

“Cartoon Characters: Upaya Meningkatkan Penjualan Makanan Sehat Terhadap Konsumen Anak-Anak

Stefani Aprilia Untono

ABSTRACT

The article would like to clarify one way to increase sales of healthy foods by using images of cartoon characters in the healthy food packaging. Children are the nation's investment. Children should be given adequate nutrition to grow and develop. The role of parents is needed in giving and to teach children to be more active in eating foods that are healthy and nutritious. However, children are more like fast food or food sold on the roadside. Manufacturers healthy makana should think of ways to attract the attention of children to consume products recording through the image cartoon characters on the packaging because it is expected to show images of children can be more interested in eating nutritious food and eat nutritious children's sales increased.

Keyword: Cartoon characters, healty produk, kids

ABSTRAK

Artikel ingin menjelaskan salah satu cara meningkatkan penjualan makanan sehat dengan menggunakan gambar tokoh kartun dalam kemasan makanan sehat tersebut. Anak-anak merupakan investasi bangsa. Anak-anak harus diberikan gizi yang cukup untuk dapat tumbuh dan berkembang. Peran orang tua sangat dibutuhkan dalam memberi dan mengajarkan anak untuk lebih aktif dalam mengonsumsi makanan yang sehat dan bergizi. Namun, anak-anak lebih menyukai makanan cepat saji atau makanan yang dijual di pinggir jalan. Produsen makana sehat harus memikirkan cara untuk dapat menarik perhatian anak-anak untuk mengonsumsi produk mereka melalui gambar tokoh kartun pada kemasan karena dengan menampilkan gambar tersebut diharapkan anak-anak dapat semakin tertarik untuk mengonsumsi makan bergizi dan penjualan makan bergizi anak meningkat.

Kata Kunci: tokoh kartun, produk makanan sehat, anak-anak

PENDAHULUAN

Anak usia sekolah adalah investasi bangsa, karena mereka adalah generasi penerus bangsa. Kualitas bangsa di masa depan ditentukan kualitas anak-anak saat ini. Upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia harus dilakukan sejak dini, sistematis dan berkesinambungan. Kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor utama yang diperlukan untuk melaksanakan pembangunan nasional. Faktor gizi memegang peranan penting dalam mencapai SDM berkualitas (Depkes RI, 2005). Gizi menjadi penting bagi anak sekolah karena selain dapat meningkatkan kecerdasan anak juga dapat menunjang pertumbuhan secara fisik dan mental, guna mendukung keadaan tersebut anak sekolah memerlukan kondisi tubuh yang optimal dan bugar sehingga memerlukan status gizi yang baik. Selain itu, anak sekolah termasuk ke dalam salah satu golongan yang rawan akan masalah gizi. Banyak upaya dilakukan untuk mengatasi masalah gizi di Indonesia. Data menunjukkan prevalensi gizi buruk terus mengalami penurunan dari 9,7% di tahun 2005 menjadi 4,9% di tahun 2010 dan diharapkan di tahun 2015, prevalensi gizi buruk dapat turun menjadi 3,6%. Prevalensi anak balita gizi kurang dan buruk turun 0,5 % dari 18,4% pada 2007 menjadi 17,9% pada 2010. Faktor-faktor penyebab gizi buruk, yaitu asupan gizi dan pemahaman tentang makanan yang aman untuk dimakan, penyakit menular, lingkungan, akses terhadap pelayanan kesehatan dan pola asuh (Kemenkes, 2010). Kebutuhan zat gizi anak dapat terpenuhi dari asupan makanan atau minuman baik yang dikonsumsi di rumah maupun dikonsumsi di luar rumah atau sering disebut sebagai makanan jajanan. Makanan jajanan (street food) sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Konsumsi makanan jajanan di masyarakat diperkirakan akan terus meningkat. Anak-anak pada usia sekolah gemar sekali jajan dan pada umumnya sudah dapat memilih dan menentukan makanan apa yang mereka sukai dan mana yang tidak. Bahkan tidak jarang mereka menolak untuk sarapan di rumah dan sebagai gantinya meminta uang saku untuk jajan. Jajanan yang mereka beli adalah bahan-bahan atau makanan yang mereka senangi saja, misalnya es, gula-gula atau makanan lain yang kurang nilai gizinya.

