

KAMPANYE MANFAAT KOPI UNTUK MENURUNKAN DIABETES

BENEFIT OF COFFEE TO DECREASE DIABETES CAMPAIGN

Stella Anggreani¹, Ira Wirasari², Sonson Nurusolih³

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
stellaanggreani@yahoo.com

Abstrak

Kopi mengandung kafein yang memiliki manfaat untuk kesehatan salah satunya adalah menurunkan diabetes. Indonesia dinyatakan masuk 10 besar negara terbesar penderita diabetes di dunia. Dari tahun ke tahun data penderita diabetes di Indonesia tidak hanya mengalami peningkatan jumlah melainkan juga peremajaan umur. Hal ini dikarenakan masyarakat belum mengetahui cara menurunkan diabetes yang salah satunya adalah minum kopi tanpa gula. Perancangan kampanye ini menggunakan metodologi kualitatif. Melalui perancangan kampanye ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui lebih dalam tentang manfaat kopi, serta merubah pola pikir minum kopi dengan gula menjadi kopi hitam tanpa gula, karena memiliki manfaat untuk kesehatan dengan cara dan ukuran yang tepat.

Kata kunci : Kampanye, kopi, diabetes, kesehatan.

Abstract

Coffee contains caffeine which has health benefits, one of which is to decrease diabetes. Indonesia was in the top 10 of the largest countries in the world of diabetics. From year to year, the diabetics data in Indonesia not only increased by number but also the rejuvenation of age. This is because people do not know how to lower diabetes that one of them is drinking coffee without sugar. The design of this campaign using qualitative methodology. Through the design of this campaign is expected that people can learn more about the benefits of coffee, as well as change the mindset of coffee with sugar into a black coffee without sugar, because it has health benefits with the right way and dose.

Keyword : Campaign, coffee, diabetes, health.

I. Pendahuluan

Kopi menjadi topik yang sering diperdebatkan baik di kalangan pakar kesehatan maupun masyarakat. Hal yang sering diperdebatkan ialah, apakah minuman ini menyehatkan atau sebaliknya. Kebanyakan masyarakat tidak mengetahui manfaat dari kopi. Kopi memiliki banyak manfaat untuk kesehatan salah satunya untuk menurunkan diabetes.

Salah satu dokter *Cardiovascular Institute* di Beth Israel *Deaconess Medical Centre*, Murray Mittleman mengatakan "Riset menunjukkan bahwa minum kopi dapat menurunkan risiko diabetes tipe-2". Para peneliti menyatakan komponen pada kopi dapat membantu metabolisme gula di dalam tubuh dan dapat mengurangi risiko terserang penyakit diabetes. Dari tiap cangkir kopi yang dikonsumsi setiap hari, para ahli mencatat risiko seseorang terserang penyakit gula ini berkurang sebanyak 7 persen. Sampai saat ini beberapa penelitian juga menunjukkan hal, yakni hubungan antara konsumsi kopi dan pencegahan diabetes.

Ada pula penelitian di Harvard, yang menemukan bahwa kebiasaan minum enam cangkir kopi sehari bisa memangkas risiko diabetes laki-laki lebih dari 50 persen dan perempuan sebesar 30 persen dibandingkan dengan orang yang jarang minum kopi. Dengan adanya riset ini menunjukkan bahwa kopi dapat bermanfaat untuk kesehatan. Namun hal ini belum banyak diketahui oleh masyarakat. Huxley dan timnya menganalisis 18 riset yang dipublikasikan antara 1966-2009 yang mengaitkan kopi dan decaf dengan resiko diabetes tipe-2 dan melibatkan 459.000 orang. Pada ke-enam studi yang meneliti kopi non-kafein, para peneliti mendapati, orang yang mengkonsumsi lebih dari tiga atau empat gelas kopi per hari memiliki risiko diabetes 36 persen lebih rendah untuk terserang diabetes dibanding dengan orang yang tidak minum kopi.

