

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi telah membawa banyak perubahan dalam pola hidup masyarakat, termasuk dalam hal pola konsumsi makanan. Akibatnya kebiasaan konsumsi masyarakat saat ini menjadi sangat beragam, seiring dengan bertambahnya jumlah dan jenis makanan yang tersedia, salah satu fenomena yang terjadi di masyarakat adalah kegemaran mengonsumsi makanan cepat saji *fast food*, kebiasaan makan cepat saji atau *fast food* secara berlebihan dapat berdampak buruk pada kesehatan. Makanan cepat saji dapat meningkatkan risiko terjadinya berbagai penyakit, seperti hipertensi, diabetes, obesitas, dan gangguan lemak darah atau dislipidemia [1]. Oleh karena itu, kesadaran untuk mengatur pola makan menjadi langkah penting dalam menjaga kesehatan masyarakat.

Terutama di kalangan generasi muda, yang merupakan pengguna internet terbanyak di Indonesia dengan rentang usia 12 hingga 25 tahun, umur tersebut dikenal sebagai Generasi Z atau Gen Z merupakan generasi yang memiliki ciri menyukai hal hal yang kekinian dan mengikuti *trend* yang ada, yang menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup mereka. Saat ini, kecenderungan mengikuti *trend* sangat terlihat dalam pola konsumsi produk atau makanan dan minuman, ketertarikan pada hal-hal yang sedang populer ini mendorong minat beli, sehingga produk tersebut menjadi favorit dan semakin mudah berkembang pesat di pasaran [2]. Selain dipengaruhi oleh media pemasaran, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, salah satunya adalah *Fear of Missing Out* (FoMO) atau rasa takut ketinggalan *trend*. FoMO adalah kecemasan yang muncul ketika seseorang merasa orang lain memiliki pengalaman yang lebih menarik, serta dorongan untuk selalu terkoneksi dengan orang lain, FoMO dapat dimanfaatkan oleh strategi marketing untuk mendorong konsumen melakukan pembelian [3]. Seiring dengan itu, kesadaran masyarakat akan bahaya bahan kimia dalam makanan

cepat saji juga meningkat, hal ini mendorong sebagian orang untuk beralih ke produk makanan organik.

Memproduksi dan mengonsumsi makanan sehat memiliki dampak positif tidak hanya pada kesehatan manusia, tetapi memiliki dampak besar juga pada lingkungan. Produk organik merupakan produk yang diproduksi tanpa bahan kimia sintetis yang dapat beresiko bagi kesehatan juga proses produksinya tidak membahayakan lingkungan sekitar [4]. Manfaat dari mengonsumsi produk organik secara terus-menerus mungkin tidak terasa dalam waktu singkat, tetapi akan dirasakan dalam jangka panjang, sekitar 10 hingga 30 tahun ke depan, tentunya, efek yang didapatkan adalah positif, Karena produk organik memiliki kandungan nutrisi yang lebih baik dibandingkan dengan produk *non* organik [5]. Menggunakan produk organik adalah langkah menuju gaya hidup yang lebih sehat.

Menurut Revi Ardiansyah sebagai *project leader* Biorama menjelaskan bahwa di Purwokerto, di Biorama terdapat 86 UMKM organik yang aktif memproduksi dan memasarkan produk organik, dengan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang kesehatan dan lingkungan, permintaan produk organik terus naik, hal ini memberi peluang besar bagi UMKM organik di Purwokerto untuk berkembang dan memenuhi kebutuhan pasar. Namun terdapat tantangan bagi para pelaku UMKM organik adalah keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas dan efektif. Dari wawancara yang sudah dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM organik, mereka menjelaskan salah satu kendala utamanya adalah kurangnya promosi digital sehingga orang-orang kurang mengetahui adanya UMKM organik di kota Purwokerto, serta keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas untuk di jangkau pembeli. Banyak pelaku UMKM organik masih menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk mereka di luar komunitas lokal, sehingga potensi pertumbuhan mereka belum optimal. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif, keterbatasan dana promosi, serta minimnya akses terhadap teknologi digital yang bisa membantu mereka menjangkau pasar lebih luas [6]. Oleh sebab itu, langkah seperti pembuatan katalog produk UMKM organik melalui Program Biorama menjadi sangat penting untuk

membantu mengatasi tantangan tersebut dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas bagi pelaku UMKM organik.

