

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PRODUK INOVASI OLAHAN MAKANAN SEMANGGI BESERTA MEDIA PROMOSI

Wahyu Chrisvian Erga Hendianto
Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra Surabaya
Jalan Manukan Ranu 5 blok 21E-13, Surabaya
chrisvianerga@gmail.com

ABSTRAK

Semanggi merupakan makanan khas Surabaya yang keberadaannya saat ini bisa dikatakan jarang ditemui hal itu terlihat dari, semakin berkurangnya populasi penjual makanan semanggi pada saat ini salah satu penyebabnya adalah adanya persaingan yang keras dalam dunia makanan modern saat ini. Masyarakat yang berdomisili di kota Surabaya merupakan orang – orang yang harusnya juga bertanggung jawab untuk melestarikan warisan budaya kota Surabaya dalam bidang kuliner ini, kuliner tidak bisa dianggap remeh karena dengan kuliner saja bisa menarik perhatian pengunjung dari luar kota untuk datang berkunjung di kota Surabaya. Masyarakat yang berdomisili di Surabaya merupakan masyarakat modern yang perlu diingatkan kembali dengan keberadaan makanan tradisional khususnya semanggi. Semakin berkembangnya makanan yang ada di kota Surabaya ini kita tidak hanya membutuhkan makanan yang enak dan menarik saja namun kita juga perlu makanan yang sehat pula. Tujuan dan harapan dengan adanya Inovasi makanan olahan semanggi adalah, semakin terbukanya kesempatan untuk sayur semanggi ini kembali eksis dalam dunia kuliner, karena didalam sayur semanggi ini terdapat kandungan gizi, vitamin dan manfaat yang tidak kalah dengan sayur lainnya. Dan juga menciptakan makanan yang tidak hanya enak namun juga menjadi makanan yang sehat karena didalam *nuggets* dan *spring roll* tidak hanya terdapat daging ayam saja, namun juga terkandung gizi dan vitamin dari sayuran semanggi. Dengan adanya inovasi makanan olahan semanggi ini masyarakat khususnya pada anak yang tidak gemar untuk mengkonsumsi sayuran bisa tertarik dan mau mengkonsumsi makanan olahan yang mengandung unsur sayuran didalamnya. Observasi Merupakan metode pencarian data dengan cara berhubungan dan melakukan transaksi secara langsung dengan petani semanggi. Kemudian melakukan interview atau wawancara kepada orang tua anak untuk mencari informasi tindakan apa yang diambil untuk mengantisipasi jika anak mereka tidak meminati mengkonsumsi sayuran padahal pada masa pertumbuhannya anak sangat memerlukan asupan gizi dari sayuran. Metode pencarian data dengan cara mencari data berupa foto dan gambar yang berhubungan dengan tema dan judul. Sehingga saya mencari data melalui artikel dan buku yang ada. Metode pengumpulan data dengan cara pencarian data menggunakan pencarian gambar dan foto, disini saya melakukan kamera untuk pencarian data berupa gambar. Internet merupakan jaringan terbesar dalam hal penggalan data dengan menggunakan internet saya memperoleh data artikel dan juga gambar sehingga membantu penulis dalam proses pengumpulan data dalam perancangan Tugas Akhir.

Kata kunci : Media promosi, Sayur Semanggi, Anak kurang makan sayur, Inovasi Makanan sehat, anak-anak

ABSTRACT

Visual Communication Design Innovation Products Semanggi
Processed Food With Promotion Media

