

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keanekaragaman hayati yang sangat lengkap. Hal ini menyebabkan Indonesia menjadi negara yang sangat potensial untuk menemukan berbagai pengobatan herbal terbaik di dunia. Di mana tanaman herbal dapat tumbuh subur di Indonesia. Tanaman herbal merupakan bahan utama dalam pembuatan jamu.

Jamu adalah salah satu minuman tradisional yang masih ada hingga saat ini. Jamu merupakan minuman sekaligus obat yang terbuat dari bahan-bahan alami seperti tumbuhan, daun-daunan, akar tanaman, dan buah. Ada pula yang terbuat dari beberapa bagian hewan seperti empedu kambing dan telur ayam kampung.

Berdasarkan pada bahan yang alami yang digunakan, jamu terbagi menjadi beberapa jenis seperti beras kencur, kunyit asem, jahe merah, gula asem, rosella dan alang-alang. Masing-masing jenis tersebut memiliki manfaat yang berbeda, misalnya beras kencur yang terbuat dari bahan seperti beras, kencur, jahe, dan gula merah yang biasa diminum oleh anak-anak untuk menambah daya tahan tubuh serta meningkatkan nafsu makan.

Minum jamu di kalangan masyarakat Indonesia sudah menjadi hal yang biasa, sehingga jamu yang dulunya hanya dinikmati oleh kalangan tertentu saja, kini dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat mulai dari yang tua dan yang muda, anak-anak hingga dewasa. Namun jamu telanjur identik dengan minuman orang-orang tua. Sehingga jarang sekali anak

muda yang meminum minuman tradisional tersebut, dan berdampak pada kurangnya pemahaman anak muda mengenai manfaat dari jamu dan mulai meninggalkannya.

Hal tersebut membuat popularitas jamu semakin surut, hingga tren hidup sehat dan alami marak pada tahun 2000-an, membuat pamor jamu sedikit demi sedikit mulai kembali ke permukaan. Bahkan tak sedikit kedai yang menyediakan jamu sebagai menu utama, namun dari beberapa kedai tersebut masih terlihat ketinggalan jaman, maka dari itu dibuatlah sebuah kedai jamu yang modern tapi tidak menghilangkan kesan klasik, untuk menarik minat anak mudadan mengenalkan kembali jenis serta manfaat dari jamu, kedai tersebut adalah Toko Jamu Engku.

Toko Jamu Engku berdiri pada tahun 1978, awalnya kedai jamu tersebut adalah rumah dari seorang tabib yang biasa menyembuhkan orang sakit dengan cara memberikan obat berupa jamu. Seiring berjalannya waktu banyak pengunjung yang datang hanya untuk membeli jamu, maka dari itu dibuatlah sebuah kedai jamu kecil di daerah Antapani, atau lebih tepatnya di Jalan Sulaksana I No. 4, Bandung.

Jamu yang dijual di kedai tersebut merupakan hasil racikan sendiri yang terbuat dari bahan alami. Toko Jamu Engku menjual dua tipe jamu yaitu, Jamu Gendong yang berupa jamu serbuk dan Jamu Istimewa yang diracik dengan menggunakan bahan alami terbaik dan dipercaya lebih manjur dan berkhasiat. Jamu tersebut dibuat tanpa menggunakan bahan pengawet, sehingga hanya mampu bertahan maksimal 3 hari saja dalam lemari pendingin. Saat ini Toko Jamu Engku dikelola oleh generasi ke-3, di tangan generasi ini mulai banyak inovasi yang dilakukan dan menjadikan mahasiswa serta karyawan muda sebagai target pasar utama mereka.

Namun kurangnya promosi yang dilakukan, membuat Toko Jamu Engku jarang diketahui oleh masyarakat. Maka dari itu dibutuhkan sebuah media promosi yang dapat memberi informasi tentang Toko Jamu Engku serta meningkatkan minat masyarakat terhadap jamu.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam perancangan media promosi ini antara lain:

- a. Jamu sebagai warisan budaya Indonesia sudah mulai ditinggalkan.
- b. Kurangnya pemahaman anak muda terhadap manfaat jamu.
- c. Kedai jamu yang ada terlihat ketinggalan jaman.
- d. Belum adanya kedai jamu yang modern dan dapat menarik minat anak muda.
- e. Kurang gencarnya promosi yang dilakukan oleh Toko Jamu Engku.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, berikut rumusan masalah yang dapat disimpulkan:

- a. Bagaimana cara meningkatkan minat serta pengetahuan anak muda terhadap jamu?
- b. Media apa saja yang akan digunakan agar pesan pada promosi Toko Jamu Engku dapat menarik minat anak muda?

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka batasan masalahnya adalah bagaimana strategi promosi Toko Jamu Engku agar dapat menarik minat target primer maupun sekunder serta memberi pengetahuan tentang manfaat dari jamu.

1.5 Solusi

Berdasarkan permasalahan dan uraian sebelumnya, maka disimpulkanlah sebuah solusi untuk perancangan media promosi ini yang akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan dan strategi komunikasi yang digunakan. Solusi yang diambil yaitu “melakukan promosi Toko Jamu Engku dengan *me-rebranding* toko tersebut menjadi lebih modern dengan sentuhan klasik”.

1.6 Tujuan Dan Manfaat

1.6.1 Tujuan Penelitian

Perancangan promosi ini bertujuan untuk menciptakan *image* baru dari Toko Jamu Engku serta mengajak anak muda untuk melestarikan jamu sebagai minuman tradisional Indonesia serta mengetahui manfaat yang terkandung dalam jamu.

1.6.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan masalah yang telah dijelaskan di atas maka manfaat penelitiannya adalah:

- a. Target menjadi tahu apa saja manfaat dari jamu.
- b. Target juga menjadi tahu bahwa Toko Jamu Engku menjadi salah satu kedai jamu yang melestarikan minuman tradisional jamu.
- c. Perancangan promosi pada penelitian ini juga dapat menjadi pengetahuan bagi masyarakat yang belum mengetahui tentang manfaat jamu.

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan dan Tylor dalam Moleong, 1990: 3). Dan sedangkan metode pengumpulan data untuk mendapatkan data-data yang dapat mendukung penelitian ini dibagi menjadi 4 bagian yaitu:

1.7.1 Literatur

Penelitian literatur atau pustaka dilakukan untuk mendapatkan teori yang berguna sebagai pendukung data-data dan informasi dalam penelitian. Pengumpulan data-data tersebut dapat diambil dari buku-buku dan situs yang mendukung.

1.7.2 Observasi

Metode pengumpulan observasi dilakukan dengan cara melakukan wawancara pemilik Toko Jamu Engku dan para penjual jamu. Pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dan kuesioner.

1.7.3 Kuesioner

Pengumpulan data menggunakan kuesioner ini dilakukan dengan cara menyebarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti kepada target dengan tujuan target dapat menjawab secara terbuka pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan tersebut.

1.7.4 Dokumentasi

Mendokumentasi proses pengumpulan data dalam bentuk foto sebagai salah satu pendukung lainnya.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, indentifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, solusi, tujuan dan manfaat, metode penelitian, dan sisitematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung dalam pembahasan masalah serta membantu dalam menjawab persoalan yang terdapat pada penelitian ini seperti teori desain komunikasi visual, perancangan promosi, media dan lain-lain.

BAB III ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tentang semua data yang dimiliki oleh penulis seperti hasil wawancara, hasil kuesioner dan lain-lain.

BAB IV Menjelaskan tentang konsep perancangan dan hasil perancangan

BAB V Kesimpulan dan penutup