

KAMPANYE VISUAL MAKANAN KHAS KOTA PALEMBANG BERBAHAN BAKU IKAN

Tegar Febriansyah¹, Mukhsin Patriansah² dan Aji Windu Viatra³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan & Budaya, Universitas Indo Global Mandiri
Palembang, Jl. Jend. Sudirman Km.4 No. 62, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Tim. I,
Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129
Email korespondensi: tegar@gmail.com*

Received: 8 November 2024

Revised: 18 November 2024

Accepted: 18 Desember 2024

Abstrak: Kampanye Visual Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan adalah langkah yang tepat karena penulis ingin mengenalkan dan melestarikan Makanan Khas Palembang Berbahan Baku Ikan Pada Generasi Z. Masalah utama yang dihadapi adalah keberadaan Makanan Khas Palembang ini mulai tergerus dengan adanya pengaruh dari makanan internasional seperti *western foods* dan *korean foods*, sehingga mulai dilupakan oleh kalangan generasi muda terutama Generasi Z. Tujuan utama perancangan ini yakni mengenalkan warisan Makanan Khas Kota Palembang kepada Generasi Z sebagai bagian dari kekayaan budaya Indonesia yang perlu dilestarikan dan dibuat melalui *motion graphic* sebagai langkah pemecahan masalah. Capaian dan target yang diharapkan melalui perancangan ini adalah agar makanan Khas Palembang Berbahan Baku Ikan lebih dikenal bagi kalangan generasi Z dan tetap eksis ditengah perkembangan berbagai jenis produk makanan yang beredar di era globalisasi saat ini.

Kata kunci: Kampanye Sosial, *Motion Graphic*, Ikan, Generasi Z.

Abstract: *Visual Campaign for Typical Palembang Food Made from Fish is the right step because the author wants to introduce and preserve Palembang's Typical Food Made from Fish to Generation Z. The main problem faced is that the existence of Palembang Typical Food is starting to be eroded by the influence of international foods such as western Korean food and dishes are starting to be forgotten by the younger generation, especially Generation Z. The main aim of this design is to introduce the heritage of Palembang City's Typical Food to Generation Z as part of Indonesia's cultural richness which needs to be preserved and created through motion. graphics as a problem solving step. The expected achievement and target of this design is that typical Palembang food made from fish is better known to generation Z and continues to exist amidst the development of various types of food products circulating in the current era of globalization.*

Keywords: *Social Campaign, Motion Graphic, Fish, Generation Z.*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keberagaman Makanan Khas di setiap daerahnya. Makanan khas merupakan identitas pada suatu daerah yang dapat membedakan dengan daerah lainnya. Berbagai macam Makanan Khas yang ada di tiap daerahnya membuat Indonesia kaya akan cita rasa. Makanan Khas di Indonesia tidak hanya digemari oleh masyarakat lokal saja tetapi banyak wisatawan asing yang datang ke Indonesia untuk merasakan cita rasa khas yang ada pada Makanan Khas Indonesia. Indonesia dengan sumber daya alam yang melimpah kaya akan rempah-rempah dan bumbu sehingga Makanan Khas Indonesia memiliki ciri khas nya masing-masing.

Di Indonesia terdapat beragam suku dan budaya yang di mana perbedaan itulah yang membuat Indonesia menjadi negara yang kaya akan budaya. Perbedaan Makanan Khas di tiap daerah memiliki cita rasa yang berbeda karena setiap berpindah dari satu daerah ke daerah lain, lidah kita akan disuguhkan cita rasa yang khas daerah tersebut. Kondisi geografis di Indonesia menjadi alasan mengapa cita rasa makanan setiap daerah berbeda-beda. (Rahman, 2024) Kondisi geografis ini tentunya akan berpengaruh terhadap hasil bumi pada daerah tersebut, sehingga menciptakan keunikan pada setiap makanan di daerahnya dan ciri khas yang berbeda dari daerah lain termasuk Kota Palembang. Karakteristik makanan Palembang secara umum adalah rasa manis yang kuat, rasa gurih, dan rasa masam yang dominan.

