

## 1 .Pendahuluan

### A. Latar Belakang Masalah

Kota Sukoharjo adalah sebuah kota yang terkenal dengan penghasil jamu. Oleh karena itu Sukoharjo mempunyai julukan atau icon sebagai kota jamu dengan di bangunnya patung jamu yang terletak di jalan raya Solo-Sukoharjo tepatnya di kampung Bulakrejo depan Rs.Nirmala suri. Jamu Tradisional termasuk salah satu pengobatan alternatif yang dimiliki dan dipercaya masyarakat tempo dulu dan sekarang, dan masih tetap dilestarikan oleh masyarakat Jawa. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi modern yang semakin pesat dan canggih di jaman sekarang ternyata tidak mampu menggeser peranan penting suatu pengobatan tradisional seperti jamu Jawa. Entah itu jamu buatan sendiri maupun jamu buatan pabrik, tetapi justru saling melengkapi. Hal ini terbukti dari banyaknya peminat jamu tradisional Jawa. Namun yang menjadi masalah dan kesulitan bagi peminat jamu tradisional Jawa sampai saat ini adalah kurangnya pengetahuan dan informasi tentang jenis tumbuhan yang dapat diolah menjadi jamu yang di konsumsi sebagai pengobatan dari dalam, bahan serta khasiatnya yang terkandung di dalamnya. Dalam penelitian ini yang dimaksud istilah-istilah jamu tradisional Jawa adalah

Herbal adalah tanaman atau tumbuhan yang mempunyai kegunaan atau nilai lebih dalam pengobatan dengan kata lain semua jenis tanaman yang mengandung bahan atau zat aktif berguna sebagai terapeutik yang biasa



digolongkan menjadi herbal. (menurut Wikipedia). Herbal sering juga disebut tanaman obat sehingga dalam perkembangannya dimasukkan sebagai bagian dari salah satu bentuk pengobatan alternatif, kandungan zat atau bahan yang terdapat dalam herbal ternyata sangat bermanfaat untuk meningkatkan kesehatan manusia yang mengkonsumsinya apalagi sejumlah temuan dari hasil laboratorium makin khasanah manfaat berbagai jenis tanaman herbal. Kandungan zat aktif dalam tanaman herbal bukan hanya bersifat menyembuhkan dan mengatasi penyebab penyakit namun juga meningkatkan daya tahan dan kualitas kesehatan tubuh. Herbal memiliki potensi yang sangat besar dan mempunyai prospek untuk dikembangkan sehingga hal tersebut menjadi peluang bagi usaha herbal untuk mengembangkan usahanya yang lebih luas. Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap pengertian herbal memperlihatkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan. Apalagi herbal merupakan tanaman alam sehingga sangat berguna bagi pengobatan alami yang tidak member efek samping, seperti yang justru terjadi pada penggunaan obat-obatan medis. Apalagi belakangan ini muncul kecenderungan masyarakat untuk kembali ke alam sebagai respon terhadap makin banyaknya penyakit yang terjadi. (annneahira.com). Konsep pengobatan herbal adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan yang dipakai bersifat holistic. Tubuh manusia dipandang memiliki suatu system harmoni yang selalu seimbang; tidak berfungsinya satu bagian tubuh menyebabkan ketidakseimbangan dibagian tubuh yang lain. Jika tubuh tidak mampu melakukan penyeimbangan kembali seperti keadaan semula, maka akan timbul suatu penyakit. Salah satu tujuan dari



pengobatan herbal adaalah membatu tubuh mengembalikan keharmonisan atau keseimbangan tubuh.

2. Selain dari faktor eksternal, pengobatan herbal memahami bahwa dari alam diri manusia terdapat kekuatan penyembuh yang datang dari faktor spiritual, emosional, mental dan fisik. Kekuatan penyembuh tersebut dalam dunia medis modern dikenal dengan system Imunity.
3. Sistem immunity menjadi penentu utama sehat atau sakitnya seseorang. Herbalogi menaruh perhatian besar terhadap masalah immunity tersebut. Sehingga tujuan pengobatan adalah diarahkan untuk "Improve and maintain body immune system against external pathogen and pressure".
4. Menggunakan semurni-murninya bahan dari herbal sebagai obat, tanpa tambahan zat kimia sintetis.

Perbedaan pengobatan Herbal dengan pengobatan kimia Sintetis.

