

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Makanan atau pangan merupakan sebuah kebutuhan bagi manusia dalam melangsungkan aktivitas setiap hari. Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan Pangan, bahan baku Pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman (UU Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan). Pangan harus diolah dan disimpan secara benar. Setiap makanan selalu mengalami proses penyediaan, pemilihan bahan mentah, pengolahan, penyimpanan, sampai penyajian. Apabila tidak dilaksanakan pengawasan pangan secara baik dan benar, semua tahapan tersebut memiliki risiko penyebab terjadinya keracunan pangan (Agus Handoyo, 2014).

Pangan yang tercemar oleh mikroba merupakan salah satu masalah utama keamanan pangan yang sering dijumpai. Berdasarkan data Kejadian Luar Biasa (KLB) keracunan pangan Badan POM RI dari tahun 2001-2009 menunjukkan bahwa, rata-rata persentase penyebab KLB keracunan pangan adalah akibat cemaran mikroba sebesar 23,41%. Pada kasus tersebut penyebab keracunan terbanyak berasal dari masakan rumah tangga dengan rata-rata persentase sebesar 38,69% (Yustina Muliani, 2010).

Faktor keracunan pangan di rumah tangga dapat disebabkan oleh pengolahan dan penyimpanan bahan makanan yang kurang baik. Dikenal istilah *cross contamination* (kontaminasi silang), yakni bakteri dari salah satu sumber yang tercemar pindah ke sumber yang baru saja dimasak. Pencemaran silang ini dapat melalui alat-alat dapur, atau salah meletakkan pangan dalam lemari pendingin sehingga bahan pangan menjadi tercemar. Menurut FAO (*Food and Agriculture Organization*), sebagian besar terjadinya keracunan makanan disebabkan oleh mikroba dan racun yang dikeluarkan oleh mikroba tersebut (Anies, 2015: 232).

Keluarga yang sehat berawal dari pangan yang aman dan berkualitas. Untuk mewujudkannya dimulai dari kondisi dapur yang sehat sebagai pusat mengolah pangan. Ibu rumah tangga sangat berperan dalam mewujudkan hal tersebut. Dengan cara membeli bahan pangan yang segar dan mengolah pangan menjadi makanan lezat bagi keluarga. Oleh karena itu pendidikan keamanan pangan sangat diperlukan bagi setiap anggota keluarga. Pendidikan keamanan pangan memberi informasi mengenai bahaya penanganan pangan yang buruk dan cara menghindari terjadinya keracunan pangan (Yustina Muliani, 2010).

Melalui informasi atau pesan keamanan pangan, diharapkan masyarakat mendapatkan pengetahuan yang lebih baik sehingga dapat menggugah dan memotivasi masyarakat agar merubah perilaku untuk mendapatkan keamanan pangan yang lebih terjaga. Kurangnya pengetahuan mengenai pengolahan pangan yang baik menyebabkan konsumen terbiasa mengolah pangan dengan cara yang salah sehingga pangan yang dihasilkan memiliki risiko terhadap kesehatan. Untuk itu konsumen harus berperan aktif dengan melakukan tindakan agar pangan yang dikonsumsi berkurang bahayanya sehingga dapat melindungi diri dan keluarganya dari keracunan pangan.

Sanitasi pangan merupakan langkah pencegahan terjadinya keracunan makanan. Kegiatan ini berpusat pada tindakan agar menghindari makanan dari faktor yang menjadi ancaman bagi kesehatan. Dimulai dari proses memproduksi makanan, selama pengolahan, penyiapan, pengangkutan, hingga makanan tersebut siap untuk dikonsumsi (Anies, 2015: 235).

World Health Organization (WHO) telah mengembangkan pesan keamanan pangan yang bertajuk "Lima Kunci untuk Keamanan Pangan" (Yustina Muliani, 2010: 2). Kegiatan penyebar luasan pesan ini diharapkan dapat mengurangi praktek higiene dan sanitasi yang buruk, dengan demikian dapat mengurangi terjadinya keracunan pangan.

