

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketergantungan masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi tepung terigu dapat dikatakan cukup tinggi. Di antara berbagai macam produk pangan yang diolah menggunakan tepung, sebagian besar menggunakan tepung terigu. Berdasarkan data di atas dapat memperlihatkan bahwa perkembangan tingkat konsumsi produk gandum masyarakat perkapita dari tahun ketahun semakin meningkat. Tingginya masyarakat yang mengonsumsi tepung terigu yang mana juga memberikan dampak negatif bagi kesehatan, terutama pada anak autis dan diketahui bahwa tepung terigu mengandung gluten yang tidak dapat dikonsumsi atau dicerna dengan baik oleh anak autis atau penderita diabetes. Kebanyakan anak Autis mempunyai permasalahan umum yaitu dimana mereka sulit untuk mencerna/ memecah protein gluten. Gluten sendiri tidak baik jika dikonsumsi terlalu oleh siapa pun namun gluten sendiri dapat memberikan dampak yang lebih buruk jika dikonsumsi oleh anak autis karena dapat terjadinya peningkatan permeabilitas usus (leaky gut), sehingga memungkinkan peptide dari gluten tidak tercerna dan keluar dari dinding usus masuk aliran darah (Nugraheni, 2008).

Dampak negatif apabila mengonsumsi gluten bagi masyarakat yang memilih bahan pangan yang mementingkan pola hidup yang sehat akan berpengaruh buruk bagi kesehatan mereka.. Gluten dianggap berbahaya karena dapat mempengaruhi sistem kerja lambung, usus, dan sering memunculkan reaksi alergi kepada anak autis.. Gangguan pencernaan bagi penderita penyakit celiac bahkan dianjurkan untuk menghentikan dalam mengonsumsi bahan makanan yang mengandung gluten. Karena dapat merusak dinding usus dan akhirnya mengganggu penyerapan nutrisi. Bahkan bahaya dalam mengonsumsi gluten hingga sampai merusak otak khususnya bagi penderita alzheimer dan demensia karena gangguan flora usus yang diakibatkan oleh gluten ternyata juga meningkatkan risiko demensia dan penyakit alzheimer

Salah satu sumber pangan pengganti terigu yang mengandung tidak gluten adalah tapioka. Keistimewaan tepung tapioka adalah tidak mengandung gluten, sehingga aman bagi masyarakat yang mengurangi konsumsi terigu. Tapioka sendiri dapat menangkal pertumbuhan sel kanker karena mengandung linamarin didalamnya. Dalam Tapioka Rose Brand tidak memiliki kandungan Gluten yang akan berdampak buruk bagi pencernaan dan meningkatnya ke hiperaktifan anak Autis akibat mengkonsumsi asupan makanan yang mengandung Gluten. Namun, promosi yang dilakukan Rose Brand sebelumnya, tidak mengkaitkannya secara khusus bahwa Tapioka Rose Brand baik dikonsumsi oleh anak penyandang Autis. Rose Brand hanya fokus dengan tujuan awal yaitu dengan melestarikan jajanan khas nusantara dan mengunakan produk Rose Brand sebagai bahan pembuatan kue. Promosi yang Rose Brand lakukan pun belum cukup tersampaikan oleh para ibu yang memiliki serta informasi yang mendetail tentang kelebihan produk Tapioka Rose Brand bisa dibilang memang belum cukup terealisasikan oleh pihak Rose Brand menurut Bapak Stephanus Christian Johannes selaku Kepala Bagian Promosi di PT.Sungai Budi Grup, Rose Brand.

