

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjaga tubuh tetap sehat merupakan sebuah kewajiban yang harus kita lakukan agar tidak terjangkit berbagai macam penyakit, terutama di masa yang sekarang dan di masa yang akan mendatang mengenai penyebaran *Coronavirus Desease 2019 (Covid-19)*, karena sudah kita ketahui virus yang menyerang seluruh penjuru dunia ini tidak tahu kapan akan berakhirnya masa pandemic *Coronavirus Desease 2019 (Covid-19)*.

Salah satu yang terpenting dalam menjaga tubuh tetap sehat adalah dengan menjaga kekebalan tubuh atau sistem imunitas tubuh kita tetap terjaga dengan baik, sistem imunitas merupakan pertahanan yang ada didalam tubuh yang menjaga tubuh dari berbagai macam penyakit yang akan menyerang tubuh kita, sistem imunitas ini mampu mendeteksi berbagai macam pengaruh biologis luar seperti virus, bakteri, infeksi, sampai parasit. Untuk menjaga sistem imunitas ini salah satunya dengan mengkonsumsi madu, madu memiliki kandungan senyawa fitonutrien dan sejumlah vitamin yang terdapat pada madu ini merupakan antioksidan alami yang mampu memperkuat sel-sel imun dalam tubuh dan menangkal radikal bebas yang ada didalam tubuh, dengan adanya kandungan senyawa fitonutrien tersebut akan memperkecil kemungkinan terjadinya infeksi terhadap tubuh.

Menurut FDA (*Food and Drug Administration*) madu merupakan produk alam yang dihasilkan lebah dengan bahan baku nektar bunga (Senyawa kompleks yang dihasilkan oleh kelenjar necterifjier dalam bunga dan beerbentuk larutan gula) dari tanaman yang dihisap dan dikumpulkan oleh lebah madu, kemudian diolah dan disimpan dalam sarang lebah untuk dimatangkan. Tekstur madu ini berupa cairan kental seperti sirup, warnanya kuning pucat sampai coklat kekuningan, rasanya khas manis dengan aroma yang enak dan segar. Selain itu juga, menurut CAC (***Codex Alimentarius Commision***) madu sebagai zat manis yang dihasilkan oleh lebah madu, berasal dari nectar bunga yang berkembang atau disekresi tanaman yang dikumpulkan oleh lebah, kemudian dibuah bentuk dan dikombinasikan dengan zat khusus yang ada

pada tubuh lebah, selanjutnya disimpan hingga masak pada sel-sel madu. Madu merupakan cairan kental yang dibuat secara alamiah oleh lebah dari nektar bunga.

Asep Honey merupakan salah satu brand yang menjual madu murni langsung diambil dari peternakan madunya secara langsung yang berada di daerah Bungbulang, Garut selatan. Asep Honey memulai usahanya sejak tahun 2019 yang belum memiliki logo, menjual madu jika ada pesanan saja dan menggunakan jerigen kompa kecil yang berisikan 1kg madu saja, seiring berjalannya waktu adanya peningkatan dengan memiliki logo sendiri dan sudah memiliki izin usaha, terdapat berbagai ukuran dari 250 g – 1250g dengan kemasan yang berbeda dari produk madu pada umumnya, dari kemasannya sudah menggunakan seal dengan tujuan untuk membuktikan madu tersebut terjaga kemanannya.

Kendala yang ada pada Asep Honey saat ini adalah promosi yang sangat minim sekali, yaitu dengan melakukan promosi hanya menggunakan media *WhatsApp* sebagai media pemesanan produk sedangkan masih banyak media lain yang masih bisa dimanfaatkan seperti Instagram, Website, TikTok, dan YouTube untuk melakukan promosi produk ini, selain itu dalam melakukan promosi hanya dengan promosi yang biasa saja seperti memposting poster atau foto yang kurang menarik. Penulis mengangkat topik ini untuk Tugas Akhir guna untuk membantu semua permasalahan di Asep Honey yang berkaitan dengan ilmu Desain Komunikasi Visual yaitu di bidang *Advertising*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Hanya masih mengandalkan promosi lewat aplikasi *whatsapp* saja sedangkan masih banyaknya media sosial yang dapat menjadikan keuntungan apabila melakukan promosi di media yang bersangkutan,
2. Usaha Asep Honey hanya dikenal dikalangan terdekat saja.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi diatas maka dapat ditarik rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kreatif yang tepat untuk mempromosikan Asep Honey sehingga menciptakan awareness kepada target audiens?
2. Bagaimana perancangan strategi media dan visual yang tepat untuk melakukan promosi madu ini?

