

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Guna membangkitkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) mendorong pengembangan wisata kesehatan, yaitu *wellness tourism* dan *herbal tourism* di Indonesia (Kemenparekraf, 11 Oktober 2021). Wisata kesehatan adalah kegiatan wisata yang mengedepankan peningkatan kesehatan, kebugaran fisik, sekaligus pemulihan kesehatan spiritual dan mental wisatawan.

Mengembangkan wisata kesehatan di Indonesia tentu menjadi langkah yang tepat karena memiliki pasar yang besar. Setiap tahunnya, masyarakat Indonesia menghabiskan sekitar 11 miliar Dollar AS untuk berwisata kesehatan di luar negeri (Kemenparekraf, 2021). Sedangkan Indonesia sendiri memiliki potensi untuk mengembangkan wisata kesehatan dengan konsep *herbal tourism* mengingat Indonesia memiliki sekitar 7.000 tanaman herbal dan rempah yang kerap digunakan untuk menjaga kesehatan, kebugaran, dan penyembuhan.

Menurut data Kemenparekraf pada tahun 2021, ada 3 kota yang difokuskan sebagai destinasi *wellness tourism* dan *herbal tourism* seperti Bali, Yogyakarta, dan Tawangmangu. Pemilihan ketiga kota tersebut didasari oleh ciri khas masing-masing kota.

Kota Yogyakarta sebagai salah satu kota destinasi wisata Kesehatan sudah menjadi topik yang dibahas sejak 2021. Sri Sultan Hamengkubuwono X melalui travel.tempo.co menyampaikan pengemasan budaya Kesehatan Yogyakarta dengan mengedepankan budaya dan kearifan lokal masyarakat Yogyakarta. Berangkat dari pesan tersebut, wisata kesehatan bisa dibungkus dalam tema "*Tracing the History of Jamu*".

Keberadaan jamu sendiri bisa ditelusuri sejak 1300 M dan merupakan minuman bersejarah. Fakta ini diperkuat dengan adanya temuan artefak *cobek* dan *ulekan* yang bisa dilihat di situs arkeologi Liyangan yang berlokasi di lereng Gunung Sindoro, Jawa Tengah.

Awalnya jamu hanya dikenal di dalam kerajaan, lambat laun jamu diperkenalkan kepada masyarakat luas, bahkan pada masa kolonial, banyak orang Belanda yang kemudian ikut mempelajari seni pengobatan tradisional melalui ramuan jamu dan tanaman herbal Indonesia. Tradisi minum jamu sempat mengalami penurunan karena masuknya obat bersertifikat yang mengubah pola pikir masyarakat Indonesia. Kemudian pada tahun 1940-an, pada masa penjajahan Jepang, jamu kembali populer karena dibentuknya Komite Jamu Indonesia hingga masa setelah kemerdekaan. Sedangkan, perusahaan jamu mulai bermunculan sejak tahun 1974-1990 yang semuanya dirintis dari industri jamu rumahan. Sehingga, industri jamu rumahan menjadi bagian sejarah dan perkembangan jamu tradisional Indonesia.

Kota Yogyakarta sebagai salah satu kota sentra jamu juga telah membentuk Komisi Sainifikasi Jamu Nasional sebagai salah satu usaha untuk melestarikan dan mengembangkan Kesehatan tradisional di Yogyakarta. Kesehatan tradisional sendiri sudah mengakar kuat di masyarakat dan bagian dari budaya adiluhung. Hasil riset (Riskesdas, 2018) menunjukkan masyarakat Yogyakarta pernah memanfaatkan yankestrad (pelayanan Kesehatan tradisional) 48,15%, yankestrad yang digunakan berupa ramuan jadi 56,1% dan ramuan buatan sendiri 26%, serta proporsi pemanfaatan TOGA 25,1% (Nasional 24,6%). Kondisi yang diinginkan: terwujudnya yankestrad Jampi Ati (*Jamu lan Pijat, Agawe awet urip, tinebih ing rubedo* = jamu dan pijat membuat umur panjang, jauh dari permasalahan kesehatan/sakit).

