

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Susu sapi murni dipercayai sudah dikonsumsi semenjak tahun 3.000 sebelum Masehi, berdasarkan penelitian ilmiah yang dilakukan pada sampel gigi penduduk Eropa dan Asia Barat Daya Utara. Susu Sapi murni merupakan jenis susu segar yang berasal dari sapi dan belum dioalah sehingga nutrisi yang terkandung dalam susu murni masih cukup tinggi. Pemerahan susu di Indonesia dimulai pada abad ke-17, bersamaan dengan masuknya tentara Belanda di Indonesia. Saat itu sapi-sapi khususnya sapi perah mulai dibawa ke Indonesia, untuk memenuhi kebutuhan asupan gizi tentara Belanda khususnya dari air susu sapi. Ketersediaan pasokan susu tidak lepas dari keberadaan usaha sapi perah baik yang berskala peternakan rakyat maupun perusahaan peternakan.

Umumnya, usaha peternakan sapi perah yang terdapat di Indonesia masih berskala kecil atau peternakan rakyat. Susu sapi murni ini tidak memiliki rasa manis melainkan rasa sedikit asin atau creamy, walaupun sebenarnya susu sapi ini memiliki kandungan Laktosa atau gula alami yang sebenarnya memiliki rasa kurang manis. Susu sapi murni ini kaya akan protein paling tinggi, yaitu mengandung protein hewani, dapat meningkatkan kemampuan kognitif dan intelektual. Menurut IDAI (Ikatan Dokter Anak Indonesia), jika anak sudah berusia satu tahun dapat mengonsumsi susu sapi yang sudah di pasteurisasi atau UHT sebagai susu pengganti ASI. Meningkatkan fungsi otak pada anak, meningkatkan system imun tubuh, sebagai sumber energi, menjaga kesehatan

jantung, membantu menjaga kesehatan pencernaan, dan membantu menjaga berat badan ideal.

Dilansir dari artikel Greenfields, ada enam fakta susu sapi yang tidak bisa ditemukan di jenis susu lainnya yaitu, susu sapi dapat menjaga berat badan, membersihkan serta melindungi paru-paru, dapat menghilangkan rasa pedas di mulut, membersihkan pencernaan, menjaga daya tahan tubuh, dan memiliki nutrisi yang alami. Ada juga cara untuk menjaga kandungan nutrisi ini agar tetap memberikan manfaat lebih besar dengan diolah secara pasteurisasi atau bisa disebut mensterilisasi susu sapi dengan pemanasan suhu sekitar 70°C. Walaupun Susu sapi memiliki manfaat yang sangat banyak bagi tubuh, namun susu sapi ini sangat dihindari dari beberapa penyakit, contohnya pada penyakit ginjal akan mengganggu Kesehatan tulang karena memiliki kandungan fosfor dan kaliumnya cukup tinggi. Ketika gagal ginjal dan tidak berfungsi optimal, cairan dan limbah rentan menumpuk dalam darah, maka dari itu mengkonsumsi susu sapi ini sangat dibatasi oleh pengidap penyakit gagal ginjal.

Susu sapi murni pada zaman sekarang peminatnya sudah tidak sebanyak sewaktu zaman dahulu, karena pada zaman sekarang banyak yang memilih mengkonsumsi susu sapi yang sudah diolah. Dicampur dengan rasa coklat, strawberry, vanilla, dan bahkan ada juga yang mengolahnya dalam bentuk yogurt, permen, brownis dan lain-lain sebagainya. Dengan perkembangan zaman, semakin banyak ide-ide pengolahan susu yang tercipta, jadi orang-orang lebih memilih mengkonsumsi rasa susu yang sudah diolah menjadi lebih manis dan enak diminum dibandingkan dengan rasa susu asli yang sebenarnya memang

tidak manis. Semakin berkembangnya pengolahan susu sapi ini, maka banyak juga usaha yang menjual produk yang bahan dasarnya ini merupakan susu sapi murni kemudian diolah dengan berbagai macam. Pada zaman sekarang orang lebih banyak menjual produk susu yang sudah diolah bukan susu murni asli, jika pun ingin membeli susu sapi murni biasanya orang langsung membeli ke peternakan sapi ini langsung, agar mendapatkan susu sapi murni segar yang baru diperah. Dari negara manapun pasti banyak usaha yang menjual produk susu yang sudah diolah.

