

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup modern merupakan suatu sikap atau tingkah laku yang menjadi tuntutan di jaman yang modern ini. Kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta dan Bandung merupakan kota yang sudah terpengaruh gaya hidup modern. Gaya hidup modern yang dimaksud yaitu terpengaruhi oleh beberapa hal seperti status sebagai sesuatu yang penting, mobilitas yang tinggi karena dituntut untuk dapat bekerja dengan cepat dan tidak terbatas oleh adanya faktor jarak, waktu, dan tempat.

Teknologi tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup modern. Teknologi komunikasi mengalami perkembangan yang besar dan turut membentuk gaya hidup modern. Dengan adanya tuntutan status, mobilitas yang tinggi, dan didukung oleh teknologi yang terus berkembang, masyarakat urban saat ini memiliki kecenderungan untuk hidup secara instan, dimana masyarakat urban ingin serba cepat, hal ini juga dapat dikaitkan dengan makin berharganya waktu bagi masyarakat modern. Makanan siap saji menjadi salah satu contoh gaya hidup yang serba instan.

Menurut mantan Menteri Kesehatan dr. Nafsiah Mboi, Sp. A., MPH, dibandingkan dengan gaya hidup di Indonesia pada tahun 1970-an, perilaku hidup modern kerap kali meninggalkan gaya hidup yang sehat dan memicu timbulnya penyakit. Akibatnya, penyakit yang dulu hanya menyerang orang tua kini juga ikut menyerang anak-anak dan remaja. Salah satu gaya hidup yang tidak sehat adalah semakin banyaknya masyarakat urban yang meninggalkan konsumsi buah dan sayur dan lebih banyak mengonsumsi makanan siap saji. Makanan siap saji diketahui mengandung banyak zat-zat berbahaya bagi tubuh.

Perilaku gaya hidup modern yang tidak sehat antara lain adalah seringnya mengonsumsi makanan cepat saji daripada sayuran dan buah-buahan, merokok, jarang berolahraga, kesibukan yang padat, dan penggunaan *gadget* yang berlebihan sehingga menyebabkan manusia yang memiliki gaya hidup tersebut rentan terhadap penyakit dan memiliki umur yang relatif singkat. Namun seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat urban sudah memiliki kesadaran akan pentingnya pola hidup sehat.

Menurut survei yang dilakukan AIA Insurance pada tahun 2013 di Indonesia, tersebar di Jakarta, Surabaya, dan Medan, menunjukkan bahwa ada pemahaman universal di Indonesia bahwa pola hidup sehat itu penting. 53% responden menganggap bahwa makan makanan sehat merupakan faktor pola hidup sehat dengan angka tertinggi. (http://www.aia.com/en/resources/30f22200423d273fa2b8ea0f2cbf0f90/AIA_Healthy_Living_Index_Survey_2013.pdf, diakses 24 Februari 2016 pkl 00.21 WIB) Ditambah dengan data survei dari PT. Sun Life Financial bersama Ipsos pada tahun 2015, empat dari lima orang di Indonesia merasa dirinya sehat. Sebanyak 73% masyarakat menempatkan kesehatan pribadi menjadi isu nomor satu dalam prioritas hidup. Jumlah ini meningkat 19% dari indeks yang sama pada tahun 2014. (<http://lifestyle.bisnis.com/read/20151113/220/491709/hasil-survei-kesadaran-hidup-sehat-masyarakat-meningkat>)

Semakin banyaknya masyarakat urban sadar akan pentingnya gaya hidup, masyarakat urban kini telah mengadaptasi cara untuk dapat menerapkan kegiatan yang sehat, salah satunya adalah melakukan *urban farming* di rumah. Secara sederhana konsep *urban farming* adalah melakukan kegiatan bercocok tanam dan beternak di daerah perkotaan dimana lahan yang tersedia sudah terbatas dengan memanfaatkan lahan kosong di halaman atau menanam dengan menggunakan pot dan berbagai jenis wadah. Seluruh sudut rumah atau *apartment* dapat dimanfaatkan untuk bertanam, termasuk untuk melakukan kegiatan *indoor garden*. Konsep *urban farming* lebih mengacu kepada skala yang besar, sedangkan skala kecilnya yaitu *urban gardening*.

Urban gardening menurut Jen Wallace pada blog Organic Authority (2014, www.organicauthority.com/what-is-urban-gardening-hot-trend/, diakses 23 Februari 2016 pkl. 23.39 WIB) adalah kumpulan teknik dan pendekatan-pendekatan untuk menanam berbagai macam tanaman di lingkungan kota. *Urban gardening* dapat dilakukan di rumah, apartment dan di berbagai area yang memiliki tanah maupun tidak. Menurut Smit, Nasr, dan Ratta (2001:1-35) memiliki banyak manfaat, seperti yang disampaikan oleh Jac Smit, Joe Nasr, dan Annu Ratta, yaitu manfaat ketahanan pangan, pemenuhan nutrisi dan kesehatan, manfaat sosial, manfaat ekonomis, manfaat lingkungan, dan manfaat pemanfaatan limbah.

