

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunitas Tani Sayur Organik atau KOTASAYUR adalah komunitas yang menjual sayur – sayur organik berdiri semenjak pada tahun 2017. Sebelum adanya aktivitas dari Komunitas Tani Sayur Organik, pemilik komunitas tersebut bermula dari Komunitas Tani Buah Naga Organik. Dilansir dari situs republika, komunitas tersebut berada di wilayah Dusun Wates, Desa Baron, Kecamatan Baron, Nganjuk, Jawa Timur. Program buah naga organik tersebut dari tahun 2015 dan beranggotakan 50 orang. Selain buah naga, beliau terbilang sering menanam padi dan jagung (republika, 2020). Berdasarkan dari wawancara dengan Faroshi, visi serta misi Komunitas Tani Sayur Organik yaitu membantu kesejahteraan petani mulai hulu sampai hilir hasil panen petani, membantu pemberdayaan petani yang mandiri dan sehat, saling kolaborasi antar petani dengan berbagai pihak agar terciptanya keseimbangan ekonomi bersama antar petani dan perusahaan, dan mengedukasi masyarakat seputar produk hasil panen petani yang bermanfaat jangka panjang.

Dari wawancara dengan Faroshi atau *founder* dari Komunitas Tani Sayur Organik, beliau memiliki hambatan dalam memperjualkan sayur organik nya dikarenakan masyarakat kurang edukasi mengenai sayur organik atau produk organik. Sayur organik dan sayur non organik memiliki perbedaan seperti sayur organik yang menggunakan penanaman yang alami. Pada situs *mayoclinic*, sayur organik memiliki keunggulan dalam mengurangi adanya polusi beserta mengaktifkan perilaku alami. Serta, sayur organik memiliki manfaat yang baik yaitu restorasi (*Mayoclinic*, 2020). Tetapi, sayur organik memiliki beberapa kekurangan yaitu lebih mudah terkena mikroorganisme dan tidak awet dikarenakan tidak menggunakan bahan kimia (sariagri, 2020). Walaupun memiliki kekurangan tersebut, sayur organik menggunakan bahan alami yang tidak menyebabkan

kerusakan pada lingkungan seperti yang ada pada penanaman sayur non organik. Sayur non organik penanamannya dengan bahan kimia dan pestisida (Athallah, 2019). Pestisida merupakan zat kimia untuk membasmi hama yang sering disemprotkan ke tanaman agar menjaganya dari paparan hama (Pratiwi, 2021). Jika dilakukan secara terus menerus, faktor tersebut akan menimbulkan degradasi tanah sehingga dari sekarang lingkungan perlu diperhatikan. Dari yang sudah diketahui, penjualan dari Komunitas Tani Sayur Organik menggunakan bahan – bahan alami yang aman untuk lingkungan sehingga dapat dijadikan informasi yang perlu ditujukan untuk target.

Oleh karena itu, penulis memberikan solusi untuk melakukan perancangan media promosi dengan Komunitas Tani Sayur Organik yang ditujukan untuk target yang berumur 25 sampai 34 tahun dikarenakan umur tersebut umur pekerja awal dan memiliki umur yang aktif. Dari situs merdeka, bahwa milenial perempuan lebih unggul dalam berbelanja online dan hal tersebut terbukti dari hasil survei Badan Pusat Statistik (Putra, 2020). Sehingga, penulis dapat memilih perempuan untuk dijadikan target yang bertujuan untuk memperluas pengetahuan, pemahaman dan ketertarikan terhadap sayur organik berdasarkan permasalahan kekurangan serta kelebihan dari data yang sudah dicari dari sayur organik dan sayur non organik dengan harapan target berminat dengan mengonsumsi sayur organik dan menyelesaikan masalah keuntungan penjualan dari Komunitas Tani Sayur Organik.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan media promosi dengan Komunitas Tani Sayur Organik?

1.3 Batasan Masalah

1. Demografis :

- Jenis kelamin : Perempuan

- Usia : 25 – 34 tahun

- SES : B - A

2. Geografis : DKI Jakarta

3. Psikografis :

- A. Sikap: Memiliki sikap peduli kepada lingkungan dengan ikut berkontribusi kegiatan kelompok bersama masyarakat dan sikap kurang pengetahuan pada sayur organik dan sayur non organik.
- B. Gaya Hidup: Masyarakat yang memiliki keingintahuan dan ikut serta dengan isu lingkungan serta aktif di media – media sosial.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian ini adalah:

- Merancang promosi tentang sayur organik yang tepat dengan Komunitas Tani Sayur Organik agar terhindar dari krisis tanah lingkungan.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Penulis

Selain manfaat untuk memenuhi kewajiban dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, dengan melakukan perancangan media promosi, penulis mendapatkan pengetahuan atau pengalaman baru serta pembelajaran dari topik yang dibahas.

2. Bagi Masyarakat

Manfaat yang diharapkan bagi masyarakat agar dapat memahami yang telah diterapkan untuk lebih mengetahui sayur organik serta manfaatnya bagi lingkungan masyarakat dengan gaya hidup yang lebih baik.

3. Bagi Universitas

Manfaat yang diharapkan bagi universitas agar menjadikan sebuah referensi pada mahasiswa/i untuk membantu dalam melakukan perancangan media promosi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A