

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gigi merupakan jaringan tubuh yang sangat keras dibandingkan dengan jaringan lain. Hal ini dikarenakan gigi berfungsi sebagai pintu gerbang dari sistem pencernaan untuk memotong, merobek, dan mengunyah makanan yang masuk ke dalam mulut. Keseluruhan proses pencernaan akan berfungsi secara optimal jika gigi kuat dan sehat. Adapun struktur gigi berlapis-lapis, yang mana terdiri dari enamel keras, dentin atau tulang gigi, pulpa yang mengandung pembuluh darah, saraf, dan bagian lain yang membantu menjaga kekuatan gigi. Namun, gigi merupakan jaringan tubuh yang rentan menimbulkan banyak masalah seperti gigi berlubang, gusi bengkak, dan karang gigi. Oleh karena itu, Menteri Kesehatan (Menkes) Budi Gunadi Sadikin sangat memerhatikan permasalahan terkait Kesehatan gigi di masyarakat. Beliau mengatakan bahwa masalah kesehatan gigi dan mulut di Indonesia terbilang tinggi, dan akan terus berkembang dari waktu ke waktu serta dapat terjadi pada semua usia. "Fenomena gigi sensitif disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah gaya hidup generasi muda yang serba cepat dan multitasking," kata Callista dalam konferensi pers dan edukasi konsumen tentang gigi sensitif di kawasan Senayan, Jakarta Selatan, Jumat, 1 Maret 2019. Sebagian besar masyarakat masih belum menyadari pentingnya menjaga kesehatan gigi sejak dini. Indikator kesehatan gigi dan mulut adalah tingkat kebersihan rongga mulut yang dapat dilihat dari ada tidaknya bahan organik, seperti pelikel, alba, kalkulus, sisa-sisa makanan, dan plak pada gigi. Untuk mengatasinya, menyikat gigi secara rutin minimal dua kali sehari merupakan cara yang efektif untuk menjaga kebersihan gigi.

Sikat gigi adalah alat pembersih gigi yang berbentuk sikat kecil dengan gagangnya. Ada banyak jenis sikat gigi, mulai dari yang bulu halus hingga kasar, bentuk kecil hingga besar, dan desain gagang yang beragam. Banyak merek-merek sikat gigi yang beredar di pasaran, dimana masing-masing produk memiliki fungsi, keunggulan, dan harga yang beraneka ragam pula. Berdasarkan kuisioner yang telah dilakukan penulis pada Februari 2023 dengan 74 orang responden

(65% perempuan, 35% laki-laki) umur 18-35 tahun, sebanyak 50% responden memilih harga sebagai faktor dalam memilih produk sikat gigi. Padahal jenis sikat gigi yang baik terdapat pada fungsi dan kenyamanan produk bagi pengguna, yang meliputi ukuran kepala dan bulu yang kecil untuk menjangkau sela-sela gigi, desain pegangan yang nyaman dipegang, serta tekstur bulu sikat yang halus agar tidak merusak lapisan *enamel* (lapisan luar gigi) dan melukai gusi. Pada awalnya sikat gigi hanya bersifat sebagai alat bantu membersihkan gigi saja. Namun dewasa ini banyak produsen telah mengembangkan inovasi dalam sikat gigi yang mempunyai zat antibakterial dengan menambahkan kandungan alami herbal di bulu sikatnya karena mampu menghambat pertumbuhan mikroba penyebab masalah gigi.

Bahan herbal yang biasa digunakan adalah siwak atau miswak dan neem atau nimba. Siwak adalah batang atau dahan pohon arak (*Salvador persica*). Tanaman ini termasuk dalam kategori tanaman perdu yang biasa ditemukan di kawasan Timur Tengah. Siwak mengandung bahan-bahan yang sangat bermanfaat dalam Kesehatan mulut, seperti *alkaloid*, *silika*, kalsium, klorida, fluorida, klorin, minyak atsiri, dan natrium bikarbonat. Sedangkan neem (*Azadirachta indica*) merupakan tanaman yang banyak ditemukan di India. Tanaman ini mengandung beberapa zat aktif yaitu *tanin*, *alkaloid*, minyak atsiri dan *flavanoid* yang memiliki sifat antibakteri. Sifat antiseptik, antiinflamasi, dan antioksidannya dianggap efektif dalam mencegah berbagai jenis kerusakan gigi. Selain itu, daun neem juga membantu menyegarkan nafas, menjaga tingkat pH air liur, dan melindungi kesehatan mulut dari kerusakan gigi.

Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal adalah salah satu produk sikat gigi yang menerapkan inovasi kandungan herbal. Oral-B sendiri merupakan brand perawatan gigi dan mulut yang senantiasa mengedepankan inovasi dan mengembangkan produknya supaya relevan dengan pangsa pasar. Produk ini menggunakan kandungan neem pada bulu sikatnya yang berfungsi sebagai antibakteri. Bulu sikat berbentuk zig-zag yang mampu membersihkan kotoran hingga sela-sela gigi. Bulu sikatnya memiliki ujung bulat yang nyaman untuk gigi sensitif dan lembut pada gusi. Gagang sikat ergonomik, terbuat dari karet yang nyaman dipegang (anti slip). Serta dilengkapi pembersih lidah di bagian belakang

kepala sikat gigi untuk membantu menyegarkan nafas. Sehingga produk Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal memiliki manfaat 3 in 1 diantaranya mencegah gigi kuning, membantu nafas segar yang tahan lama, dan melindungi gusi sensitif.

Terdapat kompetitor sikat gigi kandungan herbal lainnya yaitu Formula SiHab dan Pepsodent Nature Essential Siwak dimana dua brand tersebut menggunakan kandungan siwak. Meskipun demikian, berdasarkan penelitian dari *Indian Journal of Dental Research*, neem atau mimba memiliki aktivitas antimikroba paling banyak terhadap *Streptococcus mutans* daripada siwak. *Streptococcus mutans* merupakan bakteri yang bersifat kariogenik dan bakteri ini penyebab utama munculnya plak dan penyakit karies gigi. Berdasarkan data tersebut, kandungan herbal neem pada Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal jauh lebih efektif dibandingkan kandungan herbal siwak pada Formula SiHab dan Pepsodent Nature Essential Siwak dalam membersihkan gigi.

Meskipun Oral-B lebih unggul dalam memberikan perawatan dan hasil terbaik untuk kebutuhan konsumen, persaingan antar brand masih sangat ketat untuk memperoleh pangsa yang luas. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Majalah SWA dan Mars Indonesia Digital dalam penghargaan *Indonesia Best Brand Award (IBBA) 2022*, nilai TOM Ads dan Tom Brand yang hanya mencapai angka 7 yang berarti *awareness* dari brand itu sendiri masih rendah. Begitu pula dengan jumlah penjualannya yang masih kalah saing dengan kompetitornya. Hal ini terkait dengan strategi promosi yang dilakukan Oral-B belum menyampaikan USP yang dimiliki produk dengan baik dari segi komunikasi, visual, dan media

Berdasarkan fenomena dan permasalahan diatas, Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal mempunyai kendala atau permasalahan pada strategi kreatif dalam mempromosikan produknya baik dari segi komunikasi, visual, dan media. Dengan demikian topik perancangan strategi promosi akan diangkat untuk penyelesaian tugas akhir ini menggunakan pendekatan rasional yang bersifat informatif dan persuasif yang sesuai dengan insight target audiens yaitu dapat mempengaruhi sisi emosional namun dapat juga dimengerti. Dengan dirancangnya strategi promosi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan *awareness* produk Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dijabarkan dalam permasalahan yang berupa identifikasi masalah serta rumusan masalah sebagai berikut :

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, dapat diidentifikasi permasalahannya yaitu :

1. Strategi komunikasi kurang mengangkat keunggulan atau USP produk.
2. Strategi visual dan media yang masih monoton, belum efektif, dan belum tepat sasaran.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka diperoleh sebuah rumusan masalah yang akan dikaji yaitu :

1. Bagaimana perancangan strategi komunikasi yang tepat dan informatif untuk mengangkat USP produk?
2. Bagaimana perancangan strategi visual dan media yang tidak monoton, efektif, dan tepat sasaran?

1.3 Ruang lingkup

Agar pembahasan lebih terarah maka penulis akan menjabarkannya sebagai berikut:

1. *What*
Perancangan promosi Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal.
2. *Who*
Target sasaran dalam perancangan promosi ini adalah semua gender berusia 15-30 tahun dengan kelas sosial menengah kebawah di seluruh wilayah Indonesia
3. *Where*
Promosi akan dilakukan di media sosial, dan media luar ruangan yang ramai oleh orang seperti di jalan, mall, taman, di Kota Bandung.

4. *When*

Promosi akan dilakukan selama 3 bulan mulai dari 1 Juli hingga 12 September 2023.

5. *Why*

Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal perlu dipromosikan dengan baik kembali karena produk tersebut memiliki USP yang tidak dimiliki oleh kompetitor namun strategi promosi yang dilakukan sebelumnya belum tepat sasaran.

