

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini jenis pangan jajanan kian beragam dan berkembang pesat di Kota Bandung. Pengertian jajan menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah membeli panganan di kedai atau yang dijajakan orang sedangkan arti jajanan sendiri yaitu makanan atau panganan yang dijajakan atau kudapan. Jajanan atau biasa disebut *street food* menurut FAO (*Food and Agriculture Organization*) didefinisikan sebagai makanan dan minuman yang dijual dan dihidangkan oleh pedagang kaki lima di jalanan dan tempat umum yang dapat dikonsumsi langsung tanpa pengolahan atau persiapan lebih lanjut (dalam. Menurut hasil wawancara dengan Bapak Wisnu Cahyadi selaku Guru Besar Teknologi Pangan Unpas, Pangan jajanan biasanya memiliki harga yang relatif murah dan mudah didapatkan. Kebiasaan mengonsumsi jajanan sangat populer dikalangan anak sekolah. Anak sekolah gemar jajan di sekitar sekolah atau mengonsumsi *fast food*. Jajanan atau *street food* juga dapat dikatakan sebagai *junk food*. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar jajanan cenderung tidak sehat dan mengandung bahan berbahaya sehingga menyebabkan jajanan menjadi *junk food*.

Kepala bidang ketahanan pangan Dinas Pertanian Kota Bandung, Tamsil, pada surat kabar online Topik Jabar mengatakan bahwa kondisi jajanan anak di Kota Bandung saat ini rawan zat berbahaya hal tersebut membuat jajanan anak di Kota Bandung darurat pengawasan (Topik Jabar, 2016). Data tersebut didukung berdasarkan data penelitian BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan), penyebab pangan jajanan anak sekolah dari tahun 2009-2014 yang paling tinggi disebabkan oleh pencemaran mikroba, bahan tambahan pangan berlebih dan penggunaan bahan kimia berbahaya. Pencemaran mikroba atau mikrobiologis biasanya disebabkan oleh bakteri *E-coli*, *saureus*, *salmonella*. Sedangkan bahan tambahan pangan yang biasa digunakan yaitu Siklamat serta MSG (*Monosodium Glutamat*) dan bahan kimia yang sering ditemukan pada jajanan antara lain *rhodamin B*, *borax*, *metanil yellow* dan *formalin*. Adapun menurut Bapak Wisnu,

makanan atau jajanan yang penyajiannya digoreng atau dibakar cenderung kurang menyehatkan. Makanan yang dibakar justru berbahaya karena dapat memicu kanker, proses tersebut menimbulkan zat yang bernama *polycyclic aromatic hydrocarbons*. Lalu makanan yang dibungkus daun pisang jauh lebih aman dan sehat karena tidak mengandung zat kimiawi dibanding dengan makanan yang dibungkus dengan bungkus lain seperti kertas, plastik maupun *styrofoam*. Daun pisang lebih higienis dan sehat, makanan yang dibungkus dengan kertas berbahaya karena kertas mengandung zat pb atau timbal, plastik dan *styrofoam* juga mengeluarkan senyawa yang dapat menimbulkan efek jangka panjang, maka akan lebih aman apabila menggunakan daun pisang. Beliau menambahkan, sebagai salah satu contoh pewarna alami yang aman bisa menggunakan daun pandan atau daun suji yang juga dapat digunakan untuk penambah aroma serta bagus untuk kesehatan karena mempunyai zat klorofil.

Jajanan mampu mempengaruhi pertumbuhan dan kecerdasan anak karena jajanan menyumbangkan energi dan zat gizi yang diperlukan untuk pertumbuhan anak, oleh karena itu jajanan memegang peranan penting sehingga jajanan yang berkualitas baik akan mempengaruhi kualitas makanan anak (Murphy & Allen, 2007). Menurut hasil data survey BPOM, jajanan mampu menyumbangkan energi sebanyak 31,1%. Kebanyakan jajanan sering kali tidak mengandung nutrisi yang baik untuk anak. Padahal anak sangat membutuhkan nutrisi untuk memenuhi kebutuhan energinya. Anak sekolah umumnya menghabiskan sebagian waktunya di sekolah setiap harinya dengan berbagai aktivitas yang membutuhkan energi. Sehingga hal tersebut memungkinkan anak memperoleh makanan dari luar rumah dengan mengonsumsi jajanan yang belum tentu menyehatkan. Anak sekolah cenderung tidak bisa mengontrol apakah jajanan tersebut sehat atau tidak. Oleh karena itu anak memerlukan jajanan yang bernutrisi guna memenuhi kebutuhan energi dan menambah kecukupan gizi. Peranan orang tua terhadap kebiasaan jajan pada anak juga mampu mempengaruhi, anak akan belajar meniru dari lingkungan disekitarnya terutama keluarga. Pengetahuan dan kesadaran orang tua baik dengan latar tingkat pendidikan rendah maupun tinggi mengenai asupan gizi yang sesuai untuk anak masihlah minim. Terbukti dengan tingginya kasus kurang gizi pada anak-anak di Indonesia (Depkes, 2010).

