

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecerdasan serta kesehatan anak bisa diperoleh salah satunya adalah dengan mencukupi kebutuhan gizi dan nutrisinya. Pemenuhan zat gizi dan juga nutrisi sangat diperlukan untuk menunjang proses tumbuh kembang anak, baik otak atau pun tubuh mereka. Nutrisi adalah zat gizi yang dibutuhkan oleh tubuh untuk anak tumbuh dan berkembang. Gizi seimbang merupakan keadaan yang menjamin tubuh memperoleh makan yang cukup dan mengandung semua zat gizi dalam jumlah yang dibutuhkan. Dengan gizi yang seimbang maka pertumbuhan dan perkembangan anak akan optimal dan daya tahan tubuhnya akan baik sehingga tidak mudah terserang penyakit. Makanan yang dihidangkan pun juga harus mengandung zat-zat yang dibutuhkan oleh anak yaitu karbohidrat, lemak, protein, vitamin dan mineral dengan mutu yang baik dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan anak.

Namun permasalahannya, masih banyak anak terutama di Kota Bandung yang kekurangan zat gizi. Penyebab kekurangan gizi pun bermacam-macam, salah satunya adalah kurangnya konsumsi buah dan sayur (Data Dinas Kesehatan Kota Bandung).

Dalam menyikapi permasalahan ini, pemerintah Kota Bandung pun telah membuat program untuk meningkatkan status gizi keluarga, yaitu dengan mengkonsumsi buah dan sayur setiap hari. Dalam programnya tersebut, mereka menyampaikan pentingnya konsumsi buah-buahan serta manfaat yang dikandung untuk pertumbuhan serta perkembangan anak-anak bila dikonsumsi setiap hari.

Namun muncul masalah lain yaitu anak yang sulit untuk makan dan cenderung memilih-milih makanannya. Faktor yang menjadi penyebabnya adalah orang tua yang tidak rutin dalam memberikan sayuran terutama buah-buahan setiap hari. Kebanyakan hanya buah yang itu-itu saja, seperti pepaya serta pisang yang sangat mudah dijumpai di pasaran. Terlebih lagi para orang tua berpikir bahwa yang terpenting anak makan dengan kenyang tanpa memperhatikan nutrisi tambahan yang sebenarnya sangat dibutuhkan untuk pertumbuhan dan

perkembangan anak mereka. Oleh karena itu ketika beranjak dewasa anak hanya menyukai 2-3 jenis buah saja serta tidak terbiasa untuk mengkonsumsinya setiap hari.

Masalah sulit makan disebabkan oleh beberapa faktor, yang pertama adalah faktor ibu. Biasanya ibu yang kurang pengertian kepada anaknya atau sebaliknya, ibu *over protective* pada anaknya. Paling sering ditemui adalah jadwal makan yang tidak sesuai dengan kebutuhan anak. Biasanya anak tidak lapar tetapi dipaksa makan oleh ibunya, anak bosan dengan makanan yang itu-itu saja, anak takut terhadap makanan tertentu, porsi makanan yang terlalu banyak, atau anak menderita penyakit tertentu sehingga nafsu makannya berkurang (biasanya penyakit infeksi) (Imelda, 2015 : 67).

Anak pada usia prasekolah (terutama mulai usia 4 tahun) sudah bisa menerima informasi yang disampaikan oleh orang tua atau pun guru mereka di TK. Menurut buku *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja* anak yang memasuki usia 4 tahun memiliki tingkat berpikir yang lebih maju dan kritis. Mereka akan lebih sering bertanya karena rasa keingin tahunya serta mulai memahami apa yang baik dan tidak baik (Syamsu Yusuf, 2000).