Makanan Khas merupakan bagian penting dari warisan budaya Indonesia. Namun, banyak dari generasi muda khususnya Generasi Zoomer (Z) yang kurang mengetahui dengan kekayaan Makanan Khas di Kota Palembang yang berbahan baku ikan. Menurut Buku Kuliner Masakan Palembang (Dinas Pariwisata, 2015) Adapun diantaranya Makanan khas seperti pempek, pindang patin, iwak sale, lakso, otak-otak, model, tekwan dan olahan ikan lainnya. Oleh karena itu, penting untuk memperkenalkan dan mempromosikan Makanan Khas Kota Palembang, terutama yang berbahan baku ikan, kepada Generasi Z agar tidak terlupakan. Generasi Z saat ini cenderung lebih terbiasa dengan media *digital* dan memiliki tingkat perhatian yang lebih pendek dikarenakan kurangnya edukasi dan pengenalan Makanan Khas pada saat di sekolah dan lingkungan rumah

sehingga sedikit mengetahui apa saja variasi dari Makanan Khas Palembang. Oleh karena itu, perlu adanya strategi komunikasi yang menarik dan sesuai dengan preferensi mereka agar Makanan Khas di Kota Palembang tetap dilestarikan oleh masyarakat Kota Palembang.

Kota Palembang memiliki sungai Musi yang terbelah menjadi wilayah ulu dan ilir memiliki kekayaan biota sungai yang beragam. Berbagai jenis ikan-ikan yang ada menjadikan masyarakat Palembang dapat membuat makanan dari bahan baku ikan. Masyarakat Kota Palembang pun biasanya untuk sehari-hari memakan hasil dari ikan yang ada di sungai Musi. (Eddy, 2013) Ekosistem yang spesifik membuat potensi Sungai Musi cukup baik dengan beragam biota yang hidup di dalamnya terutama ikan. Sungai Musi kaya akan jenis ikan, diantara ikan-ikan tersebut terdapat ikan bernilai ekonomis seperti ikan belida, ikan patin, ikan baung, ikan betutu, dan ikan semah.

Kekayaan sumber daya perikanan antara lain dapat dilihat dari jumlah potensi lestari sumber daya perikanan tangkap sebesar 6,4 juta ton serta lahan budidaya laut, kolam dan tambak seluas 17,7 juta hektar (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2013). Potensi sumber daya perikanan yang begitu besar diharapkan juga dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) salah satunya ditentukan melalui asupan pangan pokok (Cahya, Sari, Wildayana, & others, 2020).

Masalah utama yang dihadapi adalah keberadaan Makanan Khas Palembang ini mulai tergerus dengan adanya pengaruh dari makanan internasional seperti *western foods* dan *korean foods*, sehingga mulai dilupakan oleh kalangan generasi muda terutama Generasi Z. Tujuan utama perancangan ini yakni mengenalkan warisan Makanan Khas Kota Palembang kepada Generasi Z sebagai bagian dari kekayaan budaya Indonesia yang perlu dilestarikan dan dibuat melalui *motion graphic* sebagai langkah pemecahan masalah. *Motion graphic* adalah salah satu format yang efektif karena dapat menarik perhatian dengan visual yang dinamis dan audio yang menarik. Dengan perkembangan teknologi, *motion graphic* menjadi salah satu alat yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada Generasi Z. Dalam hal ini, *motion graphic* dapat digunakan untuk menggambarkan proses pembuatan Makanan Khas Kota Palembang berbahan baku ikan secara visual yang menarik dan interaktif agar

dapat mudah dipahami oleh generasi muda saat ini. *Motion graphic* tidak hanya sekedar memperkenalkan Makanan Khas Kota Palembang, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk menyampaikan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam Makanan Khas Kota Palembang. Misalnya, kearifan lokal dalam penggunaan bahan-bahan baku ikan dan sejarah dibalik setiap hidangan.

Perancangan Kampanye Visual Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan harus dilakukan supaya dapat membantu masyarakat Kota Palembang, untuk dapat melestarikan Makanan Khas Palembang Berbahan Baku Ikan lewat kampanye visual. Sehingga Makanan Khas Palembang Berbahan Baku Ikan dikenal dan akan terus ada. Oleh sebab itu, penulis berupaya untuk melakukan Perancangan Kampanye Visual Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan. Capaian dan target yang diharapkan melalui perancangan ini adalah agar makanan Khas Palembang Berbahan Baku Ikan lebih dikenal bagi kalangan generasi Z dan tetap eksis ditengah perkembangan berbagai jenis produk makanan yang beredar di era globalisasi saat ini.