6. *How*

Strategi kreatif yang akan dibuat dalam perancangan promosi ini adalah membuat sebuah event dan advergaming sebagai media utama, media cetak dan media sosial sebagai media pendukung dengan pendekatan persuasif informatif dari positioning dan USP yang dimiliki sebagai produk sikat gigi anti plak menggunakan tagline “Bye plaque! Hello, sparkling smile!” dengan konsep visual yang *clean, herbal, fresh*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendapatkan hasil perancangan strategi komunikasi yang tepat dan informatif untuk mengangkat USP produk.
2. Mendapatkan hasil perancangan strategi visual dan media yang efektif serta tepat sasaran.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil perancangan ini diharapkan adanya manfaat yang didapatkan, diantaranya:

1. Manfaat bagi mahasiswa
Mendapatkan ilmu pengetahuan dan pengalaman terkait cara membuat strategi promosi yang tepat, inovatif dan menarik perhatian audiens.
2. Manfaat bagi perusahaan
Dapat membantu meningkatkan awareness dan penjualan produk sikat gigi Oral-B agar tidak kalah saing dengan kompetitor.

3. Manfaat bagi masyarakat

Dapat mengenal produk sikat gigi Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal dimana terdapat kandungan herbal tumbuhan neem antibakterial yang lebih efektif membersihkan gigi, dan memiliki 3 manfaat sekaligus dalam 1 sikat gigi yaitu mencegah gigi kuning, napas segar tahan lama, serta melindungi gigi dan gusi sensitif.

1.6 Pengumpulan Data dan Analisis

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan fokus pada pemahaman fenomena yang berkaitan dengan objek penelitian (Moleong, 2007). Adapun permasalahan dan data yang didapatkan selama penelitian memiliki potensi untuk berkembang, sehingga metode kualitatif ini sangat tepat untuk digunakan pada penelitian ini.

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam metode kualitatif ini adalah :

1. Metode Kuesioner

Menurut Trisliatanto (2020), Kuisisioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data tanpa komunikasi langsung. Metode ini akan dilakukan dengan cara membagikan pertanyaan melalui google form untuk mendapatkan data kondisi kesehatan gigi, merek sikat gigi apa yang sering mereka dengar, merek yang lagi dipakai, dan media iklan apa yang sering mereka temukan dari merek sikat gigi tersebut.

2. Metode Wawancara

Menurut Trisliatanto (2020), wawancara merupakan interaksi dan saling mempengaruhi antara pewawancara dan narasumber yang proses komunikasinya bersifat dinamis. Wawancara akan dilakukan dengan dokter gigi mengenai efektivitas sikat gigi kandungan herbal, dan wawancara dengan konsumen sikat gigi herbal untuk mengetahui *experience* dari merek sikat gigi yang mereka gunakan.

3. Metode Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229), observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik tertentu dibandingkan dengan teknik lainnya.

Pengamatan juga tidak terbatas pada manusia tetapi juga objek alam lainnya. Pengamatan akan dilakukan mengenai data penjualan dan strategi promosi yang telah dilakukan sebelumnya.

4. **Studi Pustaka**

Menurut Nazir (2003), studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dari buku, dokumen, laporan, dan catatan yang berkaitan dengan masalah yang akan dipecahkan. Dengan studi pustaka, dapat diperoleh data terkait dengan topik yang dibahas, seperti teori promosi, merek, perilaku konsumen, komunikasi, dan media.

5. **Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Menurut Rangkuti (2013), SWOT adalah analisis berbasis logika untuk mengurangi ancaman dan kelemahan dengan cara meningkatkan peluang serta kekuatan.

Metode ini digunakan oleh penulis untuk menganalisis Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal guna membantu dalam menentukan strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk mendapat keuntungan.

b. **AOI (*Activity, Opinion, Interest*)**

Menurut Wijayanti (2017), AOI merupakan metode untuk menganalisis keselarasan antara perkembangan pasar dan perilaku konsumen yang meliputi kebutuhan dan gaya hidup serta factor kehidupan lainnya. Metode ini juga disebut dengan analisis target audiens.