Untuk itu diperlukan strategi kampanye yang tepat serta media komunikasi yang efektif dalam penyampaian pesan. *TV commercial (tvc)* merupakan media yang dapat menyampaikan pesan akan pentingnya mengkonsumsi buah setiap hari untuk anak-anak melalui orang tua. Karena *tvc* mempunyai kekuatan yang luar biasa melalui kemampuan komunikasi-visualnya dan telah mempengaruhi perilaku masyarakat. Terlebih lagi para orang tua, terutama ibu rumah tangga lebih banyak menghabiskan waktunya dengan menonton televisi setelah mereka melakukan kewajibannya (membersihkan rumah, memasak, mengantar dan menunggu anak di TK, dll). Dengan tayangan yang berulang-ulang, *tvc* diharapkan mampu mempengaruhi orang tua agar dapat membiasakan diri memberikan buah-buahan setiap hari kepada anak.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang di atas, penulis melihat perlunya mengkampanyekan membiasakan diri makan buah setiap hari bagi anak usia 4-6 tahun melalui orang tua. Dengan dibuatnya perancangan *tvc* tersebut diharapkan orang tua anak usia 4-6 tahun lebih mengerti akan pentingnya mengkonsumsi

buah-buahan setiap hari untuk anak mereka. Dengan begitu diharapkan dapat mengurangi permasalahan gizi terhadap anak-anak.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Anak-anak di Kota Bandung banyak yang mengalami kurang gizi.
2. Anak cenderung memilih-milih makanannya (*picky eater*) terutama buah-buahan.
3. Kurangnya kesadaran dari orang tua untuk membiasakan makan buah setiap hari untuk anak.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pengidentifikasian masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kampanye sosial untuk orang tua anak usia 4-6 tahun tentang membiasakan makan buah setiap hari ?
2. Bagaimana perancangan kampanye sosial untuk orang tua anak usia 4-6 tahun tentang membiasakan makan buah setiap hari ?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan penelitian dan perancangan untuk tugas akhir ini, penulis menetapkan batasan sebagai berikut :

1. Apa

Permasalahan kurangnya konsumsi buah untuk anak usia 4-6 tahun diidentifikasi adalah sebab dari orang tua yang kurang edukasi dan anak itu sendiri.

2. Siapa

Objek penelitian penulis adalah anak berusia 4-6 tahun dan orang tuanya terutama ibu.

3. Mengapa

Perancangan media memfokuskan pada orang tua anak usia 4-6 tahun yang masih belum memahami pentingnya konsumsi buah-buahan untuk anak mereka setiap hari.

4. Dimana

Kampanye sosial ini akan dilakukan di Kota Bandung.

5. Kapan

Kampanye sosial makan buah setiap hari untuk anak melalui edukasi orang tua ini akan dilakukan pada tahun 2016 dimulai dari bulan Juli.

6. Bagaimana

Melalui pendekatan bagaimana orang tua anak mengasuh dan mendidik mereka.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan kampanye sosial adapun sebagai berikut :

1. Membuat strategi kampanye sosial makan buah setiap hari di kalangan anak usia dini (4-6 tahun).
2. Memanfaatkan media yang efektif untuk mengkampanyekan pentingnya makan buah setiap hari bagi pertumbuhan dan perkembangan anak usia 4-6 tahun melalui edukasi kepada orang tua.

1.5 Manfaat Perancangan

Perancangan kampanye sosial ini diharapkan dapat bermandaat bagi masyarakat umum, akademis serta bagi penulis dan rekan-rekan seprofesi, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat Umum

Manfaat untuk masyarakat umum adalah untuk menginformasikan bahwa makan buah setiap hari adalah salah satu cara untuk mencukupi kebutuhan gizi yang dibutuhkan oleh tubuh, terutama untuk anak-anak usia 4-6 tahun.

2. Bagi Akademis

Manfaat untuk akademisi Telkom University adalah sebagai salah satu kontribusi ilmu dalam Desain Komunikasi Visual dan menjadikan perancangan kampanye sosial ini mampu memberikan solusi yang tepat melalui karya seni/desain yang sesuai dengan permasalahan makan buah setiap hari untuk anak-anak.

