

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari para ibu merasa kesulitan ketika menyuruh anak-anak mereka memakan makanan sehat. Alasan yang biasa anak berikan ketika ibu menyuruh mereka memakan makanan sehat adalah tidak menyukai, malas mengunyah atau rasa sayuran yang kurang disukai anak-anak. Menurut salah satu dokter anak yaitu dr Zaimah Oti, sayuran dan buah-buahan sangat dibutuhkan oleh semua usia. Penyebab lain anak tidak menyukai sayuran dikarenakan pola makan anak ketika anak masih bayi. Hal ini pula disebabkan karena orang tua mereka juga tidak menyukai sayuran karena pola makan anak biasanya mengikuti pola makan orang tua mereka.

Sayur dan buah-buahan dikatakan makanan sehat karena sayuran dan buah-buahan mengandung gizi tinggi dan kaya akan vitamin. Tidak jarang anak-anak lebih memilih makanan lain seperti makanan cepat saji di restoran internasional atau makanan cepat saji lainnya seperti *nugget* atau *sisis*, coklat dan *ice cream*. Hal ini disebabkan rasa makanan cepat saji cenderung mempunyai rasa yang renyah, gurih, manis dan mempunyai rasa yang disukai anak dibandingkan dengan rasa sayuran. Terkadang pada restoran cepat saji pun mengiming-imingi anak-anak dengan hadiah mainan.

Dalam memberikan asupan zat yang terkandung didalam sayuran para ibu dituntut untuk mencari cara agar anak-anak ingin mengkonsumsi sayuran. Namun, cara pengolahan sayuran dan buah buahan juga harus diperhatikan agar tidak merusak zat-zat baik yang terkandung dalam sayur dan buah. Banyak cara yang dilakukan agar anak mau makan, mulai dari mengajak anak jalan-jalan dan membuat berbagai variasi menu makanan. Menu makan anak bisa disiasati dengan menyelipkan makanan yang tidak anak suka atau membuat makanan olahan seperti *nugget* ayam yang di campur, puding sayur dan buah atau *ice cream*.

Masbash *Cafe* adalah salah satu *Cafe* yang menjual *ice cream* yang berbahan dasar sayuran. Masbash *Cafe* terletak di JL. Mataram no 2, Cihapit, Bandung.

Menurut Fajrin salah satu pemilik *Cafe*, *Cafe* ini berdiri mulai bulan Juli 2014. Masbash *Cafe* sendiri menjual berbagai makanan dan minuman ice cream salah satu produk unggulan Masbash *cafe* adalah Masbash Ice. Produk Masbash Ice sudah mulai dipasarkan pada bulan Desember 2013. Awalnya produk Masbash Ice memasarkan produknya dengan cara mengikuti *event car free day* di daerah Dago, Bandung saja. Masbash Ice adalah *ice cream* yang berbahan dasar susu, dan sayuran. Saat ini Masbash Ice mempunyai 3 varian rasa *ice cream* brokoli, wortel dan jagung. Sayuran yang menjadi bahan pokok *ice cream* adalah sayuran yang bersih.

Sudah berbagai cara promosi yang dilakukan oleh Masbash Ice, diantaranya menjual Masbash Ice di kantin-kantin sekolah atau beberapa *cafe* yang terdapat di Bandung, berpartisipasi dalam *event-event* di kota Bandung, mempromosikan melalui *website, instagram, facebook, dan twitter*. Namun penjualan yang dicapai oleh Masbash Ice belum mencapai target yang ingin dicapai dan tepat sasaran. Diperlukannya perencanaan promosi untuk Masbash Ice agar target penjualan yang ingin dicapai oleh Masbash Ice dapat tercapai dan *target audience* yang dituju oleh Masbash Ice dapat tepat sasaran. Masbash Ice juga bisa menjadi salah satu alternatif para ibu agar anak-anak mau memakan sayuran dan serat maupun gizi anak pun dapat tercukupi, karena Masbash Ice mengandung sayuran dan susu didalamnya.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Diperlukan variasi menu sayuran agar anak-anak mau mengkonsumsi sayuran.
2. Masbash Ice sebagai produk yang menawarkan variasi mengkonsumsi sayur, belum mempunyai promosi yang tepat.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan promosi Masbash Ice yang tepat dengan tujuan mengkomunikasikan produk Masbash Ice sebagai alternatif menu sayuran untuk anak?

