

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Padatnya aktivitas di zaman sekarang membuat orang kadang lupa akan kesehatannya sendiri. Pekerjaan yang menumpuk, padatnya jadwal kerja, hingga berbagai macam tugas kuliah ataupun persoalan lain membuat sebagian orang melupakan pentingnya suatu kesehatan. Kesehatan seharusnya sudah diketahui oleh semua orang sejak dini, terutama oleh para remaja yang berperan sebagai penerus bangsa, karena pada masa remaja inilah, kesadaran akan kesehatan sangat dibutuhkan untuk mendapatkan usia lanjut yang sehat.

Menurut kesimpulan yang diambil dari situs Ikatan Dokter Anak Indonesia disebutkan bahwa remaja merupakan kelompok masyarakat yang hampir selalu diasumsikan dalam keadaan sehat, padahal banyak remaja yang meninggal sebelum waktunya akibat komplikasi dan penyakit lainnya yang sebenarnya bisa dicegah ataupun diobati. (Pratiwi, 2009, Kesehatan Remaja di Indonesia dari www.idai.or.id/remaja/artikel.asp?q=20104710112)

Namun saat ini, pengetahuan remaja tentang kesehatan dirasa kurang mendapat perhatian dari remaja itu sendiri dikarenakan aktivitas yang padat seperti yang telah disebutkan. Salah satu hal yang biasa kita jumpai secara sederhana bahwa sebenarnya banyak jenis tumbuhan yang sudah lama berada di sekitar kita, yang kaya akan zat-zat yang diperlukan untuk menyehatkan tubuh, namun keberadaan jenisnya yang sangat banyak justru membuat para remaja kembali kurang peka terhadap khasiatnya, dan cenderung lupa terhadap hal-hal tersebut.

Salah satu makanan yang mudah ditemukan disekitar kita dan juga menyehatkan adalah ubi. Ubi jalar atau ketela rambat sudah dikenal masyarakat Indonesia,

walaupun asalnya dari benua Amerika. Ubi jalar pada abad ke-16 mulai menyebar ke seluruh penjuru dunia, terutama daerah tropis. Pada tahun 1960-an, penanaman ubi jalar telah meluas di seluruh Indonesia, dengan daerah sentra produksi di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Papua, dan Sumatera Utara. Adapun salah satu jenis dari ubi jalar tersebut adalah ubi ungu. Ubi ungu merupakan salah satu bagian dari beberapa varian ubi jalar yang ada di Indonesia seperti ubi berwarna kuning dan putih.

Ternyata ubi ungu memiliki kandungan yang sangat luar biasa, yang hampir tidak diketahui oleh semua orang. Meski ubi disebut sebagai makanan masyarakat kelas bawah, namun manfaat yang dikandungnya dapat memiliki potensi ekonomi dan sosial yang cukup tinggi, antara lain sebagai bahan pangan yang efektif pada masa mendatang, bahkan bisa diolah menjadi beberapa jenis makanan menarik seperti keripik, tepung, mie, bihun, bahkan sebagai bahan pembuat kue modern. Disamping itu, ubi ungu mempunyai beberapa kelebihan bila dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya. Kelebihan ubi ungu antara lain, memiliki kadar Vitamin A paling tinggi diantara varian ubi jalar lain dan mengandung zat antosianin yang juga tinggi. Berdasarkan hasil penelitian dari Fakultas Pertanian UNUD di Bali ditemukan bahwa tumbuhan ubi jalar ungu yang umbinya mengandung zat antosianin cukup tinggi dengan kisaran antara 110 mg/100 g sampai 210 mg/200 g, dapat melindungi sel atau jaringan dari pengaruh buruk radikal bebas (molekul atau senyawa yang sangat reaktif dan juga mudah menyerang sel-sel sehat di dalam tubuh), dengan pemberian ekstrak atau sirup umbi ubi jalar ungu dengan dosis tertentu.

Dengan adanya zat antosianin yang merupakan pemberi warna merah keunguan pada tumbuhan, diketahui ada beberapa sayuran, buah-buahan dan tanaman yang memiliki khasiat yang sama, yaitu kol ungu, anggur dan bunga rosela. Di dalam situs resmi Departemen Kesehatan Republik Indonesia dalam jurnal kesehatannya yang berjudul Warna Ungu Sangat Baik Bagi Wanita, didapat informasi bahwa sejak abad ke-12 antosianin telah digunakan sebagai komponen obat tradisional dan pada perang dunia II antosianin dipercaya dapat meningkatkan penglihatan di waktu malam. Seiring kemajuan ilmu pengetahuan di bidang pangan, antosianin diketahui juga dapat