Biorama merupakan *Creative Placemaking*, sebuah program aktivasi ruang yang yang diadakan di kota Purwokerto dengan konsep *Archive*, *Creative* dan *Community*. Proyek Biorama pertama kali diperkenalkan sebagai solusi alternatif untuk wisata sejarah di kota Purwokerto, diadakan dua kali sebulan dengan durasi satu hari. Program ini hadir dengan konsep *organic market*, *mini workshop*, *Relaxing picnic*, serta *walking tour*. Melalui Biorama, UMKM organik di Purwokerto telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat dan juga menjadi media ekosistem kreatif di Purwokerto. Rata rata pengunjung Biorama yaitu remaja hal ini sesuai dengan target audiens dalam perancangan ini adalah remaja, yaitu usia 17-25 tahun. Remaja adalah masa transisi dari kanak-kanak ke dewasa, di mana terjadi banyak perubahan cepat, baik fisik, kognitif, maupun psikologis, remaja memerlukan asupan nutrisi yang lebih tinggi untuk mendukung pertumbuhan ini [7]. Melihat pentingnya kebutuhan remaja terhadap gaya hidup sehat dan konsumsi makanan bergizi, maka diperlukan media informasi dan promosi yang dapat menjembatani antara produk organik dan kebutuhan tersebut. Salah satu media yang efektif untuk tujuan ini adalah katalog produk.

Katalog produk merupakan kumpulan informasi mengenai produk-produk perusahaan yang dilengkapi dengan keterangan atau penjelasan, yang dapat disajikan dalam berbagai bentuk seperti lembaran, kartu, buku, atau format lainnya. Dengan demikian, katalog dapat diartikan sebagai daftar benda atau barang yang disusun dengan tujuan tertentu [8]. Dengan tujuan untuk mempromosikan produk UMKM organik di Purwokerto, maka dibuatlah suatu perancangan katalog digital produk produk UMKM organik tersebut, diharapkan dengan adanya katalog digital tersebut dapat membantu para pelaku UMKM organik di Purwokerto dalam mempromosikan usaha-usaha mereka agar dapat dikenal lebih luar oleh kalangan masyarakat khususnya bagi mereka yang mencari produk/makanan organik. Dengan memilih media digital, diharapkan bisa meluaskan produk mereka dan juga orang-orang bisa lebih mudah mencari informasinya, katalog digital ini berisi foto

produk dari para UMKM organik Purwokerto, variasi produknya, harga produknya dan sebagainya.

1.2. Rumusan masalah

Dari latar belakang yang sudah di paparkan maka rumusan masalah dari perancangan ini yaitu

1.2.1. Bagaimana merancang katalog digital Biorama sebagai media promosi UMKM organik di Purwokerto?

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan dari pembuatan penelitian yaitu “katalog digital Biorama sebagai media promosi umkm organik di Purwokerto” yaitu:

1.3.1. Membuat katalog digital UMKM organik di Purwokerto sebagai media promosi

1.4. Batasan perancangan

Batasan perancangan bertujuan agar tetap berfokus pada permasalahan yang ada pada perancangan katalog digital umkm organik di Purwokerto:

1.4.1. Fokus perancangan ini hanya pada UMKM yang ada di Biorama, sehingga produk organik di luar Biorama tidak akan disertakan

1.4.2. Katalog ini hanya menampilkan lima UMKM karena kelima UMKM tersebut sudah cukup mewakili jenis-jenis usaha organik yang ada di Biorama

1.4.3. Kategori UMKM organik pada perancangan ini yaitu craft, makanan dan minuman

1.4.4. Biorama memiliki beberapa program seperti *organic market*, *mini workshop*, *relaxing picnic*, dan *walking tour*. Namun, isi dari katalog digital ini hanya berfokus pada program *organic market* saja.

1.4.5. Katalog akan disesuaikan untuk media digital, sehingga optimal untuk diakses melalui perangkat elektronik seperti *smartphone*, *tablet*, dan *computer*

1.4.6. Merancang beberapa media pendukung promosi katalog digital Biorama

1.5. Manfaat penelitian

1.5.1. Manfaat bagi universitas

Penelitian ini dapat menambah koleksi karya tulis ilmiah di institusi, khususnya dalam bidang perancangan katalog digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya, terutama dalam lingkup universitas yang sama.

1.5.2. Manfaat bagi Keilmuan DKV

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk penelitian-penelitian berikutnya. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam pembuatan katalog digital untuk mempromosikan UMKM di wilayah lain.

1.5.3. Manfaat bagi Masyarakat

Memperkenalkan UMKM organik yang ada di Purwokerto kepada masyarakat melalui katalog digital Biorama.