

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Zaman sekarang ini gaya hidup mulai berubah dan bergeser dengan mengutamakan segala sesuatu yang praktis dan instan, tidak terkecuali bahan pangan. Misalnya jika kita lapar, tinggal menuangkan air panas dan menunggu selama 3 menit, maka mie instan pun siap dinikmati, atau jika ingin minum jus, kita tinggal membuka kemasan dan menuangkannya, maka jus segar pun dapat segera dinikmati, tak perlu susah untuk membuatnya dulu.

Kesibukan orang tua membawa dampak pada pola konsumsi anak. Kalau dulu orang tua masih sempat memberikan bekal makanan dan minuman untuk anak, sekarang mereka lebih suka memberi uang saku untuk jajan anak-anaknya. Saat anak-anak diberi uang jajan, mereka seperti diberikan suatu kebebasan dalam memilih apa yang akan mereka beli.

Anak usia 6-12 tahun atau usia sekolah biasanya diberi uang jajan yang tidak banyak. Dengan uang yang terbatas itu mereka harus mengatur apa yang akan dibelanjakan dengan uang tersebut. Apalagi jika orang tua mereka tidak memberikan bekal ke sekolah, tentu mereka perlu mempergunakan uang jajan mereka sebaik-baiknya untuk membeli makanan atau minuman.

Tidak hanya air mineral, tapi juga air yang memiliki rasa dan warna banyak beredar di pasaran dan tidak sedikit yang menarik minat beli anak-anak. Lingkungan sekolah biasanya menjadi tempat paling strategis untuk anak-anak membeli minuman. Di kantin sekolah dapat ditemui berbagai jenis minuman, mulai dari soda, teh, sari buah, susu, hingga air mineral.

Patut diketahui bahwa minuman-minuman dalam kemasan memiliki dampak buruk jika dikonsumsi dalam jumlah tertentu karena beberapa dari minuman tersebut banyak ditemukan mengandung zat aditif yang berbahaya. Zat aditif adalah zat yang ditambahkan ke dalam makanan atau minuman yang bertujuan memberikan rasa, warna atau aroma yang menarik, supaya makanan atau minuman tersebut dapat

bertahan lama, dan lain sebagainya. Zat-zat aditif bila dikonsumsi dalam jumlah tertentu dalam waktu panjang dapat menyebabkan kanker, penurunan *system immune*, penyakit SLE (*Sistemic Lupus Erythematosus*), gangguan fungsi ginjal, dan efek-efek lain yang mengganggu kesehatan. Menurut Drs. Ujang Supriatna, Apt. selaku Kepala Seksi Layanan Informasi Konsumen, zat-zat aditif yang saat ini banyak digunakan oleh para produsen sebenarnya tidak berbahaya karena jika sudah lulus dari hasil tes laboratorium, maka zat tersebut dianggap aman, asal sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan. Yang berbahaya adalah zat yang tidak terdaftar di Dinas Kesehatan dan juga zat-zat aditif yang sudah tercatat, namun digunakan melebihi batas yang dianjurkan oleh Dinas Kesehatan.

Iklan-iklan minuman dalam kemasan saat ini semakin kreatif saja dalam menjaring peminatnya yang tak jarang adalah anak-anak. Produsen dengan sengaja menonjolkan keunggulan produk mereka yang mengandung vitamin, DHA, atau antioksidan, atau juga rasa yang beraneka dan menyegarkan, didukung juga dengan *packaging* / kemasan yang menarik, namun seolah menutup-nutupi kenyataan adanya zat tambahan lain yang kurang baik dikonsumsi. Bayangkan bagaimana jadinya jika anak-anak yang masih dalam masa pertumbuhan dan masih rentan ini diberi asupan zat-zat tersebut secara terus menerus karena ketidaktahuan mereka akan informasi ini. Oleh sebab itu akan sangat baik untuk memberikan informasi bagi anak-anak sejak dini mengenai minuman berzat aditif ini karena efek yang akan ditimbulkan nanti baru akan diketahui di masa depan.

Melihat banyaknya jenis minuman dalam kemasan saat ini yang menggunakan zat aditif ditawarkan pada anak-anak, baik melalui media, kemasan yang sangat menarik, maupun warna-warna mencolok, maka penulis bermaksud membuat sebuah kampanye untuk memperkenalkan bahaya zat aditif pada minuman dalam kemasan untuk anak usia 6-12 tahun dengan menggunakan media-media yang menggugah anak-anak sehingga mereka menjadi *aware* akan masalah ini. Penulis mengangkat topik mengenai bahaya zat aditif minuman dalam kemasan sebagai topik tugas akhir karena penulis melihat banyaknya jenis minuman dalam kemasan yang diminati oleh anak-anak yang masih belum mengerti bagaimana bahaya mengkonsumsi minuman tersebut. Penulis juga ingin memberikan informasi yang sebenarnya yang tidak dikemukakan oleh media tentang produk mereka ini. Melalui

kerja sama dengan BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan), DEPKES, dan UNICEF penulis berharap agar anak-anak akan memberikan perhatian mereka terhadap kampanye ini.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Aktivitas sehari-hari yang dijalani oleh anak-anak usia 6-12 tahun pada umumnya adalah bermain dan belajar. Kedua aktivitas tersebut sama-sama menghabiskan energi dan menguras cairan dalam tubuh. Anak-anak akan cepat menjadi haus dan kelelahan. Pada saat inilah mereka akan mulai mencari minuman pelepas dahaga. Dengan banyaknya minuman dalam kemasan yang diberi zat aditif di dalamnya dan beredar di pasaran saat ini, diperlukan suatu upaya untuk menyadarkan anak-anak akan bahaya minuman yang bagi mereka tampak menggiurkan itu. Tentu saja untuk mengubah kebiasaan mengkonsumsi minuman dalam kemasan ini akan lebih baik jika didasari oleh minat dan keinginan dari si anak sendiri. Oleh sebab itu upaya yang diberikan sebisa mungkin tidak bersifat terlalu serius dan mudah dimengerti.

Dengan demikian, yang menjadi pokok permasalahan utama adalah: Bagaimana membuat kampanye visual untuk menginformasikan bahaya zat aditif minuman dalam kemasan pada anak usia 6-12 tahun secara efektif?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Tujuan kampanye ini adalah:

Melalui kampanye anti zat aditif minuman dalam kemasan ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi dan sumbangsih dalam rangka menyehatkan anak-anak bangsa untuk menciptakan generasi yang sehat secara jasmani dan terhindar dari bahaya zat aditif sejak dini.

## **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Dalam menyusun laporan tugas akhir, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

- Studi Pustaka melalui buku dan internet.
- Wawancara dengan ahli kesehatan, Badan Pengawasan Obat dan makanan, orang tua, guru, dan anak-anak.
- Kuesioner untuk validitas pernyataan.

## 1.5 Skema Perancangan