Namun, kegiatan kampanye tersebut tidak banyak diketahui oleh masyarakat luas khususnya ibu rumah tangga, padahal kampanye tersebut sangat erat kaitannya dengan kegiatan sehari-hari dan dapat mencegah keracunan pangan yang terjadi didalam keluarga. Jika kampanye ini dikelola dengan baik, diasumsikan dapat mengurangi Kejadian Luar Biasa (KLB), keracunan

makanan, meningkatkan angka kesejahteraan di dalam keluarga, dan menekan angka kematian akibat keracunan pangan (Yustina Muliani, 2010: 5).

Melihat fenomena tersebut, penulis menjadikan sanitasi pangan sebagai tema untuk menyelesaikan tugas akhir. Menginformasikan hal-hal yang seharusnya dilakukan pada saat proses pengolahan makanan dengan baik, sehingga kasus keracunan pangan dapat ditanggulangi. Penulis mengangkat salah satu proses pengolahan yang paling berpengaruh pada Lima Kunci Keamanan Pangan. Memberikan pengetahuan bahwa harus menggunakan alat dapur seperti pisau dan talenan yang berbeda untuk bahan makanan matang dan mentah. Karena pada tahapan ini dapat menjadi pemicu utama terjadinya kontaminasi silang. Penulis berasumsi untuk membuat sebuah *event* yang disertai dengan adanya *ambient media* untuk mengkampanyekan sanitasi pangan dalam mengatasi keracunan pangan di Rumah Tangga. Diharapkan dengan adanya kampanye tersebut dapat mengubah pola pikir, perilaku dan kebiasaan masyarakat khususnya ibu rumah tangga agar lebih cermat dan cerdas dalam mengatasi keracunan makanan.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Pangan apabila tidak diawasi dengan baik dan benar akan memiliki risiko penyebab terjadinya keracunan makanan.
2. Keracunan makanan terjadi akibat adanya kontaminasi silang.
3. Kurangnya informasi menyebabkan masyarakat terbiasa mengolah makanan dengan cara yang salah .
4. Masyarakat khususnya ibu rumah tangga tidak mengetahui adanya kampanye Lima Kunci Keamana Pangan (sanitasi pangan).

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana rancangan strategi kreatif kampanye yang tepat agar dapat memberi pemahaman mengenai sanitasi pangan yang benar kepada Ibu Rumah Tangga sehingga terhindar dari kontaminasi silang?

2. Bagaimana rancangan media visual kampanye yang akan dilakukan untuk Ibu Rumah Tangga?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup berfungsi agar pembahasan lebih terarah. Dalam hal ini yang akan penulis lakukan adalah merancang sebuah kampanye sanitasi pangan untuk atasi keracunan makanan akibat masakan rumah tangga. Data Kejadian Luar Biasa (KLB) keracunan pangan dihimpun oleh BPOM menunjukkan bahwa masakan rumah tangga menjadi penyebab terbanyak keracunan pangan.

Kegiatan perancangan kampanye ini akan menyasar kepada Ibu Rumah Tangga usia 30-40 tahun yang berdomisili di Kota Bandung. Kaitannya dengan teori menurut Anderson (dalam Mappiare : 17), Usia 30-40 tahun termasuk kepada tahap usia dewasa awal yang dimulai dari usia 20-40 tahun. Pada usia ini pribadi sudah realistis terhadap situasi-situasi baru dan fleksibel terhadap kenyataan. Selain itu juga memiliki kemauan yang realistis dan memahami bahwa dirinya tidak selalu benar, sehingga terbuka untuk saran demi peningkatan dirinya.

Kampanye ini akan dipublikasikan di Kota Bandung, karena tingginya angka keracunan di Jawa Barat. Banyak kasus keracunan massal akibat olahan pangan rumah tangga terjadi di Jawa Barat, salah satunya di Kota Bandung.

Perancangan kampanye ini bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir dari penulis. Oleh karena itu, perancangan dimulai dari bulan Oktober 2016 hingga Mei 2017.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah didapat, solusi untuk fenomena tersebut adalah dengan diadakannya sebuah perancangan kampanye yang kreatif agar tepat dan sesuai dengan *target audience*. Tidak hanya itu, diperlukan rancangan media yang dapat menyasar *target audience* sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

1.4. Tujuan Perancangan

Dalam proses perancangan ini ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu:

1. Terancangnya rancangan startegi kreatif kampanye yang tepat untuk Ibu Rumah Tangga agar dapat memahami dengan baik sanitasi pangan.
2. Terancangnya konsep media visual yang akan diimplementasikan menjadi media kreatif dan komunikatif untuk Ibu Rumah Tangga sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

