

LAMPIRAN

Dinas Kelautan dan Perikanan DIY

Nama : Ir. Endang Supraptiningsih

Jabatan: Kepala Seksi Pengolah Pemasaran DKP DIY

1. Apakah kampanye GEMARIKAN itu?

Jawaban : Kampanye GEMARIKAN sebenarnya adalah sebuah sosialisasi, GEMARIKAN itu gerakan memasyarakatkan makan ikan, di Yogyakarta sendiri GEMARIKAN sudah ada sejak tahun 95nan, pelaksanaan sudah dari dulu, tapi kita kenapa memasyarakatkan makan ikan karena konsumsi ikan di Yogyakarta itu nomer satu dari bawah dari 33 provinsi. Pelaksanaan kampanye GEMARIKAN ini didanai oleh apbn ada, APBD ada.

2. Kenapa perlu diadakan kampanye GEMARIKAN di Yogyakarta?

Sebelum 2014 konsumsi ikan DIY itu paling rendah sekali terus kita itu
Jawaban : Ada gerakan memasyarakatkan makan ikan tadi ya alhamdulillah dari data, dari hasil sosenas itu melonjak, sosenas itu diadakan BPS, bahwa lonjakan konsumsi ikannya paling tinggi nasional, tahun 2012 masih 14 kg dan 2014 21.74kg, tahun 2014 kemudian berhasil menyusul Jawa Tengah.

3. Apa yang menjadi tujuan dari diadakannya kampanye GEMARIKAN di Yogyakarta?

Jawaban : Kampanye GEMARIKAN ini ada dalam rangka untuk meningkatkan konsumsi masyarakat Yogyakarta di samping itu memang ada regulasi yang mengatur seperti pada pasal 3 UU no 45/2009 tentang perikanan yang menyatakan untuk mendorong perluasan dan kesempatan kerja serta meningkatkan ketersediaan dan konsumsi sumber protein ikan

Selain itu juga diperkuat oleh inpres no 7/2016 tentang percepatan pembangunan industri perikanan nasional yang memberikan instruksi kepada Menteri Perikanan dan Kelautan untuk melaksanakan peningkatan konsumsi ikan nasional kemudian kita ada perpres 71 tahun 2015 tentang penetapan dan penyimpanan barang kebutuhan pokok itu ikan sudah masuk dalam kebutuhan pokok terutama ikan segar itu bandeng , kembung, ttc itu tuna, tongkol, cakalang, itu menjadi barang kebutuhan pokok ikan kan jenisnya banyak tapi yang menjadi barang kebutuhan pokok yang di pemerintah itu hanya lima yaitu ttc tuna, tongkol, cakalang, kemudian bandeng dan kembung

Alhamdulillah setiap tahun naik sekecil apapun tetap naik kita tidak bisa berharap karena apa orang jogja ini ya itu kan bayak pengaruhnya yang mempengaruhi orang Yogyakarta tidak suka makan ikan yang pertama mungkin kebiasaan orang jogja kan suka manis, budaya, kemudian ada juga ketersediaan ikan di Yogyakarta masnya liat

sendiri liat sendirikan sudah nyari ikan toh karena jauh dari laut lautnya adakan tapi jauh tangkap lautnya kecil yang di Sadeng tidak cukup untuk di Yogyakarta jadi 70% ikan dari Yogyakarta di datangkan dari luar daerah

Selain itu kita kan ada target dan realisasi target itu ketika sudah meningkat maka sudah terpenuhi hanya itu, tidak mengikuti rata-rata Nasional kan perhitungan konsumsi ikan yang diadakan bps sosenas tadi itu kan sensusnya rumah tangga di rumah tangga itu di datangi ibu makan ikan seminggu kemarin makan berapa kilo jenisnya apa, sedangkan seperti saya kan jarang makan di rumah pegawai-pegawai itukan banyak makan diluar rumah tangga itu kan diluar rumah tangga dia makan ikan itu kan belum dihitung nah maka dari itu data sosenas itu penghitungannya itu kan sosenas murni anggap aja A perhitungannya dari rumah tangga, makanya dari kkp itu ditambah B dan C, B nya itu ditambah berapa persen dari A itu konsumsi di luar rumah tangga, C nya itu yang tercecer misalnya lupa seminggu yang lalu makan ikan kan ngga tau data sosenas itu bukan hanya murni kalo murni nanti kita rendah banget makanya data itu diolah dengan ditambah data di B dan C, B itu dilihat dari rumah makan – rumah makan yang ada di Yogyakarta atau di hotel-hotel yang memberikan menu makan ikan kalo bertambah rumah makan atau hotel yang memberikan menu ikan maka data B berarti bertambah.

4. Bagaimanakah DKP DIY di dalam proses kampanye GEMARIKAN melakukan analisis masalah yang objektif terkait proses perencanaan sebuah kampanye?