Clover is a typical food of Surabaya whose existence today can be said to be rare it visible from, the decreasing population clover food vendors at this moment one of the reasons is that there is stiff competition in the world of today's modern diet. People who live in the city of Surabaya is people - people who should also be responsible for preserving the cultural heritage of the city of Surabaya in the culinary field, culinary can not be underestimated because of the culinary alone could attract visitors from out of town to come for a visit in the city of Surabaya. People who live in Surabaya is a modern society that needs to be reminded by the presence of traditional foods in particular semanggi. Semakin growing food in the city of Surabaya this we not only need good food and

interesting course, but we also need a healthy diet anyway. Objectives and expectations with processed foods clover Innovation is, the opening of opportunities for vegetable clover returned exist in the culinary world, because in vegetable clover there are the nutrients, vitamins and benefits that are not inferior to the vegetable lainnya. Dan also create foods that are not only tasty but also a healthy food because in the spring roll nuggets and chicken meat are not only just, but also contains nutrients and vitamins from the vegetables semanggi. Dengan innovation clover processed food society, especially in children who are not fond of eating vegetables can be attracted and want to consume processed foods that contain vegetable elements didalamnya. Obesrvasi is a method of data search by getting in touch and make transactions directly with farmers clover. Then do the interview or interviews to parents what to look for information on measures taken to anticipate if their child is not interested in eating vegetables during growth when the child is in need of gisi intake of vegetables. Methods of data retrieval by searching data in the form of photos and pictures related to the theme and title. So I look for data via the existing articles and books. The method of data collection by using the data search and image search photos, here I am doing the camera to search the data in the form of gambar. Internet the largest network in terms of extracting data using the internet I get the data the article and also the image that assist authors in the process of data collection in the design Thesis.

Keywords : Campaign media, Clover vegetable, Children eat less vegetables, Innovation Healthy food, children.

Pendahuluan

Semanggi merupakan makanan khas Surabaya yang keberadaannya saat ini bisa dikatakan jarang ditemui hal itu terlihat dari, semakin berkurangnya populasi penjual makanan semanggi pada saat ini salah satu penyebabnya adalah adanya persaingan yang keras dalam dunia makanan modern saat ini. Semakin berkembangnya makanan yang ada di kota Surabaya ini kita tidak hanya membutuhkan makanan yang enak dan menarik saja namun kita juga perlu makanan yang sehat pula. Semanggi merupakan tanaman kelompok paku air, hidup secara liar di lingkungan perairan seperti kolam, sawah, danau, dan rawa-rawa. Daun semanggi air berbentuk bulat dan terdiri dari empat helai anak daun. Semanggi air biasa dikonsumsi dengan cara dikukus. Bagian dari tanaman ini yang digunakan adalah daun dan tangkai. Semanggi sendiri memiliki beberapa kasihat untuk kesehatan di antaranya adalah mencegah penyakit pengecilan hati, Infeksi saluran kencing, amandel, sariawan, kencing tidak lancer, batuk dan sesak nafas (Sela, 2013). Di kalangan anak – anak mengkonsumsi sayur bisa menjadi hal yang

sangat dibenci dengan berbagai alasan yang ada seperti, rasa pahit, tidak enak adalah jawaban yang memiliki rating paling tinggi sebagai jawaban yang digunakan anak ketika hendak memakan sayur, buktinya adalah pada suatu tajuk utama situs health.detik.com menyatakan bahwa 93% anak di Indonesia kurang makan sayur, berita ini juga didukung oleh RISKESDAS (Riset Kesehatan Dasar). (Wilda, 2014.) Sedangkan sayur adalah sumber vitamin dan serat yang sangat diperlukan oleh tubuh manusia. Dengan masyarakat bangga akan makanan semanggi, selain masyarakat akan semakin sehat dan jauh dari penyakit, masyarakat juga secara tidak langsung menjaga dan melestarikan kuliner warisan budaya daerah kota Surabaya. Harapan dengan adanya inovasi makanan semanggi ini adalah membuat eksistensi semanggi ini kembali muncul sehingga makanan warisan budaya Surabaya ini tidak punah, kemudian supaya tingkat makan sayur bagi anak di Surabaya ini meningkat terutama pada sayuran semanggi, sehingga sayuran semanggi ini dapat tetap bertahan karena daya konsumsi yang tinggi. apa yang diambil untuk mengatisipasi jika anak mereka tidak meminati mengkonsumsi sayuran padahal pada masa pertumbuhannya anak sangat memerlukan asupan gisi dari sayuran.