3. Bagi Penulis dan Rekan-rekan Seprofesi

Manfaat yang diperoleh penulis adalah ikut membantu permasalahan yang terjadi di masyarakat tentang fenomena *picky eater* terutama buah-buahan yang terjadi pada anak-anak usia 4-6 tahun melalui edukasi kepada orang tua agar lebih memperhatikan pola konsumsi anak-anak mereka serta menambah wawasan penulis akan pentingnya makan buah setiap hari dan manfaatnya bagi kesehatan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Yang Digunakan

Metode yang penulis gunakan dalam perancangan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*. Obyek dalam penelitian kualitatif adalah obyek yang alamiah, atau *natural setting*, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode naturalistik (Sugiyono, 2014 : 1-2).

1.6.2 Cara Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis melakukan observasi dan pencatatan, wawancara, serta studi pustaka.

1. Observasi dan Pencatatan

Observasi dan pencatatan yang penulis lakukan adalah dengan ke sekolah taman kanak-kanak untuk mengetahui karakter anak prasekolah serta kebiasaan mereka. Penulis juga melakukan observasi ke Dinas Kesehatan

guna untuk mendapatkan data / informasi mengenai kondisi kesehatan warga Kota Bandung.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada dokter serta ahli gizi guna untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan gizi serta konsumsi buah-buahan. Selain itu wawancara juga dilakukan penulis kepada beberapa orang tua siswa TK Mutiara dan juga Dinas Kesehatan Kota Bandung guna untuk memperoleh informasi mengenai program mengkonsumsi buah dan sayur.

3. Kuisioner (Angket)

Penulis akan membagikan angket serta kuisioner kepada orang tua siswa TK Mutiara untuk mendapatkan informasi bagaimana konsumsi buah-buahan pada anak serta gaya hidup. Selain itu kuisioner dibagikan untuk mengetahui media apa yang mereka sukai dalam menyampaikan sebuah pesan.

4. Studi Literatur

Pada pengumpulan data ini, penulis melakukan studi pustaka dengan mencari buku teori, literatur serta buku pendukung lainnya seperti pencarian data di internet guna untuk menguatkan alasan penulis untuk merancang kampanye sosial ini. Serta melakukan pengamatan fenomena yang terjadi dengan menjadikan situs internet serta artikel majalah sebagai data sekundernya.

