

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Anak usia sekolah membutuhkan asupan gizi harian yang tercukupi karena di masa usia tersebut perkembangan kognitif dan fisik anak sedang berjalan (Hellosehat, 2023). Akan tetapi, orang tua seringkali menjadikan makanan cepat saji sebagai opsi utama dalam konsumsi sehari-hari anak karena anak lebih menyukai makanan cepat saji yang memiliki tampilan dan rasa yang beragam (Siregar & Siagian, 2023, h.3481), walaupun sebenarnya orang tua telah menyadari dampak negatif terhadap kesehatan anak akibat dari pemberian makanan cepat saji (h.3482). Padahal, kandungan nutrisi yang dimiliki oleh makanan cepat saji tidak dapat memenuhi kebutuhan nutrisi harian yang dibutuhkan oleh anak (Alodokter, 2024). Berdasarkan data survei kesehatan anak di Indonesia pada tahun 2023 melaporkan bahwa 19,7% anak berusia 5-12 tahun mengalami obesitas akibat dari pola konsumsi tinggi kalori (BRIN, 2024). Pola makan yang tidak sehat juga menjadi penyebab diabetes pada anak di Indonesia, tahun 2023 jumlah anak penderita diabetes di Indonesia mencapai 46,23% pada usia 10-14 tahun dan 31,05% pada usia 5-9 tahun (Tempo, 2024).

Pemenuhan gizi seorang anak dapat diperoleh melalui pola makan *clean eating*, dimana menurut Allen et al (2018 dalam Asriati et al., 2025, h.2559) *clean eating* merupakan pola makan sehat yang fokus pada bahan makanan alami dan segar serta minim proses olahan. Pola makan *clean eating* menekankan untuk memperbanyak konsumsi buah, sayur, kacang-kacangan, protein nabati, dan menghindari jenis makanan yang mengandung kadar gula yang tinggi serta kandungan bahan kimia buatan (Asriati et al., 2025, h.2559). Penerapan *clean eating* sangat penting bagi anak karena mereka membutuhkan nutrisi yang terpenuhi saat masa pertumbuhan untuk membantu pertumbuhan fisik dan kognitif yang ideal (Ramadhani et al., 2024, h.341). Selain itu, anak yang menerapkan pola

makan sehat cenderung memiliki berat badan yang normal, lebih aktif, dan tidak mudah sakit (Nasriyah, 2021).

Akan tetapi, dari hasil pre kuesioner yang dibagikan saat April 2025, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka pernah mendengar tentang *clean eating* dan manfaatnya bagi anak. Namun sebanyak 39 dari 52 responden tidak menerapkannya pada anak karena keterbatasan waktu dan anak kurang menyukai pola makan *clean eating*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa orang tua sebenarnya sudah mengetahui tentang *clean eating*, tetapi membutuhkan sebuah dorongan yang dapat memotivasi mereka menerapkan *clean eating* pada anak. Selain itu, *clean eating* seringkali dianggap sebagai diet yang mahal dan sulit untuk dilakukan, padahal *clean eating* hanya mengurangi makanan olahan dan dapat diterapkan menggunakan bahan makanan dengan harga yang terjangkau (Detikhealth, 2024). Kampanye terkait dengan pola makan pernah dilakukan oleh Kemenkes yaitu “Isi Piringku”, namun hanya berisi pedoman dan kurang mempersuasi target audiens. Sementara, kampanye yang baik seharusnya bertujuan untuk mendorong terjadinya perubahan pada perilaku target audiens dalam menghadapi sebuah isu (Venus, 2018).

Permasalahan kesehatan yang dapat timbul dari pola makan yang tidak sehat menunjukkan perlu ada dorongan yang dapat memotivasi orang tua sehingga mereka dapat konsisten menerapkan *clean eating* pada anak. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah kampanye yang dapat mendorong orang tua untuk lebih konsisten dalam menerapkan *clean eating* bagi anak. Menurut Venus (2018), kampanye merupakan rangkaian tindakan komunikasi yang bertujuan untuk memberikan efek tertentu pada sejumlah besar masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Peran orang tua yang dituju pada kampanye ini adalah seorang ibu, karena ibu identik sebagai sosok yang memberi makan utama dalam keluarga melalui perannya dalam memasak dan mempersiapkan menu (Hardjito, 2024, h.31). Perancangan kampanye ini diharapkan dapat mengubah pola pikir tentang *clean eating* merupakan hal yang sulit untuk diterapkan dan mendorong orang tua untuk menerapkan *clean eating* pada anak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut merupakan masalah yang ditemukan oleh penulis :

1. Kebiasaan orang tua menjadikan makanan cepat saji sebagai konsumsi anak dalam sehari-hari menyebabkan anak kurang menyukai makanan sehat serta beresiko untuk terkena penyakit seperti obesitas dan diabetes.
2. Kurangnya media persuasi yang dapat memberikan dorongan bagi orang tua memenuhi kebutuhan gizi yang baik bagi anak.

Oleh karena itu, penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana perancangan kampanye sosial kepada orang tua untuk menerapkan *clean eating* bagi anak?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditargetkan kepada wanita dewasa akhir usia 40-45 tahun, SES B, berdomisili di Jabodetabek yang memiliki anak dengan rentang usia 7-11 tahun. Kampanye ini akan fokus pada dorongan untuk mengubah perilaku seorang ibu melalui *challenge* penerapan *clean eating*. Ruang lingkup perancangan kampanye akan dibatasi pada pemberian motivasi kepada ibu untuk menerapkan *clean eating* pada anak menggunakan elemen visual dan narasi yang persuasif.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan penulis adalah membuat perancangan kampanye sosial kepada orang tua untuk menerapkan *clean eating* bagi anak.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berdasarkan tujuan yang telah dijelaskan, berikut merupakan manfaat yang dapat diperoleh selama perancangan tugas akhir :

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi kekayaan pengetahuan Desain Komunikasi Visual khususnya dalam konteks perancangan kampanye sosial dalam penyusunan tugas akhir. Perancangan ini juga diharapkan dapat menjadi

acuan bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin mengangkat topik serupa baik itu dalam lingkup kesehatan maupun kampanye sosial. Selain itu, hasil dari perancangan ini juga dapat memperluas pemahaman tentang peran Desain Komunikasi Visual sebagai sarana persuasi untuk mengubah sebuah perilaku di masyarakat.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi orang tua dalam menerapkan *clean eating* pada anak. Melalui kampanye ini diharapkan orang tua dapat memperoleh panduan praktis yang dapat membantu mereka di tengah kesibukan untuk tetap menyiapkan makanan yang sehat. Selain itu, kampanye ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk membangun kebiasaan konsumsi anak yang lebih baik.

