

## **IKLAN LAYANAN MASYARAKAT GERAKAN MEMASYARAKATKAN MAKAN IKAN (GEMARIKAN) DI KABUPATEN BATANG**

**AGUNG TRIE HANGGA**

(Pembimbing : EDI SUGIARTO, S.Kom, M.Kom)

*Teknik Informatika - D3, FIK, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 122201002093@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Gerakan memasyarakatkan makan ikan (GEMARIKAN) adalah gerakan untuk meningkatkan konsumsi ikan kepada masyarakat, Konsumsi ikan memiliki nilai kontribusi dalam ketahanan gizi nasional. Berdasarkan data yang diperoleh dari Survey Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) Tahun 2010 menyebutkan bahwa protein ikan memberi kontribusi terbesar dalam kelompok sumber protein hewani sebanyak 57,2% protein hewani terhadap total konsumsi protein, Menurut data yang di ungkapkan Badan Pelaksana Penyuluhan dan Ketahanan Pangan (BP2KP), di urutkan secara nasional konsumsi ikan hanya 33 kg per kapita per tahun. Untuk Jawa Tengah 21 kg per kapita per tahun, dan kabupaten Batang hanya 20 kg per kapita per tahun, Ini berbanding terbalik dengan hasil tangkapan ikan kabupaten Batang yang mencapai 26.870,11 ton per tahun. Sehingga ditinjau dari sudut pandang kurangnya minat masyarakat untuk mengkonsumsi ikan dengan diperkuat dengan metode pengumpulan data primer dan sekunder, dimana permasalahan tersebut perlu ditanggulangi dengan melakukan hal-hal kecil sebagai bentuk sosialisasi Gerakan memasyarakatkan makan ikan (GEMARIKAN) dengan media yang menarik, maka penulis mempunyai alternatif dengan Iklan Layanan Masyarakat Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN) Kabupaten Batang melalui media pengiklanan video animasi 2 dimensi yang efektif dan komunikatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat kabupaten Batang tentang manfaat pentingnya mengkonsumsi ikan.

Kata Kunci : Iklan Layanan Masyarakat, Animasi 2 Dimensi, Gemarikan, kabupaten batang

## **PUBLIC SERVICE ADVERTISEMENT OF FISH EATING SOCIALIZE MOVEMENT IN BATANG DISTRICT**

**AGUNG TRIE HANGGA**

(Lecturer : EDI SUGIARTO, S.Kom, M.Kom)

*Diploma of Informatics Engineering - D3, Faculty of Computer  
Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 122201002093@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Fish eating socialize movement which is known as (GEMARIKAN), is a movement to increase the consumption of fish to the public, Consumption of fish has a resistance value of the contribution in the national nutrition. According to data obtained from National Socio-Economic Survey (SUSENAS) in 2010 states that animal that fish protein gives the largest contribution to group sources of animal protein as much as 57.2% of the total animal protein intake of protein, according to data disclosed Badan Pelaksana Penyuluhan dan Ketahanan Pangan (BP2KP),in sort of national fish consumption is only 33 kg per capita per year. For Central Java 21 kg per capita per year, and the Batang district just 20 kg per capita per year, this is inversely proportional to the catches Batang district reaching 26870.11 tons per year. So from the perspective of the lack of interest of the community to consume fish with amplified with the method of collecting primary and secondary data, where these problems need to be overcome by doing little things as form socialization of Movement Promoting Eating Fish (GEMARIKAN) with interesting media, the writer has alternative by using Public Service Ads of Movement Promoting Eating Fish (GEMARIKAN) through the effective and communicative 2D animation video advertising to increase public awareness of Batang District about the benefits of consuming fish.

**Keyword** : Public Service Advertisement, 2 Dimensional Animation, Fish eating socialize movement (GEMARIKAN), Batang District