1.5. Manfaat Perancangan

Hasil dari proses perancangan yang dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat memberi manfaat kepada penulis, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, instansi terkait, dan masyarakat luas diantaranya:

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan S1 program studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif ,Universitas Telkom.
 - b. Memberikan pengalaman, wawasan dan keterampilan bagi penulis dalam merancang sebuah kampanye kesehatan yang dapat dimanfaatkan orang banyak.
 - c. Membantu Dinas Kesehatan dan Balai Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dalam mengkampanyekan program mereka kepada khalayak masyarakat.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
 - a. Dapat bermanfaat bagi kalangan akademis terutama bagi yang akan melakukan penelitian sejenis.
 - b. Dapat menerapkan ilmu desain komunikasi visual kedalam ruang lingkup kesehatan sehingga memberikan manfaat terhadap bidang keilmuan tersebut.
3. Bagi Instansi terkait
 - a. Dengan adanya penelitian ini memberikan manfaat dalam bentuk kerja sama antara penulis dengan pihak BPOM.
 - b. Membantu pihak BPOM dalam menemukan alternatif rancangan kampanye yang lebih inovatif dan kreatif untuk disampaikan kepada masyarakat.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Pengambilan *sample* sumber dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. (Sugiono, 2009: 297).

1.6.2. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dalam proses pengumpulan data, penulis melakukan wawancara mendalam terhadap pihak Surveilans dan Penyuluhan Keamanan Pangan BPOM Bandung. Bertujuan untuk mendapatkan informasi valid mengenai angka keracunan yang tidak berkurang secara signifikan dan konsep dari Lima Kunci Keamanan Pangan.

2. Observasi

Penulis melakukan observasi terhadap Ibu Rumah Tangga untuk melihat tingkah laku dan kebiasaan mereka dalam penyimpanan, pengolahan, dan penyajian pangan.

3. Studi Pustaka

Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan referensi buku yang berhubungan dengan kampanye, keamanan pangan, gizi, penyakit berbasis lingkungan serta buku yang berhubungan dengan teori desain komunikasi visual. Penulis menggunakan teori dari para ahli dalam buku terkait untuk mendukung perancangan kampanye ini. Tidak hanya itu, penulis juga melakukan analisis jurnal mengenai penelitian terkait yang telah dilakukan sebelumnya.