Data Sekunder

- Kepustakaan

Metode pencarian data dengan cara mencari data berupa foto dan gambar yang berhubungan dengan tema dan judul. Sehingga saya mencari data melalui artikel dan buku yang ada.

- Dokumentasi

Metode Penelitian

Data Primer

- Obesrvasi

Merupakan metode pencarian data dengan cara berhubungan dan melakukan transaksi secara langsung dengan petani semanggi.

- Wawancara

Melakukan interview atau wawancara kepada orang tua anak untuk mencari informasi tindakan

Metode pengumpulan data dengan cara pencarian data menggunakan pencarian gambar dan foto, disini saya melakukan kamera untuk pencarian data berupa gambar.

- Internet

Internet merupakan jaringan terbesar dalam hal penggalan data dengan menggunakan internet saya memperoleh data artikel dan juga gambar sehingga membantu penulis dalam proses pengumpulan data dalam perancangan Tugas Akhir.

Konsep Pemasaran produk akan dilakukan dengan cara penjualan secara *frenchaise* dimana dalam penjualan tersebut

terdapat 2 macam produk yang akan dijual yaitu dalam kondisi sudah matang dan siap makan, juga kondisi yang masih dalam keadaan *frozen food*.

Penempatan stand akan diadakan di lokasi yang banyak dikunjungi oleh masyarakat antara lain mall, minimarket dan pusat kuliner. Penjualan produk akan dilakukan di GKJW Manukan dengan sasaran anak – anak yang tidak suka mengkonsumsi sayuran sebagai *target audience* sedangkan orang tua anak sebagai *target market* dimana kami akan menyediakan solusi dengan adanya produk olahan semanggi ini sebagai makanan pengganti sayuran yang disukai anak – anak

Metode Penelitian

Dalam metode penelitian penulis menggunakan metode penelitian SWOT (*Strength, Weakness, Oppoturnities, Threat*) dan juga USP (*Unique Selling Propotion*) demikian adalah analisis yang menggunakan metode SWOT , USP , 5W+1H SWOT (*strengths, weakness, oppoturnity, threats*):

Nuggets Semanggi dan Springroll Semanggi
Strengths :

- Terbuat dari bahan alami.
- Tidak mengandung pengawet.
- Mengandung serat sayuran.
- Kualitas rasa yang enak.

Weakness :

- Daya tahan produk yang tidak begitu lama karena tidak mengandung pengawet.

Oppoturnity :

- Menjadi inovasi makanan yang baru karena mengangkat sayuran Semanggi Surabaya.
- Menjadi makanan khas baru di Surabaya karena mengandung semanggi.

Threats :

- Pesaing makanan olahan instant lainnya yang lebih awal dikenal oleh masyarakat, khususnya di Surabaya.

USP (*unique selling proposition*):

Nuggets Semanggi dan Springroll Semanggi

- Makanan instant yang mengandung unsur sayuran di dalamnya, yaitu sayuran semanggi. Sayuran yang juga menjadi identitas kota Surabaya.

Nuggets dan springroll Semanggi ini walaupun mengandung unsur sayuran didalamnya namun tidak terdapat rasa sayuran, sehingga makanan ini cocok dikonsumsi untuk anak yang tidak menyukai sayuran.