METODE PENELITIAN

Perancangan Tugas Akhir ini menggunakan metode perancangan *Design Thinking*. Perancangan Kampanye Visual Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan ini akan menggunakan metode perancangan *Design thinking*. Menurut *Stanford design school* yang mengemukakan *Design Thinking* merupakan metodologi desain yang memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. Metode ini memiliki beberapa tahapan seperti (*Empathize*) memahami masalah yang ada, (*Define*) identifikasi masalah, (*Ideate*) mencari ide, (*Prototype*) pengaplikasian ide, dan (*Test*) penerapan kepada masyarakat.

Emphatize merupakan tahap pertama pada suatu perancangan, bertujuan untuk mendapatkan pemahaman rasa dari masalah yang ingin dipecahkan. Pada tahap ini penulis akan melakukan pendekatan terhadap objek yang akan diteliti dengan melalui dua cara yakni *pertama* mengumpulkan data primer seperti observasi dan wawancara serta kusioner. *Kedua* mengumpulkan sumber dari buku, majalah, surat kabar, internet, jurnal dan lain sebagainya.

Define adalah tahap dimana informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *empathize*, kemudian dianalisis dan disintensis agar dapat menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi. Pada tahap ini penulis akan melakukan analisis data dengan menggunakan metode 5W+1H (*what, who, why, when, where and how*). Metode 5W+1H adalah metode yang dapat membantu penulis menemukan permasalahan dan jawaban secara rinci dengan mengajukan pertanyaan.

Tahap *ideate* adalah tahap menghasilkan ide. Semua ide akan ditampung untuk menyelesaikan masalah yang sudah ditetapkan pada tahap *define*. Pada tahap ini penulis membuat sebuah konsep perencanaan, yaitu perencanaan media dalam menyampaikan informasi dibutuhkan sebuah perencanaan media untuk mengenalkan Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan. Perencanaan kreatif dibutuhkan media yang dapat digunakan pada Perancangan ini seperti Perancangan dengan format *motion graphic*.

Prototype meliputi *Layout* gagasan/ide, menentukan ide-ide, konsep visual dan gagasan yang akan digunakan dari suatu desain pada perancangan komunikasi visual. Kemudian, *rough layout*, setelah adanya ide-ide, konsep visual dan gagasan maka dilakukan pada tahapan selanjutnya yaitu membuat sketsa kasar. Terakhir, final Desain, merupakan hasil dari sketsa sebelumnya yang telah dirancang sehingga menghasilkan akhir desain yang dapat digunakan.

Test, pada tahapan ini dilakukan pengujian dan hasilnya akan diterapkan kepada masyarakat sehingga dapat mengetahui solusi dan kekurangan pada perancangan yang penulis buat pada sidang Tugas Akhir dan Pameran hasil Tugas Akhir.

HASIL DAN DISKUSI

A. Jenis-jenis makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan

Kota Palembang memiliki banyak sekali aneka ragam makanan khas, diantaranya nya makanan khas seperti pempek, pindang dan lainnya. Sumatera Selatan dikenal memiliki kuliner yang bercita rasa khas dan enak yang sangat sayang untuk dilewatkan. Anda bisa menemukan sensasi rasa yang gurih, pedas, segar sampai manis dari jajaran kuliner khas Palembang. Menurut (Marcelina & Yulianti, 2020) Selain memiliki cita rasa yang khas, kuliner Palembang juga

memiliki cerita tersendiri berkaitan dengan sejarah kota Palembang dan perkembangan kehidupan masyarakat disana. Banyaknya jenis kuliner dan tempat wisata kuliner dikota Palembang memberikan kendala tersendiri bagi para wisatawan pendatang maupun penduduk lokal dalam memilih suatu santapan kuliner dan rute menuju lokasi kuliner. Berikut jenis makanan khas Palembang dan Sumatera Selatan.