1.3.Ruang Lingkup

1. Apa?

Promosi Masbash Ice sebagai produk yang dapat menjadi alternatif variasi menu makan sayur untuk anak-anak di kota Bandung.

2. Bagaimana?

Membuat media promosi dengan pendekatan desain yang sesuai dengan target pemasaran.

3. Siapa?

Target pemasaran dari produk Masbash Ice adalah Ibu-ibu dengan usia 25-30 tahun, yang tinggal di kota Bandung.

4. Kapan?

Perancangan media promosi untuk Masbash Ice ini disusun dimulai dengan pengumpulan data-data yang dimulai pada bulan September 2014 sampai dengan bulan November 2014 dan perancangan media promosi dimulai pada bulan Desember 2014 sampai dengan bulan Januari 2015.

5. Dimana?

Penelitian tugas akhir ini dilakukan di kota Bandung karena Masbash Cafe terdapat di kota Bandung.

1.4.Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan yaitu :

Membuat perancangan media promosi Masbash Ice yang dapat mengkomunikasikan produk Masbash yang bisa dijadikan sebagai alternatif menu makan sayur untuk anak-anak di kota Bandung.

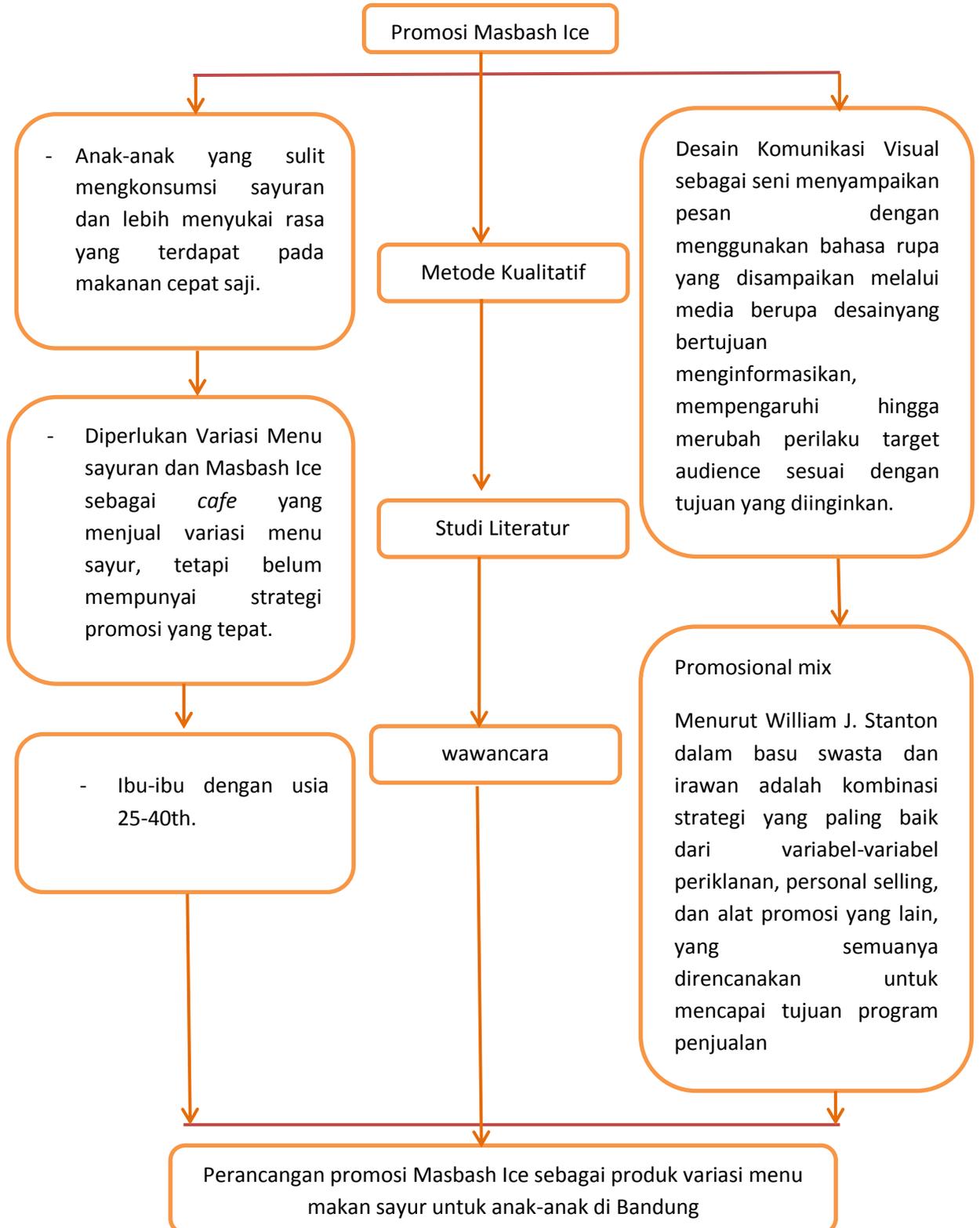
1.5. Metode Penelitian & Analisis Data

1.5.1. Metode Kualitatif

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif. Metode penelitian Kualitatif merupakan metode-metode menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan anatar variabel. (John W. Creswell, 2013:5). Tujuan dari metode kualitatif pada umumnya mencakup informasi tentang fenomena utama yang di eksplorasi dalam penelitian, partisipasi penelitian, dan lokasi penelitian. (John W. Creswell, 2013:175). Untuk pengolahan data yang di dapatkan dengan cara sebagai berikut:

- a. Studi Literatur, dengan mempelajari data-data yang dikumpulkan dari buku-buku tentang penulisan karya ilmiah, media cetak tentang kesehatan dan perancangan media promosi.
