



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Air merupakan salah satu zat yang memiliki peran penting untuk berlangsungnya hidup manusia. Dibutuhkan setiap harinya oleh tubuh untuk tetap menjaga kesehatan serta kesegaran tubuh. Air yang masuk ke dalam tubuh diproses oleh organ – organ dalam, sehingga dapat memperlancar aliran darah serta kerja ginjal untuk membuat racun – racun yang didapat dari udara dan makanan sehari – hari serta beberapa kegiatan yang dilakukan oleh manusia setiap harinya. Seperti pada Manfaat.co.id/manfaat-air-putih (2016, diakses pada tanggal 27 Mei 2016), perlu diketahui bahwa tubuh manusia terdiri dari 70% cairan dimana kebutuhan cairan akan sangat tinggi.

Menurut situs www.who.int/countries/idn/en/ (2016, diakses pada tanggal 27 Mei 2016) total populasi penduduk di Indonesia pada tahun 2015 berada pada angka 257.564.000 jiwa. Jumlah penduduk yang sangat banyak ini menyebabkan permintaan akan air minum untuk dikonsumsi pun meningkat. Kesulitan dalam mendapatkan air bersih untuk diminum pun sangat minim karena banyaknya perusahaan air minum yang menurunkan kualitas dari produk air minum dalam kemasan (AMDK). Perkembangan pada masyarakat juga menyebabkan masyarakat menjadi semakin memilih air minum yang berkualitas.

Peningkatan pada permintaan air minum dalam kemasan meningkat 12% setiap tahun. Seperti diberitakan situs Tribune News (2016, diakses tanggal 27 Mei 2016) Konsumsi air minum dalam kemasan (AMDK) di Indonesia pada

tahun 2014 tercatat sebanyak 23,1 miliar liter. Hal ini terjadi karena adanya kesadaran masyarakat tentang perdulinya kesehatan pada diri sendiri dengan meminum air minum yang bersih dan berkualitas serta keamanan produk itu sendiri. Dimulai dengan munculnya Aqua pada tahun 1973 sebagai pelopor air minum dalam kemasan di Indonesia, dan diikuti oleh beberapa kompetitornya yang hadir dengan air minum dalam kemasan yang memiliki keunggulan tersendiri seperti air minum beroksigen H₂O dan *reverses osmosis* seperti rivero.

Perusahaan yang hadir dalam persaingan air minum dalam kemasan salah satunya adalah perusahaan PT. Tirta Alkalindo yang bergerak pada air minum alkali dengan produknya *Eternal Plus* pada tahun 2012. Produk *Eternal Plus* hadir sebagai air minum keluarga yang memiliki perbedaan dengan air minum mineral lainnya. *Eternal plus* merupakan air minum yang mengandung air alkali yang baik untuk tubuh karena memiliki zat pH (*potential Hydrogen*) yang tinggi. Zat pH ini sendiri memiliki fungsi sebagai tingkat keasaman atau kebasaaan yang dimiliki oleh sebuah larutan. Semakin tinggi zat pH yang dimiliki sebuah larutan maka semakin baik untuk dicerna dalam tubuh karena memiliki tingkat kebasaaan yang cukup tinggi, sehingga dapat diserap tubuh dengan baik. *Eternal Plus* sendiri memiliki fungsi yang baik untuk tubuh, diantaranya dapat membantu menjaga keseimbangan asam dan basa yang ideal dalam darah, dapat membantu mengelola berat bada tubuh , dan dapat membantu proses detoksifikasi sehingga dapat menghilangkan racun – racun yang disebabkan oleh makanan dan udara sehari – hari.

Eternal Plus merupakan salah satu produk air minum kemasan yang memiliki kesamaan dalam hal air minum alkali lain namun berbeda harga

penjualan dengan kompetitornya, diantaranya adalah total8+, liquo8 dan Pristine. Setelah penulis melakukan survey dan wawancara terhadap konsumen dan beberapa agen – agen penjualan air minum khususnya agen *Eternal Plus*, bahwa *Eternal Plus* tidak memiliki tingkat penjualan yang bagus karena masyarakat kurang mengetahui produk tersebut dan harganya cukup mahal.