Salah satu kuliner atau jajanan yang telah dikenal banyak orang dan mudah dijumpai yaitu burger. Hal tersebut dilihat dari semakin berkembangnya restoran cepat saji dengan menu seperti burger. Burger sendiri merupakan makanan cepat saji yang cukup digemari oleh anak-anak. Akan tetapi, yang terjadi di masyarakat adalah bahwa burger dianggap sebagai *junk food* yang tidak sehat. Menurut hasil wawancara dengan dokter spesialis gizi, dr. Kunkun Wiramiharja, *junk food* merupakan makanan yang mudah diserap dan dicerna akan tetapi mengandung bahan-bahan yang membahayakan bagi kesehatan. Burger masih merupakan makanan bergizi karena mengandung karbohidrat, protein, serat, vitamin serta lemak sehingga bisa dijadikan sebagai alternatif pelengkap gizi. Hal tersebut juga dibenarkan oleh ahli gizi kuliner, Dra Emma Wirakusumah, selain praktis disantap, nilai gizi burger tidak terlalu buruk (Sari, 2008:7). Tidak semua makanan cepat saji dapat dikategorikan sebagai *junk food*. *Fast food* akan menjadi *junk food* ketika makanan tersebut mengandung bahan yang tidak sehat seperti diberi zat aditif atau bahan pengawet (Sari, 2008:11). Sehingga diharapkan dapat mengubah pandangan masyarakat bahwa burger bukan sebagai junk food melainkan makanan sehat dan bergizi apabila diolah dengan baik dan benar serta terbebas dari bahan-bahan berbahaya.

Di Bandung, terdapat kedai burger yang bisa menjadi salah satu alternatif jajanan sehat, yaitu Maio Green Burger yang mengusung konsep burger *homemade* berwarna hijau yang dibungkus dengan daun pisang. Maio Green Burger terletak di Sultan Agung no. 13 Bandung. Berbeda dengan apa yang ada dipasaran, Maio Green Burger mempunyai diferensiasi dari sekedar roti biasa yang disusun dengan daging. Pemilik melakukan inovasi dengan menggabungkan unsur modern dari budaya barat dan unsur tradisional khas Indonesia yang menjadikan kuliner tersebut unik dan tetap memiliki ciri khas Indonesia. Bapak Taufik Hidayat sebagai salah satu owner Maio Green Burger mengatakan bahwa proses pembuatannya secara *homemade* dan bebas dari bahan pengawet. Tidak hanya itu, proses penyajiannya pun tergolong berbeda, karena setelah burger tersusun, burger tersebut tidak di bakar seperti kebanyakan burger, melainkan dipanaskan di *microwave* dengan dibungkus daun pisang. Proses itulah yang membuat burger ini menjadi lebih sehat dan berbeda dari yang lain dan bisa

menjadi pilihan alternatif jajanan cepat saji yang sehat. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk merancang kampanye dan mengambil judul “Perancangan Kampanye Maio Green Burger Sebagai Alternatif Jajanan Sehat Di Kota Bandung”.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi bahwa:

1. Kebiasaan mengonsumsi jajanan tidak sehat sangat populer dikalangan anak sekolah
2. Pangan jajanan anak sekolah rawan zat berbahaya bagi kesehatan dan Kebanyakan jajanan sering kali tidak mengandung nutrisi yang baik untuk anak
3. Pengetahuan dan kesadaran orang tua baik dengan latar tingkat pendidikan rendah maupun tinggi mengenai asupan gizi untuk anak masih minim
4. Adanya anggapan burger sebagai makanan *junk food* yang tidak sehat

1.2.1 Rumusan masalah

Berdasarkan pada uraian di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimanakah strategi perancangan kampanye yang tepat untuk menginformasikan dan mengajak masyarakat untuk mengonsumsi Maio Green Burger sebagai alternatif jajanan sehat di kota Bandung?

