

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fast food saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Makanan cepat saji yang dikenal dengan kandungan tinggi lemaknya, semakin hari semakin digemari masyarakat untuk dikonsumsi. Berbagai macam alasan menguatkan mereka mulai dari penyajiannya yang cepat, rasanya yang enak, harganya yang terjangkau, hingga menjadi tempat nongkrong favorit. Seiring berjalannya waktu jumlah restoran cepat saji ini terus meningkat, di Bandung sudah tersedia puluhan restoran cepat saji dengan berbagai merek. Kehadiran dan bertambahnya jumlah restoran makanan cepat saji ini tentunya menjadi jawaban bagi para konsumennya yang mempunyai banyak kegiatan, berkesibukan tinggi dan membuat mereka membutuhkan makanan yang dapat disajikan dengan singkat dan juga cepat menjadi energi baru, namun perubahan dan perkembangan zaman modern dengan segala keadaannya membuat pola hidup seseorang ikut berubah¹, gaya hidup yang serba cepat dan instan menyebabkan waktu masyarakat untuk mengkonsumsi asupan energi menjadi sempit. dan kini makanan cepat saji menjadi gaya hidup dan biasa dikonsumsi oleh semua kalangan.

Kandungan gizi pada *fast food* seringkali menjadi bahan pembicaraan. Di benak masyarakat sudah menempel pemahaman dasar bahwa *fast food* mengandung lemak yang sangat tinggi. Hal tersebut memang benar, kandungan lemak pada *fast food* merupakan sumber energi yang besar, ini merupakan poin penting dan merupakan keunikan dari *fast food*, tetapi oleh sebagian orang banyak hal tersebut dijadikan acuan akan bahaya makanan *fast food*. Disamping itu seperti halnya makanan-makanan lain, *fast food* juga mempunyai berbagai macam nutrisi lainnya secara umum terdapat protein dan vitamin didalamnya. Perlu diketahui bahwa

¹ www.rumahsakitmitrakemayoran.com/pola-makan-sehat-dan-gaya-hidup-yang-benar/#, 27 Februari 2014.

setiap makanan tidak mungkin hanya mempunyai satu nutrisi, pasti ada nutrisi lainnya walaupun dalam jumlah yang sedikit.

Bersamaan dengan paham yang melekat pada masyarakat terdapat juga istilah *junk food*. Istilah *junk food* ini seringkali dianggap sama dengan *fast food*, kedua kata ini mempunyai definisi dan pendekatan yang berbeda. *Fast food* merupakan istilah bagi makanan yang dibuat dengan waktu yang cepat dan singkat sehingga disebut juga makanan cepat saji, sedangkan *junk food* adalah istilah bagi makanan yang anutrisi atau tidak bernutrisi. Kedua hal diatas tentu berbeda karena tidak semua *fast food* merupakan *junk food*, tergantung bagaimana kondisi tubuh seseorang mendefinisikannya. Dan pembuatan tugas akhir ini akan dikhususkan pada makanan *fast food*.

Berdasarkan kondisi yang telah dijabarkan saat ini cukup banyak kampanye yang mengungkapkan kerugian dari mengkonsumsi *fast food*, hampir semua seragam menyampaikan bahaya dan dampak memakannya. Kampanye dan juga iklan yang beredar biasanya berujung pada sebuah nasihat sederhana untuk mengurangi bahkan sampai menganjurkan berhenti mengkonsumsi *fast food*, hal demikian ini sesungguhnya akan membuahkan dampak yang cukup besar bagi keseimbangan ekonomi kita, secara sederhana jika perusahaan-perusahaan *fast food* multinasional tersebut menurun pendapatannya tentu akan mempengaruhi asupan bagi pemasukan negara, dan tentu perusahaan-perusahaan itupun ada mulai mengeluarkan suara jika lahan bisnisnya terancam karena kehilangan konsumen. Jika ditelaah lebih luas, seperti yang dijabarkan sebelumnya bahwa *fast food* mempunyai sisi keuntungan lain dan hal ini kurang diberitakan, keuntungan pada *fast food* pada dasarnya adalah kemampuannya menghasilkan energi yang besar dalam waktu singkat, disamping itu terdapat pula protein, vitamin, dan karbohidrat yang tubuh perlukan. Bagaimana menentukan *fast food* tersebut menguntungkan atau merugikan bagi tubuh kita bergantung dari kondisi tubuh kita saat ini.