Dari permasalahan produk *Eternal Plus* dapat diketahui bahwa produk *Eternal Plus* merupakan air minum biasa, sama seperti halnya Aqua. *Eternal Plus* memiliki kesempatan lebih untuk memperkenalkan produk dengan cara meminum air alkali dapat menyehatkan dan menyegarkan tubuh. Berdasarkan masalah yang terjadi, perlu dilakukan perancangan media promosi air minum alkali *Eternal Plus* untuk memperkenalkan perusahaan ke masyarakat luas, karena berdasarkan hasil riset membuktikan bahwa masyarakat belum mengenal lebih tentang produk *Eternal Plus*. Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka perlu dilakukan perancangan media promosi air minum *Eternal Plus* untuk memperkenalkan produk tersebut kepada masyarakat luas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka didapat rumusan masalah adalah

1. Bagaimana memperkenalkan air minum *Eternal Plus* sebagai air minum alkali yang bermanfaat bagi tubuh kepada masyarakat?
2. Bagaimana menentukan strategi media promosi yang tepat untuk memperkenalkan kepada masyarakat produk *Eternal Plus*?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang dihadapi, maka batasannya adalah media promosi Air minum *Eternal Plus*. Target audiens yang dituju memiliki karakteristik sebagai berikut:

A. Demografis

- Jenis kelamin
 - Primer : Wanita
 - Sekunder : Pria
- Status Ekonomi: Menengah Ke Atas
- Usia
 - Primer : 21 - 35 tahun
 - Sekunder : > 35 tahun
- Daerah: Kota besar (Perkotaan)
- Pendidikan: minimal SMA
- Pekerjaan: pelajar ,mahasiswa, pegawai, wiraswasta

B. Geografis

- Kota/kabupaten: Jakarta
- Provinsi : DKI Jakarta

C. Psikografis

- Orang yang memiliki pola hidup yang sehat

1.4. Tujuan Tugas Akhir

1. Membentuk pandangan masyarakat terhadap air minum *Eternal Plus* sebagai air minum pilihan keluarga yang menyehatkan
2. Meningkatkan tingkat penjualan air minum *Eternal Plus*

1.5. Metodologi Pengambilan Data

Dalam Tugas Akhir ini, Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah penelitian secara metode kualitatif. Perinciannya sebagai berikut:

1. Observasi

Penulis melakukan pengamatan terhadap produk – produk kompetitornya dan melihat dari visual produk serta strategi promosi dari produk kompetitor.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan manager dari PT.Tirta Alkalindo yang berkaitan dengan produk *Eternal Plus*, dengan konsumen yang menggunakan produk tersebut serta kepada para ahli kesehatan.

3. Survey

Penulis menyebarkan Survey secara *online* untuk mencakup responden secara acak untuk mendapatkan data tentang pengetahuan masyarakat tentang produk *Eternal Plus*.

1.6. Metodologi Perancangan

1. Analisis

Setelah mendapatkan data yang diperlukan, penulis menganalisis data tersebut untuk dijadikan pedoman dalam membuat rancangan media promosi untuk air minum *Eternal Plus*.

2. *Brain Storming*

Penulis melakukan *brain storming* terhadap data-data yang sudah dikumpulkan untuk mendapatkan intisari dari data-data tersebut.

3. Mencari Referensi

Penulis mencari referensi macam – macam bentuk yang cocok untuk perancangan dan pengaplikasikannya.

