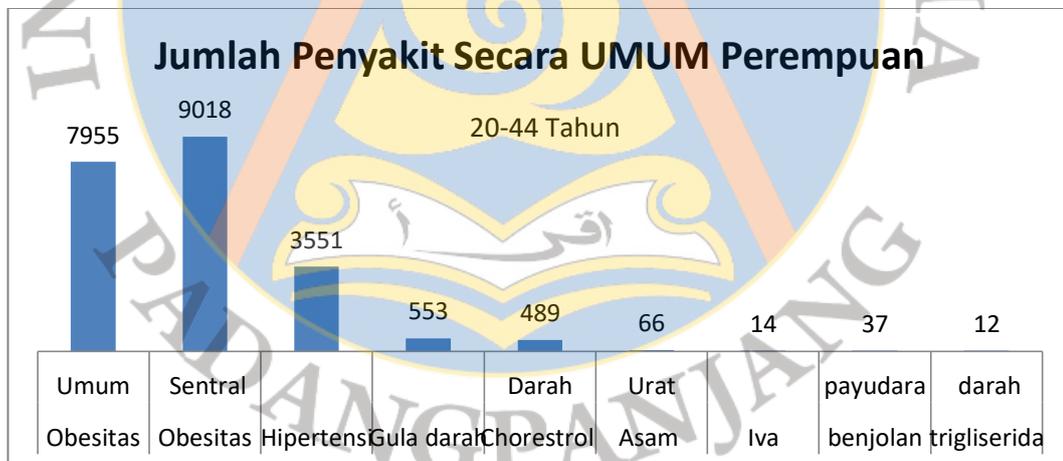


Diagram Batang 4.

Akumulasi Komplikasi Gizi Pada Perempuan Rentang Umur 20-44 Tahun
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

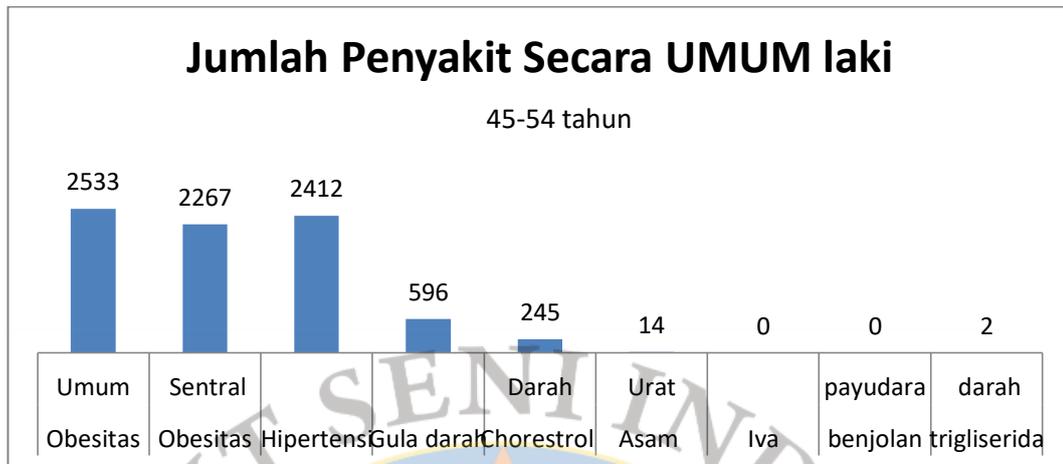


Diagram Batang 5.

Akumulasi Komplikasi Gizi Pada Laki-laki Rentang Umur 45-54 Tahun
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

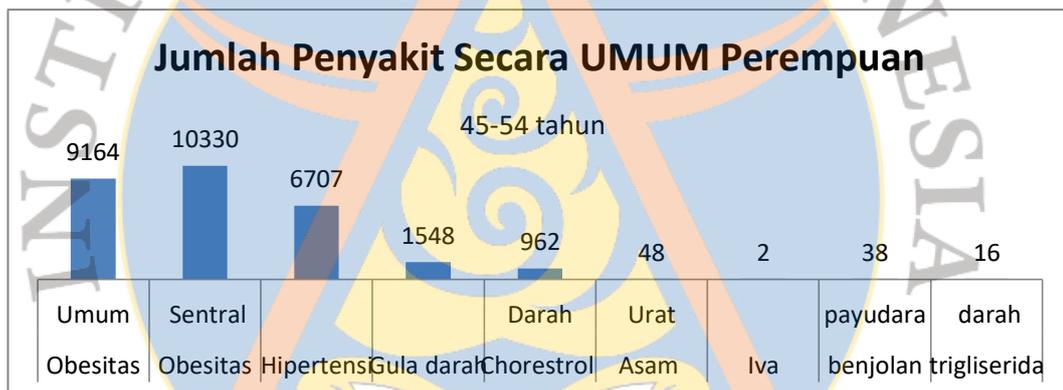


Diagram Batang 6.

Akumulasi Komplikasi Gizi Pada Perempuan Rentang Umur 45-54 Tahun
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

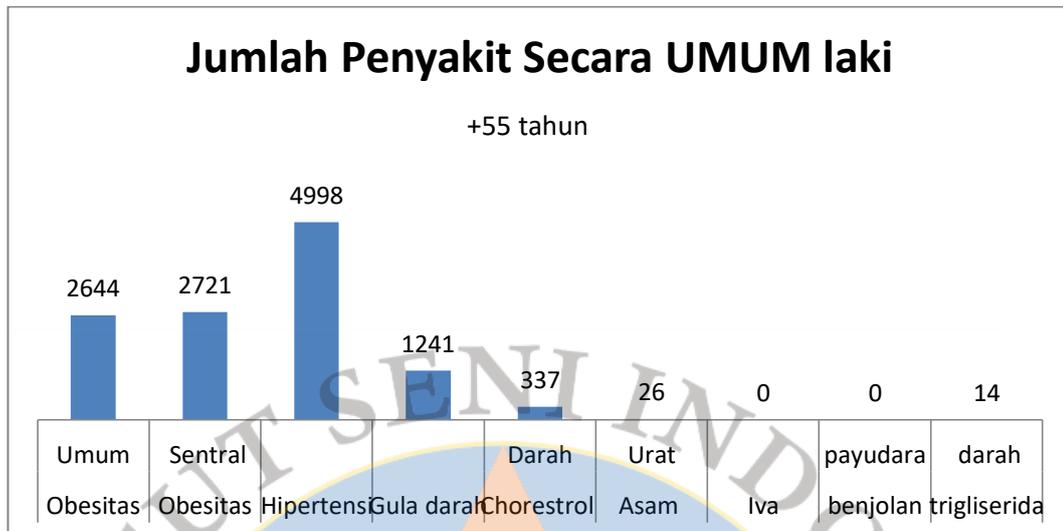


Diagram Batang 7.

Akumulasi Komplikasi Gizi Pada Laki-laki Rentang Umur +55 Tahun
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

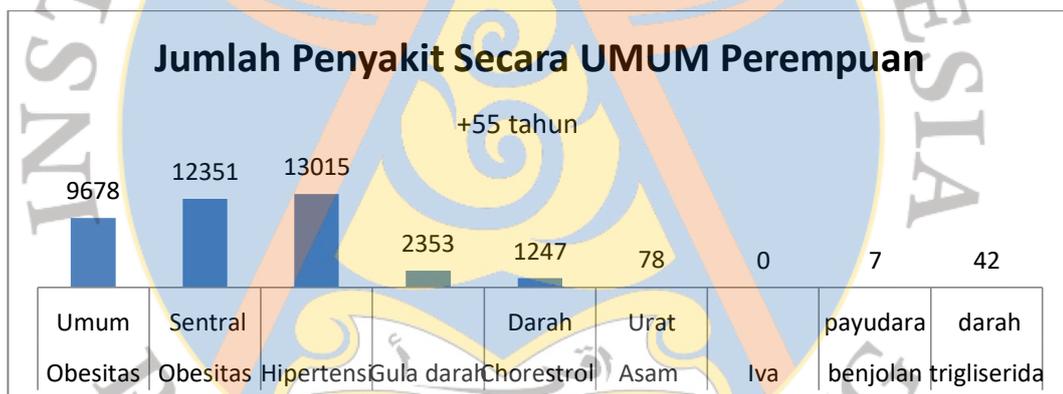


Diagram Batang 8.

Akumulasi Komplikasi Gizi Pada Perempuan Rentang Umur +55 Tahun
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

Dari pengelompokan data berupa diagram batang berdasarkan rentang umur maka selanjutnya melakukan tahapan pengelompokan berdasarkan akumulasi kasus gizi dari 3 daerah penelitian. Pengelompokan data berdasarkan pada jenis kelamin dengan akumulasi data dimasing-masing komplikasi kesehatan gizi.

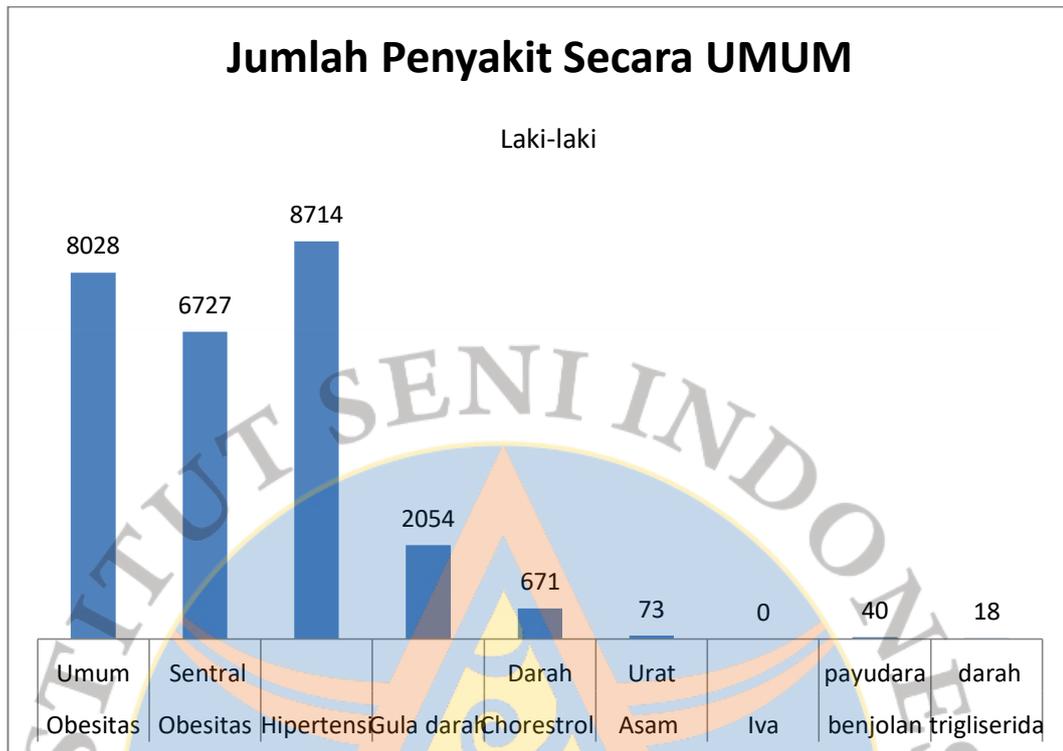


Diagram Batang 9.
Akumulasi Komplikasi Gizi Laki-laki
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