Konsep pengobatan herbal sangat berbeda dengan konsep pengobatan modern (yang biasanya menggunakan kimia sintetis sebagai obat). Misalnya dalam pengobatan kimia sintetis penyebab penyakit adalah virus, bakteri, dan pathogen (Mikro organism pembawa penyakit); sedangkan dalam pengobatan herbal, penyebab penyakit adalah lemahnya system immunity.

Berikut ini adalah table perbedaan antara kedua konsep pengobatan tersebut:

| <b>Pengobatan Kimia Sintetis</b>      | <b>Penggobatan Herbal</b>               |
|---------------------------------------|-----------------------------------------|
| Berasal dari barat                    | Berasal dari timur                      |
| Menggunakan kimia sintetis            | Menggunakan bahan alamiah/organik       |
| Daya keterserapan 50%-70%             | Daya keterserapan 90%                   |
| Bersifat antibiotic (racun bakteri)   | Bersifat probiotik                      |
| Menurunkan system imunity             | Meningkatkan system imunity             |
| Menggobati gejala/symptomatic         | Holistik/Menggobati sumber penyakit     |
| Menimbulkan efek samping              | Tidak ada efek samping                  |
| Khasiat lebih cepat tetapi destruktif | Khasiat lebih lambat tetapi konstruktif |
| Kebanyakan mengandung zat garam       | Halal karena murni dari tumbuhan        |

[www.back2herbal.multiply.com](http://www.back2herbal.multiply.com)

Berbagai progam pembangunan di bidang kesehatan yang diselenggarakan pemerintah selama ini, pada hakikatnya adalah upaya peningkatan kualits hidup masyarakat Indonesia. Pembangunan kesehatan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan hidup sehat setiap penduduk dalam mencapai derajat kesehatan masyarakat yang optimal, pada hakikatnya adalah upaya untuk menciptakan manusia yang berkualitas dan mempunyai produktifitas kerja yang tinggi sehingga akan menjadi modal pembangunan yang tangguh.



Derajat kesehatan dipengaruhi oleh faktor lingkungan, pemenuhan gizi, perilaku, pelayanan kesehatan dan turunan. Pelayanan kesehatan di Indonesia tidak hanya dilaksanakan oleh pemerintahan saja tetapi juga dilaksanakan oleh lembaga swasta bahkan masyarakat sendiri seperti: pengobatan tradisional dan sebagainya. Merupakan sebuah fakta bahwa sebagian anggota masyarakat dalam mencari pemecahan terhadap masalah kesehatan, Memanfaatkan pengobatan tradisional sebagai salah satu pilihannya. Sebagian kecil masyarakat Indonesia akan mencoba mengobati sendiri terlebih dahulu kalau sakit dengan cara-cara atau bahan-bahan tradisional sehari-hari dipergunakan dilingkungan keluarga. Kalau belum berhasil baru pergi ke tempat-tempat pelayanan kesehatan. Di Indonesia upaya pelayanan pengobatan tradisional berperan pada tingkat rumah tangga dan tingkat masyarakat. Pada tingkat rumah tangga pelayanan kesehatan oleh individu dan keluarga memegang peran utama. Pengetahuan tentang obat tradisional dan pemanfaatan tanaman obat merupakan unsur penting dalam meningkatkan kemampuan individu atau keluarga untuk memperoleh hidup sehat. Sedangkan di tingkat masyarakat peran pengobatan tradisional termasuk peracik obat tradisional atau jamu mempunyai peranan yang cukup penting dalam pemerataan pelayanan kesehatan untuk mewujudkan derajat masyarakat yang optimal.

Herbal dapat membantu menyembuhkan berbagai penyakit dengan campuran berbagai bahan yang dipercaya berkhasiat oleh masyarakat. Faktor yang mempengaruhi obat herbal kurang dikenal di masyarakat antara lain minimnya media promosi dalam menunjang keberhasilan, serta kemajuan zaman teknologi

yang membawa masyarakat untuk lebih percaya mengkonsumsi obat-obatan sintetis yang lebih efisien, praktis dan manjur sebagai konsumen mengerti efek samping yang ditimbulkan dari obat-obatan sintetis tersebut. Namun demikian, agar berbagai upaya pengobatan tradisional tersebut dapat benar-benar berhasil guna dan berfektif guna serta dapat mencegah timbulnya dampak akibat upaya pengobatan tradisional, maka perlu adanya upaya pembinaan yang sistematis dan berkesinambungan. Berbagai upaya kesehatan, baik yang dilakukan antara masyarakat sendiri atau dibantu pemerintah.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana merancang logo yang tepat sesuai dengan identitas perusahaan sehingga dapat meningkatkan daya jual perusahaan ?
2. Bagaimana cara merancang *stationery*, *gifts* dan *print ad* yang lebih menarik dari kompetitor sejenis ?
3. Bagaimana mengaplikasikan logo dalam berbagai media *stationery*, *gifts* dan *print ad* yang efektif dan efisien ?