1.6.3. Metode Analisis

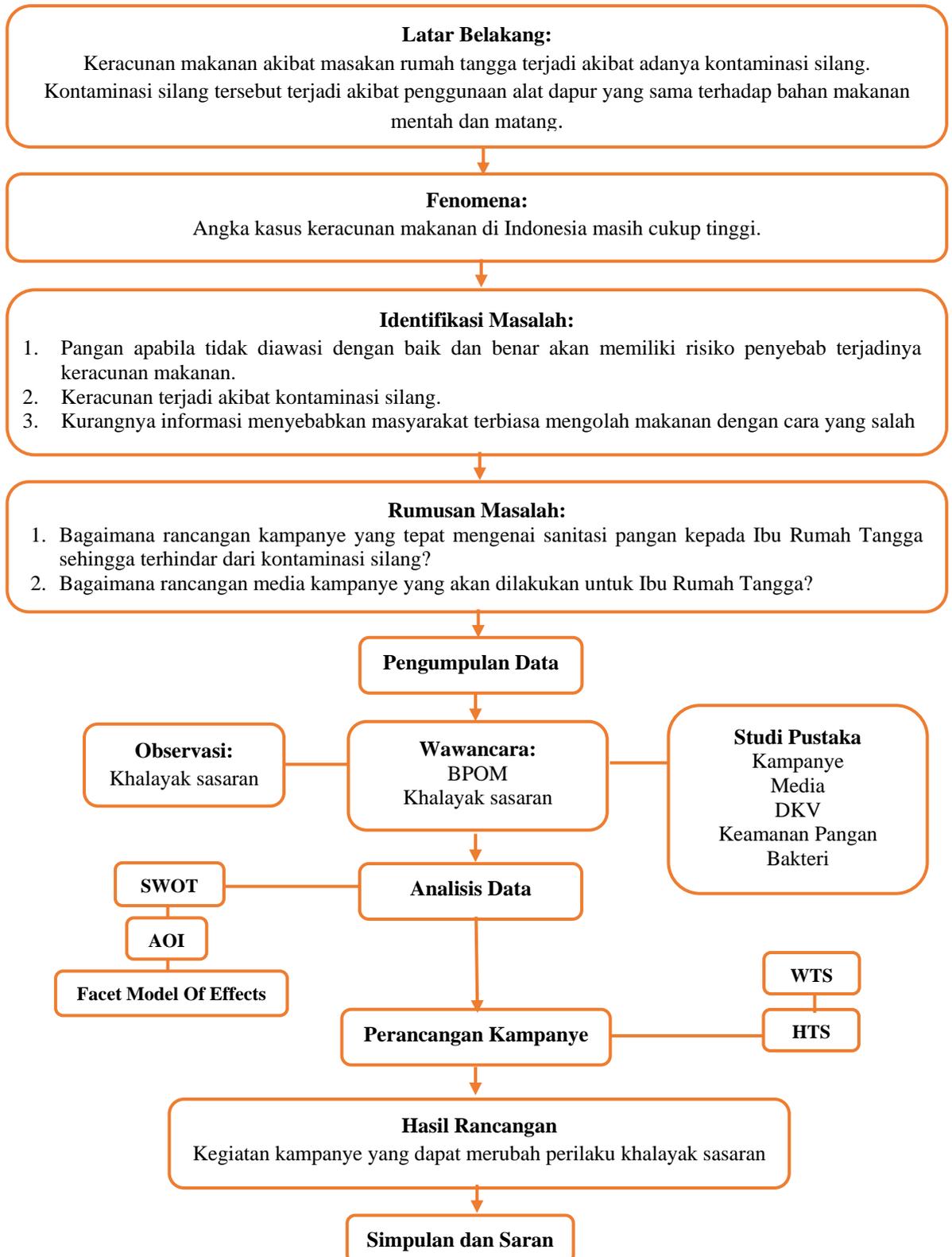
Adapun metode analisis yang penulis gunakan dalam perancangan kampanye ini adalah analisis SWOT. Analisis ini berfungsi untuk membandingkan

beberapa kampanye sejenis untuk dapat dijadikan sebagai acuan dalam membuat strategi yang lebih efektif.

Penulis juga menggunakan analisis *AOI (Activities, Opinion, Interest)* untuk mendapatkan profil psikografis dari konsumen. Analisis *AOI* merupakan beberapa pertanyaan yang dirancang untuk mengenali beberapa aspek yang relevan mengenai kepribadian, motif membeli, minat, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai konsumen (Kotler dan Armstrong, 2004: 292). Dari analisis ini dapat mendeskripsikan konsumen dari segi perilaku mereka, sehingga dapat mengarahkan penulis dalam membuat rancangan kampanye yang sesuai dengan khalayak sasaran.

Adapun metode analisis yang digunakan untuk mencapai respon konsumen dalam perancangan kampanye ini adalah *Facet Model of Effects*. Dimana *advertising* yang efektif akan menciptakan enam respon konsumen yaitu melihat dan mendengar pesan (persepsi), merasakan sesuatu tentang *brand* (emosi atau respon afektif), memahami poin pesan (respon kognitif), mengaitkan kualitas positif dengan *brand* (asosiasi), mempercayai pesan (persuasi), bertindak sesuai dengan yang diharapkan (perilaku). Semuanya akan bekerja sama untuk menciptakan respon terhadap pesan *brand*. Efeknya bersifat holistik dan menimbulkan kesan yang disebut persepsi yang terintegrasi (Moriarty, Sandra. 2011: 133).