Jamu tradisional sendiri masih dengan mudah dijumpai di Yogyakarta seperti di pasar tradisional bahkan di perumahan karena adanya jamu gendong. Tentu saja minat konsumsi anak muda kian menyurut terhadap jamu tradisional dikarenakan kurangnya informasi mengenai jamu tersebut.

Pengonsumsi jamu tradisional sendiri pada umumnya adalah masyarakat dewasa dan lanjut usia yang sudah secara rutin mengonsumsi jamu karena budaya dan kebiasaan. Sedangkan pada masyarakat usia muda dan dewasa muda mengonsumsi jamu ketika masyarakat usia muda dan dewasa muda sudah mendapat paparan dari keluarga sebelumnya, atau sudah memiliki minat mengenai jamu tradisional.

Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap jamu, penulis mencoba mengenalkan dan menarik minat masyarakat, khususnya masyarakat dengan rentang usia dewasa muda 17-25 tahun melalui perancangan media informasi jamu Yogyakarta yang membahas mengenai jamu; baik dari segi komposisi, pengolahan, khasiat dari jamu itu sendiri, dan info mengenai UMKM jamu Yogyakarta dengan menggunakan visual dan teks deskriptif yang menarik.

Pemilihan media informasi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini dikarenakan minimnya informasi yang ada mengenai jamu tradisional khususnya di Yogyakarta. Pemilihan media ini karena memiliki keselarasan dengan tujuan penggunaan media informasi dan menjadi media promosi bagi UMKM jamu yang ada di Yogyakarta.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang didapat dari pemaparan latar belakang diatas diantaranya:

1. Sedikitnya media informasi mengenai jamu tradisional yang mudah diakses oleh wisatawan daerah Yogyakarta.
2. Banyaknya varian jamu tradisional di Yogyakarta membuat konsumen kesulitan memilih jamu sehingga tidak tepatnya khasiat jamu yang dibeli oleh konsumen.
3. Konsumen jamu baru tidak mengetahui jenis jamu sebelum membeli sehingga kurangnya minat terhadap jamu.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang disimpulkan, bisa ditarik rumusan masalah dari identifikasi, yaitu:

1. Bagaimana mengemas informasi mengenai jamu tradisional Yogyakarta bagi wisatawan usia dewasa muda?
2. Bagaimana merancang media informasi yang dapat membantu konsumen dalam membedakan dan mengetahui khasiat dari berbagai varian jamu tradisional?

1.3 Ruang Lingkup

Pada pembahasan ini, penulis menetapkan ruang lingkup pengerjaan Tugas Akhir ini diantaranya:

a. Apa (*what*)

informasi mengenai jamu tradisional khususnya yang berasal dari Yogyakarta baik dari komposisi, proses pembuatan, khasiat, serta beberapa UMKM jamu yang memiliki ciri khasnya masing-masing.

b. Siapa (*who*)

Target utama dari perancangan *zine* ini adalah wisatawan di Yogyakarta dengan rentang usia dewasa muda baik laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 17-25 tahun yang memiliki minat dan ketertarikan mengenai jamu. Untuk target sekunder dari perancangan *booklet* ini adalah masyarakat dengan rentang usia diluar rentang usia target utama.

c. Di mana (*where*)

Proses pencarian data dan wawancara akan dilaksanakan di Yogyakarta. Sedangkan proses pengerjaan visual dan asistensi akan dilaksanakan di Kota Bandung, Jawa Barat.

d. Mengapa (*why*)

Minimnya media informasi menarik yang membahas mengenai jamu tradisional khususnya di daerah Yogyakarta

e. Bagaimana (*How*)

Perancangan media informasi ini berisi mengenai informasi yang bertujuan agar masyarakat terutama wisatawan di Yogyakarta dengan rentang usia dewasa muda agar lebih mengenal dan tertarik, serta dapat menikmati jamu tradisional Indonesia yang khusus berasal dari Yogyakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan tugas akhir ini agar masyarakat khususnya wisatawan yang berasal dari luar Yogyakarta mendapat informasi, mengetahui perbedaan varian jamu berdasarkan khasiat dan bahan dasar, kemudian berkunjung secara langsung ke UKM penyedia jamu tradisional di Yogyakarta.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1992:21), bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Cara pengumpulan data yang digunakan diantaranya adalah:

1. Studi Literatur

Rujukan mengenai teori-teori dan makalah yang lebih dalam menggali tentang topik ini diperlukan untuk mendukung penelitian yang berjalan secara teori. Buku yang digunakan dalam studi literatur ini diantaranya adalah buku karya Surianto Rustan dengan judul Font dan Tipografi, Kusrianto dengan judul Pengantar Desain Komunikasi Visual, Koentjaraningrat dengan judul Antropologi Indonesia, serta jurnal yang mendukung penulisan laporan. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan menganalisis kembali daftar bacaan terkait dengan masalah yang sedang dipecahkan.

2. Wawancara

Menurut Koentjaraningrat, wawancara dilakukan untuk mendapatkan keterangan, data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti (Koentjaraningrat, 2019:18). Wawancara akan dilakukan dengan bapak Rudi Supriyadi selaku penerus usaha Jamu Ginggang, serta dengan salah satu *target audience*. Metode pengumpulan data ini digunakan untuk mengetahui sudut pandang mengenai permasalahan yang sedang diteliti.

3. Observasi

Dalam metode observasi, penulis akan melakukan observasi terhadap keadaan dan kondisi UMKM jamu yang menjadi sumber informasi untuk tugas akhir ini. Observasi akan dilakukan pada Jamu Ginggang yang berlokasi di Jl. Masjid No. 32, Pakualaman, Yogyakarta; Jamu Tradisional Bu Tari, dan Jamu Cekok Krekop. Observasi akan dilaksanakan dalam waktu 3 hari untuk mengetahui suasana dan permasalahan yang dihadapi.

1.5.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data ini akan dilakukan dengan cara:

1. Metode Matriks

Matriks sendiri terdiri dari kolom dan baris yang keduanya mewakili dua dimensi yang berbeda, yang dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Analisis matriks ini pada dasarnya melakukan perbandingan dengan menjajarkan seperangkat data agar dapat ditarik kesimpulan (Soewardikoen, 2019:111).

2. SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

Metode dari penelitian ini akan menggunakan analisis data berupa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang bertujuan untuk menentukan strategi dan ide besar perancangan berdasarkan faktor internal yang terdiri dari *strength* dan *weakness* serta faktor eksternal berupa *opportunity* dan *threat*. (Soewardikoen 2019:108).

Data SWOT yang didapatkan diantaranya:

a. *Strength* :

- i. Jamu tradisional Yogyakarta merupakan warisan turun temurun.
- ii. Penjual jamu tradisional di Yogyakarta masih mudah ditemui.

b. *Weakness* :

- i. Hanya membahas mengenai jamu tradisional di Yogyakarta ada kemungkinan perbedaan komposisi di setiap daerah.
- ii. Kurangnya perhatian dari pemerintah untuk mempromosikan jamu

tradisional Yogyakarta.

b. *Opportunity* :

- i. Belum ada media informasi dan promosi yang dikhususkan untuk memperkenalkan dan mempromosikan jamu tradisional Yogyakarta
- ii. Dipilihnya Yogyakarta sebagai salah satu Kawasan potensial untuk pengembangan wisata kesehatan.

c. *Threat* :

- i. *Zine* hanya diminati oleh kalangan tertentu.
- ii. Tempat kuliner lain lebih diminati, memiliki promosi yang lebih baik, dan sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas

1.6 Kerangka Penelitian

Fenomena		
Potensi wisata kesehatan terutama <i>herbal tourism</i> dan <i>wellness tourism</i> di Indonesia (Kemenparekraf, 2021)		
Urgensi		
Dengan makin besarnya potensi wisata Kesehatan di Indonesia, maka makin besar kebutuhan untuk menginformasikan, meningkatkan <i>awareness</i> terhadap <i>herbal tourism</i> di Indonesia, dan serta meningkatkan perkembangan bisnis dalam <i>herbal tourism</i> terutama mengenai jamu tradisional yang menjadi ciri khas DI Yogyakarta. (Kemenparekraf, 2021)		
Latar Belakang Masalah		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata kesehatan di Indonesia memiliki potensi yang besar terutama dalam menggerakkan perekonomian DI Yogyakarta yang menjadi <i>pioneer</i> dalam <i>herbal</i> dan <i>wellness tourism</i> di Indonesia. 2. Salah satu potensi wisata Kesehatan di DI Yogyakarta adalah produksi jamu tradisional 3. Peminat <i>herbal tourism</i> beragam dari kalangan muda hingga lanjut usia. 		
Identifikasi Masalah		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sedikitnya media informasi mengenai jamu tradisional yang mudah diakses oleh wisatawan daerah Yogyakarta 2. Banyaknya varian jamu tradisional di Yogyakarta membuat konsumen kesulitan memilih jamu sehingga tidak tepatnya khasiat jamu yang dibeli oleh konsumen. 3. Konsumen jamu baru tidak mengetahui jenis jamu sebelum membeli sehingga kurangnya minat terhadap jamu. 		
Rumusan Masalah		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana mengemas informasi mengenai jamu tradisional Yogyakarta bagi wisatawan usia dewasa muda? 2. Bagaimana merancang media informasi yang dapat membantu konsumen dalam membedakan dan mengetahui khasiat dari berbagai varian jamu tradisional? 		
Hipotesis		
Sedikitnya media informasi mengenai jamu tradisional di daerah DI Yogyakarta ini menimbulkan rendahnya minat dan pengetahuan mengenai jamu tradisional terutama masyarakat usia muda		
OPINI	ISSUE	
“Potensi wisata kesehatan di DI Yogyakarta harus mengedepankan budaya dan kearifan lokal masyarakat Yogyakarta,” (Sri Sultan Hamengkubuwono X, 2019)	Menurut data Kemenparekraf (2021), potensi Indonesia dalam wisata kesehatan terutama <i>herbal tourism</i> dan <i>wellness tourism</i> sangat besar.	
Prakiraan Solusi		
Perancangan media informasi sebagai usaha meningkatkan wawasan dan memperluas market mengenai jamu tradisional DI Yogyakarta.		
Metode Penelitian		
Metode yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif		
Metode Pengumpulan Data		
Studi Literatur	Wawancara	Observasi
Metode Analisis Data		
SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>) & Analisis Matriks Perbandingan		

Tabel 1.1.

Dokumen J. Rona Laily Amin

1.7 Pembabakan

Dalam penulisan laporan penelitian ini, penulis membagi penulisan menjadi empat bab yang secara garis besar menjabarkan hal-hal sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I, penulis menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan yang telah dipilih. Yaitu tingginya potensi wisata kesehatan di Indonesia khususnya di Yogyakarta yang kemudian didukung oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X untuk mengedepankan budaya dan kearifan lokal, namun media informasi mengenai *herbal tourism* untuk *target audience* dewasa muda masih terbatas. Kemudian Rumusan Masalah, tujuan penelitian, dan metode penelitian serta pembabakan mengenai setiap bab dalam laporan.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Bab ini berisi dasar pemikiran dan teori-teori yang dibutuhkan dalam perancangan seperti teori perancangan, teori media informasi, teori jamu, teori *zine*, teori desain komunikasi visual, teori *layout*, teori tipografi, teori ilustrasi, teori fotografi kemudian teori warna

3. BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS

Uraian data dan hasil pengamatan dijelaskan pada bab ini, baik data visual dari proyek sejenis, data hasil wawancara dengan bapak Rudi Supriyadi selaku penerus usaha Jamu Ginggang kemudian dengan Alvin Adnan Imawan, mahasiswa Universitas Gajah Mada yang merupakan salah satu *target audience*, data hasil matriks perbandingan serta analisis SWOT.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini, akan dijelaskan mengenai konsep pesan, konsep kreatif, konsep komunikasi, konsep visual, dan juga hasil perancangan dari keempat konsep yang telah disebutkan. Pemilihan konsep yang telah disebutkan merupakan hasil pengolahan bab sebelumnya yaitu Bab Uraian Data dan Analisis.

5. PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan akhir dari penelitian yang dilakukan penulis dan pernyataan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan pada penelitian ini. Terdapat saran dan masukan yang membangun untuk penulis dalam melakukan penelitian.