Menurut data dari badan statistika Indonesia pada tahun 2003, jumlah penderita diabetes di Indonesia adalah 133 jiwa untuk usia dibawah 20 tahun. Secara globalnya, jumlah penderita diabetes terbanyak yaitu diabetes tipe-2. Dari tahun ke tahun data penderita diabetes di Indonesia tak hanya mengalami peningkatan jumlah melainkan juga pemuasaan umur. Hal ini dikarenakan masyarakat belum mengetahui cara menurunkan diabetes yang salah satunya adalah minum kopi.

Melihat masalah banyaknya penderita diabetes mellitus tipe-2 di Indonesia dan dihubungkan dengan fenomena bahwa kopi dapat bermanfaat untuk mencegah risiko mengidap diabetes ini, maka penulis mengangkat hal ini untuk membuat kampanye mengajak masyarakat untuk minum kopi sebagai upaya pencegahan risiko diabetes mellitus tipe-2 serta mengajak penderita diabetes mellitus tipe-2 untuk minum kopi sebagai upaya menurunkan kadar diabetes mellitus tipe-2.

II. Cara Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan cara wawancara dengan dokter ahli untuk mendapatkan data mengenai penyakit diabetes dengan metode wawancara tidak terstruktur. Wawancara juga dilakukan dengan *coffee master* mengenai kopi, pengolahan kopi, pembuatan biji kopi hingga pada cara minum kopi yang baik. Data lainnya adalah mengumpulkan kuesioner untuk mengetahui media dan kebiasaan target sasaran.

III. Tinjauan Teori

Definisi kampanye menurut Rogers dan Storey (1987) yang dikutip dalam buku Manajemen Kampanye (Venus, 2012: 7), kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Merujuk pada definisi ini maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung empat hal yakni:

1. Tindakan kampanye yang ditunjukkan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu.
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar.
3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu.
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Menurut Charles U. Larson (1992) yang ditulis dalam buku Manajemen Kampanye (Venus, 2012: 12), *Ideologically or cause oriented campaigns* adalah salah satu jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi perubahan sosial. Kampanye ini ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait.

Dalam kampanye ini masuk dalam jenis *Ideologically or cause oriented campaigns*, karena kampanye kopi ini bermaksud untuk mengubah pola pikir masyarakat terhadap manfaat kopi yang menyehatkan. Dalam hal ini khususnya menurunkan diabetes.

Dalam membuat sebuah kampanye, diperlukan media untuk menunjang kampanye agar dapat diterima target sasaran. Khalayak adalah kumpulan individu yang aktif menurut para ahli komunikasi dalam buku Manajemen Kampanye (Venus, 2012: 86). Mereka mengolah berbagai pesan yang mereka terima dari media massa tertentu dan akan menafsirkan pesan tersebut dengan caranya masing-masing (secara individual). Dengan demikian khalayak yang berbeda akan membaca media secara berbeda bergantung pada latar belakang mereka, pengalaman, jenis media, usia, minat dan berbagai faktor lainnya yang mencirikan individualitas khalayak.

Agar pesan dapat diterima oleh target sasaran, media yang dibuat harus memiliki dasar teori DKV. Menurut buku Pengantar Desain Komunikasi Visual (Kusrianto, 2007: 2) definisi Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan *layout* (tata letak atau perwajahan).

IV. Pembahasan

Data produk espresso, yang bermula ketika Luigi Bezzera, seorang pemilik sebuah perusahaan manufaktur menemukan espresso pada saat memasuki abad ke-20. Gagasan untuk mempercepat penyajian secangkir kopi berjalan jauh lebih baik dari yang semula direncanakannya, hasil akhirnya adalah sesuatu yang lebih baik: secangkir penuh kopi dengan rasa yang kuat, dengan proses pembuatannya yang lebih cepat. Istilah "espresso" berarti "cepat" dalam bahasa Italia. Kandungan dalam espresso yang biasanya dibuat dalam gelas kecil, dan satu *shot* berisi sekitar satu ons. Kopi *espresso* terbuat dari 7 gram kopi ditumbuk halus diekstrak menjadi 1,5 ons cairan (44 ml) selama sekitar 25 detik. Espresso yang baik adalah yang memiliki *crema*, *body* dan *heart*.

