

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia memenuhi kebutuhan asupan airnya dengan makanan dan minuman. Jika kekurangan asupan air, tubuh akan mengalami rasa haus. Saat tubuh merasa haus, umumnya manusia akan mengatasi rasa haus tersebut dengan mengonsumsi air minum (air putih) atau minuman ringan. Hasil penelitian dari Perhimpunan Pakar Gizi (PERGIZI) dan Pangan Indonesia bersama Danone-Aqua Indonesia mengenai “Kebiasaan minum dan status hidrasi pada remaja hingga dewasa” di dua wilayah ekologi yang berbeda pada tahun 2009-2010, minuman yang sering dikonsumsi oleh remaja dan dewasa adalah minuman yang tergolong minuman ringan dalam kemasan seperti teh, kopi, susu, minuman isotonik, minuman sari buah dan minuman bersoda.

Menurut Dr. Fereydoon Batmanghelidj, M.D, seorang pakar air yang menulis buku *Water For Health, For Healing, For Life*, ketika tubuh membutuhkan air, minuman seperti teh, kopi, soda tidak dapat menggantikan kebutuhan air dalam tubuh walaupun minuman tersebut mengandung air karena minuman tersebut akan memberi asupan gula dan kafein lebih banyak daripada asupan air yang seharusnya dibutuhkan oleh tubuh bahkan kandungan tambahan pada minuman ringan seperti pemanis buatan, pewarna dan pengawet apabila dikonsumsi terus menerus dapat meningkatkan resiko penyakit diabetes yang menjadi salah satu penyebab terganggunya sistem kerja ginjal. (Arthur, 2007).

Air minum sudah dikenal masyarakat akan manfaatnya bagi tubuh tetapi dengan berkembangnya industri minuman ringan, air minum yang kaya manfaat tidak diminati khususnya bagi usia dewasa muda yang sebelumnya diungkap pada hasil penelitian oleh PERGIZI dan Pangan Indonesia bersama Danone-Aqua Indonesia. Maka dari itu untuk meningkatkan minat usia dewasa muda agar mengurangi

mengonsumsi minuman ringan dalam kemasan sebagai pengganti air minum, diperlukan adanya perancangan kampanye sosial. Bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV) dapat menjadi salah satu pemecah masalah karena memiliki media yang beragam untuk mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup kalangan dewasa muda moderen melalui strategi pendekatan dan visual yang tepat dan menarik.

1.2 Permasalahan Dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan permasalahan utama dari topik ini sebagai berikut :

1. Bagaimana cara menyadarkan manfaat mengonsumsi air minum (air putih) pada dewasa muda dalam kehidupan sehari-hari?
2. Bagaimana merancang kampanye untuk meningkatkan konsumsi air minum dibandingkan dengan minuman ringan dalam kemasan yang menarik bagi target kampanye?

Berdasarkan permasalahan, penulis memfokuskan ruang lingkup permasalahan pada:

1. Masalah difokuskan pada upaya peningkatan konsumsi air putih pada dewasa muda dengan menyadarkan manfaat mengonsumsi air minum dibandingkan mengonsumsi minuman ringan dalam kemasan di aktivitas sehari-hari.
2. Membuat kampanye sosial yang efektif bagi target usia dewasa muda 18-25 tahun karena golongan ini memiliki aktivitas di luar rumah dengan jadwal yang lebih padat dan tidak tentu dibanding usia sekolah.
3. Penelitian dibatasi di kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia. Diharapkan proyek ini dapat mewakili permasalahan serupa di kota-kota besar Indonesia lainnya.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan dan ruang lingkup yang telah diuraikan, tujuan perancangan adalah sebagai berikut :