Dengan beberapa faktor-faktor diatas, maka penulis berencana menjadikan promosi Tepung TapiokaRose Brand sebagai tema untuk menyelesaikan tugas akhir. Memberikan informasi lebih tentang keunggulan dan manfaat Tapioka Rose Brand sebagai pengganti asupan makanan untuk masyarakat yang peduli kesehatan dan memberikan kesadaran terhadap orang tua khususnya ibu dalam memberikan makanan pada anak Autis. Dengan harapan agar ibu lebih disiplin dalam memilih makanan yang tepat sehingga perilaku serta perkembangan anak dapat kembali normal dan sehingga target audiens mengetahui informasi produk yang memiliki kelebihan layak konsumsi oleh tubuh bagi kesehatan. Tentunya Rose Brand sudah melakukan banyak macam bentuk promosi namun belum dirasakan bahwa hasilnya efektif dan belum menuju khalayak sasaran yang potensial . Dengan adanya promosi yang mendetail, penulis berharap Tapioka Rose Brand dapat mencapai target penjualan yang diinginkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dibawah ini adalah identifikasi masalah dalam penulisan ini :

1. Meningkatnya bahaya gluten yang terjadi di Indonesia karena terlalu banyak masyarakat mengkonsumsinya.
2. Banyaknya masyarakat yang belum mengetahui bahwa Tapioka Rose Brand tidak mengandung Gluten.
3. Kurangnya promosi mendetail yang dilakukan pihak Rose Brand bahwa Tapioka Rose Brand karena tidak mengandung Gluten.

1.3 Rumusan Masalah

rumusan masalah dalam penulisan penulisan ini :

1. Bagaimana strategi perancangan promosi untuk membuat orang tua khususnya ibu tertarik mengonsumsi Tepung Tapioka Rose Brand sebagai pengganti bahan pembuatan kue serta dapat meningkatkan jumlah penjualan?
2. Bagaimanakah rancangan media dan visual untuk mempromosikan tepung Tapioka Rose Brand dengan fenomena bahaya saat masyarakat terlalu banyak mengonsumsi gluten?

1.4 Ruang Lingkup

Agar pembahasan lebih terarah, maka penulis menuliskan ruang lingkup penulisan. Promosi Tepung Tapioka Rose Brand dilakukan guna memberitahukan kepada orang tua khususnya ibu yang berusia 25-35 tahun. Tepung Tapioka Rose Brand dapat dijadikan sebagai bahan pengganti pembuatan kue agar kue yang dibuat lebih sehat dan baik juga untuk anak penyandang Autis, dimana tidak mengandung Gluten. Serta bertujuan untuk memberikan kesadaran bagi para ibu untuk lebih memperhatikan makan yang mengandung Gluten yang akan berdampak buruk bagi anak kesehatan keluarga. Membantu penulis memfokuskan target audiens dengan membatasi permasalahan atau fenomena yang telah dijabarkan dalam menyusun perancangan Promosi Tepung Tapioka Rose Brand.

Promosi ini rencananya akan dilaksanakan di Kota Bandung berdasarkan jumlah penyandang Autis pada anak yang kian semakin meningkat dalam tiaptahunnya yaitu sebesar 31.322 jiwa. Bandung menjadi kota pertama di Jawa

Barat yang angka penyandanginya semakin bertambah. Perancangan Promosi ini bertujuan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Penulisan yang dilakukan pada Agustus 2017 hingga Agustus 2018.

1.5 Tujuan Perancangan

Dalam proses perancangan ini hendaknya ada beberapa tujuan yaitu :

1. Terancangnyastrategi promosi guna membuat orang tua khususnya ibu tertarik mengkonsumsi Tepung Tapioka Rose Brand sebagai pengganti bahan pembuatan kue serta dapat meningkatkan jumlah penjualan.
2. Terancangnya media visual untuk mempromosikan tepung Rose Brand dengan fenomena bahaya saat masyarakat terlalu banyak mengkonsumsi gluten?

1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan ini :

1. Untuk Penulis
 - a. Memenuhi Syarat kelulusan untuk menyelesaikan studi Sarjana Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.
 - b. Memberi penulis kesempatan untuk mengembangkan wawasan dan berpikir kreatif dalam memecahkan suatu masalah dengan solusi di bidang *Advertising*, Desain Komunikasi Visual.
2. Bagi Pembaca
 - a. Menjawab pertanyaan pembaca seputar strategi perancangan promosi yang baik untuk membuat target audiens tertarik untuk menggunakan sehingga meningkatkan jumlah penjualan Tepung Tapioka Rose Brand.
 - b. Menjadi acuan untuk ikut berpikir secara luas untuk bereksplorasi dengan ide baru namun tetap fokus pada pemecahan permasalahan yang sebenarnya.
3. Bagi Akademik

- a. Membangun kerja sama antara klien dengan instansi serta menjalin hubungan yang sekiranya akan memperluas informasi.
- b. Menjadi salah satu referensi dalam menyelesaikan suatu permasalahan dengan cara Desain Komunikasi Visual.