Berdasarkan pengumpulan data dengan metode penelitian melalui kuesioner serta metode AIDCA, maka dibutuhkan sebuah kampanye guna memberikan informasi serta mengubah pola pikir masyarakat tentang kopi. Analisis yang digunakan pada target sasaran yaitu metode AIDCA, yaitu *attention*, *interest*, *desire*, *conviction*, *action*.

Kampanye ini akan dilakukan lewat media sosial. Berdasarkan data, media sosial adalah media yang lebih banyak digunakan oleh target sasaran untuk mendapatkan informasi. Hal ini sebagai landasan agar kampanye manfaat kopi menurunkan diabetes ini dapat diterima oleh target sasaran.

Dengan *headline* “*Stop Diabetes and Drink Coffee*”, kampanye ini akan mengkomunikasikan pesan, yaitu “*Double shot espresso dapat menurunkan diabetes*”.

Tagline kampanye ini adalah “*Espresso Everyday!*” dan disertai #2shotspressochallenge akan disebarakan melalui sosial media *facebook fan page*. Kampanye ini menantang masyarakat kota Jakarta untuk meminum kopi *espresso* 2 shot (gelas kecil/*demitasse*) sebagai salah satu cara menurunkan diabetes, dan kembali menantang rekan atau teman untuk melanjutkan tantangan.

V. Hasil Perancangan

Media Utama – Facebook Fan Page

Kampanye ini berawal dari media *facebook*, yaitu pembuatan *fan page*. *Fan page* bernama “Kampanye Kopi” yang berisikan informasi tentang #2shotspressochallenge ini disebarakan melalui *fan page* yang sudah ada seperti Starbucks Indonesia, Komunitas Pecinta Kopi, Kopi Keliling, Komunitas Penikmat Kopi. Melalui komunitas tersebut, menarik penggemar untuk membuka *fan page* Kampanye Kopi, setelah membuka *fan page* Kampanye Kopi, target sasaran akan memberikan tautan-tautan.

Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan dalam kampanye ini adalah media- media yang dapat menunjang media utama. Media pendukung yang dipilih yaitu antara lain:

Poster di *upload* di *facebook fan page*. Selain itu poster akan ditempelkan di sekolah-sekolah maupun kampus-kampus dimana banyak terdapat khalayak sasaran kampanye ini. Poster juga ditempelkan pada tempat-tempat *hang out* yang sering didatangi khalayak sasaran, serta akan ditempelkan pada acara peringatan hari diabetes dunia.

Billboard ini mejadi media pendukung kampanye kopi, yang akan di tempatkan di jalan raya Ibu kota Jakarta.

X-Banner akan ditempatkan di *store* Starbucks, sebagai media informasi adanya kampanye ini.

Barcode ditempel di mobil van Starbucks, serta ditempel di kios Starbucks, sebagai pendukung media utama. Agar orang yang tidak mengetahui *fan page* kampanye ini melihat dan tertarik. Serta memberikan kemudahan target sasaran menemukan *facebook fan page* Kampanye Kopi, hanya dengan *scan barcode* tersebut.

eBook adalah buku *digital* versi elektronik dari buku. *eBook* ini berisikan informasi tentang kopi, diabetes, dan kopi untuk menurunkan diabetes. *eBook* ini dapat di *download*, dan akan di sebarakan di *facebook fan page*.

Leaflet adalah sebuah informasi yang dicetak di selembur kertas kecil agar mudah dibagikan dan dibawa orang. Tujuan dari *leaflet* adalah untuk menyebar luaskan informasi kampanye kopi ini.

Email sebagai media pendukung untuk menyebarkan informasi tentang kampanye ini.

T-shirt kampanye yang akan dipakai oleh barista Starbucks pada tanggal 14 November.

Pin digunakan oleh Barista Starbucks pada tanggal 14 November.

Stamp ini sebagai tanda untuk khalayak yang sudah menukarkan minuman gratis Starbucks.

VI. Kesimpulan

Masyarakat kota Jakarta memiliki kebiasaan minum kopi dengan campuran gula atau susu. Hal ini adalah salah satu penyebab bertambahnya penderita diabetes di Indonesia. Kebanyakan masyarakat tidak mengetahui manfaat dari minum kopi.