#### **C. Batasan Masalah**

1. Merancang logo yang mencerminkan identitas perusahaan.
2. Merancang media promosi perusahaan dalam bentuk media *stationery*, *gifts* dan *print ad*.

#### **D. Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui promosi jamu gendong ini melalui media komunikasi visual adalah sebagai berikut:



1. Menciptakan image atau citra baik Herbal di desa kedunggudel, Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Sukoharjo.
2. Meningkatkan kesadaran konsumen terhadap keberadaan herbal sebagai obat tradisional yang mempunyai khasiat dan mutu yang bagus dtengah-tengah persaingan dengan obat-obat sintetik.
3. Memperkenalkan secara luas bahwa Sukoharjo adalah sebagai salah satu icon kota jamu yang mempunyai kualitas produk yang baik.
4. Masukan kepada pemda untuk mengangkat icon jamu atau herbal di masyarakat.

#### **E. Manfaat Perancangan**

a. Bagi Penulis

Dapat mengetahui tahapan-tahapan yang baik dan benar dalam merancang suatu logo.

b. Bagi Lembaga

Dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi mahasiswa lain dalam merancang logo di masa mendatang.

c. Bagi Masyarakat

- Menampilkan *brand image* suatu perusahaan melalui logo dan media cetak lainnya.
- Memberikan informasi tentang produk-produk perusahaan melalui media promosi cetak yang dibuat.

d. Bagi Dunia Desain

Menambah referensi deretan logo korporasi dalam dunia desain dengan membuat perancangan logo perusahaan jamu dan herbal

**F. Target Market**

Untuk mencapai tujuan dari media komunikasi yang akan dirancang, tentu sangat penting untuk mengetahui dan mengenali siapa target market yang dituju. Sehingga maksud dari pesan atau promosi yang tersampaikan akan sesuai dengan tujuan dari perancangan media tersebut. Adapun target yang dituju antara lain meliputi:

1. Primer

- Demografi

Seluruh masyarakat yang telah mengenal dan mengkonsumsi herbal, dan telah membuktikan kegunaan herbal itu sendiri.

- Geografi

Seluruh wilayah di Kabupaten Sukoharjo yang mengkonsumsi dan menggunakan herbal.

- Psikografi

Seluruh masyarakat yang telah membuktikan kegunaan herbal itu sendiri.

2. Sekunder

- Demografi

Seluruh masyarakat yang telah maupun yang ingin mengenal dan mengkonsumsi herbal.



- Geografi

Seluruh wilayah Indonesia baik di pedesaan sampai di perkotaan yang mengkonsumsi dan menggunakan herbal.

- Psikografi

Seluruh masyarakat yang tertarik menjadikan herbal sebagai alternative pengobatan

#### **G. Target Audiens**

Untuk mencapai tujuan dari media komunikasi yang akan dirancang, tentu sangat penting untuk mengetahui dan mengenali siapa target audiens yang dituju. Sehingga maksud dari pesan atau promosi yang tersampaikan akan sesuai dengan tujuan dari perancangan media tersebut. Adapun target yang akan dituju antara lain meliputi:

##### **1. Primer**

- Demografi

Seluruh masyarakat yang memiliki keterkaitan dengan adanya herbal.

- Geografi

Seluruh wilayah di kabupaten Sukoharjo yang telah mengkonsumsi dan menggunakan herbal.

- Psikografi

Seluruh masyarakat yang telah membuktikan kegunaan herbal itu sendiri.

## 2. Sekunder

- Demografi

Seluruh masyarakat dan pemerintah sebagai fasilitator keberadaan herbal dengan kebijaksanaannya.

- Geografi

Seluruh wilayah di Indonesia baik di daerah pedesaan maupun perkotaan yang telah mengenal maupun yang ingin mengenal herbal.

- Psikografi

Seluruh masyarakat yang telah dan ingin menjadikan herbal sebagai alternative pengobatan.