1.3 Ruang lingkup

Untuk mengarahkan pembahasan seperti yang penulis inginkan, berikut ruang lingkup masalah pada penelitian ini:

1. Apa

Perancangan kampanye Maio Green Burger sebagai alternatif jajanan sehat di Kota Bandung untuk membangun *awareness* target sasaran mengenai jajanan tidak sehat pada anak sekolah.

2. Siapa

Kampanye ini ditujukan terutama mengarah kepada kaum wanita atau para

ibu. Melalui peran besar ibu, anak-anak dapat diarahkan untuk terbiasa jajan sehat.

3. Dimana

Perancangan dan pencarian data akan dilakukan pada kota Bandung.

4. Bagaimana

Perancangan kampanye ini dilakukan dengan membuat event yang menginformasikan dan mengedukasi target sasaran mengenai jajanan tidak sehat dan mengenai burger sebagai alternatif jajanan sehat dan bergizi.

5. Kapan

Perancangan kampanye ini diharapkan dapat digunakan pada tahun 2016.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan Perancangan ini meliputi dua bagian yaitu tujuan umum dan tujuan khusus, adapun tujuannya sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Umum

Untuk menemukan strategi kampanye yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan mampu tersampaikan mengedukasi orang tua perihal jajanan anak sekolah dan menginformasikan alternatif jajanan sehat bergizi.

1.4.1 Tujuan Khusus

Melakukan perancangan kampanye yang bertujuan meningkatkan kesadaran orang tua terhadap jajanan anak.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi akademis

Manfaat untuk akademis dalam perancangan ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan memperluas ilmu pengetahuan. Serta dapat dijadikan acuan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan tugas akhir serupa.

1.5.1 Bagi Pembaca

Manfaat untuk pembaca ialah mendapatkan pengetahuan baru tentang proses perancangan sebuah kampanye dan bisa juga dijadikan media pembelajaran dalam bidang Desain Komunikasi Visual.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode kualitatif. Metode kualitatif adalah teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif (Sugiyono, 2015). Data primernya yaitu berasal dari hasil wawancara dengan pihak-pihak terkait. Sedangkan Data sekunder sendiri berasal dari informasi yang tidak didapatkan langsung dari sumber pertama tetapi melalui studi literatur yang dilakukan.

1.6.2 Cara Pengumpulan Data

Untuk menunjang penelitian ini, dilakukan beberapa cara untuk mengumpulkan data. Cara pengumpulan data akan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah proses mengenali dan mencatat kejadian serta objek yang relevan (Thomas & James dalam Sunyoto, 2014:37). Penelitian dimulai dengan observasi berupa pengamatan langsung ke lapangan, untuk mengetahui langsung kondisi dan keadaan sebenarnya, sebagai acuan penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi secara langsung, tidak terstruktur dan individual (Istijanto dalam Sunyoto, 2014:32). Wawancara akan dilakukan dengan Bapak Taufik Hidayat dan Bapak Andi Asmawir selaku pemilik dari Maio Green Burger, Dokter spesialis gizi dr. H. Kunkun Wiramiharja, SpGK, Bapak Wisnu Cahyadi selaku Guru Besar Teknologi Pangan Unpas.