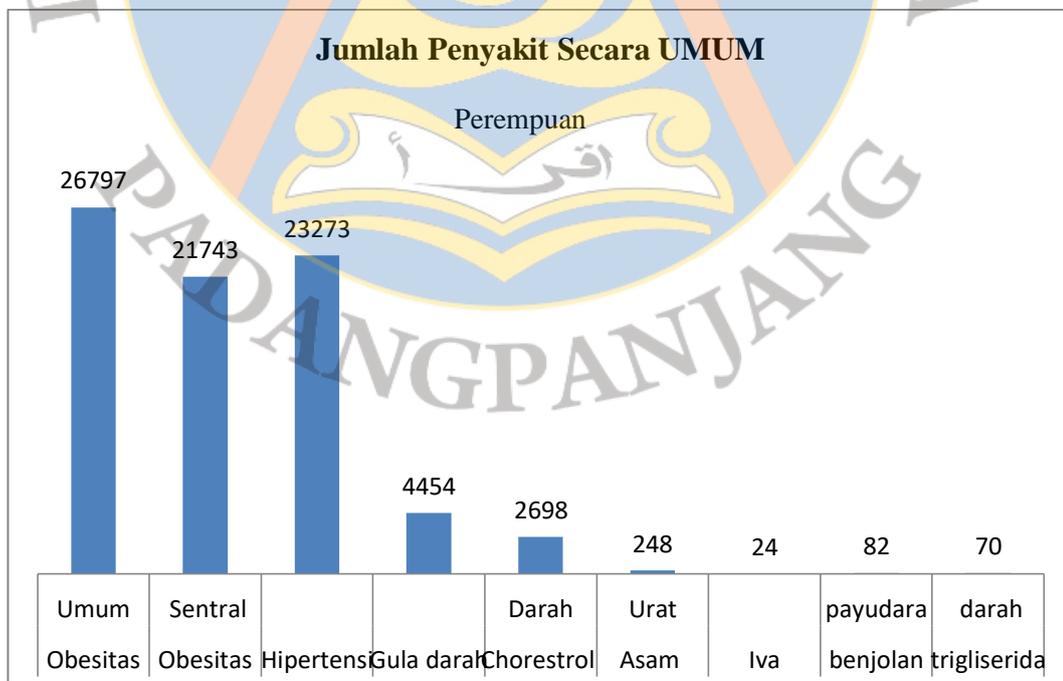
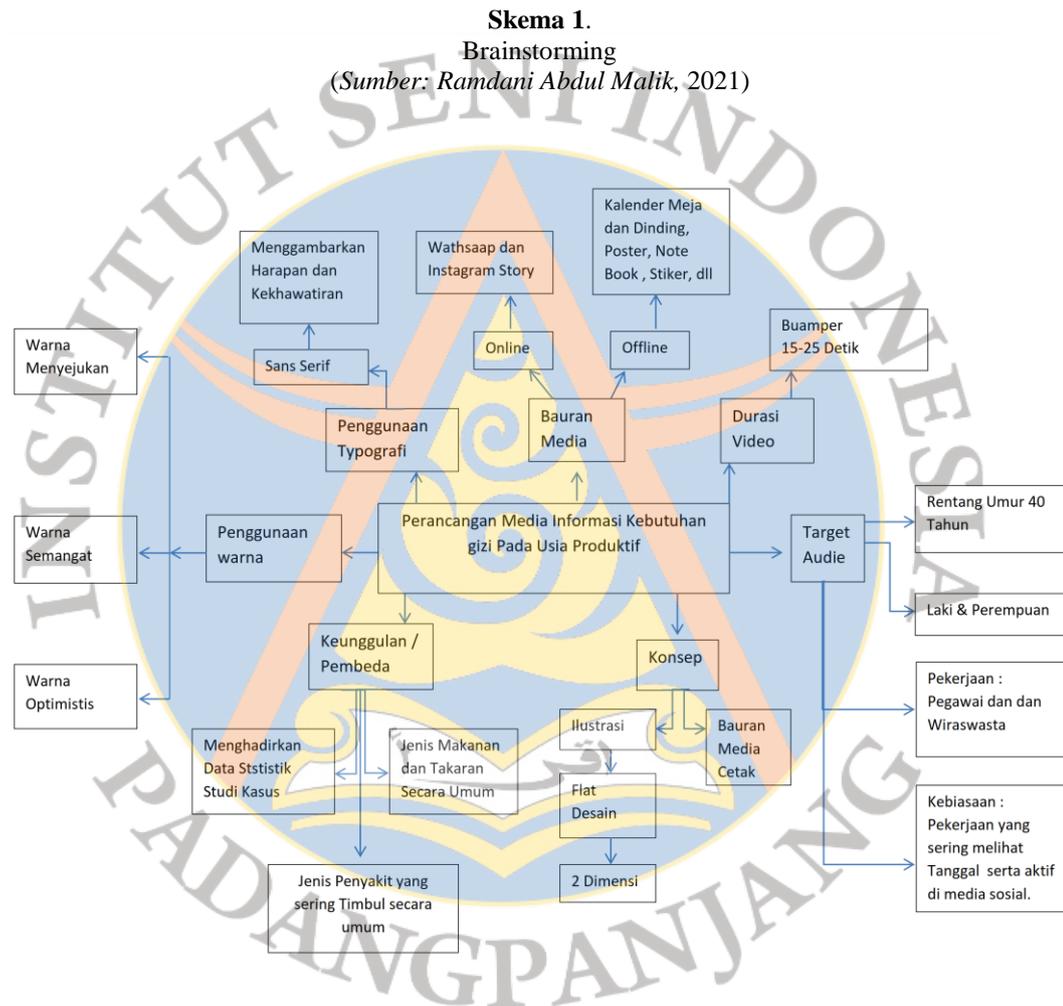


Diagram Batang 10.
Akumulasi Komplikasi Gizi Perempuan
(Sumber: Dinkes Padangpanjang, Padang Pariaman, Bukittinggi, 2021)

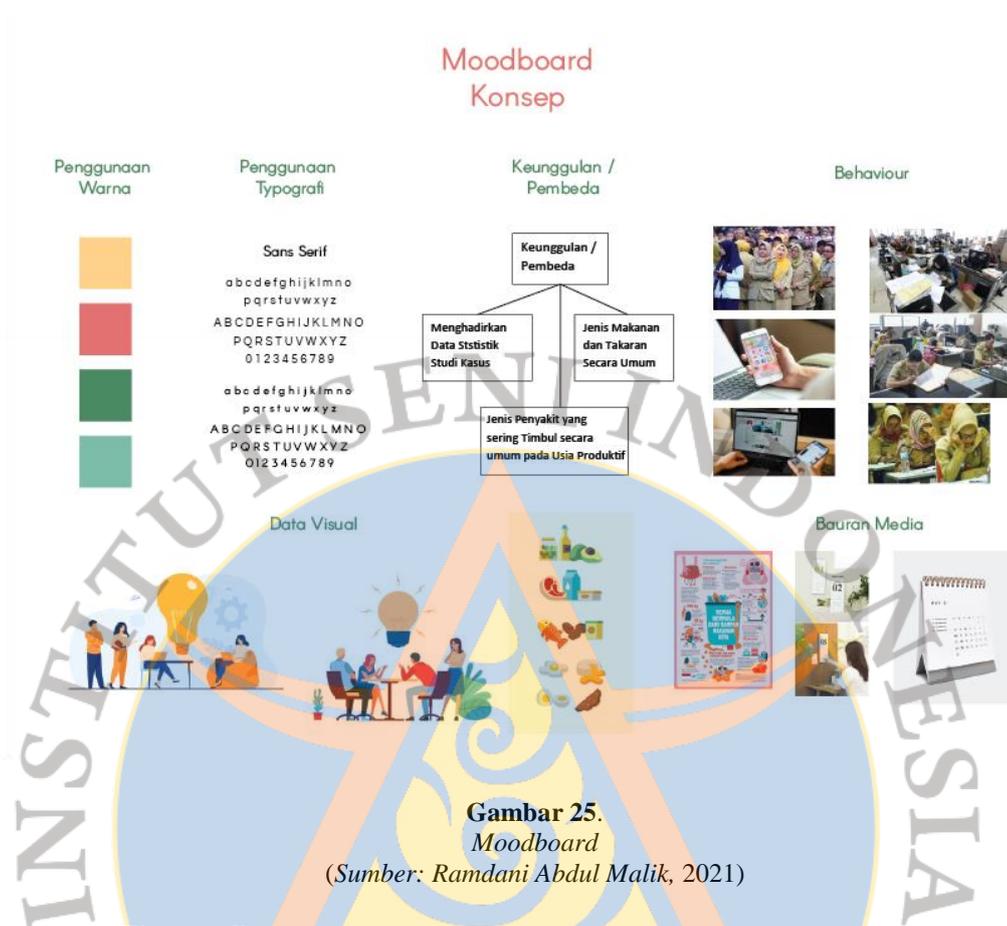
b. Brainstorming

Brainstorming dilakukan guna mencari solusi untuk keperluan perancangan yang berdasarkan dari hasil riset dan gagasan yang diperlukan dalam tahap perancangan:



b. Moodboard

Moodboard yang ditetapkan guna mencari *style* dan *slera* yang akan diterapkan melalui pengelompokan-pengelompokan elemen serta prinsip desain yang akan diterapkan pada rancangan.



d. Tipografi

Studi tipografi dari Perancangan Media Informasi Kebutuhan Gizi Pada Usia Produktif menggunakan bentuk karakter font SANSERIF yang mencerminkan karakter *friendly*, bersih, dan ketegasan. Sehingga penetapan jenis tipografi ini bertujuan untuk mempermudah pembaca dalam menyerap informasi dalam jarak tertentu. Beberapa pilihan dalam menentukan studi tipografi untuk Perancangan Media Informasi Kebutuhan Gizi Pada Usia Produktif adalah sebagai berikut:

Tabel 2.
Studi Tipografi
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Nama Font	Dinamis	Estetis	Keterbacaan	Komunikasi	Ket
Arcon	***	***	***	***	√
Poplar Std Black	*	*	*	*	
ALLER DISPLAY	**	**	*	*	
Poppins	***	***	***	***	√
MADE TOMMY Thin	**	**	*	*	

e. Studi Warna

Warna yang digunakan adalah warna-warna yang mewakili entitas media informasi. Warna yang diaplikasikan tersebut yaitu:



Gambar 26.
Studi Warna

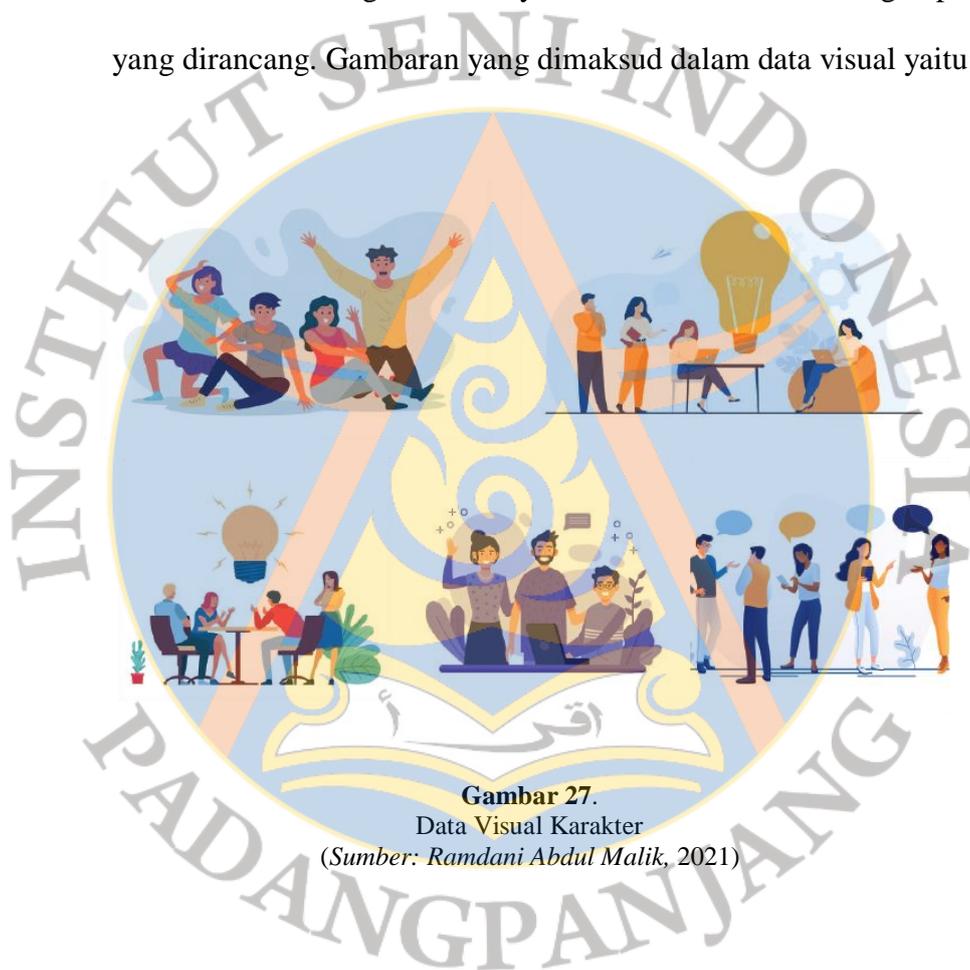
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Warna yang digunakan dalam perancangan media informasi kebutuhan gizi pada usia produktif adalah warna triad komplemter. Warna orange melambangkan semangat, kreatifitas dan harapan. Warna Merah melambangkan kekhawatiran dari kasus yang diangkat. Warna Hijau menginterpretasikan natural, kesehatan, dan makanan. Serta warna Biru toska menginterpretasikan kesejukan dan edukasi. Variasi warna turunan

dan warna gradasi dari warna yang digunakan melambangkan keadaan emosional pada media informasi kebutuhan gizi pada usia produktif.

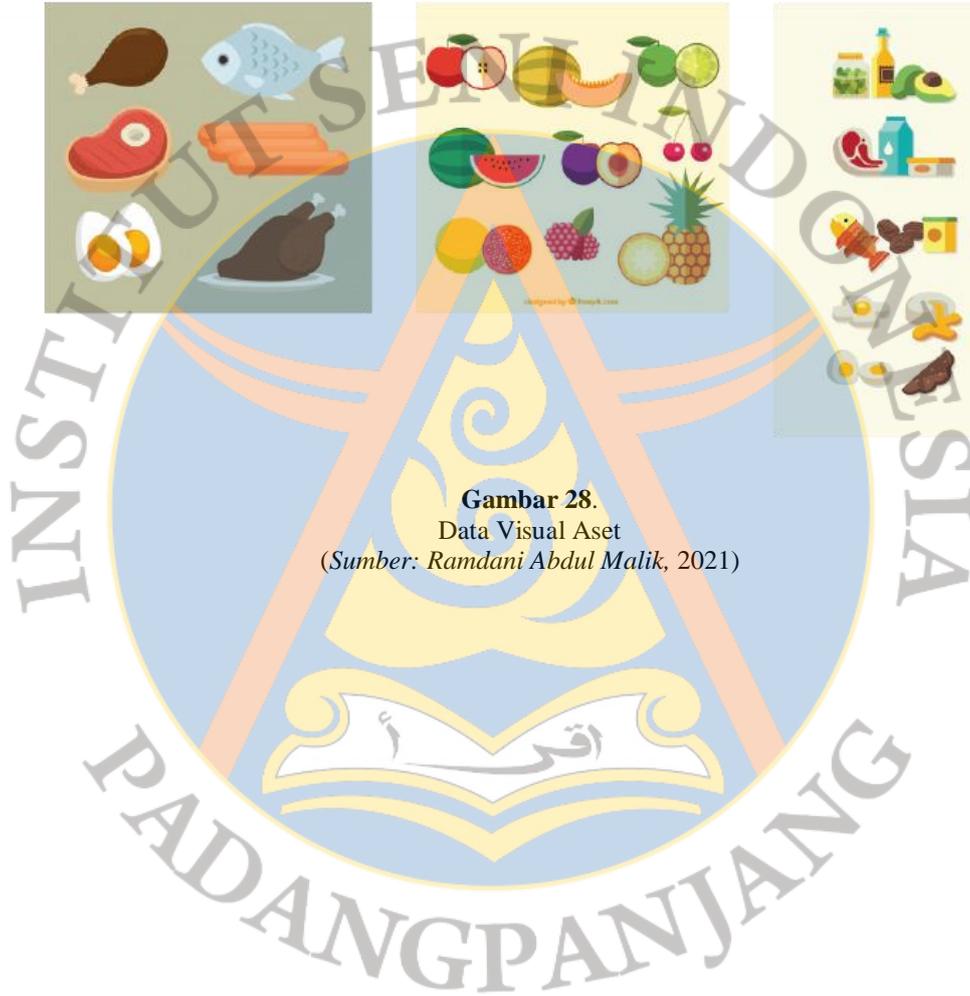
f. Data Visual

Data visual digunakan dalam proses penciptaan karya yang berguna untuk memberikan gambaran style karakter dan aset dalam garapan karya yang dirancang. Gambaran yang dimaksud dalam data visual yaitu:





Gambar 28.
Data Visual Aset
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



g. Sketsa

Sketsa diperlukan guna memberikan gambaran awal mengenai garapan yang akan dipakai dalam sebuah karya digital sesuai dengan tema yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam hal ini terdapat 2 sketsa yang menjadi cikal bakal lahirnya sebuah desain digital, diantaranya :

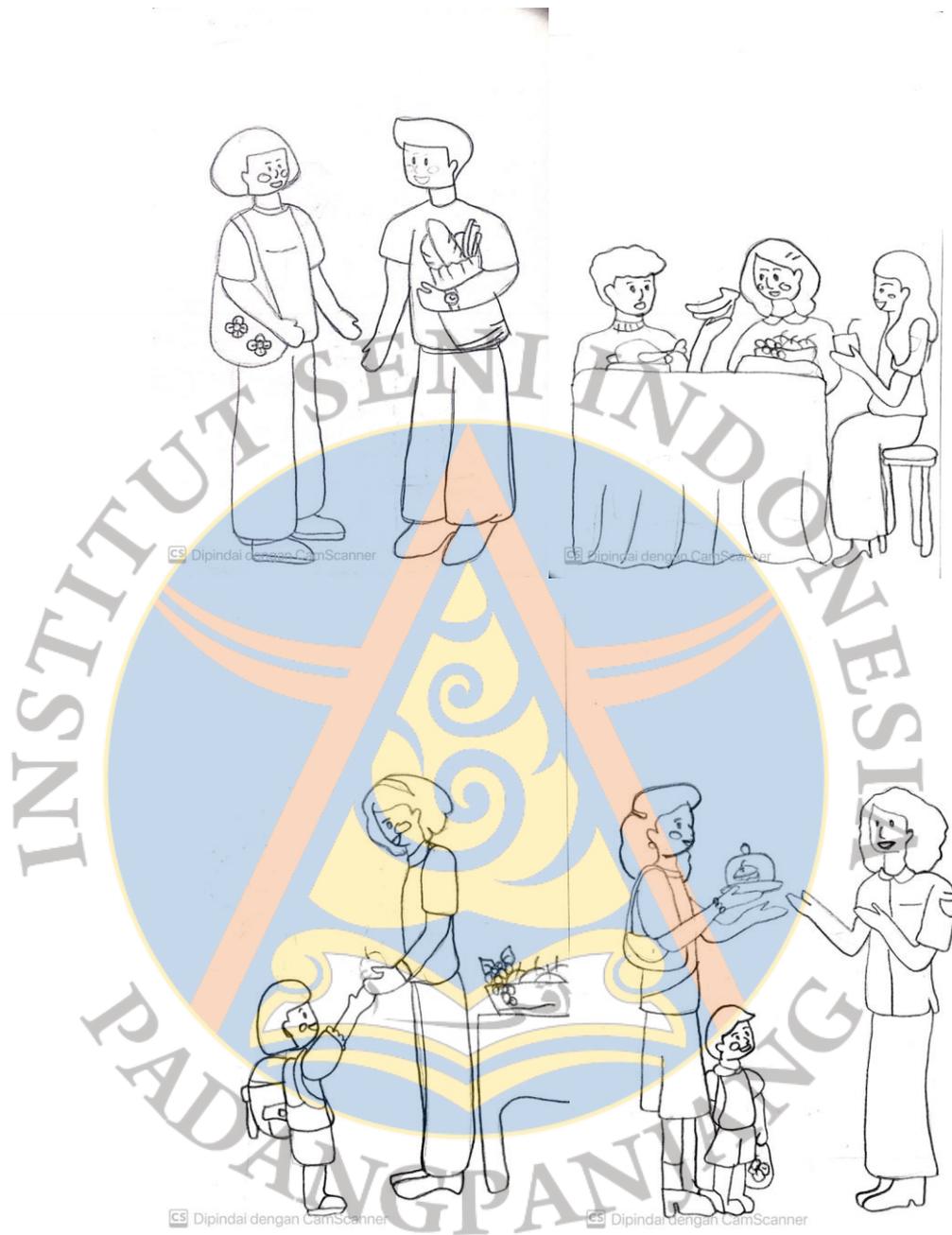
a) Sketsa Karakter

Terdapat beberapa alternatif sketsa karakter guna memberikan gambaran dan pilihan dalam sebuah garapan desain. Dari beberapa sketsa yang telah dilakukan nantinya akan dipilih satu karakter yang mampu mewakili pesan dari informasi yang akan disampaikan.