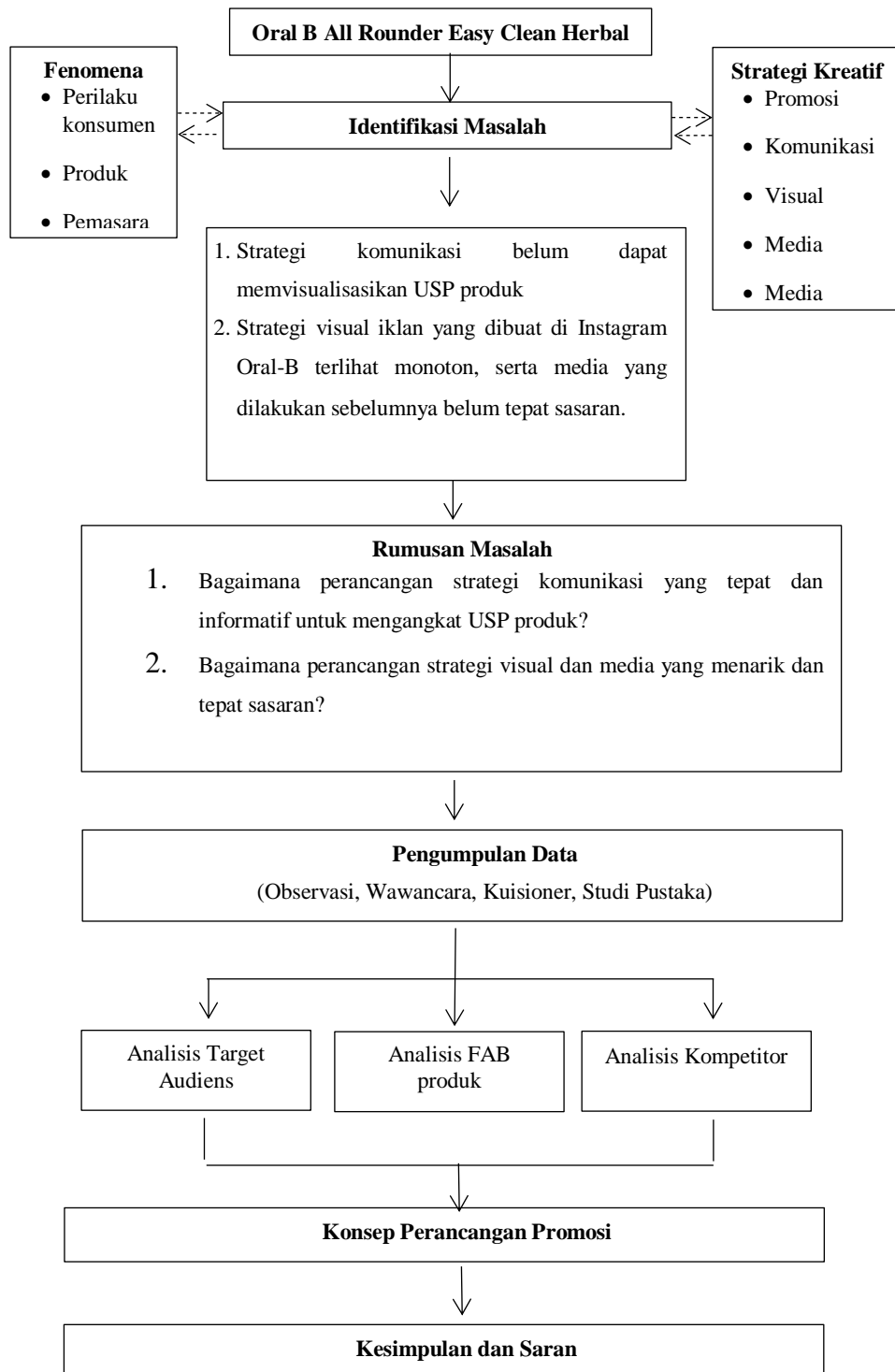
Metode AOI digunakan penulis untuk menganalisis kepribadian, motivasi membeli, preferensi, sikap, keyakinan dan nilai konsumen

e. **AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*)**

Menurut Sugiyama dan Andree (2011), AISAS adalah model yang dibuat untuk menjangkau khalayak sasaran berdasarkan perilaku terkait konteks dan kemajuan teknologi internet.

Metode AISAS digunakan penulis dalam strategi promosi Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal untuk memberikan pendekatan yang efektif kepada audiens dengan cara menarik perhatian dan mengenalkan produk lebih jauh, sehingga bisa meyakinkan audiens untuk memilih dan membeli produk dan menyebarkannya.

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023

1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang mencakup penjelasan mengenai latar belakang, permasalahan termasuk identifikasi dan rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan data dan analisis data, kerangka penelitian, serta pembabakan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisikan berbagai landasan teori yang penulis gunakan sebagai dasar pemikiran dari penelitian yang penulis ambil untuk menganalisis data.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Berisikan uraian dari data hasil survei yang telah penulis peroleh melalui kuesioner, wawancara, serta observasi. Ditambah dengan analisis data menggunakan metode matriks perbandingan dan rangkumannya.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini menguraikan konsep yang dirancang untuk strategi promosi Oral-B All Rounder Easy Clean Herbal yang meliputi ide besar, pendekatan, media, dan gaya visual yang digunakan guna mendapatkan hasil perancangan yang tepat sasaran.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir membahas kesimpulan dan saran dari jawaban atas rumusan masalah pada bab 1.