

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia memiliki keanekaragaman tumbuhan dan rempah-rempah yang berkhasiat. Salah satunya warisan budaya yang memanfaatkan kekayaan alam tersebut adalah jamu, obat tradisional berbahan alami yang telah diwarisakan secara turun-temurun dan dipercaya bermanfaat bagi kesehatan (Prabawa & Fitriani, 2020). Menurut Permenkes No.003/MENEKES/PER/I/2010, jamu mengandung bahan alami seperti tumbuhan, hewan, sediaan serian generik) dan mineral (Purwadianto et al., 2017). Jamu tradisional dapat dikonsumsi mulai dari kalangan anak-anak muda, remaja, dewasa bahkan hingga lanjut usia, karena manfaat dari jamu bagi kesehatan sangat beragam. Namun meskipun demikian saat ini tradisi minum jamu mengalami penurunan dan banyak ditinggalkan oleh masyarakat terkhususnya anak muda (Andelina, 2025).

Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Andri et al., 2025, h. 737-739) menunjukkan bahwa 106 responden hanya sekitar 8,6% ketertarikan generasi z dalam mengkonsumsi jamu sehingga dapat dikategorikan rendah. Dibandingkan dengan mengkonsumsi jus buah 72,4% generasi z lebih tertarik dengan jus buah hal ini dikarenakan rasanya yang enak serta tampilannya yang menarik, sementara jamu memiliki rasa yang cenderung pahit dan tampilannya yang kurang menggugah selera generasi z di era kekinian. Sehingga menurut Hasan et al. (2024) rendahnya minat generasi z terhadap jamu tradisional disebabkan sebagian anak muda menganggap bahwa jamu sebagai minuman tradisi kuno yang sudah ketinggalan jaman. Hal ini juga tidak terlepas dari perkembangan industri produk minuman saat ini yang semakin berinovasi meliputi cita rasa yang menyesuaikan dengan minat generasi z saat ini. Hal ini dibuktikan dengan data dari Yahya et.al. (2024), dalam penelitiannya terhadap pengalaman dan

frekuensi pembelian produk olahan jamu, ditemukannya bahwa hanya 30,3% dari 122 responden tidak pernah membeli produk olahan jamu.

Kondisi ini menunjukan bahwa adanya perubahan preferensi generasi muda khususnya generasi z memiliki pola hidup yang berbeda dengan generasi sebelumnya, seperti halnya dalam gaya hidup yang cenderung mengutamakan kemewahan, trend dan estetika. Keinginan untuk selalu mengikuti trend terbaru agar tetap merasa relevan dalam lingkungan sosial, sehingga mempengaruhi pola konsumsi generasi z yang memilih minuman kekinian yang secara cita rasa lebih menarik dibandingkan dengan jamu tradisional.

Padahal Informasi mengenai jamu tradisional dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti media daring (web resmi, blog, Instagram, Youtube), maupun melalui jalur informal seperti teman, keluarga, warisan budaya dari nenek moyang dan pedagang jamu keliling. Jika hal ini terus berlanjut jamu tradisional yang menjadi kearifan lokal khas Indonesia dapat ditinggalkan generasi muda maupun generasi selanjutnya dan tersingkir oleh perkembangan jaman. Oleh karena itu dibutuhkan upaya dalam menjaga keberlangsungan tradisi minum jamu tradisional dikalangan generasi z, diperlukannya pendekatan komunikasi yang relevan. Agar tujuan dan pesan ini dapat tersampaikan secara luas dan efektif. Maka dari itu diperlukan startegi perancangan komunikasi yang terencana dengan melalui kampanye.

Menurut Nabilah & Setiawan (2023). Kampanye yang dapat dideskripsikan sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh sekelompok, individu atau organisasi dalam kurun waktu tertentu yang bertujuan untuk mempengaruhi target audiens atau menciptakan suatu dampak tertentu. Dengan melalui kampanye ini diharapakan generasi z dapat membentuk pembiasaan diridalam mengonsumsi jamu tradisional, serta generasi z tidak hanya mengetahui khasiat dari jamu tradisional tetapi juga dapat merasakan manfaat yang diperoleh dari jamu tradisonal bagi kesehatan tubuh. Hal ini dapat meningkatkan minat generasi z terhadap jamu tradisional, sehingga

tradisi minum jamu tradisional sebagai warisan turun temurun tidak ditinggalkan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang diatas yang telah dijabarkan dapat diperoleh rumusan masalah, berikut ini masalah yang telah ditemukan:

1. Minuman jamu kurang diminati generasi z karena menganggap jamu kurang relevan dengan gaya hidup modern saat ini menyebabkan menurunnya konsumsi jamu tradisional.
2. Dibutuhkannya strategi untuk memperkenalkan khasiat jamu tradisional agar dapat dirasakan oleh generasi z.

Maka dari itu penulis merujuk pada pertanyaan penelitian yang diajukan adalah:

Bagaimana perancangan kampanye edukatif meningkatkan kesadaran generasi z terhadap jamu tradisional sebagai gaya hidup sehat?

## 1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada Dewasa awal usia 17-25 tahun yang berdomisili di Tangerang dengan memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi kesehatan, aktif dalam media sosial serta daya beli yang memungkinkan untuk dapat menerapkan kebiasaan konsumsi yang sehat. Perancangan kampanye ini mengutamakan pada peningkatan kesadaran dan perubahan persepsi terhadap budaya minum jamu dengan menyesuaikan preferensi generasi saat ini. Ruang lingkup perancangan ini akan dibatasi pada pengembangan konsep dan desain media kampanye yang efektif yang memberi informasi tentang sejarah, kandungan jamu, manfaat, tren konsumsi minuman dan pemahaman generasi z terhadap jamu.

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan penulis adalah membuat perancangan kampanye yang edukatif dalam

memperkenalkan budaya minum jamu tradisional sebagai gaya hidup sehat generasi z.

### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dibagi menjadi dua bagian yaitu manfaat teoritis dan praktis dari tugas akhir yang penulis rancangan adalah sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoretis:**

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat manfaat bagi perkembangan keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya dalam penerapan perancangan kampanye edukatif yang memperkenalkan budaya jamu tradisional. Selain itu juga perancangan ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan desain komunikasi visual yang kreatif, dan inovatif dengan pendekatan melalui tren visual yang lebih relevan serta gaya komunikasi dalam menyampaikan pesan secara menarik dan edukatif mengenai budaya minum jamu tradisional, sehingga dapat menyesuaikan dengan preferensi generasi muda atau generasi mendatang.

#### **2. Manfaat Praktis:**

Secara praktis, perancangan kampanye ini dapat diharapkan memperkenalkan budaya minum jamu tradisional sebagai bagian dari gaya hidup sehat untuk generasi z. Selain itu juga kampanye ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kesadaran, wawasan dan mengubah persepsi mengenai jamu tradisional yang dianggap sebagai minuman kuno. Kampanye ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dalam memperoleh informasi terkait dengan jamu tradisional.