Alternatif sketsa yang dimaksud diantaranya:



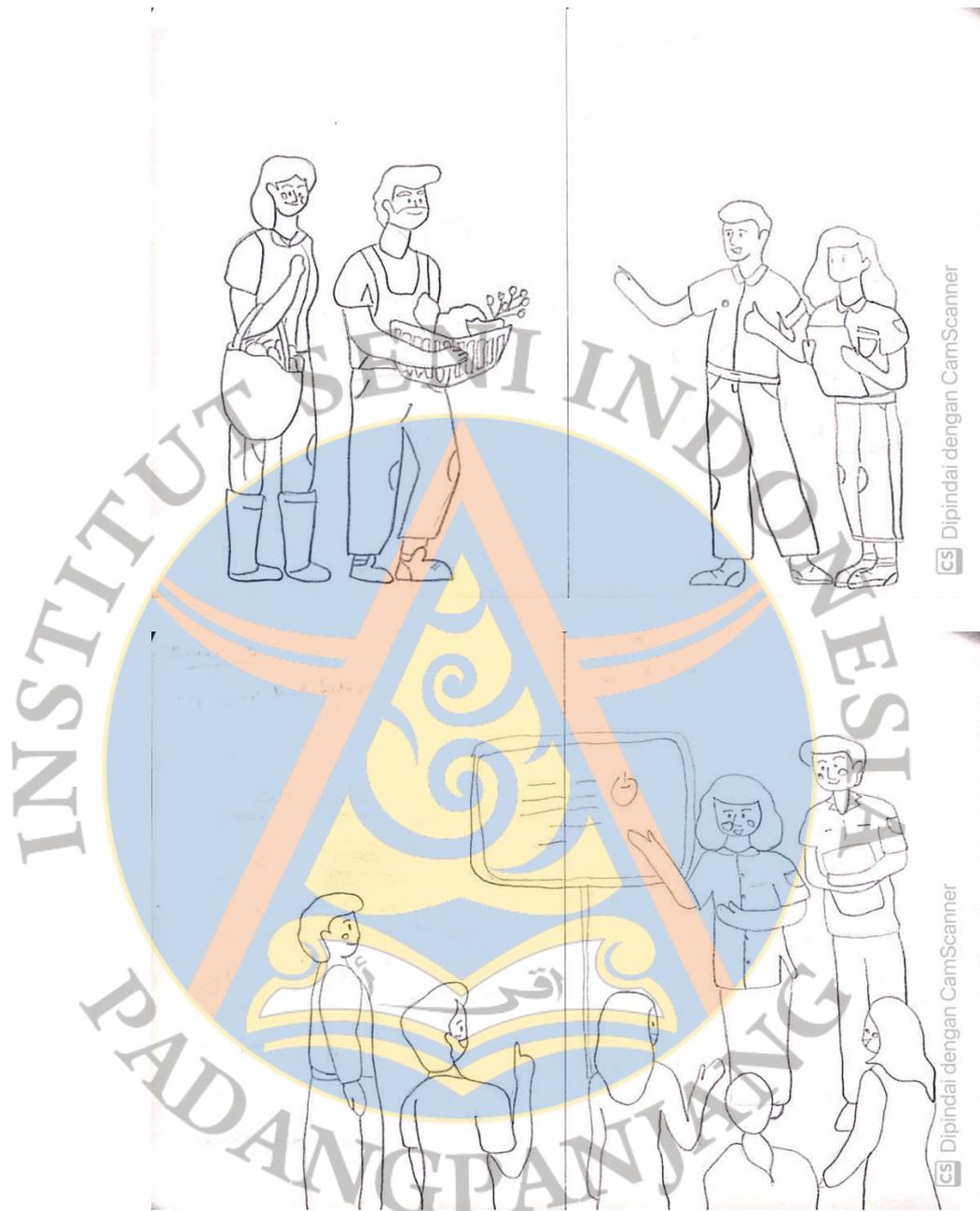
Gambar 29.
 Alternatif Sketsa Karakter A
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



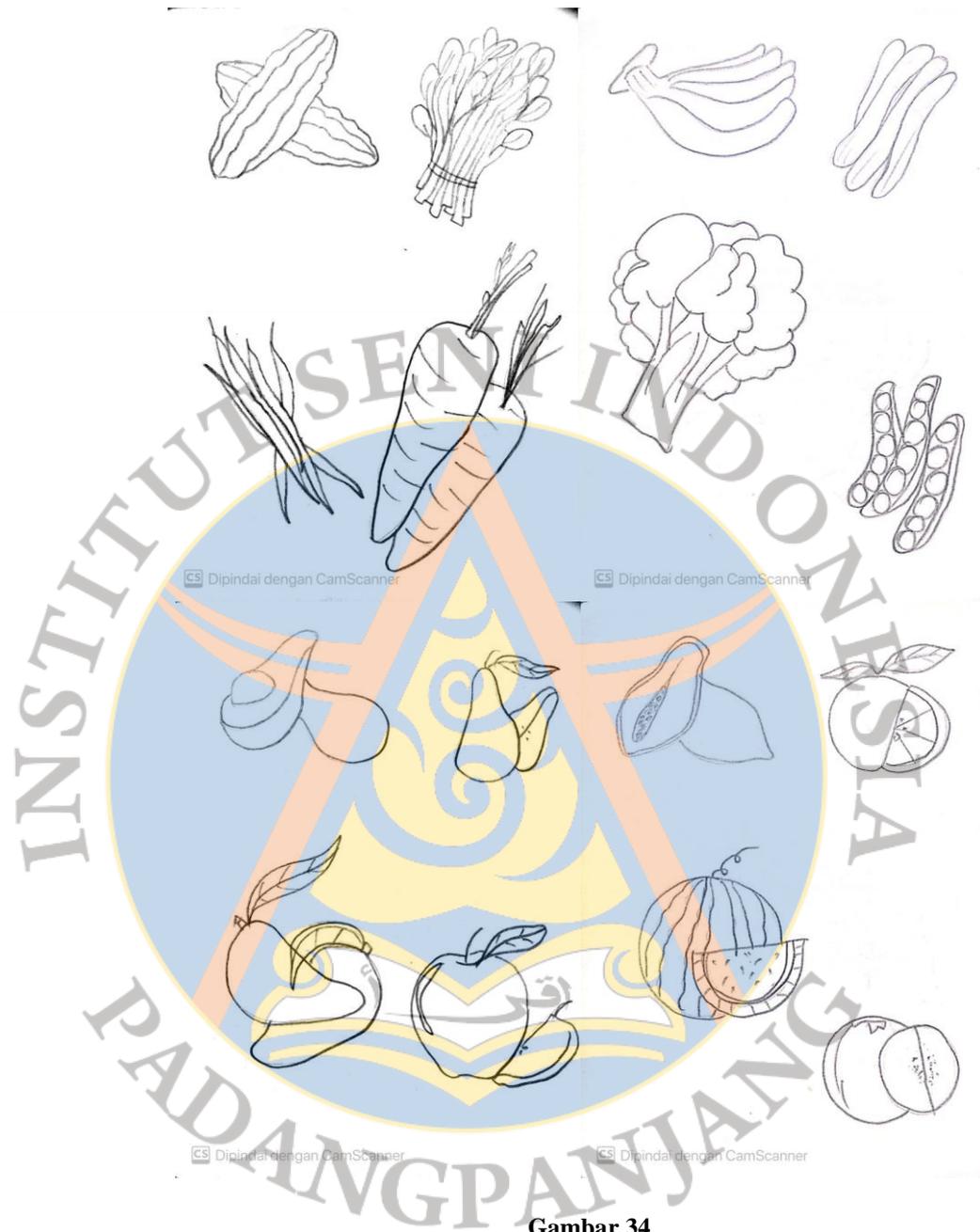
Gambar 30.
Alternatif Sketsa Karakter B
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 31.
Alternatif Sketsa Karakter C
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 32.
Aletrantif Sketsa Karakter D
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 34.
Sketsa Aset B

(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 35.
Sketsa Aset C
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 36.
Sketsa Aset D
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

h. Proses Digitalisasi

Setelah melakukan beberapa tahapan dari pengumpulan data sampai eksekusi karya berupa sketsa melalui kajian-kajian keilmuan maka selanjutnya dilakukan seleksi sketsa yang telah dibuat untuk dilakukan ketahapan digitalisasi. Yang mana tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari proses penciptaan karya yang sesuai dengan permasalahan. Dari berbagai alternatif maka dipilihlah sketsa yang mendekati dari studi kasus yang di angkat. Diantara sketsa yang terpilih yaitu :