1.7 Metode Penelitian

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dilakukan di PT Sungai Budi, Rose Brand dengan melihat bagaimana Rose Brand melakukan promosi sebelumnya dan pengamatan melalui data yang diperjelaskan kembali oleh pihak Rose Brand yaitu bapak Stephanus Christian Johaness selaku kepala promosi Rose Brand serta observasi dilakukan di sekolah swasta Lembaga Pelita Hafizh dengan melakukan pengamatan kepada Ibu berusia 25-35 tahun yang memiliki anak yang berkebutuhan khusus dan ibu yang peduli kesehatan anaknya dengan kelas sosial dimana Ibu kurang memiliki pengetahuan tentang Gluten.

2. Wawancara

Wawancara ini dilakukan dengan beberapa narasumber yaitu, Bapak Stephanus Christian Johaness selaku kepala promosi Rose Brand, Ahli Gizi dengan ibu Euis Deningsih, S.ST, Ibu-ibu yang memiliki anak Autis baik secara langsung dan tidak langsung melalui sosial media.

3. Kuisioner

Kuisioner merupakan bagian dari survey topik yang akan diangkat. Pertanyaan kuisioner ini dilakukan beberapa ibu-ibu di Kota Bandung, tempat melakukan pengisian kuisioner diberbagai sekolah luar biasa dan sekolah khusus untuk anak-anak autis.

4. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori yang berhubungan dengan penelitian serta topik yang diangkat seperti teori Promosi, Strategi media dan visual, Teori tentang Gluten dan Kasein, Teori Desain Komunikasi Visual pada buku teori.

5. Literatur

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mencari artikel dan jurnal yang terkait dengan topik dan hasil penelitian yang bersumber dari internet.

1.8 Metode Analisis

Penulis mengamati berdasarkan promosi yang pernah dilakukan sebelumnya atau bahkan promosi sejenis yang serupa dengan cara yang sama. Penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode analisis *SWOT*. Mengacu pada definisi yang dikemukakan Kotler (2010), metode analisis *SWOT* adalah bentuk dari evaluasi secara menyeluruh mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman sebuah perusahaan.

1. **Strength** Faktor-faktor internal kekuatan dan keunikan dari sebuah perusahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi kemampuan internal perusahaan, dan juga kelebihan-kelebihan atau faktor positif yang dimiliki oleh perusahaan.
2. **Weakness** Meliputi keterbatasan internal perusahaan, kekurangan-kekurangan dan hal-hal negatif yang dimiliki perusahaan yang bisa mengganggu kinerja perusahaan.
3. **Opportunity** Merupakan peluang yang muncul atau akan muncul dari faktor eksternal sebuah brand atau perusahaan.
4. **Threat** Merupakan faktor pengancam yang sekiranya dapat mengganggu atau menjadi penghalang sebuah produk untuk berkembang.

