

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Permasalahan ASI eksklusif pada ibu bekerja di Indonesia perlu mendapat perhatian khusus. ASI berkaitan dengan nutrisi yang nantinya berpengaruh pada permasalahan kesehatan dan keberlangsungan generasi penerus bangsa yang berkualitas. Cakupan ASI eksklusif di Indonesia saat ini masih rendah yaitu masih berada di bawah target WHO. Sementara angka angkatan kerja perempuan semakin bertambah setiap tahunnya. Pemberian ASI eksklusif pada ibu bekerja memerlukan dukungan dari berbagai pihak mengingat permasalahan yang dihadapi ibu bekerja lebih kompleks sehingga beresiko lebih besar untuk tidak memberikan ASI eksklusif.

Infografis merupakan media yang memungkinkan untuk menerangkan informasi yang kompleks kepada target audiens. Menggunakan infografis sebagai media kampanye sosial memungkinkan target audiens mendapatkan informasi, memahami informasi serta mengingat informasi tersebut dengan mudah, cepat dan efisien. Selain itu bentuk infografis yang pada umumnya berupa infografis digital statis memudahkan informasi tersebut untuk dicari, diunduh, disimpan maupun disebarakan oleh siapa saja dan kapan saja.

Metode perancangan yang digunakan pada perancangan ini mengacu pada metode desain modern yang meliputi empat tahapan, yaitu : identifikasi, analisis, sintesis dan evaluasi. Identifikasi data diperlukan sebagai langkah awal dalam

perancangan yang ditujukan untuk menggali tiga hal mendasar dalam perancangan yaitu permasalahan perancangan, teori yang digunakan sebagai dasar perancangan, serta target audience perancangan. Setelah data teridentifikasi, kemudian dilakukan analisis data. Analisis data dilakukan untuk menetapkan konteks perancangan, konten perancangan serta penentuan media perancangan. Sintesis dalam perancangan ini adalah suatu perpaduan dari hasil analisis yang sudah dilakukan, yaitu analisis konteks perancangan, konten perancangan serta analisis media perancangan untuk kemudian digunakan sebagai konsep perancangan yang kemudian divisualisasikan. Pada proses sintesis inilah semiotika komunikasi visual memiliki peranan penting, khususnya pada penentuan konten perancangan. Sedangkan Evaluasi dalam perancangan ini dilakukan untuk meninjau kembali komprehensif layout apakah sudah menjawab rumusan permasalahan yang selanjutnya dapat dipilih menjadi final desain.

Infografis pada perancangan ini merupakan media utama yang digunakan dalam mengkampanyekan dukungan pemberian ASI eksklusif pada ibu bekerja. Sedangkan media pendukung kampanye berupa motion infografis (*teaser*), poster kampanye (*teaser*), *booklet* dan merchandise (jam dinding, *apron* menyusui, *cooler bag* dan *tumbler*). Aspek identitas yang menandai kampanye ini diwakili oleh sebuah logo/master desain kampanye.

Infografis sebagai media utama dalam perancangan ini menampilkan data secara komprehensif dengan gaya desain yang simple dan minimalis. Pemilihan gaya bahasa dalam *copywriting* perancangan adalah bahasa Indonesia yang lugas dan informatif, ilustrasi yang dipergunakan adalah untuk memvisualkan data-data

dan memperjelas teks. Warna yang digunakan adalah perpaduan warna hitam, magenta, abu-abu dan putih. Tipografi yang digunakan mengutamakan aspek *readability* dan *legibility* yaitu aspek kemudahan target audience untuk mengenali masing-masing huruf dan memenuhi aspek keterbacaan

Perancangan ini nantinya diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap keberhasilan ASI eksklusif untuk ibu bekerja sehingga lebih jauh dapat menaikkan jumlah cakupan ASI eksklusif sesuai target pemerintah, yang artinya berkontribusi pula pada keberlangsungan generasi penerus bangsa yang berkualitas. Selain itu, secara keseluruhan proses perancangan ini nantinya dapat menjadi referensi dan sumber penggalian ide pada perancangan desain komunikasi visual. Perancangan infografis dapat dipertimbangkan sebagai alternatif solusi permasalahan desain komunikasi visual yang akan datang. Yang mana pada prosesnya menuntut kreatifitas dan kepiawaian perancang dalam mengolah data verbal menjadi sebuah grafis informasi yang memiliki daya tarik visual dan informatif.