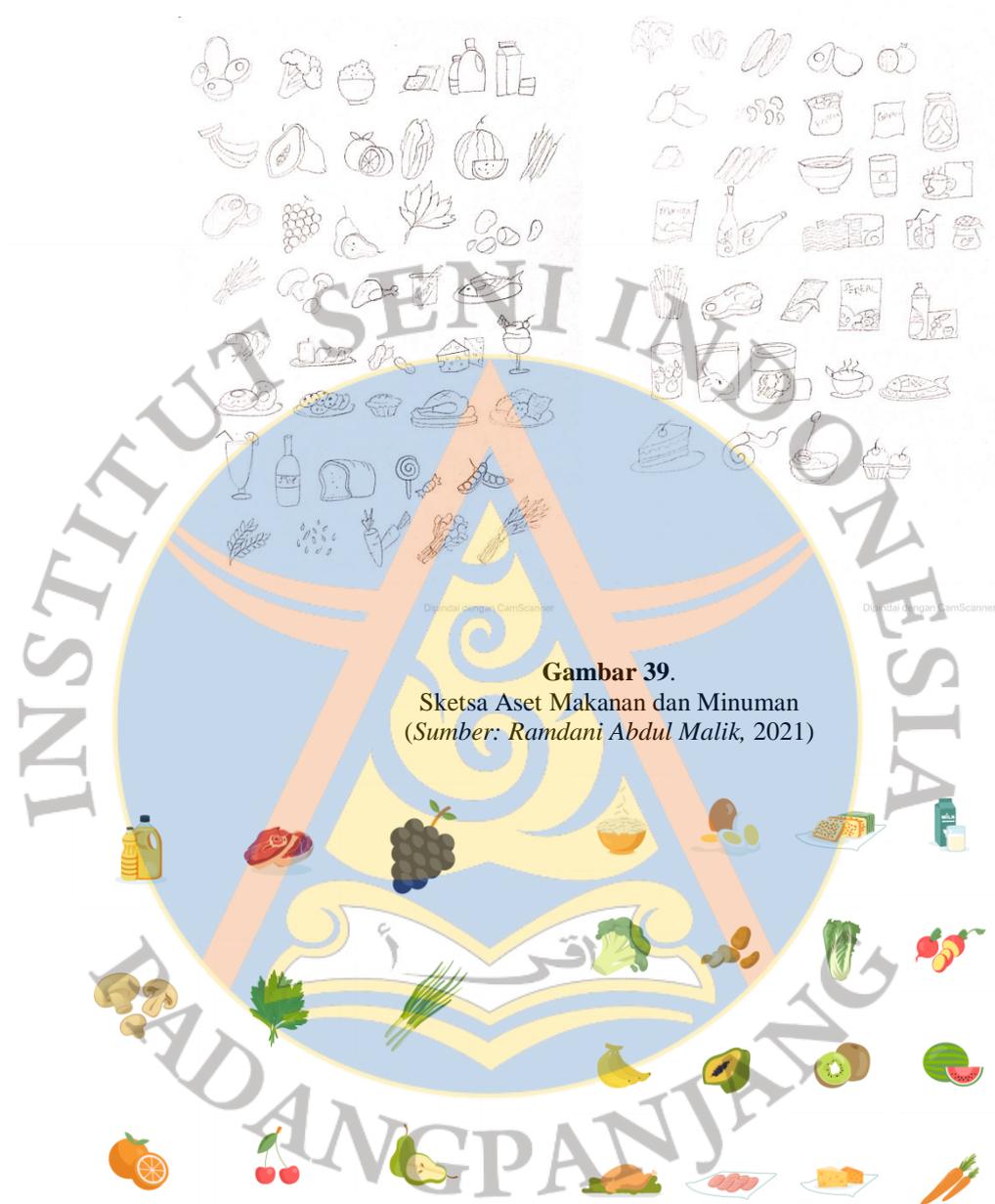
a) Digitalisasi Karakter



Gambar 37.
Sketsa Karakter Yang Terpilih
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Gambar 38.
Digitalisasi Sketsa Karakter Yang Terpilih
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

b) Digitalisasi Aset Garapan



Gambar 39.

Sketsa Aset Makanan dan Minuman
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Gambar 40.

Keterwakilan Digitalisasi Aset Makanan dan Minuman
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

BAB III

HASIL DAN ANALISIS KARYA

A. Hasil Karya dan Analisis Karya

Setelah melakukan beberapa tahapan dalam proses perancangan, maka lahirlah sebuah bauran media yang telah duduk ide dan konsep perancangan. Bauran media merupakan jenis-jenis karya yang dirancang dan telah dilakukan riset dan analisis terlebih dahulu sehingga lahirlah jenis-jenis karya dari studi kasus yang dilakukan sebelumnya. Bauran media yang telah ditetapkan mampu memberikan solusi yang efektif dan informatif dari rancangan media informasi kebutuhan gizi pada usia produktif. Bauran media yang telah dipilih diantaranya.

a. Infografis

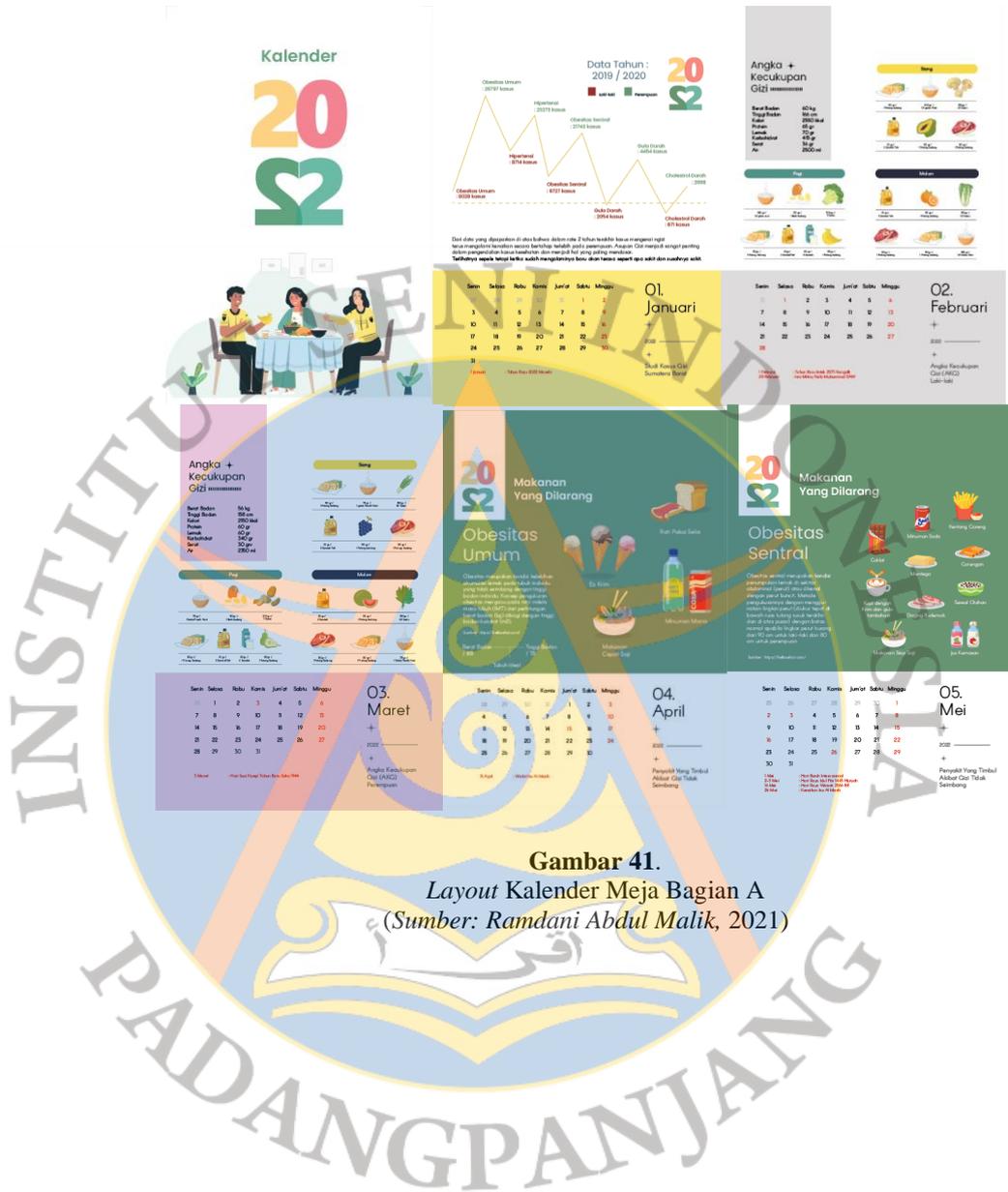
1. Kalender

Kalender merupakan media cetak yang berfungsi secara utama untuk menginformasikan mengenai penanggalan dalam kurun waktu satu tahun. Dalam studi rancangan ini tentunya kalender meja bukan hanya berisi penanggalan dalam satu tahun tetapi terdapat informasi-informasi mengenai kesehatan gizi pada usia produktif. Dimulai dari kasus yang sering dihadapi pada usia produktif dilanjutkan informasi takaran konsumsi dalam sehari untuk usia produktif umur 40 tahun sampai jenis-jenis makanan yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi bagi pengidap penyakit yang sering di alami oleh target audiens.

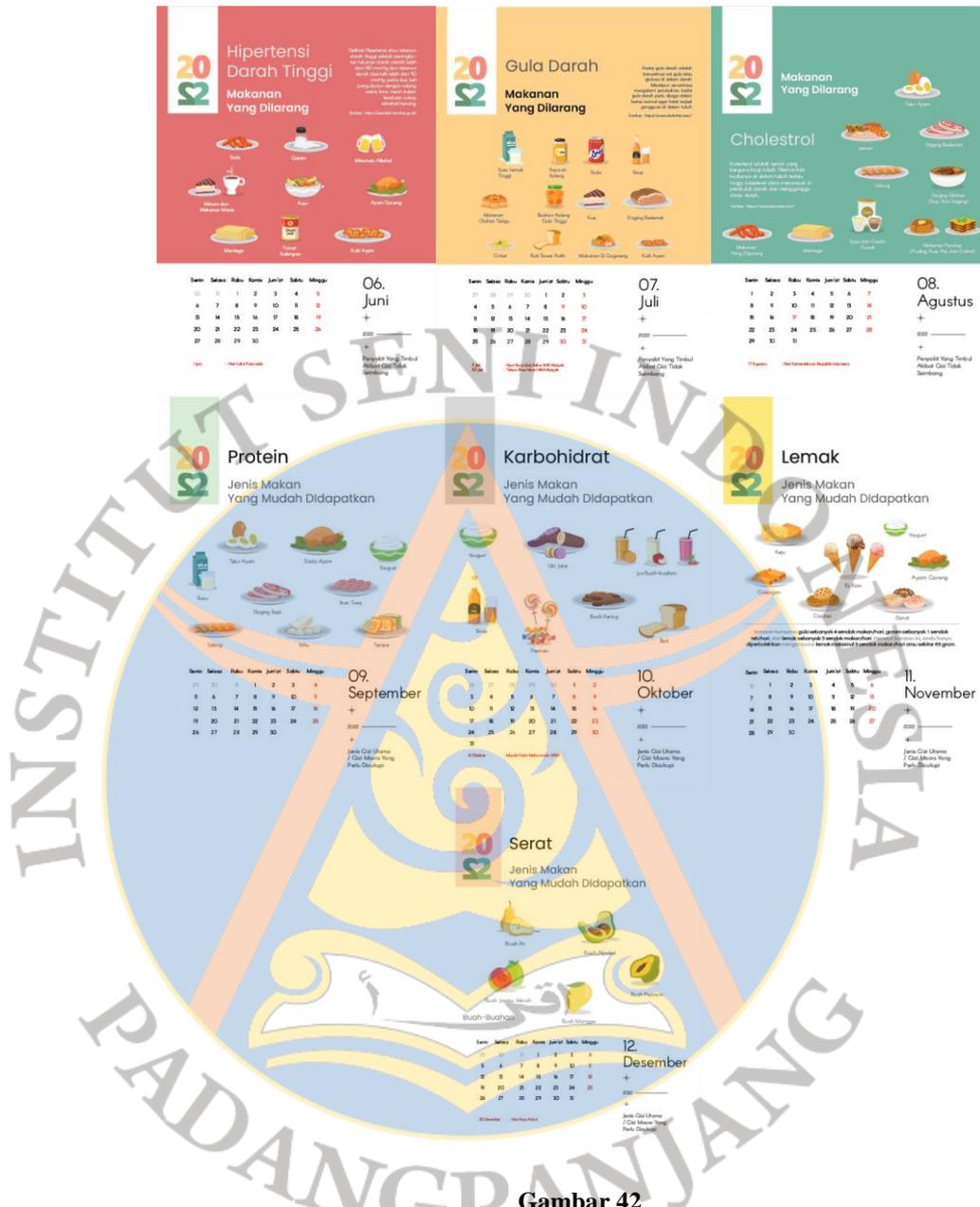
Penggunaan warna yang digunakan disetiap studi kasus yang ditampilkan dalam hasil rancangan mewakili dari jenis kasus tersebut. Elemen warna hijau mewakili jenis kasus Obesitas yang artinya memiliki pola makanan yang berlebihan sehingga hijau mampu mewakili dari makanan. Warna merah menginterpretasikan jenis kasus hipertensi atau darah tinggi yang di ambil dari sisi emosional. Warna Kuning mewakili kaus gula darah dari sisi slera makan yang memiliki sifat manis sedangkan warna hijau toska mewakili kasus cholestrol sama halnya dengan obseitas diambil dari sisi makanan. Selain elemen warna dari sisi kasus tentu ada Angka Kecukupan Gizi yang dihadirkan dalam karya ini, yang mana interpretasi angka kecukupan gizi bagi laki-laki diwakilkan dengan warna abu-abu yang artinya memiliki sifat keras sejalan dengan karakter laki-laki. Sedangkan warna pink mewakili sisi perempuan yang artinya feminim dan penuh kelembutan.

