

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia saat ini masih berjuang melawan Pandemi *COVID-19*, dari data yang ada pada situs covid19.go.id hingga per tanggal 8 Februari 2021 total kasus di Indonesia mencapai 1.116.079 kasus yang terkonfirmasi dengan 963.028 kasus sembuh dan jumlah kasus meninggal mencapai 31.763. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menghimbau agar masyarakat tidak memandang sepele penyakit ini dan senantiasa melakukan tindakan pencegahan. Berbagai cara yang bisa dilakukan diantaranya, selalu menggunakan masker, mencuci tangan dengan bersih, menerapkan *phsycal distancing* dan isolasi mandiri, membersihkan rumah secara rutin, melakukan disinfeksi serta yang paling terpenting adalah menjaga daya tahan tubuh.

Menurut pakar Imunologi Universitas Gadjah Mada Deshinta Putri Mulya pada laman medcom.id untuk meningkatkan imun tubuh caranya adalah dengan memperhatikan asupan nutrisi yang berkerja memperbaiki sel pertahanan tubuh. Untuk memenuhi asupan nutrisi yang berfungsi untuk imun tubuh dibutuhkan produk yang berkualitas dan pastinya teruji dan salah satu *brand* yang menjual produk – produk berkualitas dan teruji adalah Serambi Botani, selain teruji produk Serambi Botani juga berbahan herbal dan alami.

Serambi Botani adalah sebuah *brand retail* dan Produk yang menjual produk – produk kesehatan dan alami yang penelitiannya dilakukan oleh Dosen-dosen IPB, baik yang dikerjakan oleh Dosen sendiri maupun mahasiswa dan alumni IPB. Kata “serambi” menggambarkan beranda atau selasar yang cukup panjang, melambangkan bahwa ruang gerak yang cukup panjang dan besar seperti beranda rumah. Sedangkan untuk kata “botani” merupakan cabang ilmu tumbuh-tumbuhan atau kehidupan tumbuh-tumbuhan. Serambi Botani menjadi gerai pelopor yang menyediakan produk-produk lokal berkonsep alami dan sehat bagi masyarakat.

Pada laman Serambibotani.com Serambi Botani mengatakan bahwa produk Serambi Botani adalah produk yang alami, higienis dan bebas dari bahan-bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh. Untuk menjaga kualitas dari produk, semua produk diperiksa secara berkala di laboratorium dan juga konsultasi dengan para ahli dan dosen Institut Pertanian Bogor.

Di Serambi Botani konsumen dapat dengan mudah menemukan aneka ragam produk-produk sehat dan alami mulai dari makanan sehat, minuman sehat, herbal untuk terapi dan peningkat imun tubuh. Saat ini setidaknya sudah ada 14 *offline store* dari Serambi Botani yang telah tersebar di mall-mall besar di kota besar. Setelah peneliti menganalisa produk pada beberapa *E-commerce* seperti Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia belum terlalu banyak produk-produk sejenis Serambi Botani, padahal ditengah pandemi *COVID-19* produk-produk kesehatan khususnya produk peningkat imun tubuh gencar di informasikan secara *online*, dan sayangnya untuk pemanfaatan media *online* yang digunakan oleh Serambi Botani belum optimal. Maka sudah saatnya Serambi Botani memanfaatkan media *online* sebagai salah satu promosi produk-produknya yang bermanfaat peningkat imun tubuh.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dibutuhkan perancangan media promosi *online* untuk produk-produk peningkat imun yang dimiliki Serambi Botani. Hal ini bertujuan untuk memudahkan seluruh masyarakat menemukan informasi produk yang dapat membantu menaikkan imun tubuh Serambi Botani selama Pandemi *COVID-19*.

1.2 Identifikasi Masalah

Kurangnya informasi dan promosi secara *online* yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli Serambi Botani. Serta kurangnya pemanfaatan media informasi secara *online* mengenai produk-produk peningkat imun yang dimiliki Serambi Botani.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, adapun rumusan masalah yang akan dihadapi adalah ”Bagaimana menyampaikan informasi mengenai Serambi Botani dan produk peningkat imun tubuh secara online?”

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah dengan merancang media promosi untuk Serambi Botani yang dilakukan pada bulan September 2020 sampai dengan penelitian selesai. Penelitian ini dilakukan untuk mengoptimalkan media promosi *online* serambi botani dan ditujukan untuk masyarakat Indonesia yang membutuhkan ataupun belum terlalu peduli dengan kesehatan imun tubuh, dengan membuat media promosi online yang menarik pada Serambi Botani.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat Indonesia akan keberadaan produk peningkat imun tubuh dan khasiat produk peningkat imun tubuh dari Serambi Botani, sehingga nantinya mendapatkan kesadaran dari masyarakat Indonesia untuk menjaga serta meningkatkan imun tubuh di masa pandemi *Covid-19* ini.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang digunakan.

a) Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan suatu tujuan. Pewawancara mengarahkan pembicaraan untuk mendapat topik yang diminati dengan mengajukan beberapa pertanyaan (Soewadikoen, 2013:20).

Wawancara terstruktur dilakukan kepada pihak pemilik Serambi Botani.

b) Observasi

Observasi merupakan pengamatan dengan pencatatan secara sistematis pada aspek-aspek yang nampak pada suatu gejala ataupun gejala-gejala didalam objek yang diteliti (Nawawi dan Martini, 1992:78).