B. Saran

Dalam merancang sebuah kampanye sosial dengan media utama berupa infografis, perancang perlu memperhatikan data-data dan informasi yang akan disajikan kepada target audiens. Data-data tersebut harus berasal dari sumber yang valid dan terpercaya. Kemudian data-data tersebut dikelompokkan dan divisualisasikan sedemikian rupa sehingga dari data yang disajikan target audiens

kemudian tergerak untuk melakukan/tidak melakukan sesuatu seperti apa yang dikampanyekan.

Infografis memungkinkan untuk menerangkan informasi yang kompleks kepada target audiens sehingga target audiens mendapatkan informasi, memahami informasi serta mengingat informasi tersebut dengan mudah. Selain itu bentuk infografis yang pada umumnya berupa infografis digital statis memudahkan informasi tersebut untuk dicari, diunduh, disimpan maupun disebarakan oleh siapa saja dan kapan saja. Segala kelebihan ini membuat infografis menjadi trend media penyampai pesan dan informasi belakangan ini. Perancangan infografis menuntut kreatifitas dan kepiawaian perancang dalam mengolah data verbal menjadi sebuah grafis informasi. Oleh karena itu perancangan infografis bisa dipertimbangkan untuk menjadi materi perkuliahan dalam peminatan penciptaan desain komunikasi visual di Pascasarjana ISI Yogyakarta. Semiotika komunikasi visual juga menjadi penting untuk dipelajari lebih lanjut karena desainer komunikasi visual adalah produsen tanda dan penanda zaman melalui karya perancangan yang dibuatnya.

Daftar Pustaka

- De Vito , Joseph A. (1997), *Komunikasi Antar Manusia* ,Erlangga, Jakarta.
- Hakim, Budiman. (2005), *Lantaran tapi Relevan, Dasar-Dasar Kreatif Periklanan*, Galang Press, Yogyakarta.
- Ikatan Dokter Anak Indonesia. (2010), *Indonesia Menyusui*, Badan Penerbit IDAI
- Inigopatria, Septa, Rianto & Nasru Alam Aziz. (2014), *Indonesia dalam Infografik*, Penerbit Buku Kompas, Jakarta.
- Junaedi, Fajar. (2007), *Komunikasi Massa: Pengantar Teoritis*, Penerbit Santusta, Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. (1995), *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kasilo, Djito. (2008), *Komunikasi Cinta, Menembus G-Spot Konsumen Indonesia*, Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta.
- Krum, Randy. (2013). *Cool Infographics, Effective Communication with Data Visualization and Design*. Wiley, United States.
- Kusmiati, A. Pujiastuti S. & Suptandar P. (1999). *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Djambatan: Jakarta.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi : Yogyakarta
- Lankow,Jason, Josh Ritchie, Ross Crooks. (2014), *Infografis, Kedahsyatan Cara Bercerita Visual*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Lawson, Bryan.(2007), *Bagaimana Cara Berpikir Desainer*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Morissan. (2015), *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Pranamedia Group, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. (2000), *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nurudin. (2000), *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*, Rajagrahindo Persada, Jakarta.
- Prasetyono, D.S (2009), *ASI Eksklusif Pengenalan,Praktik dan Kemanfaatan-*

kemanfaatannya, Diva Press, Yogyakarta

Ramaiah, Savitri (2006), *Manfaat ASI dan Menyusui*, Bhuana Ilmu Komputer, Jakarta.

Riksani, R (2012), *Keajaiban ASI (Air Susu Ibu)*, Dunia Sehat, Jakarta.

Roesli (2000), *Mengenal ASI Eksklusif*, Trubus Agriwidya, Jakarta.

Rustan, Suriyanto. (2009), *Mendesain Logo*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Safanayong, Yongky, (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Arte Intermedia, Jakarta.

Sakri, Adjad. (1995), *Ilmu Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Sanyoto, Sadjiman Ebd, Drs. (2006), *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimesi Press.

Sarwono, Jonathan & Hary Lubis. (2007), *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*, C.V. Andi Offset, Jogjakarta.

Smicklas, Mark (2011) *The Power of Infographic*, Pearson Education Inc, New York.

Suptandar, Pamudji. (1997), *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Fakultas Seni Rupa dan Desain. Trisakti. Jakarta.

Tinarbuko, Sumbo (2017), *Membaca Tanda dan Makna Desain Komunikasi Visual*, Badan Penerbit ISI Yogyakarta, Yogyakarta.

Tinarbuko, Sumbo (2008), *Semiotika Komunikasi Visual*, Jalasutra, Yogyakarta.