Kalender ini dirancang bertujuan untuk mempermudah target audiens yang disasar dalam menyerap dan mendapatkan informasi secara muda. Karenanya kalender sangat berdekatan secara langsung dengan aktivitas target audiens yang disasar. Penempatan kalender ini nantinya akan di batas area perkantoran dan rumah tangga tetapi tidak menutup kemungkinan juga diluar batasan wilayah atau area yang ditetapkan. Terdapat 2 bauram media kalender meja yang diwujudkan dalam karya cetak diantaranya

a. Kalneder Meja



Gambar 41.
Layout Kalender Meja Bagian A
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



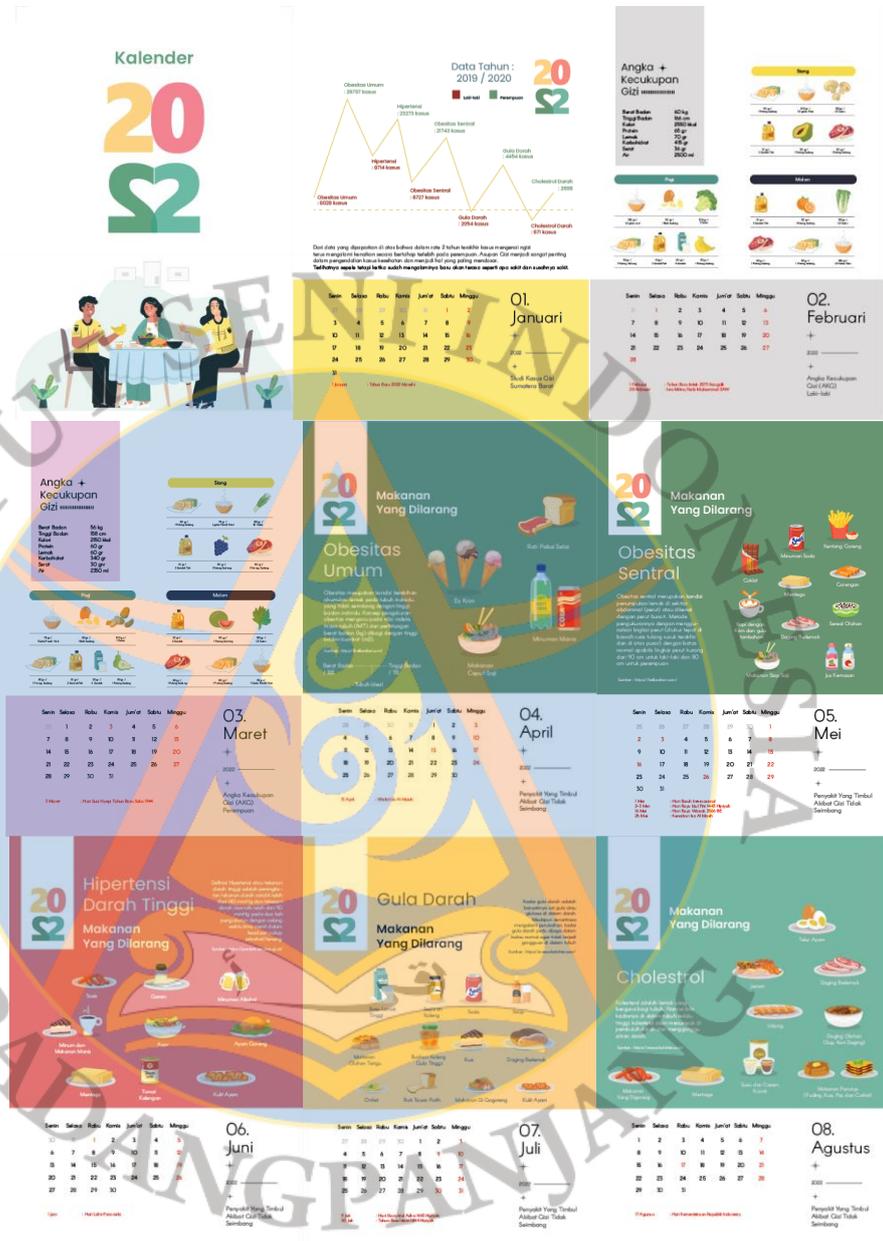
Gambar 42.
 Layout Kalender Meja Bagian B
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



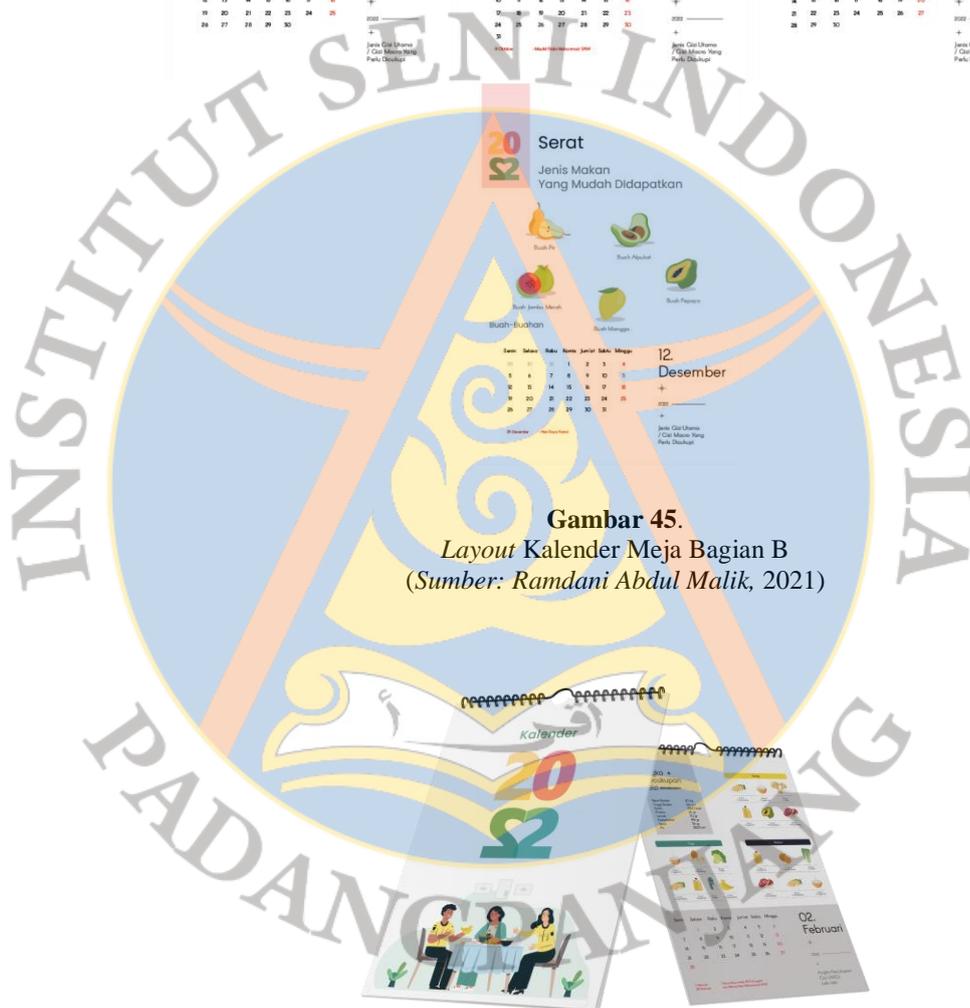
Gambar 43.
Mockup Kalender Meja
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Kalender meja yang dirancang diwujudkan dengan ukuran *paper* A5 (14,8 x 21 cm) dengan sistem cetak digital printing dibidang A3 (29,7 x 42 cm) menggunakan jenis kertas *Art Paper* dan akhirnya nanti kalender tersebut akan diberikan spiral dan dudukan media yang terbuat dari Karton jerami sebagai bahan utama dan kertas linen sebagai pembungkus karton jerami tersebut.

b. Kalender Dinding



Gambar 44.
 Layout Kalender Meja Bagian A
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 45.
Layout Kalender Meja Bagian B
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 46.
Mockup Kalender Dinding
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Kalender Dinding yang dirancang diwujudkan dengan ukuran paper A3+ (32 x 48 cm) dengan sistem cetak digital printing dibidang A3+

(32 x 48 cm) menggunakan jenis kertas *Art Paper* dan akhirnya nanti kalender tersebut akan diberikan spiral dibagian atas *peparnya*.

b. Poster

Poster merupakan salah satu media yang paling efektif dalam sebuah komunikasi dikarenakan poster memuat sebuah informasi. Dalam rancangan, poster berkedudukan sebagai bauran media untuk *self remainder* kepada pembaca atau target audiens yang mana diharapkan pembaca ataupun target audiens mendapatkan informasi sesuai fungsinya.