Seperti usaha yang berada di Sumatera Barat tepatnya di Padang Panjang, bernama Rumah Susu Padang Panjang. Usaha ini sudah memiliki izin usaha dan bahkan diberikan toko yang cukup besar untuk berjualan oleh pemerintahan Padang Panjang. Usaha ini hanya menjual susu yang sudah diolah saja, tidak ada susu murni, ada empat belas macam olahan susu sapi murni yang dijual. Namun penjualan Usaha Rumah susu ini hanya dikenal oleh orang sekitar padang Panjang saja dan pelanggan tetap yang berada di Jambi, Palembang, medan, Pekanbaru, belum ada penjualan di luar Sumatera. Usaha Rumah Susu ini mempromosikan produknya hanya lewat *Facebook*, *Whatsapp* dan *Instagram* pun jarang digunakan, karena itulah penjualan usaha ini tidak sampai keluar Sumatera.

Promosi yang selama ini digunakan dengan seadanya saja tidak mendukung promosi yang efektif untuk dikenal konsumen, belum adanya promosi yang menarik konsumen untuk mengenal merek dan produk dari usaha Rumah Susu Padang Panjang ini. Belum adanya media promosi berbentuk video Audio Visual

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah video promosi yang efektif untuk Rumah Susu Padang Panjang dalam bentuk audio visual. Dengan memanfaatkan teknik-teknik produksi video terkini dan pengetahuan tentang preferensi konsumen dalam industri susu, diharapkan video promosi yang dihasilkan dapat meningkatkan citra merek dan penjualan produk Rumah Susu Padang Panjang. Penelitian ini tidak hanya akan memberikan manfaat praktis bagi Rumah Susu Padang Panjang dalam meningkatkan pemasarannya, tetapi juga dapat memberikan kontribusi teoritis bagi literatur pemasaran terkait penggunaan media audio visual dalam promosi produk lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang strategi promosi yang efektif untuk produk lokal, sekaligus memberikan kontribusi pada pengembangan industri pemasaran dalam konteks digital dan media audio visual.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Media promosi yang digunakan masih kurang, hanya mengandalkan promosi melalui media sosial saja seperti *facebook* dan *Instagram*.
2. Belum adanya sebuah video promosi dalam menyampaikan informasi produk.
3. Tidak memiliki promosi yang efektif dalam strategi pemasaran di zaman yang modern ini untuk menyampaikan nilai dan identitas merek.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan Batasan masalah yang diangkat dalam perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Perlunya perancangan media promosi dalam bentuk audio visual yang lebih menarik di tonton dan memiliki daya tarik tersendiri dalam membawa konsumen membeli produk susu tersebut.
2. Perancangan media promosi dalam bentuk audio visual ini untuk memasarkan produk usaha rumah susu Padang Panjang lebih efektif dan luas.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas dapat dirumuskan masalah dalam perancangan ini yaitu bagaimana cara merancang media promosi dalam bentuk audio visual untuk memperkenalkan sebuah produk, nilai dan identitas merek agar bisa menarik minat orang untuk membeli produk tersebut.

E. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan media promosi Rumah Susu Padang Panjang dalam bentuk audio visual ini yaitu:

1. Mempromosikan Identitas produk dan juga citra baik bagi konsumen dengan cara memberikan informasi yang menarik dalam perancangan Media promosi berbentuk audio visual ini agar maksud penawaran dari produk susu ini tersampaikan kepada target konsumen
2. Mendorong para pengguna atau calon pelanggan untuk mengambil tindakan seperti bergabung, membeli sebuah produk atau berlangganan.

F. Manfaat Perancangan

Ada beberapa manfaat membuat perancangan media promosi Rumah Susu Padang Panjang dalam bentuk audio visual ini yaitu sebagai berikut ;

1. Bagi Penulis

- a. Mengembangkan kemampuan penulis yang sudah didapatkan dari perkuliahan.
- b. Meningkatkan ide dan kreatifitas penulis dalam merancang atau mendesain sebuah perancangan video promosi dalam bentuk audio visual ini.

2. Bagi Target *Audience*

- a. Diharapkan dengan adanya perancangan media promosi berbentuk audio visual ini dapat menarik target konsumen untuk membeli dan berlangganan dengan senang hati setelah melihat media promosi dalam bentuk audio visual ini dapat menawarkan dan memperkenalkan produk Rumah Susu.
- b. Dengan adanya media promosi berbentuk audio visual ini target *audience* dapat meningkatkan ketertarikan mengundang kembali target konsumen untuk membeli produk rumah susu Padang Panjang.

3. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Agar dapat bermanfaat bagi seluruh civitas akademika Universitas Putera Indonesia “YPTK” Padang.

- b. Memperlihatkan kepada Masyarakat tentang kemampuan mahasiswa Universitas Putera Indonesia “YPTK” Padang.
- c. Hasil karya dapat dijadikan acuan pada civitas akademika Universitas Putera Indonesia “YPTK” Padang