Jawaban : Iya selain dari laporan tahunan yang dikasih sama KKP kita juga biasanya melihat dari data sosenas, sensus nasional BPS, sosenas tadi itu kan sensusnya rumah tangga di rumah tangga itu di datangi ibu makan ikan? seminggu kemarin makan berapa kilo? jenisnya apa? nah nanti dari sensus itu kan keluar data-datanya konsumsi ikan di Yogyakarta gimana.

5. Siapakah target sasaran dari kampanye GEMARIKAN tersebut?

Jawaban : Kita sosialisasi ada ke anak-anak namun juga ke ibu-ibu PKK, ada juga lansia, jadi sosialisasi selama ini ke anak-anak tk, sd paud gitu ya ngga sampe smp karena smp mungkin sudah variasi makanan sudah banyak, kalo sd mungkin kan masih di siapin sama ibunya, masih makan di rumah, dari sosialisasi GEMARIKAN itu kita kan biasanya datang ke sd itu kemudian kita kan ada instruktur ya untuk mensosialisasikan manfaat makan ikan untuk anak-anak, kemudian setelah kita selesai sosialisasi kita beri makanan lauk ikan.

6. Apakah pesan yang yang ingin disampaikan dalam kampanye GEMARIKAN ?

Jawaban : Ya jadi kita memberikan pemahan kepada masyarakat tentang manfaat makan ikan, kita harapkan generasi muda bisa pintar karena makan ikan, kalo tidak dibiasakan dari sekarang nanti anak-anaknya kan umpunya masnya tidak membiasakan ke anaknya, anaknya kan nanti tidak mungkin juga makan

ikan, kalo ibunya tidak menyediakan ikan otomatis anaknya nanti tidak menyediakan ke anaknya lagi kan gitu jadi kita budayakan

Kita itu kalo kampanye GEMARIKAN juga memiliki selogan yaitu Kita itu ada selogan juga untuk GEMARIKAN yaitu “Makan Ikan, Menyehatkan, Mencerdaskan” kita juga ada lagu tentang GEMARIKAN isinya juga mengajak orang untuk mau makan ikan, judulnya “Generasi Gemar Ikan”.

7. Bagaimanakah DKP DIY menentukan strategi dan taktik untuk mencapai tujuan dari kampanye GEMARIKAN ?

Jawaban : Itu kita ada ATI, Ati itu alih teknologi informasi, ATI itu juga program yang bantu GEMARIKAN sistemnya itu kita menggunakan mobil, isinya itu peralatan masak sama bahan pangan ikan, nanti itu diolah di tempat kampanye jadi ibu-ibu dapat lihat langsung gimana cara masak ikan, karena masak ikan itu kan gak cuman digoreng ya bisa dipepes masih banyak sebenarnya cuman ibu-ibu taunya di goreng. Nah ya itu juga makanya kadang di setiap pelaksanaan kampanye GEMARIKAN kita adain lomba memasak dari ikan, supaya ibu-ibu tergerak untuk mau masak ikan.

Kalo ATI itu bedanya, jadi kita bawa mobil gitu mas nanti di tempat pelaksanaan selain kita ngasih sosialisasi jadi kita juga langsung ngasih pelatihan cara memasak ikan sama ibu-ibu, biasanya juga kita kerja sama dengan mengundang instruktur yang memang juga jadi binaan dari DKP DIY.

Iya kita ambil tokoh masyarakatnya jadi nanti kita harapkan mereka memberikan pemahaman kepada masyarakat lainnya.

8. Dalam menjalankan kampanye, saluran apa yang digunakan DKP DIY dalam menyampaikan pesan kampanye?

Jawaban : Publikasi itu biasanya setelah pelaksanaan, jadi kan gini kita suka mengundang wartawan-wartawan dari tribun, antara dan lain-lain untuk nanti kita suruh publikasikan, tapi ngga semua pelaksanaan kampanye GEMARIKAN kita undang wartawan-wartawan, cuman di beberapa pelaksanaannya saja yang kebetulan seperti misalnya bapak kepala dinas ikut initya pelaksanaan yang lebih besar dari pada pelaksanaan yang lainnya. PKK

9. Bagaiamakah kemudian DKP DIY melakukan evaluasi ataupun tinjauan terhadap pelaksanaan kampanye GEMARIKAN ?

Jawaban : Jadi gini kita biasanya melihat apa yang rasanya bagus untuk ditambahkan misalnya seperti paket olahan ikan itu beberapa tahun kemarin kita belum kasih nah tahun selanjutnya kita kasih, itu karena kita lihat supaya masyarakat ada yang di bawa pulang selain itu juga masyarakat mau mencoba makanan olahan dari ikan supaya mereka tahu kalo makanan olahan ikan sama enakya seperti makanan olahan lainnya, tapi kalo bicara evaluasi secara menyeluruh biasanya kita 5 tahunan karena pelaksanaan kampanye inikan udah disusun setiap 5 tahun.