1. Pindang



Gambar 1. Pindang Palembang
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Jenis makanan pindang pada gambar 1 di atas merupakan kuliner khas Sumatera Selatan yang berbahan dasar ikan air tawar, dan rempah-rempah tradisional Indonesia seperti bawang merah, cabai, kunyit, serai, laos, dan daun salam (Pratama, 2021). Palembang adalah salah satu kuliner Sumatera selatan yang umumnya dikonsumsi bersama nasi putih. Pindang sendiri terdiri dari berbagai macam dan jenis di antaranya adalah pindang *pegagan*, pindang *merajat*. Pindang Musi Rawas, pindang Palembang, pindang Komering, dan lain sebagainya.

2. Pempek Palembang



Gambar 2. Pempek Palembang
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pempek pada gambar 2 di atas merupakan makanan khas kota Palembang yang sangat terkenal. Umumnya bahan utama pempek adalah adonan yang terbuat dari tepung sagu serta ikan giling dan disajikan dengan tambahan cuko. Pempek memiliki banyak variasi di antaranya adalah pempek telur, pempek lenjer, pempek keriting, pempek kulit, pempek panggang, pempek tahu, pempek adaan, dan pempek udang

3. Kerupuk

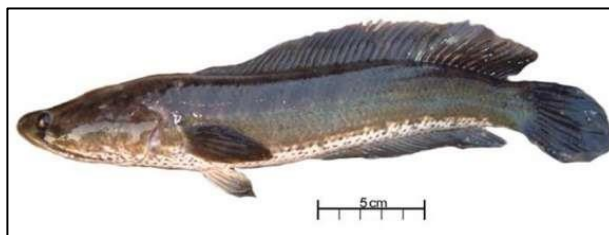


Gambar 3. Kerupuk Palembang
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Palembang memiliki berbagai jenis kerupuk asli khas dari Kota Palembang, lihat gambar 3 di atas. Kerupuk Palembang terdiri dari kerupuk bakar atau kemplang bakar (kemplang tunu). Kemplang bakar yang juga disebut dengan nama kemplang tunu ini termasuk varian kerupuk Palembang yang paling khas karena kemplang ini hanya bisa ditemukan di Palembang dan tidak ada di luar kota Palembang. Selanjutnya, kerupuk Palembang kancing atau kemplang kancing juga dibuat dari ikan seperti kemplang tunu. Bentuknya lebih kecil dari kemplang bakar dan memiliki tekstur yang renyah saat digigit, dan kerupuk Palembang keriting yang berbentuk bundar keriting. Ada yang menyebutnya kemplang keriting, kemplang mawar, kemplang acak, sampai kemplang konde.

B. Jenis-Jenis Ikan Yang Digunakan Sebagai Bahan Baku Makanan Khas Kota Palembang

Kota Palembang memiliki banyak sekali aneka ragam makanan khas, diantara nya makanan khas seperti pempek, pindang dan lainnya. Menurut (Tanaka, 2008) Ikan yang digunakan adalah ikan yang berdaging putih dan mempunyai *flavour* yang kuat. Ikan yang berdaging putih mempunyai kemampuan pembentukan gel yang kuat yang akan berpengaruh terhadap tekstur yang dihasilkan. Menurut (Kartika & Harahap, 2019) Adapun jenis ikan lain yang dipergunakan sebagai bahan pempek di antaranya ikan gabus, ikan putak, ikan toman, ikan bujuk dan ikan sepat siam, lihat gambar 4, 5, 6,7 dan 8 di bawah ini:



Gambar 4. Ikan Gabus (*Chanastriata*)
Sumber: Sudarminto setyo yuwono, 2024



Gambar 5. Ikan Putak (*Notopterus-notopterus*)
Sumber: Fadil Nugraha, 2024



Gambar 6. Ikan toman (*Chanamiclopetes*)
Sumber: Tim Akurat.Co, 2024



Gambar 7. Ikan bujuk (*Chanalucius*)
Sumber: Wikipedia, 2024



Gambar 8. Ikan sepat siam (*Trichogaster Pectoralis*)
Sumber: Aditya Reza Firdaus, 2024

C. Konsep Media

Konsep Media untuk Perancangan Kampanye Visual Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan ini memiliki beberapa konsep yaitu konsep Perencanaan Kreatif yaitu tujuan kreatif, strategi kreatif, dan program kreatif. Dalam perancangan ini, tujuannya adalah agar kampanye yang dibuat dapat berjalan dengan lancar dan apa yang disampaikan bisa dimengerti. Isi pesan yang akan disampaikan mengutamakan kata-kata yang tepat, mudah dimengerti, dan mudah diingat, tetapi juga menggali makna yang mendalam dari makanan khas tersebut, memperkenalkan bahan baku ikan, cita rasa, dan warisan budaya yang terkandung di dalamnya. Adapun media utama yang digunakan adalah *motion grafik*.