mencegah berbagai penyakit berbahaya seperti kanker, diabetes dan serangan jantung. Selain mengandung zat antosianin, ubi ungu juga merupakan sumber vitamin dan mineral. Vitamin yang terkandung dalam ubi ungu antara lain vitamin A, vitamin C dan vitamin E, sedangkan mineral dalam ubi ungu diantaranya adalah zat besi, fosfor dan kalium. Ubi ungu juga merupakan sumber karbohidrat yang cukup tinggi. Salah satu contoh lain yang menguntungkan adalah dengan mengkonsumsi ubi ungu 2-3 kali dalam seminggu dapat membantu kecukupan serat, apabila dikonsumsi dengan kulitnya, ubi ungu akan menyumbang serat lebih banyak lagi. Kandungan serat dalam ubi ungu sebagian besar merupakan serat larut, yang bekerja seperti spon yang dapat menyerap kelebihan lemak/kolesterol, sehingga kadar kolesterol dalam darah dapat tetap terkendali.

Melihat begitu pentingnya zat-zat yang terkandung dalam ubi ungu, sudah seharusnya hal ini diketahui oleh para remaja masa kini. Atas dasar pemikiran inilah pembuatan tugas akhir yang berjudul “*Branding* dan Promosi Keripik Ubi Ungu Untuk Gaya Hidup Remaja yang Menyehatkan” dilatarbelakangi.

Pembuatan *branding* prodak dan promosi akan dilakukan untuk menginformasikan kepada remaja, bahwa terdapat salah satu jenis makanan yang sudah ada sejak dari dulu, yang menyimpan khasiat kesehatan yang luar biasa melalui zat-zat yang terkandung di dalamnya.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Rumusan Masalah

1. Bagaimana meningkatkan kesehatan para remaja sehubungan dengan aktivitas mereka yang padat?
2. Bagaimana membuat para remaja masa kini tertarik dalam mengkonsumsi ubi ungu?
3. Hal-hal apa sajakah yang harus diketahui oleh para remaja tentang ubi ungu?

1.2.2 Ruang Lingkup

Pengelompokan ke arah ubi ungu saja dimaksudkan untuk memberikan sisi menarik agar mudah diingat untuk target yang dituju, akan jenis tumbuhan berkhasiat yang sudah tergolong banyak. Pengerjaan akan meliputi pembuatan *branding* produk dan promosi, yang akan dilaksanakan di beberapa area kampus, *mall* dan bioskop Cinema 21 yang berlokasi di Bandung, dengan rentang waktu yang dimulai dari tanggal 12 Februari 2011, sampai dengan 12 November 2011 yang bertepatan dengan hari kesehatan nasional, dengan target primer anak dewasa awal usia 18 – 22 tahun dan sekunder untuk orang tua pada usia 23-30 tahun. Pemilihan area tersebut dipilih berdasarkan survey yang disesuaikan dengan tingkat aktivitas gaya hidup remaja di luar rumah yang paling tinggi (*hang out*), sedangkan pemilihan rentang usia remaja dimaksudkan karena usia tersebut merupakan masa yang sangat baik dalam menjaga kesehatan, agar memiliki kondisi yang sehat di usia lanjut.

1.3 Tujuan Perancangan

Tugas akhir ini dibuat dengan tujuan agar para remaja mau mengkonsumsi ubi ungu dan dapat mengetahui kandungan utama pada ubi ungu, dengan pengemasan baru ubi ungu yang sejalan dengan gaya hidup dan aktivitas saat ini, yang berujung pada ketertarikan para remaja untuk mengkonsumsi ubi ungu, sehingga kesehatan para remaja dapat lebih meningkat.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara, yaitu dengan langsung menanyakan kepada ahli kesehatan, produsen panganan ubi dan konsumen terkait secara bertatap muka, dan hasilnya adalah didapat data yang akurat sesuai yang dibutuhkan sehubungan dengan jenis ubi ungu, persentase zat setelah olahan, fungsi kandungan zat dan tanggapan konsumen mengenai panganan ubi ungu mulai dari kandungan hingga ke arah pengetahuan konsumen tentang kandungan gizi di dalam ubi ungu.

2. Studi pustaka, yaitu dengan pengumpulan data berupa laporan-laporan studi terdahulu, makalah, serta situs, yang dibutuhkan dalam membuat riset serta menganalisis hasil studi dan hasilnya adalah, penulis lebih mudah untuk membuat penelitian dengan data-data yang sudah ada, seperti mendapat informasi dari ahli pertanian kesehatan yang menjelaskan seputar ubi ungu mulai dari asal, sejarah, hingga khasiat zat-zatnya, lalu dasar-dasar teori yang akan digunakan seperti teori *branding* dan promosi.
3. Kuesioner, yaitu dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan sesuai target market seputar permasalahan ubi ungu dan kesehatan. Hasil yang didapat penulis dapat menentukan jenis pengerjaan dan *output media* dari tema secara akurat, seperti didapat pemilihan bentuk pengerjaan akhir akan berupa *branding* dan promosi, diketahui pula gaya hidup target konsumen yang berujung pada pembuatan serta penempatan posisi media desain yang akurat, sehingga pembuatan promosi dapat dilakukan dengan efisien.
4. Observasi, yaitu dengan menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung yang berinteraksi dengan objek dan hasilnya adalah, kita bisa mengetahui secara langsung bagaimana karakter dari tiap-tiap orang yang kita mintai pendapatnya, seperti besarnya ketertarikan konsumen untuk mengkonsumsi makanan dari ubi ungu, besarnya antusiasme konsumen ketika melihat beberapa makanan yang terbuat dari ubi ungu karena warna yang unik dan minat konsumen yang begitu besar untuk mengkonsumsinya kembali.