10. Apakah DKP DIY menggunakan tenaga ahli dalam pelaksanaan kampanye GEMARIKAN ?

Jawaban : Kalo tenaga ahli kita ngga mampu ya mendatangkannya karena biasanya kampanye gemarikan ini kan diadakannya per paket satu pertemuan 30 orang jadi kalo ngundang orang-orang yang ahli itu kita tidak mampu karena keterbatasan dana juga, jadi biasanya kampanyenya di berikan selebaran informasi tentang ikan ataupun juga diberikan pemahan dengan slide-slide informasi tentang ikan

Yang ngasih sosialisasi ya dari dinas, kita juga ada kerja sama dengan PKK seperti sekarang ini kan kerja sama dengan PKK DIY, nah itu kan ada FORIKAN ya forum peningkatan konsumsi ikan FORIKAN itu kebanyakan PKK, itu kan dari pusat ada, kemudian daerah masing-masing provinsi ada, kalo di pusat itu ketuanya ibu Jokowi, kalo di daerah masing-masing istri kepala daerah seperti di YOGYAKARTA ini kan ketuanya ibu Kanjeng Hemas, kalo ketua harianya ibu pokja 3 biasanya pokja tiga itu yang menangani pangan dari PKK.

Iya kalo alokasi dana itu memang ngga ada buat staff yang mendampingi di lapangan, tapi kalo untuk istruktur yang ngasih sosialisasi memang ada anggarannya.

11. Dalam konteks peningkatan konsumsi ikan masyarakat Yogyakarta, apa faktor yang sangat mempengaruhi terjadinya peningkatan konsumsi ikan tersebut

Jawaban :

Ketersediaan

Dari produksi ikan kita lihat, jadi lihat kebutuhan ikan, kebutuhan ikan DIY berapa nah terus Dilihat dari jumlah penduduknya, penduduknya DIY itu berapa. Nanti dilihat itu jumlah penduduk sama produksi ikannya nah karena jumlah produksi ikan rendah dan bisa dikatakan lebih sedikit dari jumlah penduduk DIY. Makanya kita bisa bilang ketersediaan itu juga mempengaruhi.

Harga pasar

Di Sadeng tidak tiap hari ada ikan jadi pas musim baru ada biasanya banyak, itupun juga kalo ikannya bagus-bagus langsung di kirim ke Semarang, Surabaya atau di ekspor. Ikan dapatnya tuna kemudian layur, tenggiri itu ikan bagus-bagus malah di ekspor tapi lewatnya Surabaya karena unit pengolahannya kita kan belum ada, itupun kalo ikannya kecil-kecil ikannya biasanya ke Semarang dulu dari Semarang baru ke Yogyakarta.

Daya beli

Kemudian daya beli masih kurang, tapi terus kita sampaikan ikan itu tidak harus mahal teri aja ikan, terasi aja dari udang sudah berasa makan ikan, jadi kalo makan teri ajakan malah kandungan gizinya banyak, jadi tidak harus ikan yang mahal-mahal kan ada ikan yang murah selain itu juga mana ada ikan yang gratis ibu bisa mancing bapaknya bisa mancing dapet ikan

Pengetahuan

Kita kan sering sosialisasi jadi dari sosialisasi itu kita jadi tahu masyarakat banyak yang belum tau manfaat makan ikan. Kita juga dulu pernah nyebar

kuisisioner, nah dari hasil kuisisioner itu banyak yang tidak tau tentang manfaat atau informasi-informasi tentang ikan gitu.

Preferensi

Memberikan pemahan kepada masyarakat tentang manfaat makan ikan, kita harapkan generasi muda bisa pintar karena makan ikan, kalo tidak dibiasakan dari sekarang nanti anak-anaknya kan umpunya masnya tidak membiasakan ke anaknya, anaknya kan nanti tidak mungkin juga makan ikan, kalo ibunya tidak menyediakan ikan otomatis anaknya nanti tidak menyediakan ke ananya lagi kan gitu jadi kita budayakan makan ikan.

FORIKAN

Nama : Ir. Asyantini, MM

Jabatan: Ketua Harian FORIKAN Yogyakarta

1. Apa FORIKAN itu ?

Jawaban : Jadi gini FORIKAN itu (forum peningkatan konsumsi ikan) kita biasanya bantu DKP DIY untuk jadi narusmber di setiap kampanye GEMARIKAN

2. Apa masalah mendasar pelaksanaan kampanye GEMARIKAN dari sudut pandang FORIKAN ?

Jawaban : Mereka sebenarnya ginilo dulu masih tergambar nenek moyang kita dulu itu kan masih dipengaruhi belanda jadi jangan makan ikan ya nanti kalo makan ikan itu gatelan sakit nah itu kan yang ditanamkan belanda sejak nenek moyang kita kemudian turun menurun, turun menurun

jadi masih ada yang berfikir begitu lalu jadi kalo ke pasar ngga pilih ikan milihnya malah tahu tempe, peyek dll. Jadi apa yang diomongkan belanda itu masih tertanam hingga saat ini. Jadi cara merubah mindset itu yang susah uang tadinya gak mau ikan sekarang jadi gemar makan ikan, merubah mindset kan gak mudah butuh waktu puluhan tahun itu.

