

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjaga kesehatan merupakan sesuatu yang harus dilakukan oleh setiap orang. Bukan hal yang tidak biasa jika orang-orang melakukan berbagai cara untuk menjaga kesehatannya. Ada yang melakukan olahraga, menjaga pola makan, mengonsumsi vitamin atau suplemen kesehatan dan jamu. Jika seseorang sakit, otomatis mereka akan berusaha untuk sembuh misalkan berobat ke dokter, walaupun begitu masih banyak orang yang lebih memilih untuk mengonsumsi jamu selain obat.

Kebutuhan masyarakat saat ini akan jamu sangatlah tinggi. Ini dikarenakan sebagian masyarakat lebih percaya kepada ramuan tradisional dibandingkan obat yang dicampur dengan bahan kimia. Pencampuran bahan-bahan kimia di dalam obat memiliki resiko lebih tinggi mempunyai efek samping yang membahayakan bagi tubuh dibandingkan dengan jamu. Bahan dasar jamu yang terbuat dari tumbuh-tumbuhan alami yang membuat jamu tidak memiliki efek samping yang berbahaya bagi tubuh. Selain itu harga jamu yang terhitung lebih murah daripada obat-obatan yang dijual di apotek membuat masyarakat lebih memilih jamu.

Jamu sudah dikenal di Indonesia sejak berabad-abad yang lalu walaupun saat itu jamu hanya dikenal di dalam lingkungan Istana atau keraton saja, yaitu Kesultanan di Djogjakarta dan Kasunanan di Surakarta. Tetapi seiring dengan perkembangan jaman, orang-orang lingkungan keraton sendiri yang sudah modern, mereka mulai mengajarkan meracik jamu kepada masyarakat diluar keraton sehingga jamu berkembang sampai saat ini tidak saja hanya di Indonesia tetapi di seluruh dunia.

Salah satu jamu yang masih ada hingga sekarang adalah Jamu Godhog. Jamu Godhog sudah ada sejak jaman kerajaan Majapahit (1293-1500 M). Ketika itu seorang tabib datang ke kerajaan untuk menyembuhkan penyakit Putri Tribuana Tungga Dewi, dengan racikan daun yang berasal dari tanaman obat. Ramuan tanaman obat tersebut ditumbuk, direbus dan diminum. Maka sembuhlah sang putri

raja. Tradisi tersebut terus dikembangkan di Keraton Yogyakarta dan Solo. Bahkan sampai awal abad ke 20, tradisi tersebut masih menjadi sesuatu yang eksklusif.

Seiring dengan kebutuhan jamu yang semakin meningkat, peluang ini mulai dilirik oleh perusahaan-perusahaan untuk membuka usaha jamu, salah satu produsen jamu yang mengeluarkan produk jamu tradisional adalah “MERAPI FARMA HERBAL”. Merapi Farma Herbal adalah sebuah perusahaan jamu tradisional yang berada di Yogyakarta. Merapi Farma Herbal mengeluarkan lebih dari 20 jenis jamu yang berbeda-beda dalam bentuk jamu yang direbus dahulu jika ingin diminum (jamu godhog). Setiap jenis jamu tersebut mempunyai khasiat yang berbeda sesuai dengan penyakit yang ada. Itu merupakan salah satu kelebihan dari Merapi Farma Herbal karena memiliki banyak pilihan sehingga orang bisa mengonsumsi jamu tersebut sesuai dengan penyakit yang dideritanya.

Masalah ini diambil sebagai topik TA dikarenakan jamu sebenarnya mempunyai peluang yang cukup besar untuk dikonsumsi oleh semua kalangan. Hanya saja yang disayangkan disini adalah Merapi Farma Herbal kurang memperhatikan kemasan produk yang biasanya sangat berpengaruh besar terhadap persepsi orang ketika pertama kali melihat produk tersebut. Merapi Farma Herbal hanya menggunakan plastik mika untuk membungkus jamu-jamu tersebut. Hal ini tentu saja bisa menurunkan minat seseorang untuk membeli jamu tersebut.

Karena kebutuhan konsumen jamu yang semakin meningkat, maka banyak pula produsen jamu yang bermunculan. Mereka berlomba-lomba menarik konsumen agar membeli produk miliknya. Tentu saja para produsen harus memikirkan bagaimana cara untuk menarik konsumen yang banyak antara lain dengan membuat branding yang unik dan grafisnya yang menarik. Branding untuk suatu produk mempunyai peranan yang cukup penting dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik dari produk itu sendiri sehingga semakin tinggi daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Pertimbangan yang didasari oleh keilmuan yang diajarkan dalam Desain Komunikasi Visual, dapat membuat strategi dan komunikasi visual yang tepat dan maksimal sehingga produk yang ditawarkan sampai di tangan konsumen dengan baik dan diterima oleh masyarakat luas.

1.2 Permasalahan

- Bagaimana cara membuat masyarakat tertarik untuk mengkonsumsi Jamu Merapi Farma Herbal?
- Bagaimana membuat branding yang bisa menarik perhatian masyarakat banyak sehingga produk tersebut dibeli?

