

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang pesat, manusia makin mudah dalam melakukan segala hal. Pola dan gaya hidup manusia juga ikut berubah seiring waktu. Salah satunya yakni semakin maraknya minuman-minuman modern yang tidak sehat seperti minuman hasil olahan kopi, teh, soda, hingga tapioka atau yang biasa disebut dengan boba. Minuman-minuman modern tersebut mengandung banyak sekali gula yang tentunya tidak baik bagi tubuh manusia. Penelitian terkait menunjukkan bahwa minuman manis seperti boba mengandung kadar gula dan kalori yang sangat tinggi yaitu berkisar antara 38-96 gram gula dan 299-515 kkal energi [1]. Namun demikian, minuman modern tersebut masih menjadi kegemaran banyak orang tidak terkecuali para anak muda generasi pasca milenial.

Generasi pasca milenial atau sering juga disebut dengan Generasi Z adalah generasi kelahiran tahun 1997 sampai dengan tahun 2012. Generasi Z merupakan generasi yang lahir ketika teknologi sudah berkembang pesat sehingga generasi ini dikenal sebagai generasi internet [2]. Konsumsi internet generasi z lebih tinggi dari pada generasi atas lainnya [3]. Generasi Z telah menggunakan media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok dan lainnya untuk hiburan sehari-hari mereka. Media sosial tersebut bukan hanya digunakan sebagai hiburan, generasi Z juga suka *update* tentang kehidupan mereka sedang apa maupun sedang ada di mana.

Generasi Z memiliki kebiasaan menghabiskan waktu mereka di cafe baik untuk mengerjakan tugas atau hanya sekedar mengumpul bareng dengan teman. Saat sedang menghabiskan waktunya di cafe, mereka seringkali memesan minuman-minuman modern tersebut. Masih banyak generasi Z yang lebih menyukai minuman modern dari pada minuman tradisional seperti jamu. Hal ini juga terjadi pada generasi Z yang berdomisili di Purwokerto dan Banyumas.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan pada generasi Z, sebanyak 88% generasi Z menjawab jarang meminum jamu.

Jamu adalah warisan budaya bangsa Indonesia yang sudah digunakan masyarakat secara turun temurun sejak dahulu. Jamu mulai berkembang seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kini jamu banyak digunakan masyarakat sebagai pengobatan tradisional. Faktor pendorong penggunaan jamu sebagai obat tradisional yakni harapan hidup yang lebih panjang terhadap penyakit-penyakit kronis seperti gagal ginjal dan diabetes, adanya efek samping saat penggunaan obat kimia, dan semakin luas akses informasi tentang obat tradisional tersebut [4]. Meskipun memiliki rasa yang pahit, tetapi jamu masih digunakan dan dipercaya masyarakat terutama para orang tua.

Selain digunakan sebagai pengobatan tradisional, jamu juga dapat menjaga kebugaran tubuh, nafsu makan anak, mencegah penyakit, membantu pencernaan, jamu juga bisa digunakan untuk kecantikan yakni mencegah penuaan dini [5]. Kini ketenaran jamu mulai menurun di kalangan generasi muda. Generasi Z lebih memilih untuk meminum minuman yang modern dari pada jamu tradisional tersebut. Padahal minuman-minuman modern tersebut memiliki banyak sekali dampak yang negatif bagi tubuh. Dalam persepsi mereka jamu itu minuman yang pahit, sesuatu hal yang kuno dan obat tradisional, padahal manfaat jamu lebih dari itu. Hal ini perlu menjadi perhatian, karena jika tidak generasi muda yang melestarikan kebudayaan jamu ini akan menjadi punah. Maka dari itu diperlukan sebuah kampanye sosial yang dapat mengajak generasi muda khususnya generasi Z untuk memulai minum jamu supaya jamu tetap lestari sehingga generasi-generasi yang akan datang dapat tetap merasakan budaya jamu tersebut.

Kampanye sosial adalah rangkaian kegiatan komunikasi yang direncanakan untuk memberikan kesadaran bagi para audience yang dilakukan secara berkala dengan rentang waktu tertentu [6]. Dengan dilakukannya kampanye sosial ini diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk dari pelestarian jamu kepada generasi Z. Kampanye sosial ini akan menggunakan media yang menarik dan informatif bagi

generasi muda seperti ilustrasi. Ilustrasi ini kemudian akan dikemas dalam bentuk *motion graphic*.

Motion graphic adalah media rekaman video atau animasi untuk menciptakan ilusi gerak dengan kombinasi audio penjelasan untuk digunakan dalam sebuah multimedia [7]. Menggunakan *motion graphic* untuk kampanye sosial dianggap menjadi media yang lebih menarik dalam menyampaikan sebuah pesan, sehingga masyarakat lebih tertarik untuk mengetahui informasi apa yang ingin disampaikan [8]. *Motion graphic* ini dapat digunakan untuk menyederhanakan topik yang rumit menjadi lebih mudah untuk dipahami. *Motion graphic* ini dapat ditempatkan pada media sosial *Instagram* dari Dinas Kesehatan Kabupaten Banyumas. Dengan publikasi *online* menggunakan *Instagram ads* supaya jangkauannya lebih luas dan publikasi *offline* dengan menggunakan layar LCD yang ditempatkan pada tempat umum seperti rumah sakit, klinik dan apotik. Pemilihan media untuk publikasi ini dipilih berdasarkan target *audiens* dari perancangan ini yakni generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, maka masalah yang mendasari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai :

1.1.1 Bagaimana merancang *motion graphic* sebagai kampanye “Ayo Minum Jamu” bagi generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.1.2 Untuk merancang *motion graphic* sebagai kampanye “Ayo Minum Jamu” bagi generasi Z

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari perancangan ini yakni akan difokuskan pada perancangan kampanye Ayo Minum Jamu sebagai berikut:

- 1.1.3 Merancang *motion graphic* “Ayo Minum Jamu” bagi generasi Z sebagai media utama
- 1.1.4 Merancang media pendukung berupa *x-banner*, poster, *feeds Instagram*, dan *merchandise* seperti kaos, *tote bag*, botol dan stiker.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya perancangan ini yakni sebagai berikut :

1.1.5 Manfaat Keilmuan DKV

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menambah wawasan tentang perancangan *motion graphic* sebagai media kampanye sosial. Penelitian ini dapat menambah kreativitas dalam memecahkan masalah di sekitar dengan ilmu desain komunikasi visual.

1.1.6 Manfaat Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk terwujudnya visi misi dari institusi yakni *Health Care. Health Care* yang dibahas pada perancangan ini yakni mengenai kesehatan tubuh generasi muda.

1.1.7 Manfaat Masyarakat

Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat berguna sebagai media persuasi bagi generasi muda untuk meminum jamu dan bisa untuk melestarikan budaya jamu. Serta diharapkan dapat menjadi salah satu media untuk mengetahui manfaat meminum jamu tradisional bagi masyarakat.