Selain itu untuk GEMARIKAN ini kan kurang juga ya sosialisasinya ya biasanya setahun berapa kali gitu nah ini juga yang buat jadi susah sama lama mempengaruhi masyarakat kalo bisa kan maunya kaya kita di tv jarang-jarang e padahal di tv itu mempengaruhi otak kita e, jadi harus dipengaruhi terus lah orang saya ceramah, setahun sekali e lah harusnya berani menyiarkan ke media elektronik untuk ayo makan ikan jadi nanti orangterpengaruh untuk mau makan ikan

3. Apa keterlibatan FORIKAN dalam kampanye GEMARIKAN ?

Jawaban : Sebagai instruktur kampanye GEMARIKAN atau sebagai pelaku ketika lomba-lomba yang mengajukan calon-calon kalo lomba makan ikan, dan juga kita membina poklasar

4. Menurut FORIKAN bagaimana perkembangan konsumsi ikan di Yogyakarta dahulu dan sekarang ?

Jawaban : Lumayan-lumayan dulu diawal saya membantu pemerintah itu kelautan itu baru per orang per tahun itu 11kg sekarang setelah sekian tahun sudah 25kg per tahun, nah itu tadi harus pengaruhi-pengaruhi terus lah kurangnya pemerintah itu ya di dana kui kalo ada dana ya langsung peraktik jadi di adopsi dan di buat di rumah

5. Mengapa segmentasi kepada ibu-ibu PKK, dan tidak menysasar anak muda?

Jawaban : Dimaksudkan ibu-ibu pkk itu kan yang punya anak, dan yang menentukan menu, penentu pilihan masak kan ibu. Tapi kalo anak muda pendatang sekarang juga ya memang jadi objek juga tapi lewat apa ya perhatiannya juga kurang, mereka juga tidak buta ilmu jadi kalo mau cari tau tentang ikan bisa langsung buka internet tapi kalo ibu-ibu kan tidak seperti itu masih belum paham.

6. Apa hanya FORIKAN yang selalu menjadi narasumber dalam kampanye GEMARIKAN?

Jawaban : Selama ini yang memberikan penyuluhan kampanye gemarikan tidak harus FORIKAN bisa siapa saja, tapi ya selama ini yang sering memberikan penyuluhan itu ya biasanya FORIKAN.

Dinas Kelautan dan Perikanan DIY

Nama : Sumardiono

Jabatan: Sarpras DKP DIY

1. Sudah berapa lama bapak turut bergabung dalam pelaksanaan kampanye GEMARIKAN ?

Jawaban : Wah kalo ikut kampanye GEMARIKAN itu udah lumayan lama dari tahun dua ribunan sudah ikut saya, dua ribu empatan udah ikut saya

2. Apa yang membedakan pelaksanaan kampanye GEMARIKAN dahulu dan sekarang selama bapak mengikuti dan menjadi panitia kampanye ?

Jawaban : Perebedaan kampanye itu gak ada sih mas setau saya dari dulu kalo ngomong teknis pelaksanaannya ya sama kayak sekarang-sekarang ini, yang yang membedakan paling sarana prasarannya saja, kalo dulu kita belum ada yang namanya ngasih olah ke masyarakat setiap kampanye, terus juga untuk program ATI kita masih pake mobil pick up karena memang saat itu belum ada bantuan mobil dari pusat.

3. Program ATI dalam pelaksanaan kampanye GEMARIKAN itu apa ?

Kalo ATI itu bedanya, jadi kita bawa mobil gitu mas nanti di tempat

Jawaban : pelaksanaan selain kita ngasih sosialisasi jadi kita juga langsung ngasih pelatihan cara memasak ikan sama ibu-ibu, biasanya juga kita kerja sama dengan mengundang instruktur yang memang juga jadi binaan dari DKP DIY

4. Ada tidak perekrutan personil atau *volunteer* dalam pelaksanaan kampanye GEMARIKAN?

Jawaban : Setau saya sih gak ada perekrutan mas, paling kalo kampanye sosialisasi itu yang terjun ke lapangan biasanya dari DKP DIY dua orang menemani atau mendampingi instruktur yang biasanya dari DKP DIY sendiri atau dari FORIKAN