Pembahasan

Pemasaran produk akan dilakukan dengan cara penjualan secara *frenchaise* dimana dalam penjualan tersebut terdapat 2 macam produk yang akan dijual yaitu dalam kondisi sudah matang dan siap makan, juga kondisi yang masih dalam keadaan *frozen food*. Penempatan stand akan diadakan di lokasi yang banyak dikunjungi oleh masyarakat antara lain mall, minimarket dan pusat kuliner. Penjualan produk akan dilakukan di GKJW Manukan dengan sasaran anak – anak yang tidak suka mengkonsumsi sayuran sebagai *target audience* sedangkan orang tua anak sebagai *target market* dimana kami akan menyediakan solusi dengan adanya produk olahan semanggi ini sebagai makanan pengganti sayuran yang disukai anak – anak. Tujuan promosi ini dilakukan adalah Agar produk *nuggets* dan *springroll* semanggi mudah dikenal dan mudah untuk didapatkan oleh masyarakat. Strateginya adalah *nugget* dan *springroll* semanggi ini akan dipasarkan secara *franchise* sehingga produk ini dapat tersebar di seluruh penjuru kota dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Disamping itu produk *frozen* juga akan dijual dengan cara sistem drop shift yaitu dengan menjual produk di swalayan dan minimarket yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Promosi akan dilakukan dengan cara mengikuti event kuliner yang di adakan oleh pemerintah Surabaya, dimana akan banyak sekali bermunculan penjual makanan tradisional Surabaya dan juga sebagai tempat berkumpulnya masyarakat Surabaya dari berbagai kalangan. Promosi juga akan dilakukan di kegiatan sekolah minggu yang dilaksanakan di Greja Kristen Jawi Wetan (GKJW) Jemaat Manukan Surabaya dimana pada kegiatan tersebut banyak sekali anak – anak dan orang tua anak sedang

berkumpul. Pada event tersebut akan dibutuhkan media promosi yang menarik bagi anak antara lain, balon, xbanner, stiker, brosur, kaos. Tujuan promosi ini dilakukan agar Mengenalkan produk *nugget* dan *springroll* semanggi ini kepada masyarakat, mendongkrak penjualan produk, menarik minat masyarakat untuk membeli produk

Isi Pesan

Isi pesan dalam perancangan ini, bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk olahan makanan *nugget* semanggi dan *springroll* semanggi dengan merek “Saged” olahan makanan semanggi untuk mengangkat kembali eksistensi semanggi sebagai makanan khas Surabaya dengan target sasaran anak – anak yang tidak suka mengonsumsi sayuran dengan keunggulan pada *nugget* dan *springroll* semanggi ini rasa sayur semanggi tidak menjadi rasa yang dominan. *Nugget* dan *springroll* semanggi ini bisa dijadikan makanan pendamping snack dan juga sebagai oleh – oleh. Dalam hal ini *nugget* dan *springroll* semanggi ini ingin memposisikan dirinya sebagai inovasi olahan makanan dengan kandungan sayur semanggi khas Surabaya dengan rasa yang unik dan dikemas dengan ciri khas tradisional yaitu unsur daun pisang dan juga hadiah menarik didalam kemasan untuk menarik perhatian anak – anak.

Bentuk Pesan

Pesan yang berbicara kepada kebutuhan. Dalam hal ini target marketing selaku orang tua anak yang memiliki anak, namun anak mereka tidak suka mengonsumsi sayuran dengan adanya makanan ini dapat menjadi solusi. Anak – anak yang tidak suka mengonsumsi sayuran sebagai target sasaran dengan adanya unsur gambar yang menarik bagi anak – anak dan juga adanya hadiah menarik bagi anak – anak sebagai sarana penarik perhatian mereka. Menarik perhatian target sasaran dan juga target penjualan melalui berbagai media yang dapat menarik minat (rasa ingin tahu, rasa penasaran, rasa ingin mencoba) mudah diingat.

