BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena Olahraga sangat penting bagi semua kalangan, terutama remaja di usia 18-22 tahun. Remaja di usia tersebut umumnya lebih banyak memiliki waktu luang dibandingkan dengan tingkatan usia produktif lainnya. Lebih banyak remaja yang memanfaatkan waktu luangnya dengan hal-hal yang bisa dilakukan dengan teman sebayanya seperti berkemah, menonton dan hal lainnya. Tidak jarang remaja di usia tersebut sudah mulai bekerja. Tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa sebaiknya sebanyak apapun aktivitas remaja di usia tersebut sebisa mungkin harus berusaha memiliki waktu untuk berolahraga. Olahraga diartikan sebagai gabungan gerakan-gerakan yang teratur yang dapat membuat hidup kita sehat serta bisa meningkatkan kualitas hidup dengan kemampuan jasmani yang tercukupi (Nurfadilah, n.d., 47).
Usia remaja direntang 18-22 tahun setidaknya mengkonsumsi minuman manis satu kali atau lebih per harinya. Remaja menyukai rasa segar dan manis dari minuman, meskipun minuman tersebut mengandung gula yang dapat memiliki dampak negatif bagi kesehatan mereka (Kemenkes, 2018). Kecenderungan remaja dalam mengkonsumsi minuman manis yang tinggi akan berdampak negatif pada kesehatan tubuh remaja. Mengonsumsi minuman manis dapat meningkatkan resiko terkena diabetes, penyakit jantung, obesitas, hipertensi, dan kanker yang menjadi salah satu faktor penyebab kematian dini (Kemenkes, 2019). Remaja seringkali tidak menyadari bahaya mengonsumsi minuman manis setelah berolahraga, mereka cenderung menyukai rasa segar dari minuman manis tanpa peduli bahayanya kandungan gula yang terdapat di minuman tersebut yang dapat menyebabkan kadar kandungan gula berlebih didalam tubuh dan tidak seimbang dengan olahraga yang telah dilakukan.

Setelah berolahraga biasanya remaja memilih minuman manis sebagai penghilang dahaganya. Minuman berenergi, minuman manis dalam kemasan dan minuman bersoda merupakan minuman yang sering dianggap dan dipilih sebagai minuman yang bisa cepat mengembalikan energi yang telah habis setelah berolahraga. Selain menggoda, minuman seperti itu juga sangat mudah dijumpai ketersediaannya di kantin maupun warung karena harga dan kapasitasnya yang terjangkau. Minuman

manis mungkin memberikan sensasi penyejuk sejenak tetapi penting untuk dipahami bahwa kebiasaan ini dapat memiliki dampak yang signifikan pada tubuh (Ayu et al, 2023).

Dengan melihat gaya hidup remaja saat ini yang cenderung lebih menyukai produk minuman kemasan berpemanis yang praktis dan instan seharusnya menciptakan kesadaran terhadap brand produk minuman manis untuk berkontribusi dalam menuntaskan masalah minuman berpemanis di kalangan remaja. Salah satu brand produk minuman kemasan yang sedang berusaha menghadirkan produk yang berdampak positif pada kesehatan tubuh remaja adalah Cimory yang menghadirkan varian rendah gula yaitu Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat*. Satu botol (250 ml) mengandung 200 kalori. Rincian kalorinya adalah sebagai berikut: 9% lemak, 82% karbohidrat, dan 8% protein. Konsistensi susu semi-padat dan rasa agak manis dan asam merupakan hasil akhir fermentasi susu dengan Lactobacillus bulgaricus dan Streptococcus thermophilus, bakteri yang digunakan untuk membuat yoghurt (Paramitha, 2016). Di antara sekian banyak manfaat kesehatan dari mengonsumsi yoghurt yang kaya probiotik adalah sebagai berikut: pencernaan laktosa yang lebih baik dan pencegahan gangguan gastrointestinal (Widiyaningsih, 2011), sistem kekebalan tubuh yang lebih baik, perlindungan terhadap infeksi Helicobacter pylori dan osteoporosis, lebih sedikit sembelit, penyerapan nutrisi yang lebih baik, dan kolesterol darah yang lebih rendah (Utaminingrum dan Utaminingrum, 2012).