Manfaat kesehatan yang didapatkan dari *urban gardening* yaitu meningkatkan nutrisi, memperpendek transportasi sayuran sehingga sayuran lebih segar dan sehat, dan mengurangi kelaparan. Di Indonesia, bertanam di rumah telah menyediakan sekitar 18% konsumsi kalori dan 14% protein, bagi pemiliknya. (Smit, Nasr, dan Ratta, 2001:1-2)

Masyarakat masih beranggapan bahwa sayuran dan buah-buahan organik itu mahal. Menanam sendiri sayuran dan buah-buahan organik sendiri di rumah dapat mematahkan asumsi bahwa organik itu mahal. Permasalahan yang kerap kali muncul adalah kurangnya edukasi sehingga masyarakat masih beranggapan bahwa menanam di rumah itu sulit dan repot. Sehingga pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa pemberian edukasi dan pemahaman tentang banyaknya manfaat *urban gardening*, dapat dilakukan melalui pembuatan kampanye yang merupakan salah satu bidang studi Desain Komunikasi Visual.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Beberapa permasalahan utama yang dapat diidentifikasi di bidang DKV yaitu:

1. Bagaimana cara mengedukasi masyarakat urban bahwa *urban gardening* adalah hal yang mudah dilakukan untuk mendapatkan sayuran organik?
2. Bagaimana cara menginformasikan masyarakat melalui media yang tepat agar secara sadar dan berkeinginan untuk memiliki *urban garden* sendiri di rumah?

Ruang lingkup kampanye ini akan dilakukan di daerah Bandung karena Bandung memiliki iklim yang cocok untuk bertanam dan masyarakatnya juga masih memiliki waktu untuk mencoba menanam walaupun mungkin tidak banyak.

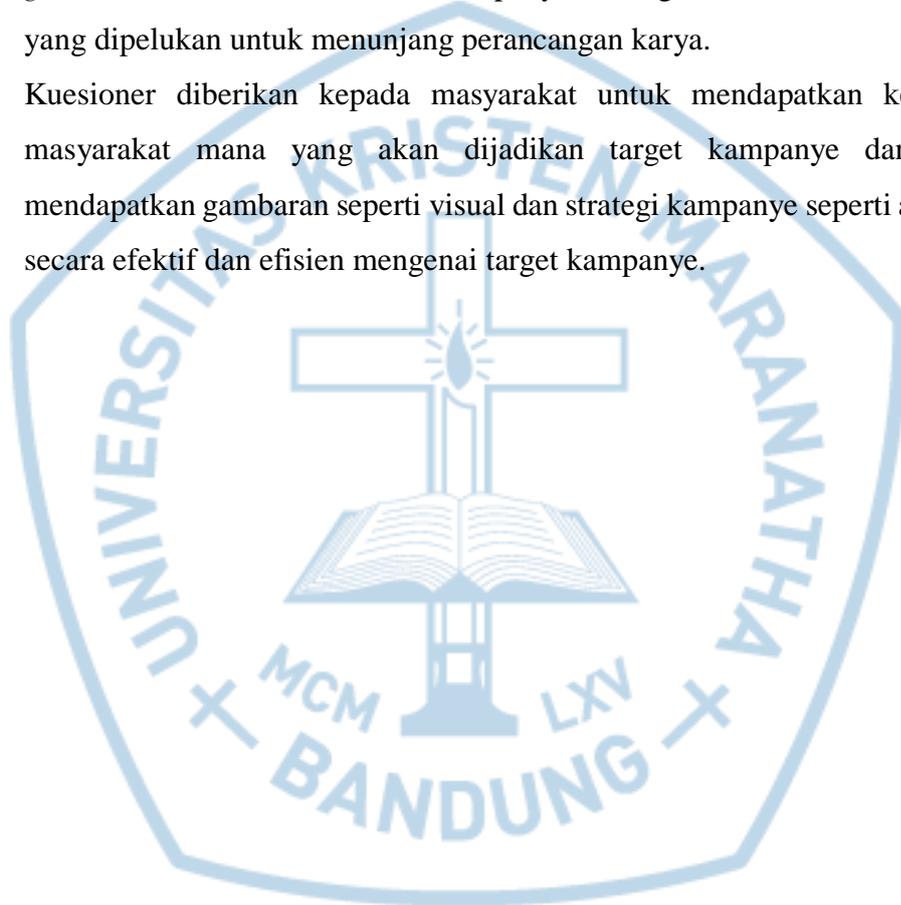
1.3 Tujuan Perancangan

1. Memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa *urban gardening* adalah suatu kegiatan sehat yang mudah.
2. Merancang kampanye dengan media dan strategi yang efektif agar masyarakat mau melakukan *urban gardening*.