Kesimpulan

Dalam upaya mengkampanyekan sayuran semanggi dan anak-anak yang tidak suka makan sayuran konsep promosi yang telah dilakukan dengan cara membuat Inovasi olahan makanan dari sayuran semanggi menjadi makanan yang disukai oleh anak-anak, yang kemudian akan dikemas dengan mendesain kemasan, kemudian melakukan promosi dengan cara berjualan di lokasi yang terdapat banyak unsur orang tua dan anak salah satunya adalah di GKJW Jemaat Manukan Surabaya dengan memanfaatkan waktu setelah sekolah minggu usai. Di stan tersebut disediakan xbanner, balon, serta pembagian brosur dan stiker dan juga menyediakan makanan coba sehingga dapat menarik perhatian anak-anak untuk mendatangi stan promosi “**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PRODUK INOVASI OLAHAN MAKANAN SEMANGGI BESERTA MEDIA PROMOSI**” ini adalah munculnya tanggapan yang positif baik dari anak-anak sebagai target sasaran dan juga dari orang tua anak sebagai target market, dengan alasan bahwa mereka lebih mengenal semanggi dengan mengetahui kandungan dan manfaat semanggi serta mampu menjawab kebutuhan mereka sebagai orang tua memilih makanan yang sehat bagi putra dan putrinya.

Saran

Dalam hal ini yang harus dilakukan adalah tetap melakukan promosi dan tetap mesosialisasikan kepada masyarakat dengan adanya produk Saged Semanggi *Nugget* ini kepada masyarakat dan mengikuti berbagai event kuliner yang ada di kota Surabaya sehingga masyarakat lebih mengenal produk Saged Semanggi *Nugget* dan mengenal kembali sayuran semanggi Surabaya. Serta saran bagi penelitian selanjutnya adalah dengan melakukan pengembangan inovasi pada olahan makanan semanggi dengan tetap mengangkat sayuran semanggi namun melakukan perkembangan dalam segi bentuk dan olahan yang baru sehingga tercipta banyak sekali produk-produk makanan yang bergantung pada bahan-bahan dasar lokal terutama dengan olahan yang memanfaatkan sayuran semanggi, sehingga sayuran semanggi tidak punah dari perkembangan kuliner lokal kota Surabaya.

Ucapan Terima Kasih

Dalam proses penyusunan proposal ini, saya banyak sekali menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itulah perkenankan saya mengucapkan ucapan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Bpk. Aristarchus Pranayama K. BA., MA. Selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra Surabaya.
2. Ibu. Listia Natadjaja, ST., MT., M.Des. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama pengerjaan dan penyelesaian Proposal Tugas Akhir ini.
3. Bpk. Budi Prasetyadi, S.Sn. (Alm) Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama pengerjaan dan penyelesaian Proposal Tugas Akhir ini.
4. Ibu. Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn, M.Hum (Selaku anggota tim penguji)
5. Maria Nala Damajanti, S.Sn, M.Sc (Selaku anggota tim penguji)
6. Bpk. Erandaru, S.T, M.Sc (Sebagai Anggota Tim Penguji)
7. Kedua orang tua dan keluarga saya yang dengan tulus dan sabar telah memberikan dukungan motivasi, materi dan doa yang tak ternilai harganya.
8. Sdri. Yanita Dwi Pertiwi selaku rekan yang telah membantu dalam proses produksi sehingga dapat tercipta produk Saget Semanggi Nugget dan Springroll
9. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah berkenan membantu dalam proses pengerjaan laporan ini.

Saya hanya bisa berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dikemudian hari.



Gambar 1. Logo SAGET Semanggi Nugget



Gambar 2. Suasana pada saat launching produk Saget di GKJW Jemaat Manukan Surabaya



Gambar 3. Lokasi promosi dan kampanye produk Saget

Daftar Pustaka

Sela, Septian. (2013). Daun Semanggi dan Manfaatnya. Diunduh tahun 2015 dari <http://selaseptian020.blogspot.com/2013/05/daun-semanggi-dan-manfaatnya.html>.

Wilda, Zanel Farha. (2014). Duh! 93 persen anak – anak di Indonesia kurang makan sayur dan buah. Diunduh tahun 2015 dari <http://health.detik.com/read/2014/02/27/144556/2510307/1301/duh-93-persen-anak-anak-di-indonesia-kurang-makan-sayur-dan-buah>.