Setelah melakukan observasi dan kuesioner maka mendapatkan hasil bahwa masyarakat tidak mengetahui manfaat minum kopi hitam tanpa gula dapat menurunkan resiko diabetes mellitus tipe-2. Maka dari itu penulis merancang kampanye mengenai manfaat kopi untuk menurunkan diabetes.

Daftar Pustaka

- [1] Ahmadani, Rulam. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media. Yogyakarta.
- [2] Anggraini, Lia. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Nuansa Cendikia. Bandung.
- [3] Company, Starbucks. 2010. *Coffee Master Journal*. Mohawk Options. Seattle.
- [4] Darmaprawisa, Sulasmi. 2002. *Warna*. ITB. Bandung.
- [5] Gerungan, W. 2004. *Psikologi Sosial*. PT Refika Aditama. Bandung.

- [6] Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- [7] Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi. Yogyakarta.
- [8] Moriarty, Sandra. 2009. *Advertising*. Kharisma Putra Utama. Jakarta.
- [9] Rafanani, Ben. 2013. *Buku Pintar Pola Makan Sehat*. Araska. Yogyakarta.
- [10] Smet, Bart. 1994. *Psikologi Kesehatan*. PT Grasindo. Jakarta.
- [11] Venus, Antar. 2012. *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- [12] Wibowo, Yulianto. 2013. *Tahukah Anda Makanan Berbahaya Untuk Penyakit Diabetes*. Dunia Sehat. Jakarta Timur.

Rujukan Elektronik :

- [1] *5 Manfaat Kopi Bagi Kesehatan Tubuh*, <http://www.kopistory.com/kesehatan/5-manfaat-kopi-bagi-kesehatan-tubuh>. (diakses tanggal 16 November 2014).
- [2] *Cara Minum Kopi Yang Benar Sesuai Manfaat Kesehatan*, <http://www.kopistory.com/kesehatan/cara-minum-kopi-yang-benar-sesuai-manfaat-kesehatan>. (diakses tanggal 16 November 2014).
- [3] *Coffee Components Inhibit Amyloid Formation of Human Islet Amyloid Polypeptide in Vitro: Possible Link between Coffee Consumption and Diabetes Mellitus*, <http://pubs.acs.org/doi/ipdf/10.1021/jf201702h>. (diakses tanggal 17 November 2014).
- [4] *Health Benefits of Coffee*, <http://www.coffeekids.com>. (diakses tanggal 18 November 2014).
- [5] *Indonesia Masuk 10 Besar Negara Dengan Pengidap Diabetes*, <http://www.tempo.co/read/news/2013/11/14/060529766/Indonesia-Masuk-10-Besar-Negara-dengan-Pengidap-Diabetes>. (diakses tanggal 16 November 2014).
- [6] *Klasifikasi Dan Jenis Kopi*, <http://tanamanobat-herbal.blogspot.com/2013/10/klasifikasi-dan-jenis-kopi.html>. (diakses tanggal 11 November 2014).
- [7] *Kopi Bisa Turunkan Risiko Kena Diabetes*, <http://health.liputan6.com/read/755020/kopi-bisa-turunkan-risiko-kena-diabetes>. (diakses tanggal 17 November 2014).
- [8] *Manfaat Kopi Untuk Kesehatan*, <http://zonakopi.com/manfaat-kopi-bagi-kesehatan/>. (diakses tanggal 3 Desember 2014).
- [9] *Manfaat Kopi Untuk Kesehatan Dan Ulasan Seputar Kopi*, <http://asterprescott.blogspot.com/2013/09/manfaat-kopi-untuk-kesehatan-dan-ulasan.html>. (diakses tanggal 14 November 2014).
- [10] *Penyakit Diabetes Mellitus*, <http://diabetesmelitus.org/penyakit-diabetes-melitus/>. (diakses tanggal 16 November 2014).
- [11] *Tips Sehat Minum Kopi*, <http://zonakopi.com/tips-sehat-minum-kopi/>. (diakses tanggal 3 Desember 2014).