1.9 Kerangka Perancangan

LATAR BELAKANG FENOMENA

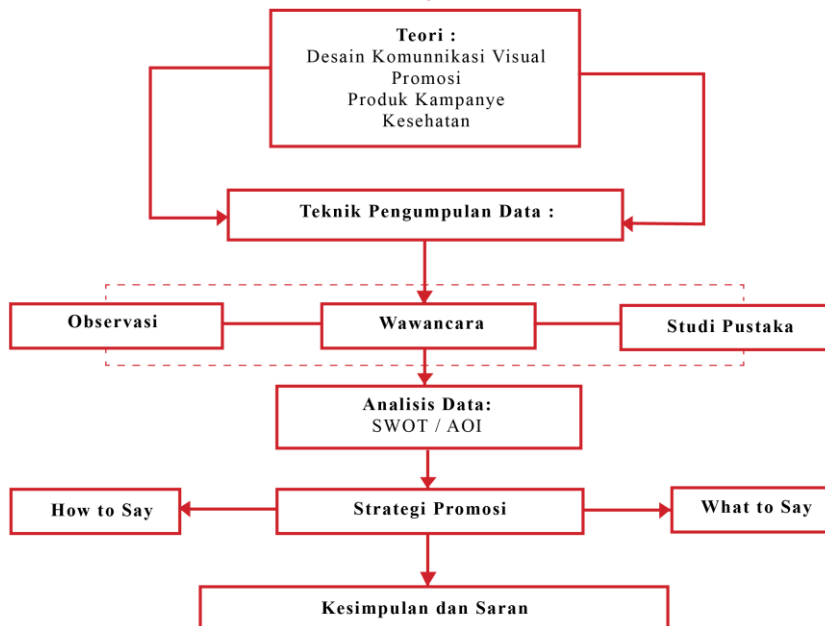
Tingginya konsumsi tepung terigu yang mana juga memberikan dampak negatif bagi kesehatan, terutama pada anak autis dan diketahui bahwa tepung terigu mengandung gluten yang tidak dapat dikonsumsi dengan baik oleh anak autis dan penderita diabetes. Kebanyakan anak penyandang Autis mempunyai masalah dalam proses mencerna/ memecah protein gluten. Gluten sendiri tidak baik jika dikonsumsi terlalu oleh siapa pun namun gluten sendiri dapat memberikan dampak yang lebih buruk jika dikonsumsi oleh anak autis karena dapat terjadinya peningkatan permeabilitas usus (leaky gut), sehingga memungkinkan peptide dari gluten tidak tercerna dan keluar dari dinding usus masuk aliran darah. Dampak negatif apabila mengkonsumsi gluten bagi masyarakat yang memilih bahan pangan yang mementingkan pola hidup yang sehat akan berpengaruh buruk bagi kesehatan mereka.

IDENTIFIKASI MASALAH

1. Meningkatnya bahaya gluten yang terjadi di Indonesia karena terlalu banyak masyarakat mengkonsumsinya.
2. Banyaknya masyarakat yang belum mengetahui bahwa Tapioka Rose Brand tidak mengandung Gluten.
3. Kurangnya promosi mendetail yang dilakukan pihak Rose Brand bahwa Tapioka Rose Brand karena tidak mengandung Gluten

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana strategi perancangan promosi untuk membuat orang tua khususnya ibu tertarik mengonsumsi Tepung Tapioka Rose Brand sebagai pengganti bahan pembuatan kue serta dapat meningkatkan jumlah penjualan?
2. Bagaimanakah rancangan media dan visual untuk mempromosikan tepung Tapioka Rose Brand dengan fenomena bahaya saat masyarakat terlalu banyak mengonsumsi gluten?



1.10 Pembabakan

Dalam penyajian tugas akhir ini, digunakan sistematika penulisan berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan latar belakang masalah atau kejadian fenomena yang diangkat menjadi topik tugas akhir dan mengarah pada permasalahan. Permasalahan meliputi identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah. Didalam bab I ini pun disertakan tujuan perancangan, cara mengumpulkan data, metode yang akan digunakan untuk melakukan penulisan ini.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini penulis menjelaskan teori-teori sebagai landasan dalam melaksanakan perancangan strategi dan media yang tepat serta terarah bagi masyarakat Kota Bandung khususnya ibu ibu kaula muda yang memiliki anak berusia 8-15 tahun. Teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual dan teori pendukung lainnya yang dapat dijadikan teori pendukung dalam topik yang sedang diteliti.

BAB III DATA dan ANALISIS MASALAH

Pada bab ini berikan data-data yang sudah didapat dan dikumpulin penulisan melalui wawancara, obsevasi, dan studi pustaka, serta menjelaskan analisis terhadap masalah yang diangkat untuk perancangan tugas akhir.

BAB IV KONSEP dan HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan penjelasan konsep perancangan dimulai dari ide besar, pendekatan, media dan visual guna memperoleh hasil perancangan benar.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya dan pada waktu sidang.