1.5 Skema Perancangan

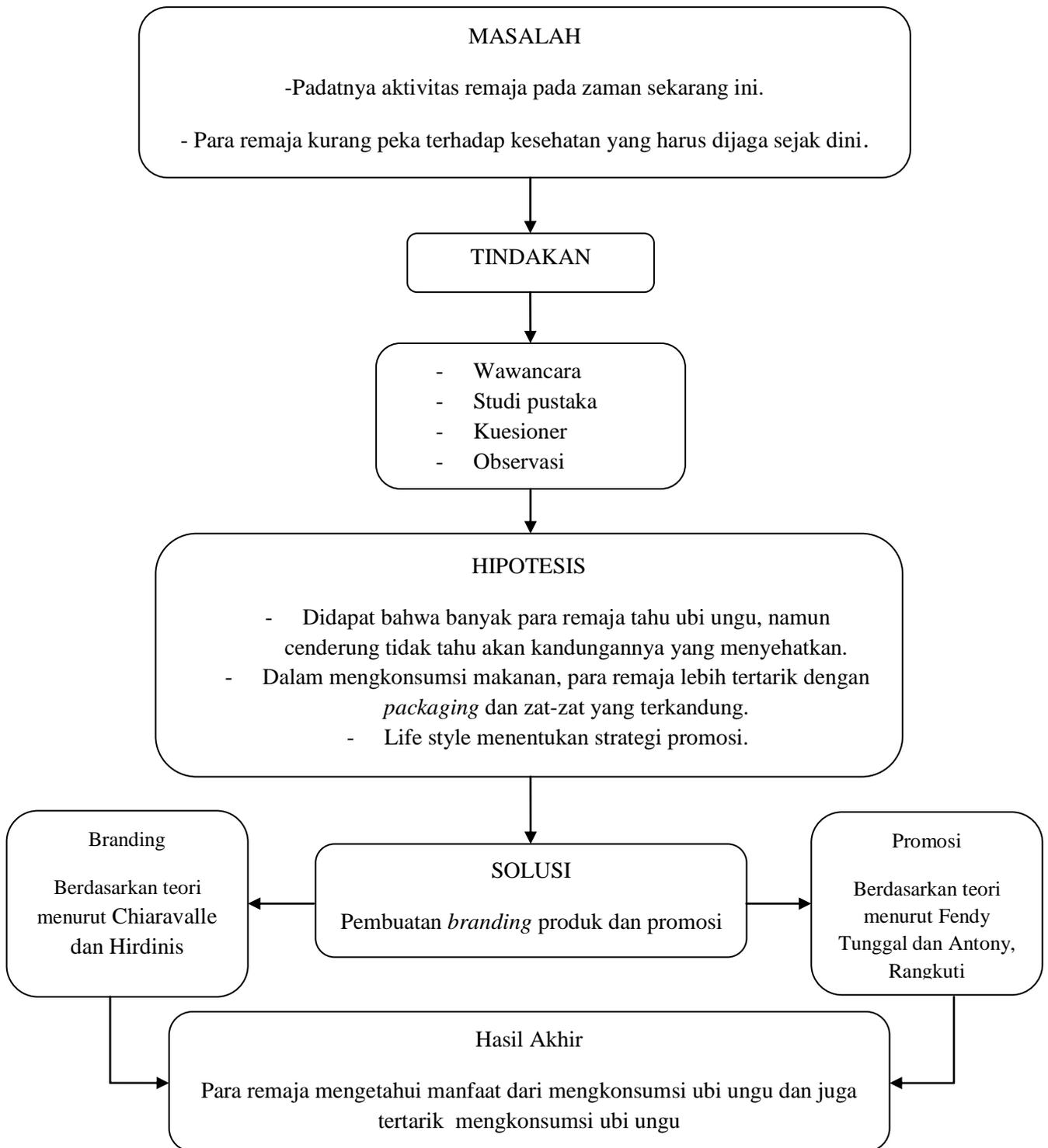


Diagram 1.5.1 Skema Perancangan