Seperti data yang penulis dapatkan bahwasannya perancangan promosi Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat* dapat menjadi salah satu media yang dapat memberikan pilihan lebih baik kepada remaja dalam memilih minuman yang lebih sehat yang dapat dikonsumsi kapanpun terutama setelah berolahraga.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, adapun identifikasi yang muncul dari latar belakang adalah sebagai berikut :

1. Tantangan dalam menyampaikan pesan yang efektif kepada target audiens remaja (18-22 tahun) mengenai Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat* dan Pemilihan media yang tepat untuk menjangkau audiens secara optimal.
2. Bagaimana cara merancang pesan promosi yang menggunakan bahasa remaja kekinian untuk mempersuasi target audiens agar mengikuti konten media sosial Cimory, serta meningkatkan jangkauan informasi mengenai event olahraga Sweet

sweat Festival Cimory di Gasibu, Kota Bandung, sebagai puncak strategi promosi Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang pesan promosi yang efektif untuk Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat* agar dapat menarik perhatian dan mendorong keputusan pembelian dari target audiens remaja berusia 18-22 tahun
2. Bagaimana merancang pesan promosi yang efektif dengan bahasa remaja kekinian untuk menarik perhatian dan mendorong partisipasi target audiens melalui event experience jalan sehat di Gasibu Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat*.

1.4 Ruang Lingkup

Guna Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat* memiliki sejuta manfaat dan khasiat kesehatan yang baik bagi tubuh. Cimory Yougurt drink ini juga melengkapi dengan sumber kalsium dan sumber serat yang dapat membantu system pencernaan. Apa yang akan dilakukan adalah merancang strategi promosi yang menarik dan edukatif untuk meningkatkan kesadaran serta pengenalan produk di kalangan remaja. Target audiens dari promosi ini adalah siapa yang terdiri dari remaja berusia 18-22 tahun yang aktif berolahraga dan memiliki kebiasaan mengonsumsi minuman manis dan mengandung lemak tinggi. Kegiatan promosi ini akan dilaksanakan di mana lokasi-lokasi strategis yang sering dikunjungi oleh remaja, seperti kampus, pusat perbelanjaan, dan tempat olahraga, serta melalui media sosial dan platform digital lainnya. Waktu pelaksanaan event experience akan disesuaikan dengan kalender kegiatan remaja, seperti saat awal semester baru atau hari olahraga nasional, untuk memastikan partisipasi yang maksimal. Tujuan dari promosi ini adalah mengapa untuk mengedukasi remaja tentang bahaya konsumsi minuman manis dan memberikan alternatif yang lebih sehat melalui Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat*, sehingga diharapkan dapat mengurangi risiko masalah kesehatan di kalangan remaja. Terakhir, strategi promosi akan dilaksanakan bagaimana melalui berbagai metode interaktif seperti workshop, demo produk, sampling gratis, dan kegiatan permainan yang melibatkan peserta, serta

penyampaian edukasi mengenai manfaat kesehatan dari yogurt rendah lemak melalui materi presentasi dan brosur informatif. Dengan pendekatan ini, ruang lingkup perancangan dapat dipahami secara jelas dan terstruktur untuk mendukung pelaksanaan dan evaluasi program yang direncanakan. Penelitian ini dilakukan selama masa tugas akhir selama satu semester.