### **H. Metode Penggumpulan data dan Analisa Data**

Dalam usaha untuk menciptakan sebuah media komunikasi yang baik, maka diperlukan proses penelitian mengenai topik permasalahan promosi herbal sehingga bisa menunjang dalam proses perancangan media. Untuk mendukung penelitian ini metode penggumpulan data dan analisa data.

#### **a. Metode Penggumpulan data**

Adapun teknik yang digunakan dalam proses penggumpulan data dengan menggunakan yaitu:

##### **Data Primer**

Data Primer adalah data-data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti. Metode pengumpulan data primer yang dilakukan antara lain:



a. Metode Studi Pustaka

Menggunakan data dan teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Data maupun teori yang diperlukan bisa diperoleh melalui buku-buku, media massa, leaflet, dan informasi non manusia sebagai penunjang penelitian dan rekaman atau catatan yang terdapat pada lokasi penelitian serta bahan-bahan tertulis lainnya.

b. Metode wawancara mendalam (in- depth interviewing)

Dalam metode wawancara jenis ini di gunakan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat open-ended dan mengarah pada kedalaman informasi serta dilakukan dengan cara yang tidak normal terstruktur sehingga diharapkan akan lebih banyak mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Metode wawancara ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari lembaga atau koperasi-koperasi serta pihak-pihak terkait lainnya.

c. Metode Observasi Langsung

Melalui metode observasi langsung di desa Kedunggudel Kabupaten Sukoharjo, diharapkan mampu menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi yang beda serta rekaman yang ada dengan mengamati dan mencatat langkah-langkah serta metode kerja yang diterapkan secara langsung



### ***Data Sekunder***

Data sekunder adalah data-data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti:

1. Internet

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi melalui jaringan internet.

2. Metode Dokumentasi Data

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menggali, memotret, meniru dan sejenisnya. Data dokumentasi ini dapat berupa gambar, foto arsip, film

- b. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

**Analisis Kualitatif**

Metode yang digunakan bersifat deskriptif, maksudnya meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran mengenai fakta-fakta sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki.

**SWOT Analisis (*Strength, Weakness, Opportunities and Threat*)**

Analisis SWOT merupakan alat perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan



(*weakness*), peluang untuk peningkatan (*opportunities*) dan ancaman (*threath*) meliputi proyek bisnis.

- *Strength* merupakan data-data tentang kelebihan dan kekuatan yang dimiliki produk yang bersangkutan yang dapat dijadikan bahan dasar perumusan ide kreatif.
- *Weakness* menggambarkan kelemahan/kekurangan produk yang bersangkutan yang dapat dijadikan bahan perhatian untuk pembuatan karya.
- *Opportunities* adalah kemungkinan yang dimiliki oleh produk yang bersangkutan untuk memasuki persaingan di pasarnya. Dapat dijadikan landasan ke pasar mana perusahaan akan mempromosikan produk.
- *Threat* adalah tantangan yang dihadapi produk perusahaan berkaitan dengan kondisi kompetitornya saat ini.

Analisis SWOT ini digunakan sebagai landasan penempatan produk yang tepat di pasaran. Dalam perancangan ini, analisis SWOT akan digunakan untuk membandingkan antara Perusahaan jamu dan herbal dengan kompetitor sejenisnya ditinjau dalam hal kekuatan, kelemahan, peluang dan ancamannya. Dari hasil analisis tersebut maka dapat diketahui posisi perusahaan ada di mana dan bagaimana cara mengatasi permasalahan yang ada.

## **I. USP (*Unique Selling Proposition*)**

USP sebagai strategi bisnis dimana produsen menawarkan kepada konsumen berupa keunikan produk yang dimiliki, misalnya berupa barang maupun jasa pelayanan yang tidak dapat diberikan kompetitor lain. Dalam perancangan ini, akan dilakukan analisis untuk dapat mengetahui keunikan yang dimiliki Perusahaan jamu dan herbal dibandingkan kompetitor sejenis lainnya.

## **J. Positioning**

*Positioning* adalah salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan jika USP dirasa sudah tidak efektif lagi untuk menghadapi banyaknya kompetitor sejenis yaitu dengan cara meningkatkan mutu produk dari segi promosi maupun pelayanannya. Oleh karena itu, dengan membuat perancangan komunikasi visual yang menarik dan komunikatif diharapkan dapat menjadi salah satu ciri khas yang dimiliki produk untuk menarik lebih banyak



## K. Skematika Perancangan