Webtografi

Amalia, Selvie. (25 Oktober 2010), *Orang Tua Bekerja pun Bisa Sukses Memberi Eksklusif*
<https://aimi-asi.org/layanan/lihat/orang-tua-bekerja-pun-bisa-sukses-memberi-asi-eksklusif>

Batubara, Nadya. (20 Oktober 2016), *Sukses Menyusui bagi Ibu Bekerja*
<https://aimi-asi.org/layanan/lihat/sukses-menyusui-bagi-ibu-bekerja>

Cheng, William. (4 Oktober 2016), *ASI Eksklusif, Antara Harapan dan Kenyataan*

<http://beranisehat.com/archives/air-susu-ibu-asi-eksklusif-antara-harapan-dan-kekayaan/>

Depkes, RI (2012), *Pokok-Pokok PP Nmr 33 Thn 2012 Ttg Pemberian ASI Eksklusif*
<http://www.gizi.depkes.go.id/download/Kebijakan%20Gizi/Pokok-Pokok%20PP%20Nmr%2033%20Thn%202012%20Ttg%20Pemberian%20ASI%20Eksklusif.pdf>

Dewanto, Naomi (10 November 2015), *Masalah Ibu Bekerja: ASI atau Susu Formula?*
<http://www.idai.or.id/artikel/klinik/asi/masalah-ibu-bekerja-asi-atau-susu-formula>

IDAI. (23 Agustus 2013), *ASI Eksklusif pada Ibu yang Bekerja*
<http://www.idai.or.id/artikel/klinik/asi/asi-eksklusif-pada-ibu-yang-bekerja>

IDAI. (23 Agustus 2013), *ASI Sebagai Pencegah Malnutrisi pada Bayi*
<http://www.idai.or.id/artikel/klinik/asi/asi-sebagai-pencegah-malnutrisi-pada-bayi>

IDAI. (28 Agustus 2013), *Sukses Menyusui Saat Bekerja*
<http://www.idai.or.id/artikel/klinik/asi/sukses-menyusui-saat-bekerja-2>

Kemendes, RI. (2013), *Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan RI. Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013*
<http://www.depkes.go.id/resources/download/general/Hasil%20Riskesdas%202013.pdf>

Kemendes, RI. (2016), *Data dan Informasi Kesehatan Profil Kesehatan Indonesia 2016*
<http://www.pusdatin.kemkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/Profil-Kesehatan-Indonesia-2016.pdf>

Roesli, Utami & Elizabeth Yohmi. (26 Agustus 2013), *Manajemen Laktasi*
<http://www.idai.or.id/artikel/klinik/asi/manajemen-laktasi>

Sanyoto, Dien & Eveline PN. (23 Agustus 2013), *Air Susu Ibu dan Hak Bayi*
<http://www.idai.or.id/artikel/klinik/asi/air-susu-ibu-dan-hak-bayi>

Suradi, Rulina. (27 Agustus 2013), *Pemberian Air Susu (ASI) pada Saat Ibu Bekerja*
<http://www.idai.or.id/artikel/klinik/asi/pemberian-air-susu-asi-pada-saat-ibu-bekerja>

Tasya, Amanda. (17 Agustus 2010), *Kode WHO – Penjamin Pemberian ASI Eksklusif*
<https://aimi-asi.org/layanan/lihat/kode-who-penjamin-pemberian-asi-eksklusif>

UNICEF. (2016), *UNICEF Data: Monitoring the Situation of Children and Women*

<https://data.unicef.org/country/idn/>

WHO. (2016), *Global Nutrition Targets 2025: Infographics*

<http://www.who.int/entity/nutrition/global-target-2025/infographics/en/index.html>

Daftar Narasumber Wawancara

Ika Sri Pramasari (33 tahun), Narasumber ibu bekerja dan menyusui (Guru di SMA 1 Playen dan memiliki bayi berusia 9 bulan), Gunung Kidul, wawancara tanggal 4 Juni 2017, wawancara dilakukan di Kediaman Ika Sri Pramasari di Jl. Bantul Yogyakarta

Dr. Makmuri MS Sp.A.K (70 tahun), Dokter Spesialis Anak, wawancara tanggal 18 Juni 2017, di Kediaman Dr. Makmuri MS Sp.A.K Jl. Bratang Binangun VI/17 Surabaya

Ni Luh Desi In Diana Sari (35 tahun), Narasumber ibu bekerja dan menyusui, (Dosen di ISI Denpasar dan memiliki bayi berusia 5 bulan), wawancara tanggal 5 Mei 2017, wawancara dilakukan melalui surat elektronik