1.5 Tujuan Penelitian & Perancangan

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi sebelumnya, maka tujuan penelitan dan perancangan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pemilihan media yang tepat untuk menjangkau target audiens secara optimal dalam rangka meningkatkan kesadaran dan partisipasi terhadap produk dan menciptakan strategi promosi yang efektif dengan merancang visualisasi dan media kreatif dalam bentuk brand activation Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat.*
2. Mengembangkan pesan promosi yang menggunakan bahasa remaja kekinian untuk mempersuasi audiens agar mengikuti konten media sosial Cimory dan berpartisipasi dalam event olahraga Sweet sweat Festival Cimory di Gasibu, Kota Bandung dengan merancang pesan komunikasi iklan produk yang mengandung rendah lemak aman bagi kesehatan tubuh terutama untuk kalangan remaja dewasa melalui event experience dari Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat*.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan ini yaitu metode kualitatif. Menurut Harahap (2020), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan teknik induktif yang berasal dari pengamatan dilapangan yang kemudian disimpulkan menjadi hasil temuan.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan dilakukan dan digunakan oleh penulis dalam perancangan ini adalah:

1. **Metode Observasi**

   Observasi partisipan dan observasi non-partisipan adalah dua kategori utama observasi. Peneliti menggunakan observasi partisipan ketika mereka mengambil bagian dalam kegiatan itu sendiri. Namun, ketika

peneliti hanya mengamati orang-orang yang terlibat tanpa melibatkan mereka secara langsung, ini dikenal sebagai observasi non-partisipan (Agus, 2023).

Observasi dilakukan oleh penulis pada Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat* untuk mengamati perilaku target para remaja dewasa yang masih belum sadar bagi Kesehatan tubuh yang terlalu banyak mengkonsumsi gula berlebih terutama yang menginjak usia 20-25 tahun.

2. **Metode Wawancara**

   Untuk lebih memahami subjek yang ditanyakan atau untuk mengidentifikasi masalah yang memerlukan penelitian lebih lanjut, wawancara digunakan sebagai strategi pengumpulan data (Sugiyono, 2016; 194).

   Kesimpulan berdasarkan penulis, wawancara adalah metode untuk memperoleh data yang lebih akurat dan detail yang memakan waktu lebih lama dan dilakukan secara pribadi dengan satu atau dua orang atau lebih. Wawancara dilakukan kepada target audiens remaja dewasa dan karyawan cimory untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pengembangan dan branding produk CimoryYogurt Drink Aloe Vera *Low Fat.*

3. **Metode Kuesioner**

   Menurut Sugiyono (2013), kuesioner adalah alat pengumpulan data yang meminta responden untuk mengisi pertanyaan tertulis. Pertanyaan pada kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup, atau dapat berupa pernyataan yang dibuat langsung kepada responden.

   Kesimpulan berdasarkan penulis, kuesioner adalah metode untuk memperoleh data dengan menggunakan beberapa pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Dan dalam penelitian ini, metode kuesioner menggunakan *google forms* yang dilakukan secara online

   untuk mengetahui berbagai opini serta perspektif keunggulan produk Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat* bagi Kesehatan tubuh yang memiliki kandungan rendah gula.

4. **Studi Pustaka**

   Studi pustaka Menurut Nazir (2013) studi pustaka adalah jenis penelitian yang menggunakan literatur sebagai sumbernya. Studi

pustakanmerupakan metode pengumpulan data yang melibatkan dokumen yangrelevan, seperti buku, literatur, catatan, atau laporan. Sedangkan menurut Sugiyono (2017).

1.6.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan dilakukan dan digunakan oleh penulis dalam perancangan ini adalah:

1. **AOI**

   Konsumen banyak memiliki keberagaman dalam nilai, sikap, pendapat, motivasi, keyakinan, kepentingan dan gaya hidup yang berbeda-beda. Oleh sebab itu konsumen dapat mengambil keputusan yang berbeda juga. Untuk memahami konsumen dan merancang strategi iklan kreatif perlu menggunakan metode AoI (*Activities, Opinions, Interest*) untuk mendapatkan dan menyusun profil psikografis konsumen. (Ilhamsyah, 2021:69).