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam pembuatan penelitian ini adalah Asep Honey yang berada di Kabupaten Garut memiliki target audiens tingkat ekonomi kelas menengah. Penelitian ini difokuskan kepada perancangan promosi madu. Untuk membatasi bahasan yang terlalu luas, maka fokus tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Perancangan tugas akhir ini memfokuskan pada promosi produk madu.
- b. Proses perancangan ini akan dilakukan pada saat bulan Oktober 2020
- c. Target audiens dari promosi ini pria dan wanita yang termasuk kalangan menengah di seluruh Indonesia khususnya di Kabupaten garut, yang memiliki gaya hidup sehat

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan perencanaan strategi kreatif yang tepat dalam mempromosikan produk madu dari Asep Honey baik dari segi strategi media dan strategi visual

1.6 Manfaat Penelitian

Perancangan Promosi “Asep Honey” ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, maupun Fakultas Industri Kreatif seperti dibawah ini :

- 1) Bagi penulis
 - a. Memahami bagaimana penulisan penelitian yang baik dan benar.
 - b. Mampu menyelesaikan permasalahan yang ada di lapangan.

- c. Memenuhi syarat kelulusan untuk program studi S1 Desain Komunikasi Visual dari Universitas Telkom.

2) Bagi pembaca

- a. Mampu menjadi solusi permasalahan yang sedang diteliti oleh pembaca jika ada kesamaan judul atau topik.
- b. Mampu menjadikan referensi dalam pengerjaan penelitian.

3) Bagi Fakultas Industri Kreatif

- a. Mampu menjadi sumber untuk referensi permasalahan yang ada di kalangan masyarakat dalam bidang *advertising*.
- b. Membangun hubungan kerjasama dengan instansi terkait guna memperluas komunikasi dan penyebaran informasi.

1.7 Metodologi Penelitian

Dalam pengerjaan penelitian ini, penulis akan menggunakan metode kualitatif dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang diangkat. Menurut Nasution (1983:23) Metodologi kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kaitannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. Metode kualitatif merupakan salah satu metode yang dimana peneliti tersebut merupakan instrument kunci dalam penelitian (Sugiyono, 2005).