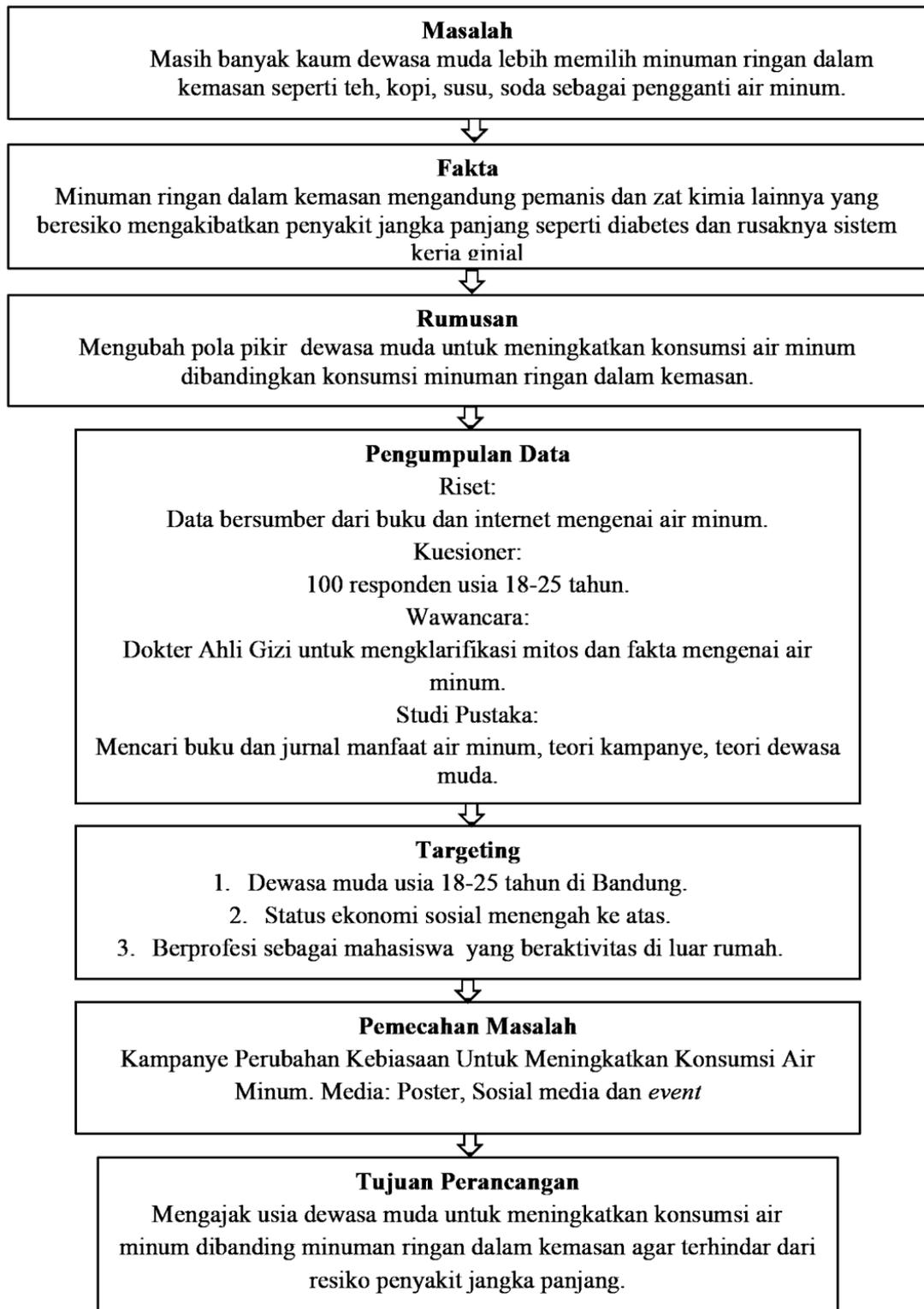
1. Menyadarkan pengetahuan manfaat pentingnya air minum dibandingkan minuman ringan untuk menunjang aktivitas sehari-hari dalam gaya hidup dan aktivitas sehari-hari.
2. Merancang kampanye sesuai *trend* di kalangan usia dewasa muda sesuai dengan aktivitas sehari-hari agar mudah diterima oleh target sasaran dan mendukung kesuksesan kampanye.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan:

1. Wawancara
Tanya jawab langsung dengan Ibu Grace, P., M. Gizi., dr, selaku dokter dan dosen di Fakultas Kedokteran Universitas Kristen Maranatha untuk mengklarifikasi fakta dan mitos air minum yang sering beredar di masyarakat.
2. Studi Pustaka
Penelusuran studi pustaka melalui buku, jurnal penelitian dan internet mengenai air dalam tubuh, manfaat jangka panjang mengonsumsi air minum bagi tubuh dibanding mengonsumsi minuman ringan dalam kemasan, teori mengenai kampanye, teori mengenai psikologis dan kesehatan dewasa muda.
3. Data kuesioner
Pembagian kuesioner melalui *open source docs.google* kepada 100 responden usia 18-25 tahun di kota Bandung mengenai gaya hidup, aktivitas sehari-hari, dan pemilihan jenis minuman yang dikonsumsi ketika beraktivitas di luar rumah.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber: Hasil Penelitian Tugas Akhir)