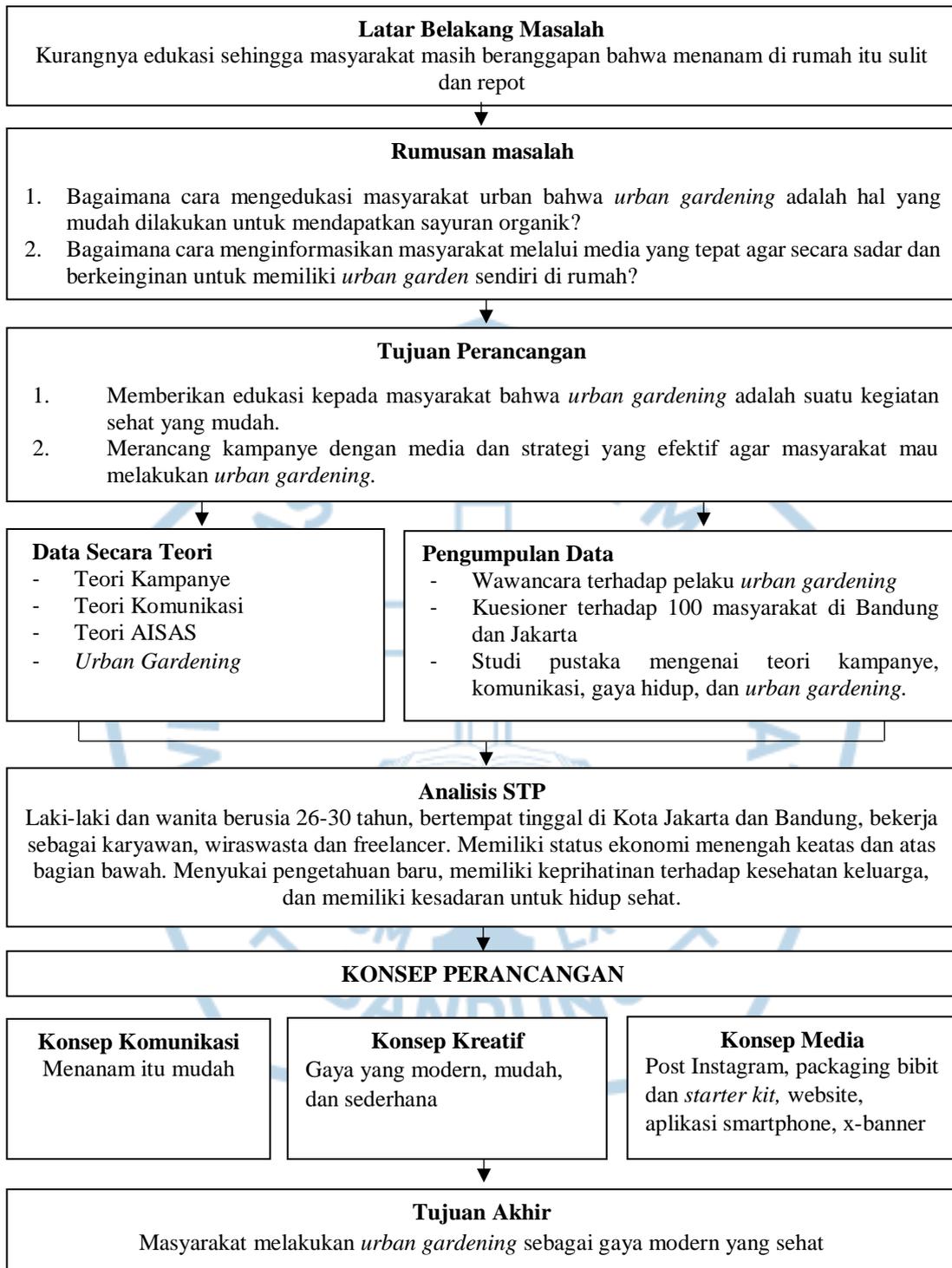
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan teknik pengumpulan data untuk perancangan tugas akhir ini didapat dari wawancara, studi pustaka, dan kuesioner.

1. Wawancara dilakukan kepada ahli berkebun dari FAM Organik. Wawancara juga akan dilakukan kepada pelaku *urban gardening* untuk mengetahui data lebih jauh mengenai *urban gardening*.
2. Studi pustaka dilakukan untuk mencari data-data valid mengenai *urban garden*, teori komunikasi, teori kampanye, strategi AISAS, dan teori desain yang diperlukan untuk menunjang perancangan karya.
3. Kuesioner diberikan kepada masyarakat untuk mendapatkan kelompok masyarakat mana yang akan dijadikan target kampanye dan untuk mendapatkan gambaran seperti visual dan strategi kampanye seperti apa yang secara efektif dan efisien mengenai target kampanye.



1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)