Ditinjau dari kondisi tubuh, mengonsumsi *fast food* dapat menguntungkan jika disesuaikan dengan keadaan tubuh seseorang, sederhananya seseorang yang memiliki tubuh kurus atau *underweight* dapat mengonsumsi *fast food* dengan aman karena kandungan *fast food* dapat menaikkan berat badannya, lalu untuk orang yang mempunyai kesibukan yang tinggi sesuai dengan kehadiran *fast food* pada awalnya, jika kondisi orang tersebut sibuk tentu energi dari *fast food* akan sangat menguntungkan untuk menunjang kesehariannya dan lemak dari *fast food* akan terurai selama dia beraktifitas. Bagi orang dengan kondisi tubuh yang gemuk atau *overweight* mereka perlu menyadari keadaan tubuh mereka dan mulai mengurangi mengonsumsi *fast food*, karena bagi mereka mengonsumsi *fast food* justru akan menambah lemak pada tubuhnya. Terakhir untuk orang yang gemuk tapi berkesibukan tinggi, mereka masih dapat mengonsumsi *fast food* dengan tidak terlalu banyak dan menguranginya dengan tujuan untuk memberi mereka energi pada saat bekerja dan melakukan berbagai kegiatan.

Dalam konteks kesehatan yang mana merupakan poin krusial dari permasalahan yang ada, dampak negatif dari pengkonsumsian fast food memang ada sering kali terjadi karena pengkonsumsian yang berlebihan dan berjumlah besar. Menurut salah seorang pakar gizi Dr. dr. Gaga Irawan, Sp.GK. menyebutkan bahwa penyakit yang sering ditimbulkan akibat mengonsumsi fast food dengan tidak sesuai ini biasanya penyakit yang cukup berat seperti diabetes dan kanker dimana penyakit tersebut merupakan penyakit degeneratif yang berarti penyakit tersebut bukan penyakit turunan melainkan terjadi karena adanya perubahan kondisi tubuh yang disebabkan oleh perubahan gaya hidup yang meliputi pola makan sehari-hari. Penyakit tersebut dulunya mulai terlihat saat orang sudah mulai lanjut usia, namun karena [erubahan zaman dan gaya hidup penyakit tersebut kini sering terjadi di kalangan orang yang masih relatif muda.

Maka seharusnya berdasarkan pemaparan di atas kita perlu mengonsumsi *fast food* dengan bijaksana dengan mengerti kondisi tubuh kita apakah kita

underweight atau *overweight*, dan apakah kita merupakan orang dengan tingkat kesibukan tinggi atau tidak, sehingga kita dapat menentukan makanan apa yang harus dan sesuai untuk dikonsumsi.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Banyaknya informasi dampak buruk *fast food* seharusnya mengingatkan masyarakat untuk mengonsumsi *fast food* dengan cara yang baik.
2. Konsumsi *fast food* dapat menguntungkan jika disesuaikan pada kondisi tubuh seseorang.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana membuat iklan yang sesuai agar masyarakat mengetahui bagaimana mengonsumsi *fast food* dengan baik dan benar.
2. Bagaimana membuat iklan yang sesuai untuk mengajak masyarakat Bandung agar mengerti bagaimana *fast food* dapat menguntungkan bagi mereka.