1.6.3 Analisis

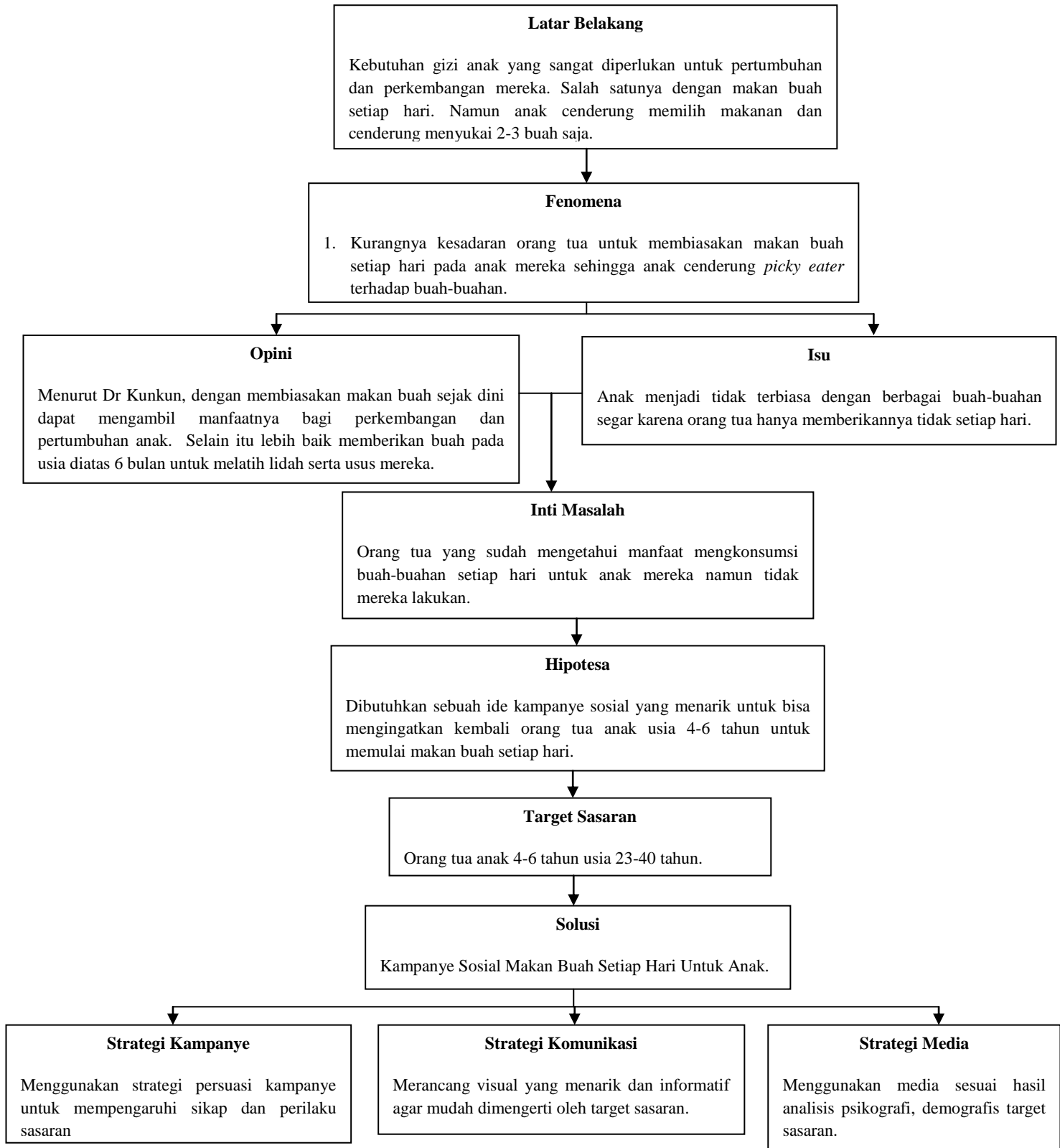
1. SWOT

Metode SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunity, Threat*) merupakan perencanaan strategis untuk memahami informasi yang dikumpulkan dan mengidentifikasi problem utama. Berupa mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang / kesempatan, serta ancaman. Kekuatan dan kelemahan merupakan aspek internal, dan peluang serta ancaman adalah aspek eksternal di lingkungan pemasaran.

2. AISAS

Metode AISAS, yaitu sebuah metode yang diciptakan oleh *Dentsu Agency* yang merupakan pengembangan dari metode komunikasi sebelumnya. Pada AISAS yaitu *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*. Yang mana pada tahapannya merupakan kegiatan mengumpulkan serta membagikan informasi dengan menggunakan *word of mouth* sehingga biaya pemasaran bisa ditekan.

1.7 Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka perancangan

Sumber : Data Penulis

1.8 Pembabakan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibutuhkan gambaran singkat setiap bab agar kampanye sosial makan buah setiap hari bagi anak-anak lebih terperinci dan memudahkan dalam menguraikan masing-masing bab. Bab-bab tersebut adalah :

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang penjelasan permasalahan, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, pengumpulan data serta skema perancangan dan pembabakan

BAB II : Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran tentang media apa yang akan dipakai untuk kampanye sosial.

BAB III : Data dan Analisis Masalah

Menjelaskan tentang data dan analisis data. Data yang berkaitan dengan objek perancangan, lembaga yang bekerjasama, proyek sejenis, macam-macam buah serta manfaatnya dan acuan apa yang ingin dipakai dalam pembuatan media. Analisis berisi pengolahan data yang berkaitan dengan objek perancangan.

BAB IV : Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep yang berkaitan dengan media perancangan. Berupa konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media dan juga konsep visual yang digunakan dalam perancangan.

BAB V : Kesimpulan

Berupa saran dan kesimpulan yang diberikan oleh pembimbing dan penguji untuk perancangan yang dibuat oleh penulis.