D. Konsep Kreatif

Konsep Kreatif pada perancangan Kampanye Visual Makanan Khas Palembang Berbahan Baku Ikan ini, dapat menjadi salah satu kekuatan dalam perancangan media yang dibuat. Konsep kreatif berguna untuk menyesuaikan desain dengan target sasaran, sehingga diharapkan dapat mampu menarik perhatian dari target sasaran itu sendiri. Adapun dalam Konsep kreatif ini berisikan strategi kreatif dan program kreatif.

1. Strategi Kreatif

Pada perancangan Kampanye Visual Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan menentukan strategi kreatif untuk memperkuat tujuan dari perancangan ini dengan menentukan *big idea*. Adapun *big idea* mengambil tema "Ikan" untuk kampanye visual makanan khas Kota Palembang bisa sangat efektif karena ikan adalah bahan baku utama dalam makanan khas Kota Palembang, seperti pempek. Menggali tema ini dapat menyoroti kekayaan kuliner lokal, menarik perhatian audiens dengan keunikan dan lezatan makanan, serta menekankan hubungan budaya dan ekonomi yang penting antara masyarakat dan sumber daya lokal.

2. Tujuan Kreatif

Adapun Tujuan Kreatif pada perancangan ini adalah sebagai media dalam menyampaikan informasi dan edukasi yang tepat agar menumbuhkan akan kesadaran terhadap Makanan Khas Kota Palembang. Media yang dirancang berdasarkan target sasaran dengan mempertimbangkan berbagai aspek. Penulis menjadikan beberapa aspek diatas sebagai acuan dalam merancang kampanye sosial ini dengan efektif dan menarik sehingga pesan dan tujuan dari perancangan ini dapat tersampaikan dengan efektif kepada target sasaran.

3. Pesan Verbal

Setelah strategi kreatif dan tujuan kreatif maka muncullah pesan-pesan verbal tujuannya untuk memperjelas tema pokok dari Perancangan Komunikasi Visual Pengenalan Manfaat Tanaman Aren Bagi Remaja di Kota Palembang ini. Pesan-pesan ini berisikan *headline*, *subheadline*, *tagline* dan *body copy*. Berikut pemilihan pesan verbal dalam perancangan ini, lihat tabel 1.

Tabel 1. Pesan Verbal Terpilih
Sumber : Tegar Febriansyah, 2024

Headline	MAHKAN
Subheadline	Makanan Berbahan Baku Ikan
Tagline	KanIkanIkan!
Body copy	Menjelaskan Tentang Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan dan Menjelaskan beberapa Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan.

4. Pesan Visual

Perancang menentukan strategi kreatif dengan membuat pesan visual. Adapun pesan visual ini berisikan tentang *object*, *warna*, *typography* dan gaya desain. Adapun objeknya sebagai berikut, lihat gambar 9:



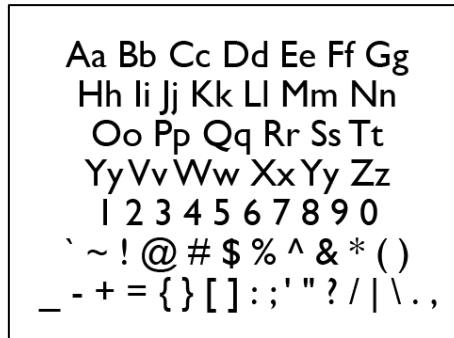
Gambar 9. Ikan
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 9 di atas merupakan objek yang digunakan dalam perancangan yaitu ikan putak, objek ikan putak ini digunakan sebagai objek utama dalam perancangan kampanye visual. Alasan perancang memilih Objek visual ikan karena ini merupakan topik utama dalam pembuatan perancangan kampanye visual ini. Pada bagian warna perancangan mengambil *tone* dengan warna utama dan warna pendukung yang sesuai dengan karakteristik target *audience*. Menampilkan pilihan warna-warna yang telah ditentukan mengacu pada konsep desain. Warna pada perancangan Kampaye Visual Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan yaitu menggunakan palet warna yang cerah dan *playful*, lihat gambar 10.