1.3 Ruang Lingkup

Penelitian difokuskan pada makanan jenis *fast food* yang ada di Kota Bandung beserta jenisnya yang beraneka ragam. Disamping itu dampak dari makanan jenis tersebut akan dijabarkan secara umum. *Target audience* diklasifikasikan khusus masyarakat perkotaan di Indonesia khususnya Bandung yang mana mempunyai tingkat kesibukan yang tinggi dengan umur 22-25 tahun atau dewasa awal sebagai *target audience* utama dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. Tingkat kesibukan seseorang hanya bisa dipahami oleh tiap individu, sehingga mereka bisa lebih bijak dalam mengonsumsi *fast food*.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Perancangan iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk mengingatkan dan memberi pengertian pada masyarakat untuk mengonsumsi *fast food* dengan baik dan benar agar tidak menimbulkan kerugian.
2. Membuat masyarakat mengerti bahwa fast food mempunyai sisi yang menguntungkan bagi tubuh mereka dengan menggunakan media iklan.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat untuk Peneliti

Manfaat perancangan dan penelitian ini adalah sebagai pendalaman ilmu dalam bidang *advertising* berikut dengan topik permasalahan yang diangkat. Selain itu juga berguna sebagai karya atau portofolio untuk terjun ke dunia kerja.

1.5.2 Manfaat untuk Masyarakat

Adanya perancangan ini bermanfaat untuk mengedukasi masyarakat khususnya *target audience* agar dapat hidup lebih sehat dengan mengonsumsi *fast food* sesuai kondisi tubuhnya. Juga diharapkan menjadi pelajaran dalam konsentrasi ilmu *advertising*.

1.5.3 Manfaat untuk Institusi

Perancangan ini diharapkan menjadi bahan pembelajaran bagi institusi dalam menjalankan perannya sebagai sarana belajar bagi para mahasiswa sesuai dengan konsentrasinya. Juga diharapkan segala bentuk kekurangan dalam perancangan ini menjadi acuan bagi institusi untuk lebih baik lagi dalam mengajar mahasiswanya.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam tugas akhir ini akan dilakukan dengan metode kualitatif, dengan sub metode wawancara, kuesioner, dan studi literatur sesuai dengan buku

Metodologi Penelitian Kualitatif karya M. Djunaini Ghony dan Fauzan Almanshur tahun 2012. Metode kualitatif adalah suatu pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian. Penelitian kualitatif juga bisa dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya (Strauss & Corbin, 2003). Sekalipun demikian, data yang dikumpulkan dari penelitian kualitatif memungkinkan untuk dianalisis melalui suatu penghitungan.

Berdasarkan metode diatas maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan dengan narasumber ahli dr. Engkun Sofyan Indrayana, M.Hkes, seorang dokter yang juga merupakan pegawai negeri sipil dan juga merupakan seorang magister hukum kesehatan. Bertujuan untuk mendapatkan penjelasan ilmiah yang relevan dengan judul yang diangkat.