Ruang Lingkup

Dahulu hanya masyarakat menengah kebawah yang suka mengkonsumsi jamu. Namun sekarang masyarakat menengah ke atas pun mulai mengkonsumsi jamu. Dari kota-kota kecil hingga merambat ke perkotaan besar, masyarakat mulai beralih mengkonsumsi jamu yang dipercaya lebih aman dikonsumsi daripada obat kimia. Dulu hanya orang tua yang suka mengkonsumsi jamu, sekarang orang dewasa dan remaja pun sudah mulai ikut mengkonsumsi jamu.

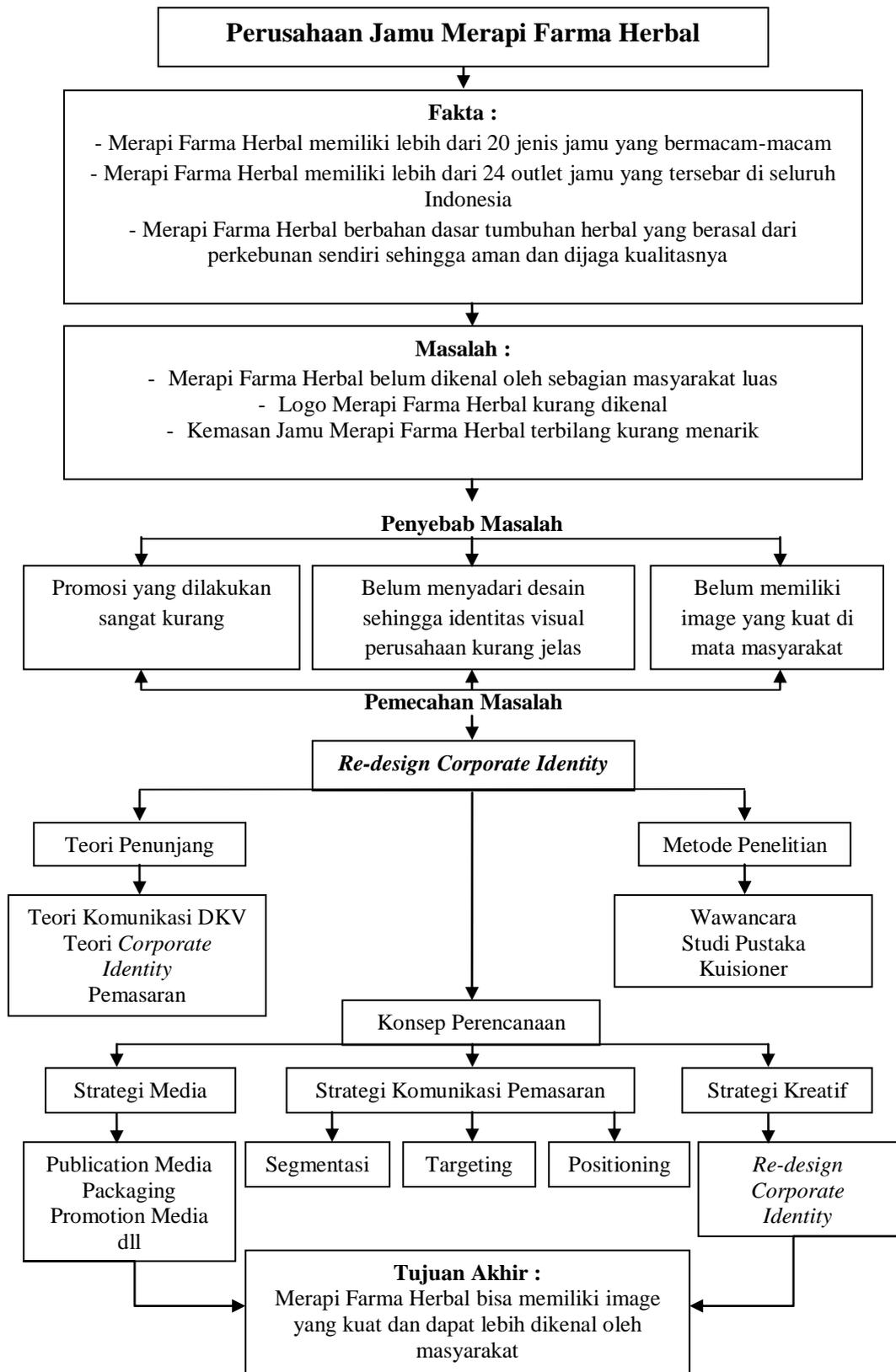
1.3 Tujuan Perancangan

Jamu Merapi Farma Herbal harus melakukan beberapa perubahan agar bisa tetap bersaing dan dikenal masyarakat luas. Oleh karena itu, akan dilakukan *re-branding*, mulai dari logo Merapi Farma Herbal, packaging hingga *re-design corporate identity*. Selain itu menciptakan suatu *brand image* yang cukup kuat di masyarakat sehingga meningkatkan penjualan.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data diambil dari studi pustaka, internet dan buku-buku. Dilakukan pula pembagian kuesioner kepada masyarakat kota Tasikmalaya yang salah satu diantara beberapa kota yang mempunyai outlet Jamu Merapi Farma Herbal dan juga kepada masyarakat di luar kota Tasikmalaya. Dilakukan pula wawancara kepada tukang jamu gendong sebagai pembanding antara jamu gendong dan jamu godhog.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Bagan Skema Perancangan