2. **AISAS**

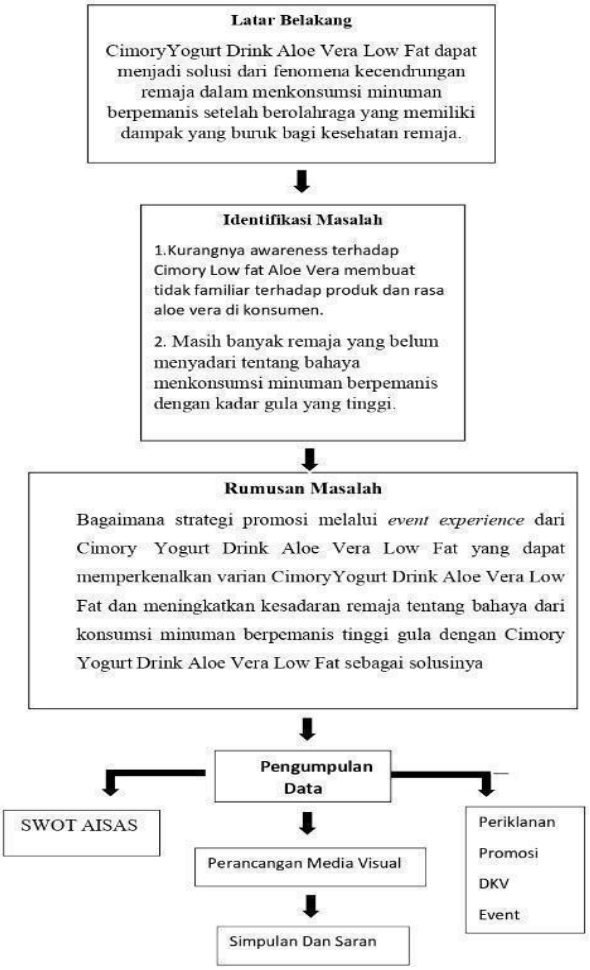
   Bagi khalayak yang tertarik dengan perkembangan terbaru dalam teknologi internet, Sugiyama (2017) merekomendasikan AISAS sebagai model teknik yang layak. Perhatikan, tanyakan, cari tahu, lakukan sesuatu, dan bagikan—itulah yang dimaksud dengan AISAS. Pemirsa iklan akan cukup tertarik untuk ingin mempelajari lebih lanjut tentang produk (minat), yang akan mendorong mereka untuk melakukan penelitian (pencarian) dan akhirnya melakukan pembelian (tindakan).

3. **SWOT**

   SWOT dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (hambatan) yang bertujuan untuk menentukan tujuan bisnis yang realistis dengan menyesuaikan dengan keadaan perusahaan, dan diharapkan dapat dicapai dengan lebih mudah (Sutojo dan Kleinsteuber, 2002:8)

1.7 Kerangka Perancangan

Kerangka perancangan adalah struktur sistematis yang digunakan untuk mengarahkan proses perancangan. Kerangka perancangan membantu penulis dalam merumuskan tujuan perancangan, menetapkan metode pengumpulan data, analisis data dan hasil perancangan secara terorganisir.



Gambar 1.1 : Bagan Kerangka Penelitian

Sumber : Pribadi, 2024

1.8 Pembabakan

Berikut merupakan sistematika susunan penulisan tugas akhir ini beserta gambaran singkat dari setiap bab.

1. Bab I Pendahuluan

   Pada bab ini penulis menjelaskan tentang fenomena yang sedang terjadi, terdiri dari Latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, cara pengumpulan data dan analisis data, kerangka penelitian, serta pembabakan.

2. Bab II Dasar Pemikiran

   Pada bab ini penulis menjelaskan teori-teori yang dapat mendukung relevansi dari laporan penelitian ini, yang merujuk pada sumber buku, diantaranya, Branding, Strategi Kreatif, Promosi dan Media.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

   Pada bab ini berisi tentang data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner dan analisis data yang di observasi perbandingan dan rangkumannya.

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

   Bab ini menjelaskan konsep pesan yang akan disampaikan, media yang digunakan, dan hasil visual dari perancangan strategi promosi Cimory Yogurt Drink Aloe Vera *Low Fat* melalui *event experience*.

5. Bab V Penutup

   Bab ini menjelaskan kesimpulan dari keseluruhan hasil pengumpulan data dan analisis masalah yang akan menjadi sebuah kesimpulan dan memberikan saran untuk perancangan selanjutnya.