Gambar 10. Identitas Warna
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

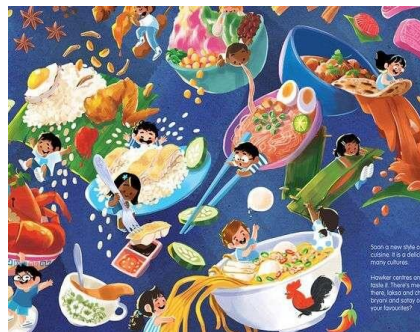
Tipografi dalam perancangan ini menyesuaikan dengan konsep yang telah perancang pilih. Jenis *font* yang digunakan dalam logo yaitu *font* berjenis Sans serif. Kemudian untuk *body copy* dalam media menggunakan Jenis huruf Sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern. Adapun *font* yang penulis pilih dalam perancangan ini adalah *Gill Sans Ultra*, lihat gambar 11 di bawah ini.



Gambar 11. Tipografi
Sumber: Fontzaa.com

5. Gaya Desain

Gaya Desain yang digunakan pada Perancangan Kampanye Visual Makanan Khas Kota Palembang Berbahan Baku Ikan menggunakan gaya ilustrasi. Sebagai bentuk seni visual, ilustrasi memiliki kekuatan untuk membangkitkan emosi, menceritakan cerita, dan menyampaikan pesan dengan cara yang unik dan menarik. Itulah mengapa ilustrasi sering digunakan dalam berbagai konteks komunikasi visual, dan memiliki peran penting dalam memengaruhi dan memperkaya pengalaman *audiens*, lihat gambar 12 di bawah ini.



Gambar 12. Gaya Tampilan Desain
Sumber: Pinterest, 2024

E. Visualisasi Desain

1. Logo



Gambar 13. *Final Design Logo*
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 13 di atas merupakan *final design* dari *Logo* yang mana pada perancangannya didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Pada tahapan awal dalam mendesain perancang membuat perancangan logo, diambil dari objek berupa bentuk ikan sesuai judul perancangan makanan berbahan baku ikan. Bentuk siluet ikan dipakai untuk logo Makanan berbahan baku ikan.

2. *Main Media Motion Graphic*



Gambar 14. *Final Design Storyboard*
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 14 di atas merupakan *Main Media* berupa *Motion Graphic* yaitu tentang pengenalan makanan berbahan baku ikan. Isi dari *Motion Graphic* yaitu diawali dengan logo "MAHKAN" lalu slide selanjutnya berisi ilustrasi makanan seperti pindang ikan, pempek ikan dan kerupuk ikan beserta dengan pengetahuan mengenai makanan-makanan tersebut. Gambar di atas merupakan *final design* dari *Totebag* yang mana pada perancangannya didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator* untuk pembuatan bagian *graphic Typefacenya* dan *Adobe Photoshop* untuk *Mockup*.

3. Poster



Gambar 15 *Final Design poster*
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 15 di atas merupakan poster A2 dirancang dengan konsep warna solid dibagian belakang dengan menampilkan ilustrasi makanan sebagai objek utama agar lebih menonjolkan ilustrasi makanan berbahan baku ikan dengan *element-element* ikan di sekitar dan beberapa unsur kecil seperti pecahan kerupuk dan *shape* kerupuk. Gambar di atas merupakan *final design* dari *Logo* yang mana pada perancangannya didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*.

4. Follow Up Media



Gambar 16. *Final Design T-Shirt*
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 16 di atas merupakan *final design* dari *t-shirt*, yang mana pada perancangannya didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator* untuk pembuatan bagian *graphicnya* dan *Adobe Photoshop* untuk bagian *Mockup*.