- b. Wawancara dengan orangtua sebagai *target market*, dan instansi instansi yang terkait dengan anak-anak.
- c. Observasi dengan mengamati media promosi yang telah digunakan Masbash Cafe.

1.6. Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan

(sumber : penulis)

1.7.Pembabakan

Dalam penulisan, dibutuhkan gambaran singkat tiap bab agar perancangan identitas yang ditulis lebih terperinci dan memudahkan dalam menguraikan masing-masing bab. Bab – bab tersebut adalah :

a. Bab I Pendahuluan

Berisikan latar belakang, identifikasi masalah promosi masbash ice yang belum tepat sasaran dan efektif, rumusan masalah promosi masbash ice, ruang lingkup yang menjadi tujuan promosi masbash ice, tujuan perancangan promosi dari masbash ice, cara pengumpulan data dan analisis masalah, dan kerangka perancangan.

b. Bab II Dasar Pemikiran

Bersikan penjelasan dasar pemikiran dari teori teori yang relevan seperti teori yang berkaitan dengan anak-anak, teori periklanan, teori *marketing* dan teori lainnya yang dapat dijadikan pijakan dalam merancang media promosi untuk Masbash *cafe*.

c. Bab III Data dan Analisis

Dalam bab III membahas tentang data narasumber yang bersangkutan dengan Masbash Ice, data perancangan, data khalayak sasaran yang ingin di tuju dari promosi Masbash Ice, serta data hasil wawancara yang menjadi objek perancangan media promosi untuk Masbash Ice.

d. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Membahas tentang konsep pesan (ide besar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media, konsep visual, proses perancangan, dan hasil perancangan dari sketsa hingga penerapan visual pada perancangan media promosi untuk Masbash Ice.

e. Bab V Penutup

Berisikan kesimpulan dan saran.