1.7.1 Cara Pengumpulan Data

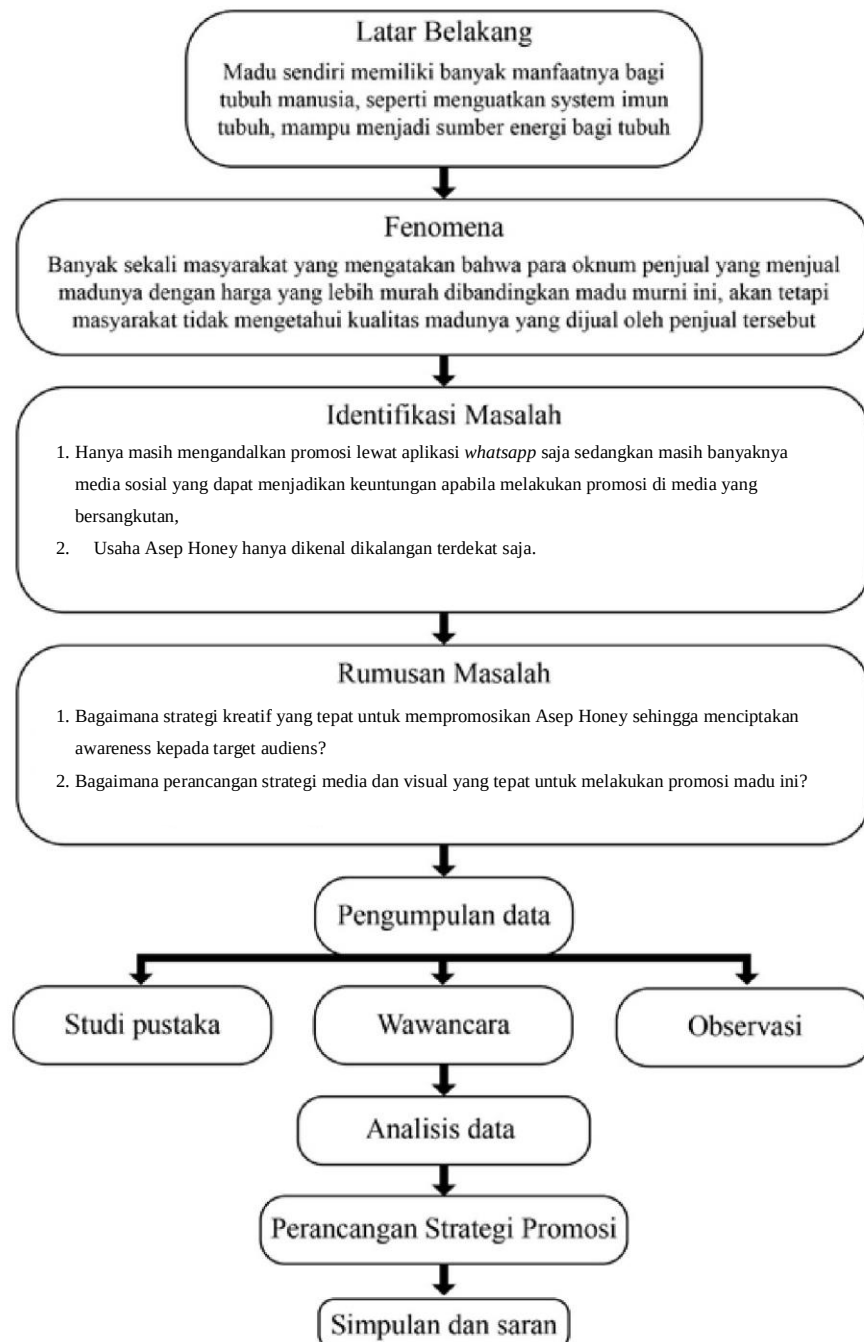
Adapun cara-cara yang dilakukan oleh penulis dalam mengumpulkan data, seperti :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Studi Pustaka

1.7.2 Cara Analisis Data

Penulis akan melakukan analisa data dengan menganalisa para target audiens dengan mengumpulkan data-data penting dengan menggunakan metode *glass box*, yang dimana metode tersebut akan mempermudah penulis dalam penulisan penelitian ini, karena untuk melakukan sebuah perancangan sangat memerlukan data-data yang *valid* lalu diolah menjadi sebuah laporan. Menurut Tom Heath dalam bukunya yang berjudul *Method In Architecture* metode *glass box* adalah sebuah proses kreatif yang dimana memiliki urutan yang dimulai dari ide, lalu konsep, hingga terealisasi proses tersebut. Jadi, orang bisa melihat proses kreatif ini seperti melihat kedalam box kaca yang dapat dilihat dari segala sisi.

1.8 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber : Data Pribadi

1.9 Pembabakan

- BAB 1 Berisi uraian tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, kerangka penelitian, dan pembabakan.
- BAB 2 Merupakan dasar pemikiran, isi dari bab ini adalah berupa uraian teori-teori yang relevan dengan topik masalah serta objek penelitian yang diangkat.
- BAB 3 Merupakan sajian dari data dan analisis.
- BAB 4 Hasil Penelitian dan Pembahasannya, berisi uraian konsep dan hasil dari strategi promosi Asep Honey di Kabupaten Garut.
- BAB 5 Berisi kesimpulan dan saran.