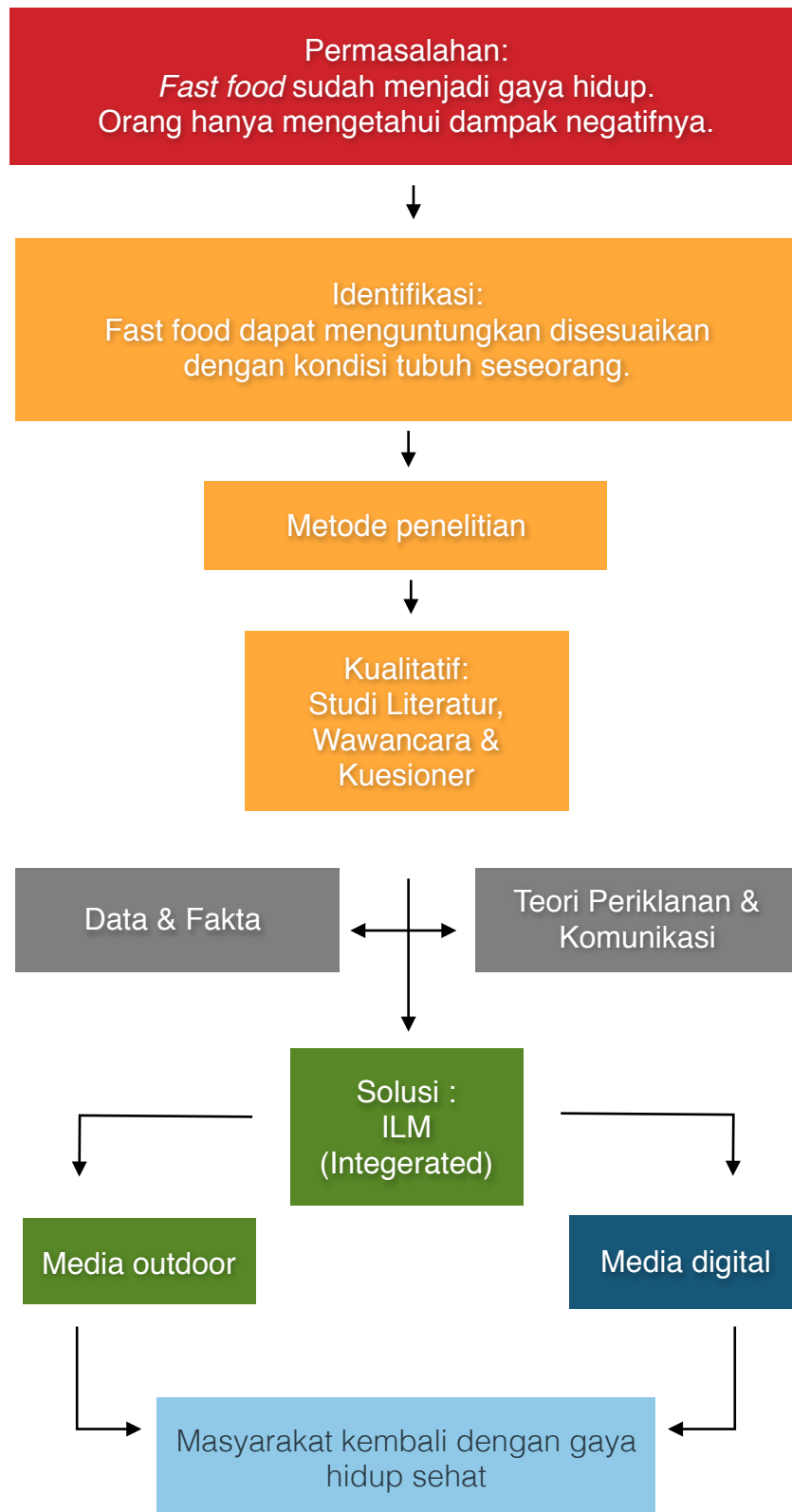
2. Kuesioner

Kuesioner diberikan kepada target audience dengan teknik *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner kepada 50 orang dengan karakteristik yang sesuai dengan target audience yang dibutuhkan. Kuesioner ini diperlukan untuk mendapatkan gambaran umum consumer insight yang ingin dicapai.

3. Studi Literatur

Pedoman dari berbagai bahan bacaan berupa buku, jurnal, artikel, dan web yang relevan dengan topik kajian yang diangkat. Hal ini diperlukan guna menambah wawasan dalam teori yang bersangkutan pada pembuatan tugas akhir serta mendapatkan referensi yang lebih luas untuk proses perancangan.

1.7 Kerangka Perancangan



1.8 Pembabakan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bagian ini dijabarkan latar belakang dari permasalahan yang dibahas, berupa fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat. Selain itu juga menerangkan tentang permasalahan yang diambil dalam bentuk identifikasi dan rumusan masalah, ruang lingkup permasalahan yang membatasi penelitian agar tidak membayangkan fokus penelitian, tujuan perancangan, metode pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan, dan juga pembabakan.

BAB 2 DASAR TEORI

Bagian ini menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan terhadap judul penelitian untuk digunakan sebagai acuan dalam perancangan kampanye sosial ini.

BAB 3 DATA & ANALISIS MASALAH

Bagian ketiga menerangkan semua data yang telah diperoleh selama proses penelitian untuk memperkuat perancangan. Pada bagian ini juga terdapat analisis permasalahan guna mendapatkan solusi yang tepat untuk permasalahan yang dibahas.

BAB 4 KONSEP & HASIL PERANCANGAN

Bagian ini menjelaskan proses perancangan kampanye dari awal sampai akhir yang juga didukung oleh konsep untuk menjelaskan ini dari hasil perancangan yang dibuat sebagai solusi dari permasalahan

BAB 5 PENUTUP

Bagian terakhir menjelaskan kesimpulan dan saran yang didapat pada waktu sidang.