4. Ide Desain

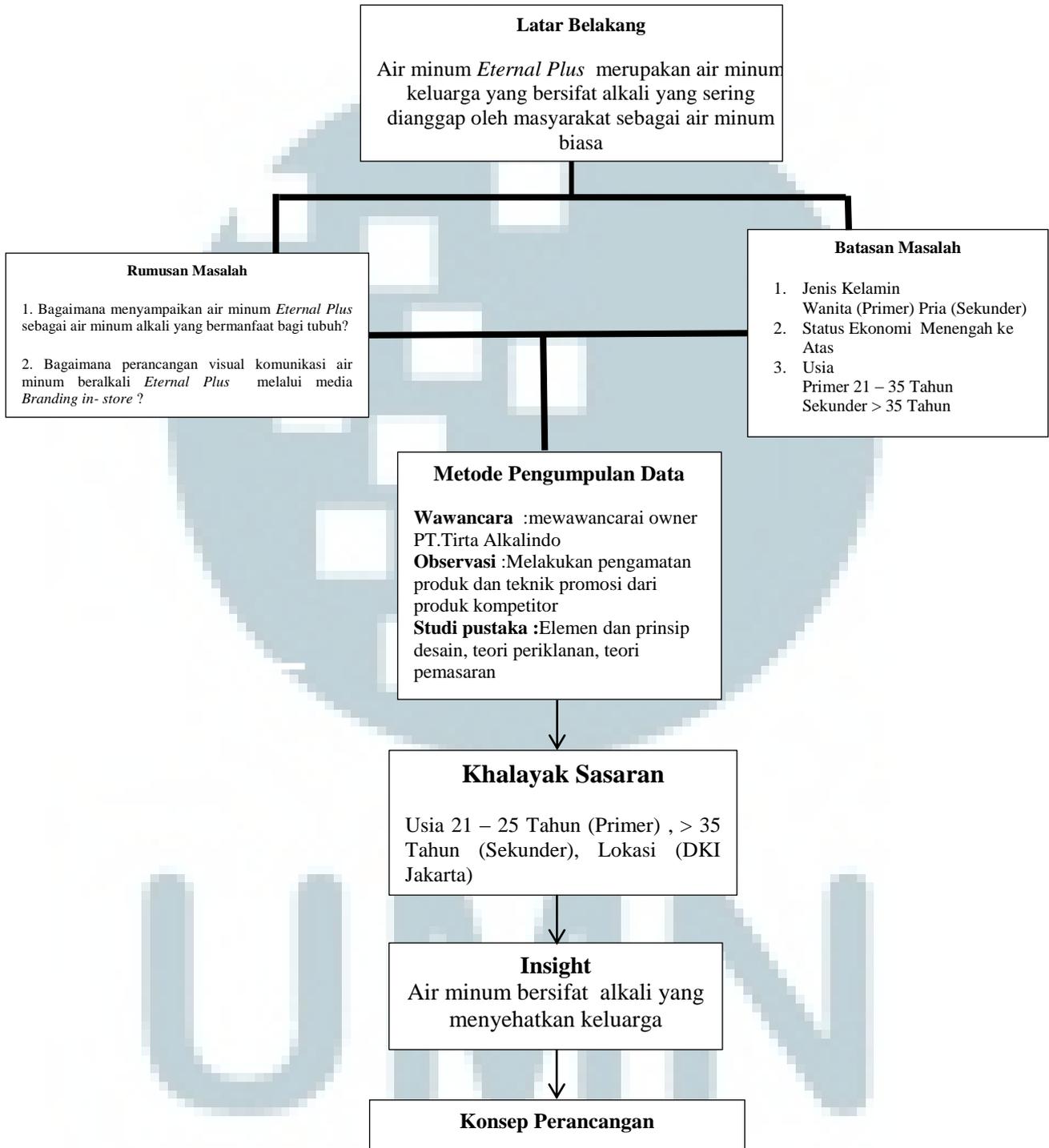
Berdasarkan survey dan wawancara terhadap pihak *Eternal Plus* serta target masyarakat.

5. Eksekusi

Setelah melakukan pencarian referensi, penulis segera mengeksekusi bentuk display untuk air minum *Eternal Plus*

U
M
M
N

1.7. Skematika Perancangan



Tabel 1.1 Skematika Perancangan