1.7. Kerangka Perancangan



Skema 1.1. Kerangka Perancangan

Sumber: Dokumen Penulis

1.8. Rencana Penelitian

No.	Tanggal	Materi	Keterangan
1.	25/07/2016	Menentukan topik dan Judul TA	Sesuai topik masing-masing
2.	24/08/2016	Presentasi TA dengan dosen SDKV V untuk menentukan judul yang tepat	Presentasi
3.	16-17/08/2016	Observasi dan survey lapangan	
4.	21/08/2016	Wawancara narasumber	
5.	22/08/2016	Pembuatan proposal TA BAB 1	
6.	24/08/2016	Asistensi proposal TA BAB 1 dengan dosen SDKV V	
7.	31/08/2016 hingga 19/10/2016	Melengkapi dan memperbaiki proposal TA BAB 1	Perbaikan 1.1. , 1.2., 1.3.
8.	13-20/12/2016	Revisi proposal TA BAB 1	Perbaikan 1.1. , 1.2., 1.3.
9.	14-21/12/2016	Menetapkan What to Say (Pesan) - Analisis khalayak sasaran - Analisis permasalahan	
10.	14/12/2016	Membuat kerangka teori	
11.	16/12/2016	Pembuatan Bab II	
12.	17/12/2016	Analisis data - Data spesifikasi khalayak sasaran - <i>Moodboard</i> khalayak sasaran	Persiapan preview 2
13.	18/12/2016 19/12/2016	Pembuatan Bab III - Perancangan strategi komunikasi - Referensi visual - Konsep media Facet Model of Effect - <i>Time schedule</i> media	
14.	20/12/2016	Pembuatan Bab IV	
15.	22/12/2016	Pengumpulan Bab I sampai Bab IV	SDKV V
16.	03/01/2017 18/01/2017	Preview 2 rencana visual	Revisi penulisan perkuat metode
17.	21/01/2017	Menemukan strategi untuk mendapatkan <i>Attention</i> atau persepsi	Membuat story line
18.	02/02/2017	Big idea	Sudah mendapatkan ide fix

19.	06- 10/02/2017	Preview 3 - Audiensi dengan dosen pembimbing - Laporan penulisan - Menyusun rancangan desain dan komunikasi	Topik atau tema sudah fix Selesai Bab I hingga daftar pustaka
20.	13- 17/02/2016	- Sudah jelas media apa saja yang akan dibuat - Konsep aktivasi	Sudah mulai merancang dimulai dari media utama
21.	20- 24/02/2016	- Tagline dan headline sudah fix - Eksekusi what to say	Asistensi semua materiy <i>copy</i>
22.	27/02/2016 – 03/03/2016	- Logo dan maskot kampanye - Poster, <i>print-ad</i> , banner, semua media cetak	Asistensi semua media cetak berbentuk sketsa, dilengkapi studi komparasi desain
23.	06- 10/03/2017	- Banner digital - Website - Semua materi digital	Asistensi untuk semua media digital
24.	14- 16/03/2017	Presentasi Visual	Hanya sketsa/ rough desain
25.	20- 24/03/2017	Eksekusi semua media cetak hingga maskot	Semua desain/ rancangan sudah masuk tahap eksekusi- cetak real size
26.	27- 31/03/2017	Eksekusi 3D Maket/perangkat	
27.	03- 07/04/2017	Eksekusi semua media digital	
28.	10- 14/04/2017	Target semua media cetak /digital/3D selesai	Masuk tahap final art
29.	17- 21/04/2017	Finishing <i>art book</i>	Semua rancangan selesai
30.	24- 29/04/2017	Final jurnal + jilid penulisan + Burn CD	Penulisan bebas plagiarism
31.	01- 05/05/2017	Simulasi karya – menyiapkan materi display	Ruang creative centre
32.	8- 10/05/2017	SIDANG AKHIR	Siap diuji
33.	17/05/2017	Yudisium	

*Tabel 1.1. Rencana Penelitian
Sumber: Penulis*

1.9. Sistematika Penulisan

1. BAB I Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan ini membahas dan menguraikan latar belakang studi, yang terdiri keterangan dari latar belakang masalah, perumusan masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka perancangan.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Pada bagian ini berisikan teori yang bersumber pada literatur seperti buku dan jurnal penelitian terkait, yang relevan untuk digunakan sebagai acuan perancangan kampanye.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

Pada bab ini berisikan data-data yang sudah didapat dan dikumpulkan penulis melalui proses wawancara, observasi, dan studi pustaka. Menjelaskan analisa terhadap permasalahan yang diangkat guna perancangan tugas akhir.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini menguraikan konsep yang dirancang untuk kampanye, dimulai dari ide besar, pendekatan, media dan konsep visual guna mendapatkan hasil perancangan yang baik dan tepat sasaran.

5. BAB V Penutup

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban terhadap rumusan masalah dan uraian-uraian pada bab sebelumnya.