Poster ini berisikan informasi asupan gizi utama secara rinci beserta takaran konsumsi dan jenis-jenis makanan yang dikonsumsi selama 1 hari yang mana setiap takaran baik laki-laki ataupun perempuan diberikan perbedaan sebagai media informasi penyampaiannya. Warna Abu-abu berangkat dari warna hitam memiliki arti keras dihadirkan sebagai interpretasi sisi poster laki-laki sedangkan warna pink yang memiliki arti kelembutan dan feminim cocok memberikan gambaran poster yang ditujukan pada perempuan. Selain sisi elemen warna terdapat ilustrasi desain vector karakter yang menginterpretasikan kalangan kantoran dan masyarakat umum yang berbincang dan mengonsumsi makanan sehat. Vector ini ingin menyampaikan bahwa semua kalangan harus mampu merubah pola makan dengan memperhatikan jenis makanan yang sehat untuk dikonsumsi. Terlebih pada perempuan sebagai kendali konsumsi rumah

tangga yang diwakilan dengan jumlah karater lebih dominan pada permepuan.

Emphasis disetiap kalimat *selft remainder* dari penetapan *copywriting* yang digunakan berbentuk penebalan kalimat. Keyword-keyword yang dipilih merupakan keyword yang langsung berdekatan dengan sisi emosional target audiens. Sehingga target audiens yang disasar ketika membaca akan sadar bahwa pola makan menjadi sangat mendasar untuk diperhatikan.

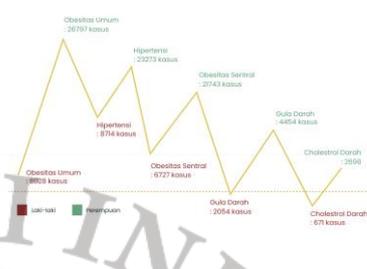
Selain berisikan informasi gizi utama (mackro) terdapat *remainder* untuk diri sendiri sebagai pelaku yang paling utama dalam memutuskan kesehatan dirinya sendiri. Penempatan poster nantinya akan ditempatkan pada area perkantoran, dan area kesehatan (puskesmas, rumah sakit dan area-area kesehatan lainnya) atapun tempat-tempat strategis yang dianggap perlu dan memiliki nilai informatifnya.

2022 | Bukan Lagi Menunggu, Tapi Sehat Itu Dijemput.

“Gaya hidup sehat bukanlah barang yang bisa dibeli, tapi kebiasaan yang harus Anda lakukan secara rutin”.



Kasus Kesehatan Gizi Tertinggi Kalangan Perempuan



Kategori	2019	2020
Obesitas Umum	2670 kasus	2670 kasus
Hipertensi	2273 kasus	2273 kasus
Obesitas Sentral	2743 kasus	2743 kasus
Gula Darah	4454 kasus	4454 kasus
Cholesterol Darah	2698 kasus	2698 kasus
Obesitas Limbah	9777 kasus	9777 kasus
Gula Darah	2054 kasus	2054 kasus
Cholesterol Darah	671 kasus	671 kasus

Data Dinas Kesehatan: Triw. 2019 / 2020

Angka Kecukupan Gizi

Laki-Laki Usia 40 Tahun

Parameter	Nilai
Berat Badan	60 kg
Tinggi Badan	166 cm
Kalori	2550 kkal
Protein	65 gr
Lemak	70 gr
Karbohidrat	415 gr
Serat	36 gr
Air	2500 ml



Jauh lebih sulit untuk membuat orang sehat dari pada membuat mereka sakit.

Angka Kecukupan Gizi

Perempuan Usia 40 Tahun

Parameter	Nilai
Berat Badan	56 kg
Tinggi Badan	158 cm
Kalori	2150 kkal
Protein	60 gr
Lemak	60 gr
Karbohidrat	340 gr
Serat	30 gr
Air	2350 ml



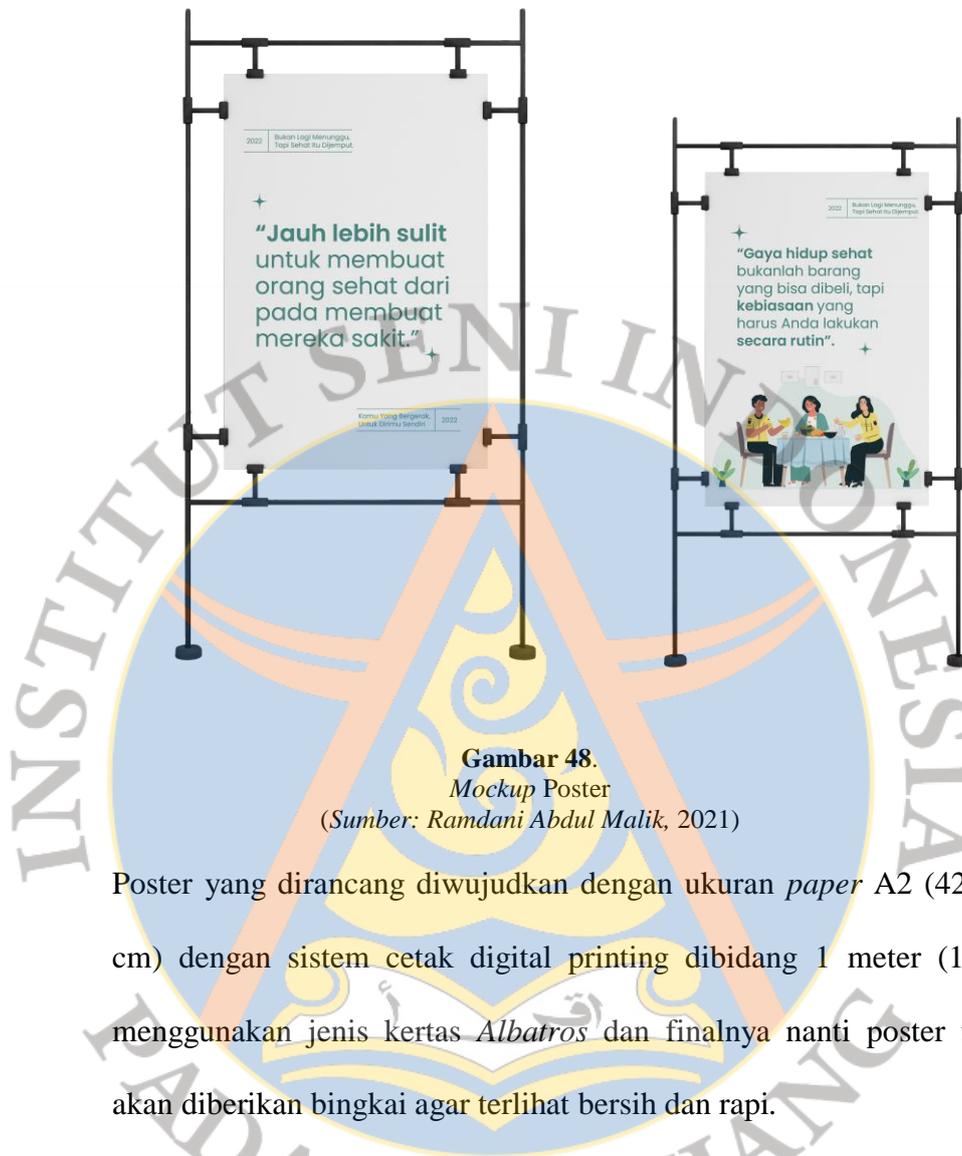
Jauh lebih sulit untuk membuat orang sehat dari pada membuat mereka sakit.

2022 | Bukan Lagi Menunggu, Tapi Sehat Itu Dijemput.

“Jauh lebih sulit untuk membuat orang sehat dari pada membuat mereka sakit.”

Kamu Yang Bergerak, Untuk Dirimu Sendiri | 2022

Gambar 47.
 Layout Poster
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



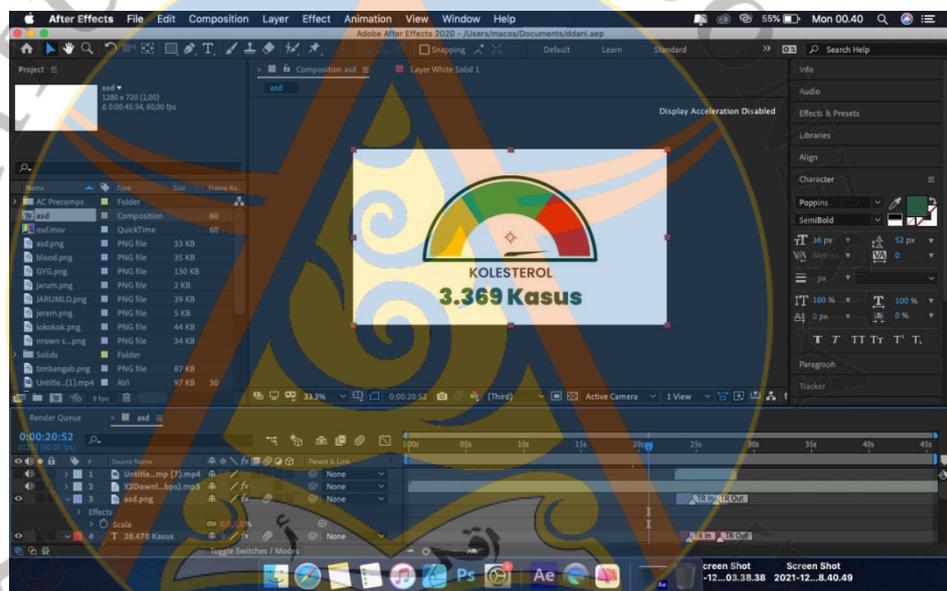
Gambar 48.
Mockup Poster
 (Sumber: Randani Abdul Malik, 2021)

Poster yang dirancang diwujudkan dengan ukuran *paper* A2 (42 x 59,4 cm) dengan sistem cetak digital printing dibidang 1 meter (100 cm) menggunakan jenis kertas *Albatros* dan akhirnya nanti poster tersebut akan diberikan bingkai agar terlihat bersih dan rapi.

c. *Motion Graphic*

Motion graphic merupakan salah satu percabangan keilmuan audio visual menggunakan beberapa elemen visual grafis dengan teknik editing digital. *Motion* ditetapkan sebagai bauran media dalam garapan ini dikarenakan memiliki fungsional sebagai penghantar atau sebagai media informasi pemberi isu mengenai permasalahan gizi pada usia produktif. Isi konten *motion graphic* yang dirancang menampilkan data

studi kasus secara akumulasi dan diberikan keterwakilan masing-masing kasus dengan icon komplikasi gizi tersebut. Selain itu terdapat *scan barkot* yang akan diarahkan langsung ke media sosial yang berisikan infografis mengenai kesehatan gizi. Penempatan mottion graphick nantinya akan ditempatkan di video tron pusat kota dan video informasi disetiap lokasi kesehatan di halaman utama gedung atau lokasi tersebut yang mudah di akses oleh audiens.