Peneliti akan mengamati Produk dari Serambi Botani. Hal ini dilakukan untuk mengetahui keadaan dari objek tersebut.

c) Studi Pustaka

Kemampuan untuk mengurai dan menggabungkan sehingga dapat menghasilkan teori-teori baru dari teori yang sudah ada yang diperoleh dari membaca. Teori

yang digunakan untuk menganalisis berasal dari pikiran para ahli yang telah membuat penelitian (Soewardikoen, 2013:6).

d) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015: 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

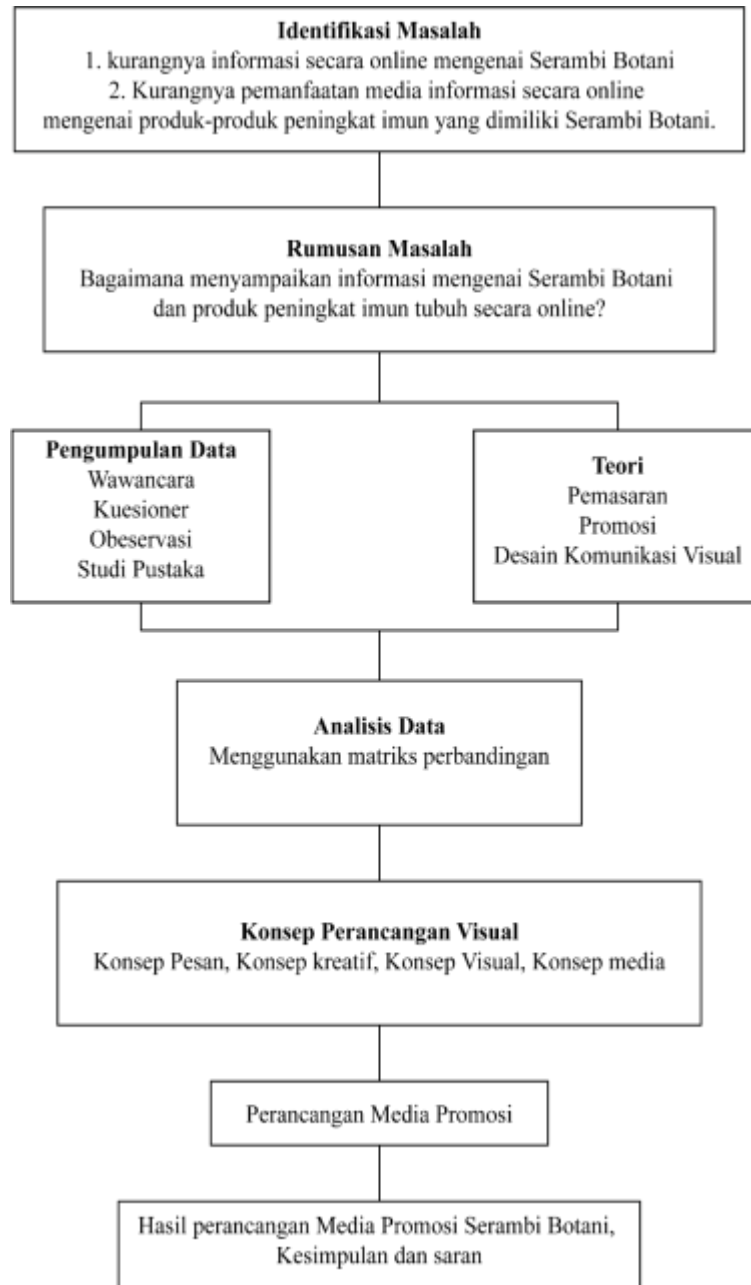
1.6.2 Metode Analisis Data

Matriks Perbandingan

Matriks adalah alat rasi yang baik bagi pengelolaan informasi dan analisis. Matriks mengidentifikasi bentuk penyajian yang seimbang dengan cara mensejajarkan informasi baik berupa tulisan atau gambar (Rohidi, 2011 dalam Soewardikoen, 2013:51) dalam penelitian ini, penggunaan matriks sebagai perbandingan yang sesuai dengan tema penelitian.

Penggunaan matriks dapat membantu mengidentifikasi bentuk penyajian yang lebih seimbang dengan cara membandingkan informasi secara sejajar baik berupa gambar maupun tulisan dengan *brand* atau produk sejenis dan kemudian melakukan penarikan kesimpulan dari hasil perbandingan tersebut

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka penelitian

1.8 Pembabakan

Bab I

Pendahuluan Membahas tentang latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

Bab II

Dasar Pemikiran Berisi tentang berbagai teori atau dasar pemikiran yang berhubungan dengan proyek. Teori-teori tersebut nantinya akan dijadikan pijakan dalam perancangan media promosi Serambi Botani

Bab III Data dan Analisis Masalah

Data Berisi tentang uraian dan penjelasan seputar berbagai data yang berhubungan dengan Serambi Botani. Data-data ini didapatkan melalui wawancara, observasi dan juga studi pustaka yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis berisi data-data yang telah diolah melalui analisis teori yang terdapat di Bab II. Hasil analisis data ini nantinya akan digunakan dalam penentuan konsep kreatif, konsep komunikasi, konsep media, dan konsep visual untuk perancangan media promosi Serambi Botani.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini menjelaskan mengenai konsep desain perancangan media visual yang sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan. Hasil perancangan menjelaskan keseluruhan konsep yang dilakukan untuk menjawab tujuan dari rancangan media promosi pada Serambi Botani.

Bab V Penutup

Bab ini merupakan bab yang menjelaskan kesimpulan akhir dan saran mengenai hasil perancangan yang telah dilakukan.