c. Tinjauan buku dan data tertulis

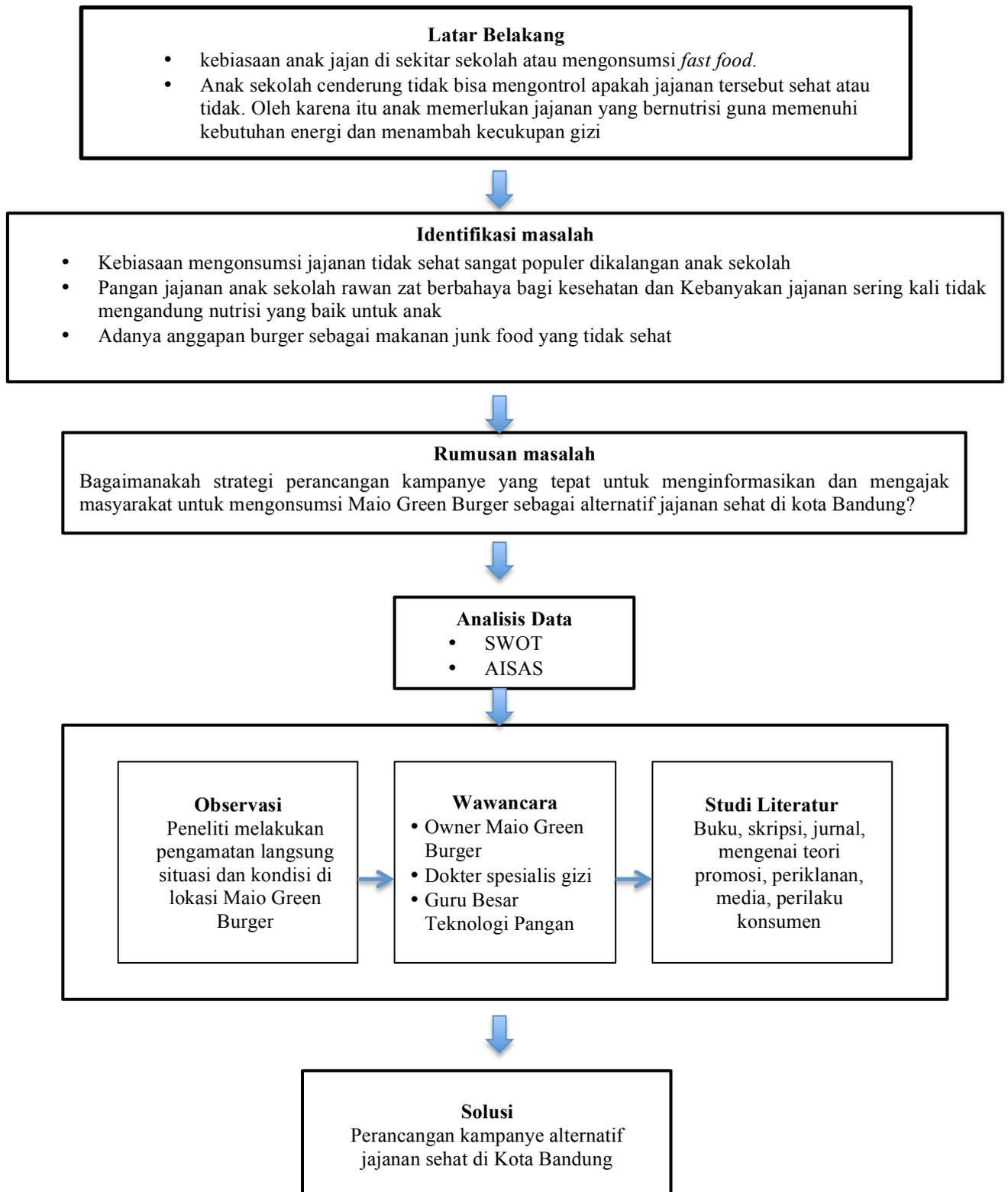
Untuk melandasi penelitian, akan dilakukan juga tinjauan pustaka yang memperkuat penelitian ilmiah dan data-data faktual, teori-teori pendukung seperti teori kampanye, teori desain komunikasi visual, teori periklanan, teori media dan lain-lain.

1.6.3 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan perancangan ini menggunakan analisis SWOT dan metode AISAS yang dapat membantu memecahkan masalah dan memicu ide-ide.

1. SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga mempermudah dalam proses berpikir dan merancang solusi strategi media yang tepat.
2. AISAS untuk mengetahui pemilihan media apa saja yang tepat dalam perancangan tugas akhir tersebut.

1.7 Kerangka Penelitian



Tabel 1.1 Skema perancangan

(Sumber: Penulis)

1.8 Pembabakan

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

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup, manfaat penelitian, metode yang digunakan, cara pengumpulan data, skema perancangan, dan pembabakan yang akan membahas tentang perancangan tugas akhir yang akan dibuat.

BAB II : Dasar Pemikiran

Pada bab ini berisikan dasar pemikiran yang akan menjabarkan tentang teori-teori dasar mengenai teori periklanan, teori kampanye, teori desain komunikasi visual, teori komunikasi, teori media.

BAB III : Data dan Analisis Masalah

Pada bab ini memaparkan analisa masalah, Memuat uraian dan pemaparan hasil survei di lapangan yang ditampilkan secara terstruktur untuk disajikan. Hasil survei berupa data primer maupun sampel beserta analisis hasil pengamatan, dan wawancara.

BAB IV : Konsep dan Hasil perancangan

Bab ini berisi konsep dari hasil tugas akhir yang dibuat, dari mulai konsep visual hingga biaya pengerjaan dan berisikan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media

BAB V : Penutup

Bab ini berisi simpulan dan saran