Gambar 49.
Editing Mottion Graphick
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



MEDIA_INFORMASI_KEBUTUHAN_G

Gambar 50.
Scan Barcode Instagram
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Motion Graphick yang dirancang dilakukan pengeditan melalui aplikasi *Adobe After Effect* untuk audio visual sedangkan untuk rancangan grafis menggunakan *Adobe Illustrator* dengan teknik-teknik tertentu. Durasi yang dirancang berdurasi 41 detik.

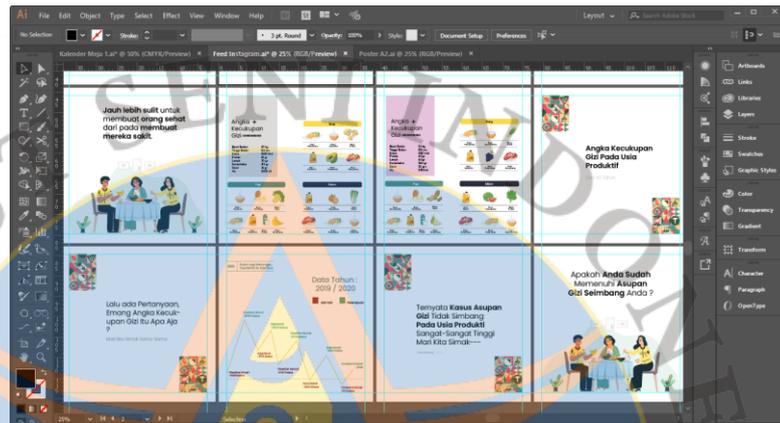
d. Sosial Media Konten

1. *Feed* Konten

Feed Konten media sosial adalah postingan yang bercerita dan memberikan sebuah informasi kepada kalayalak ramai dengan tidak memiliki durasi postingan terkecuali diatur oleh pemilik akun yang mengelola. *Feed* konten berisikan sebuah informasi seputar informasi angka kecukupan gizi dimulai dari jumlah kasus sampai jenis makanan yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi oleh penderita yang terkena komplikasi gizi. *Feed* konten ini menyasar target audiens yang aktif menggunakan sosial media dan sebagai wadah dari isu yang diangkat. Penggunaan elemen desain dalam penyampian informasi sama halnya dengan bauran media sebelumnya di bagian info grafis lebih tepatnya yaitu kalender karena informasi ini salinan dari isi konten yang dihadirkan di kalender dengan kemasan yang lebih sederhana sehingga semua kalangan bisa membaca dan menikmati sajian konten tersebut.

Platform media sosial yang digunakan dalam hal ini yaitu *instagram*. Dengan size ukuran *artboard* 1080 px x1080 px / 1 : 1. Sasaran postingan *feed* *instagram* ini lebih kepada pengguna media

sosial dikalangan target audiens tetapi tidak menutup kemungkinan semua kalangan untuk mengkonsumsi informasi ini terkecuali anak-anak yang belum paham dan mengetahui secara umum mengenai kesehatan gizi.



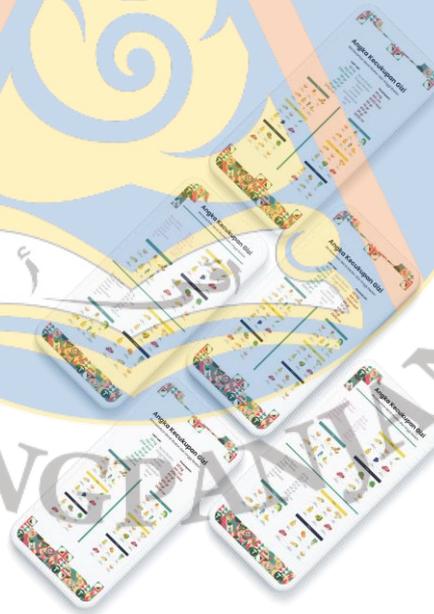
Gambar 51.
Layout Feed Media Sosial
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

2. Instastory Konten

Instastory media sosial adalah salah satu fitur di platform digital media sosial. Yang mana postingan di *instastory* hanya bertahan dengan durasi 24 jam setelah lewat batas waktu akan hilang secara otomatis. *Instastory* yang dirancang berisikan informasi mengenai angka kecukupan gizi dalam sehari untuk target audiens yang disasar. Dengan isi konten jenis makanan serta takaran dalam sehari yang aman secara umum baik laki-laki dan perempuan. Sasaran postingan *instastory* ini di sasaran pada postingan perorangan ataupun akun yang relevan dengan studi kasus yang di angkat. Ukuran Postingan *instastory* yang dibuat dalam *size* 1080 x 1920 pixel.



Gambar 52.
Layout Instastory Media Sosial
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 53.
Mockup Instastory Media Sosial
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

e. *Note Book*

Note book adalah sarana media cetak yang berfungsi untuk menulis hal-hal yang di anggap penting atau hanya sekedar menulis. *Note Book* yang dirancang berisikan seperti lembaran umumnya tetapi terdapat hal membedakan dari yang lain yaitu terdapat catatan *remainder* berkaitan dengan konsumsi gizi macro. Selain informasi gizi macro terdapat informasi *self remainder* untuk membuat diri kita secara berkala untuk merubah pola hidup sehat. Kenapa terdapat remainder dalam note book yaitu untuk membuat diri secara sadar pentingnya menjaga konsumsi makanan. Sasarannya yaitu di setiap target audiens melakukan aktivitas dalam hal mencatat atau menulis secara berkala mengenai kegiatan yang sedang dilaksanakannya maka target audiens akan membaca remainder tersebut baik sengaja ataupun tidak.



Gambar 55 .
Layout Note Book Bagian B
(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 56 .
Layout Note Book Bagian C
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 57 .
Layout Note Book Bagian D
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)



Gambar 58.
Mockup Note Book
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Note Book diwujudkan dalam bentuk ukuran *paper A5* (14,8 x 21 cm) dengan sistem cetak digital printing dibidang *A3* (29,7 x 42 cm) menggunakan jenis kertas *Art paper* dan akhirnya nanti Note Book tersebut akan diberikan spiral dibagian samping bidang note booknya.

f. *Sticker*

Sticker menjadi salah satu bauran media bisa dikatakan sebagai media promosi karenanya fungsi sticker disinya hanya sebagai media pelengkap bagi ranah promosi dalam hal kesehatan sebagai penggiat kesehatan bagi diri sendiri. Stiker dapat ditempelkan dimana saja. Penyebaran sticker dapat diberikan secara gratis baik ketika pameran maupun ketika sedang berkegiatan yang berrelevansi dengan tema garapan ini yaitu kesehatan.

Sticker dalam garapan ini menggunakan flat vector karakter yang menginterpretasikan pegawai kantoran dan masyarakat umum yang sedang duduk bersama menikmati konsumsi makanan yang sehat, dengan terdapat kalimat verbal di atasnya sebagai kalimat *self remainder* serta ajakan untuk merubah pola makan agar teratur dan sehat.



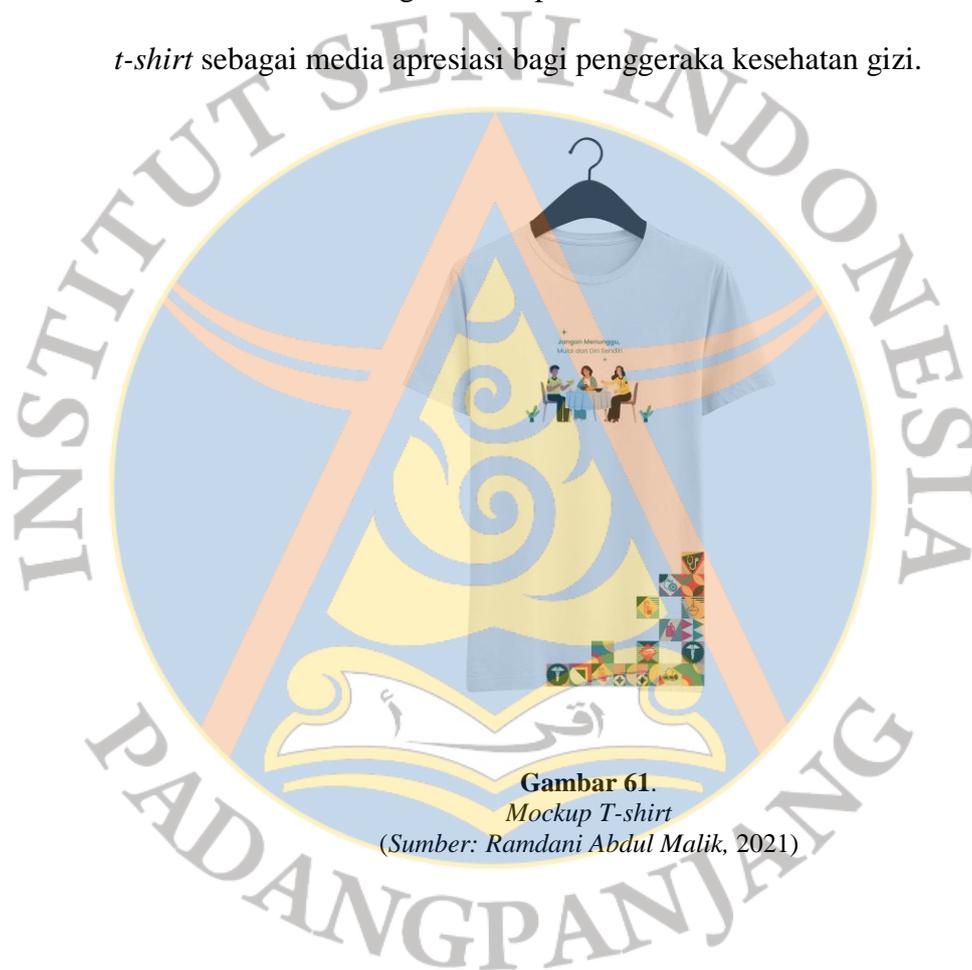
Gambar 59.
Layout Sticker
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Gambar 60.
Mockup Sticker
 (Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)

Sticker diwujudkan dalam bentuk ukuran *sticker* berdiameter 7 cm dengan sistem cetak digital printing dibidang 1 meter (100 cm) menggunakan jenis kertas *sticker* dan finalnya sticker tersebut akan *dicutting* secara digital dimesin printing.

g. *T-shirt*

T-shirt dipergunakan dalam kepentingan sebagai media promosi dalam hal kampanye kesehatan baik nantinya akan digunakan dalam event atau kegiatan kesehatan gizi atau disesuaikan kebutuhan sesuai fungsinya tersendiri. Selain sebagai media promosi dalam dunia kesehatan tentunya *t-shirt* sebagai media apresiasi bagi penggerak kesehatan gizi.



Gambar 61.

Mockup T-shirt

(Sumber: Ramdani Abdul Malik, 2021)