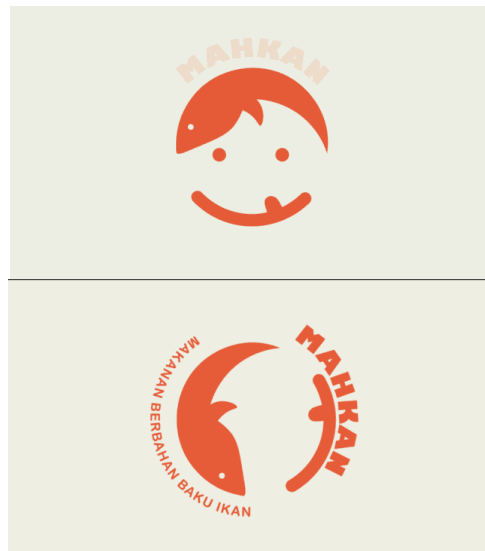
Gambar 17. *Final Design Tote bag*
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 17 di atas merupakan *final design* dari *Totebag* yang mana pada perancangannya didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator* untuk pembuatan bagian *Graphic Typefacenya* dan *Adobe Photoshop* untuk *Mockup*.



Gambar 18. *Final Design X-Banner*
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 18 di atas merupakan *final design* dari *X-Banner* yang mana pada perancangannya didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator* untuk pembuatan bagian *Graphic* dan *Adobe Photoshop* untuk *Mockup*.



Gambar 19. *Final Design Motion Logo Mahkan*
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 19 di atas merupakan *final design* dari *Motion Logo* yang mana pada perancangannya didesain dengan menggunakan *software Adobe After Effect*.



Gambar 4.36 *Final Design* Kaleng Kerupuk
Sumber: Tegar Febriansyah, 2024

Pada gambar 20 di atas merupakan *final design* dari Kaleng Kerupuk yang mana pada perancangannya didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*.

KESIMPULAN

Perancangan kampanye visual untuk mempromosikan makanan khas Kota Palembang yang berbahan baku ikan memerlukan pendekatan strategis yang menyeluruh. kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap makanan khas Palembang, serta memperkuat identitas budaya kuliner kota tersebut. Makanan khas seperti pempek, kerupuk, dan Pindang patin menjadi fokus utama, dengan penonjolan kekhasan dan kelezatannya sebagai daya tarik utama. Target audiens mencakup berbagai kalangan, baik lokal maupun wisatawan, dengan pendekatan yang mencakup masyarakat Kota Palembang, yang tertarik dengan kuliner tradisional.

Proses pembuatan karya kampanye visual menunjukkan bahwa tujuan awal adalah mengkampanyekan makanan lokal lewat media utama Motion Graphic ialah tujuannya agar Generasi Z lebih tertarik dari visual yang disampaikan, dalam Poster A2 yang terdiri dari Poster Utama dan 3 Poster Infografis, Poster utama menunjukkan gabungan dari beberapa Ilustrasi Makanan, Typeface, Headline, Subheadline, Element yang dipakai, dan Logo. tujuannya sendiri sebagai identitas, Untuk 3 Poster Infografis masing-masing mewakili dari makanan yang dibawa perancang (Pempek Ikan, Pindang Ikan, Kerupuk Ikan) yang berisikan Info dari tiap makanan tersebut.

Media Sosial, Instagram *Feeds* dan *Reels* Untuk menyampaikan ide perancang dalam bentuk media digital yang mudah diakses. Tiktok Media Sosial yang fokus terhadap Video, untuk tujuannya menampilkan Video dalam rasio 19:6. X-Banner menampilkan tujuan perancang dan Mini X-Banner menampilkan identitas perancang dan sebuah judul perancang. *Sticker Pack* untuk diberikan kepada pengunjung berisikan dari Ilustrasi, *Typeface* dan *Postcard*. *T-Shirt* Sebagai *Merchandise*, *Pin Button* Sebagai *Merchandise*, *Mug* Sebagai *Merchandise*, Gantungan Kunci Sebagai *Merchandise*. Katalog Karya berisikan dari semua karya perancang, dan Brosur A4 Meampilkan Info dari tujuan perancang. tak tinggal *Totebag* Sebagai *Merchandise*. pemahaman yang mendalam tentang identitas budaya dan kuliner Kota Palembang sangat penting. menggabungkan elemen-elemen khas Palembang dengan tampilan visual yang menarik membantu menciptakan kampanye yang resonan dan autentik. Ini termasuk pemilihan elemen desain yang mencerminkan tradisi lokal dan ciri khas makanan berbahan baku ikan, seperti pempek, pindang dan kerupuk.

DAFTAR PUSTAKA

- AAM, D. (1999). Estetika Sebuah Pengantar. *Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia*.
- Barata, A. A. (2003). Dasar-Dasar Pelayanan Prima (Jakarta: PT Elex Media Kompotindo Kelompok Gramedia).
- Cahya, G., Sari, S. R., Wildayana, E., & others. (2020). Analisis Karakteristik Toko Pempek berdasarkan Bahan Baku di Kota Palembang. *Clarias: Jurnal Perikanan Air Tawar*, 1(1), 19–22.
- Candra, M. A., Enjeladinata, O. V., & Widana, M. R. (2023). Eksistensi

- Makanan Tradisional Di Tengah Gempuran Makanan Korea. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 352–361).
- Eddy, S. (2013). Inventarisasi dan identifikasi jenis-jenis ikan saat pasang surut di perairan sungai musi kota palembang. In *Seminar Nasional Sains |& Teknologi V* (Vol. 2, pp. 84–95).
- Humairah, M., Syafwan, S., & Trinanda, R. (2015). Perancangan Motion Graphic Iklan Layanan Masyarakat (ILM) tentang Perilaku Menyimpang Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) pada Masyarakat Bukittinggi. *DeKVe: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(2).
- Joseph, D. A. (2010). Komunikasi AntarManusia edisi kelima. *Jakarta: Karisma Publishing*.
- Kartika, T., & Harahap, Z. (2019). The Culinary Development of Pempek as a Gastronomic Tourist Attraction in Palembang Sumatera Selatan. *Tourism Scientific Journal*, 4(2), 211–233.
- Lia Anggraini S., S. S., & Kirana Nathalia, S. S. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=GauIEAAAQBAJ>
- Marcelina, D., & Yulianti, E. (2020). Aplikasi pencarian rute terpendek lokasi kuliner khas Palembang menggunakan algoritma Euclidean Distance dan A*(Star). *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 9(2), 195–202.
- Patriansah, M., Halim, B., & Putra, M. E. P. (2021). Meningkatkan Kreativitas Siswa Melalui Kegiatan Lomba Gambar Bercerita Di Sd 226 Palembang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2), 188-194.
- Pratama, M. (2021). Strategi Pengembangan Pindang Palembang menggunakan Model Bisnis Canvas (MBC) untuk Wisatawan. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 3(1), 37–43.
- Putra, G. L. A. K., & Yasa, G. P. P. A. (2020). Estetika Karakter ANIMASI Pada media komunikasi sosial dengan kategori audience remaja. *Jurnal Bahasa Rupa*, 4(1), 10–16.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.
- Rahman, F. (2024). SINATRA EPISODE 11: KULINER DAN PANGAN DI INDONESIA. Retrieved from <https://fib.unpad.ac.id/kuliner-dan-pangan-di-indonesia>
- Sastroamidjojo, S. (1995). Makanan Tradisional, Status Gizi, dan Produktivitas Kerja. *Dalam Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional*. Jakarta: Kantor Menteri Negara Urusan Pangan. Hal, 62–66.
- Sirajuddin, K. K., Siswanti, D. N., & others. (2023). Hubungan Harga Diri

Dengan Kepuasan Hidup Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 255–265.

- Sukarno, I. S., & Setiawan, P. (2014). Perancangan motion graphic ilustratif mengenai majapahit untuk pemuda-pemudi. *Visual Communication Design*, 3(1), 180396.
- Syarifuddin, Asmi, A. R., Safitri, S., & Abidin, N. F. (2021). Cuisine as Cultural Identity of Palembang Residents. In *Proceedings of the 4th Sriwijaya University Learning and Education International Conference (SULE-IC 2020)* (pp. 474–481). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201230.150>
- Tanaka, M. (2008). Teknik pasca panen produk perikanan. *Panduan Bantuan Teknis Untuk Industri Ikan Dan Udang Skala Kecil Dan Menengah Di Indonesia.*, Kerjasama DKP-JICA. 77 pp.
- Tersiana, A. (2018). *Metode penelitian*. Anak Hebat Indonesia.
- Tinarbuko, S. (2008). *Semiotika komunikasi visual: metode analisis tanda dan makna pada karya desain komunikasi visual*. Jalasutra.
- Viatra, A. W., & Putra, M. E. P. (2024). Strategi Branding Peningkatan Skala Usaha Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Darussalam, Desa Burai, Tanjung Batu, Ogan Ilir, Sumatra Selatan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 24(1), 10-21.