Tumbuh berkembangnya anak usia sekolah yang optimal tergantung pemberian nutrisi dengan kualitas dan kuantitas yang baik serta benar. Dalam masa tumbuh kembang tersebut pemberian nutrisi atau asupan makanan pada anak tidak selalu dapat dilaksanakan dengan sempurna. Sering timbul masalah terutama dalam pemberian makanan yang tidak benar dan menyimpang. Penyimpangan ini mengakibatkan gangguan pada banyak organ organ dan sistem tubuh anak oleh karena itu sangat diperlukan makanan yang sehat dan bergizi bagi

tubuh anak-anak. Di jaman sekarang ini kita tahu bahwa anak-anak sangat sulit untuk memilih makanan yang sehat seperti sayur-sayuran dan buah-buahan karena itu sangat penting bagi produk makanan sehat untuk anak-anak menggunakan cartoon character dalam penjualannya. Kemasan makanan sehat yang dijual harus banyak menggunakan karakter kartun sebagai unsur *image* pada kemasan. Pemilihan karakter kartun pada kemasan makanan sehat untuk anak-anak usia 5-12 tahun harus cenderung mengambil bentuk atau tokoh yang dekat dengan anak-anak. Hal ini sesuai dengan pendekatan psikologi anak yang lebih mudah menerima sosok yang sudah akrab dan tidak asing bagi mereka. Karakter kartun ini sering kali merupakan pengembangan dari tokoh-tokoh hewan yang mempunyai sifat-sifat baik, seperti kuat, gagah, berani, tangkas, cerdas dan menarik untuk divisualisasikan. Warna-warna yang digunakan pun juga disesuaikan dengan sifat dan karakter tersebut dan banyak menggunakan warna-warna primer yang mudah tertangkap oleh mata seperti merah, kuning dan biru. Desain suatu kemasan makanan ringan untuk anak-anak akan lebih berhasil apabila menggunakan warna-warna primer dan karakter yang disukai oleh anak-anak. Sedangkan bagi orang tua, memilih kemasan makanan sehat tersebut harus pula mencerminkan makanan yang sehat untuk anak-anaknya. Tidak hanya pada makanan kemasan bisa juga dalam menjual makanan (nasi kotak) yang terbuat dari sayur-sayuran dan buah-buahan langsung yang di bentuk merupai seperti kartun yang digemari anak-anak seperti bentuk helokitty, spongebob, mikey mouse, dll sehingga ini dapat meningkatkan penjualan makanan sehat bagi anak-anak.

Tinjauan Pustaka

Cartoon Character

Kartun (cartoon dalam Bahasa Inggris) berasal dari bahasa Italia, *cartone*, yang berarti kertas. Kartun pada mulanya adalah penamaan bagi sketsa pada kertas alot (*stout paper*) sebagai rancangan atau desain untuk lukisan kanvas atau lukisan dinding, gambar arsitektur, motif permadani, atau untuk gambar pada mozaik dan kaca. Namun seiring perkembangan waktu, pengertian kartun pada saat ini tidak sekadar sebagai sebuah gambar rancangan, tetapi kemudian berkembang menjadi gambar yang bersifat dan bertujuan humor dan satir.

Kartun merupakan suatu gambar interpretatif yang menggunakan simbol-simbol untuk menyampaikan suatu pesan secara cepat dan ringkas, atau sesuatu sikap terhadap orang, situasi, atau kejadian-kejadian tertentu. Kartun biasanya hanya mengungkap esensi pesan yang harus disampaikan dan menuangkannya ke dalam gambar sederhana, tanpa detail,

dengan menggunakan simbol-simbol, serta karakter yang mudah dikenal dan dimengerti secara cepat.

Kartun mempunyai sisi menarik yang memiliki keunggulan lebih dibandingkan dengan media komunikasi yang lain. Ketertarikan seseorang terhadap kartun yang disebabkan dalam mengungkapkan komentar, kartun menampilkan masalah tidak secara harfiah tetapi melalui metafora agar terungkap makna yang tersirat dibalik peristiwa. Metafora merupakan pengalihan sebuah simbol (topik) ke sistem simbol lain (kendaraan).

Makanan Sehat (Healthy Product)

Makanan sehat adalah dengan meramu berbagai jenis makanan yang seimbang, sehingga terpenuhi seluruh kebutuhan gizi bagi tubuh dan mampu dirasakan secara fisik dan mental (Prasetyono, 2009). Menurut Hulme, “makanan sehat” adalah makanan dalam arti yang sesungguhnya dan mampu menikmati makanan tersebut. Makanan yang sehat harus terdiri dari makanan utama dan makanan penunjang. Makanan sehat tersebut juga dikenal dengan istilah 4 dan 5 sempurna, tetapi kepopulerannya sudah mulai memudar karena berbagai alasan. Makan dengan lauk pauk tahu, tempe, sepotong daging, dan serta mangkuk sayur masih belum cukup memenuhi kebutuhan gizi. Bila dilihat, menu makan tersebut sudah dianggap memenuhi kebutuhan kalori dan protein, tetapi apakah di dalamnya sudah tercakup nutrisi lain yang diperlukan tubuh.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi ibu dalam pemilihan makanan sehat bagi balita adalah :

1. Status Ekonomi

Status sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam masyarakat, status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, pendapatan dan sebagainya. Status ekonomi kemungkinan besar merupakan pembentuk gaya hidup keluarga. Pendapatan keluarga memadai akan menunjang tumbuh kembang anak. Karena orang tua dapat menyediakan semua kebutuhan anak baik primer maupun skunder (Soetjiningsih, 2004:36)

2. Status Pekerjaan

Bekerja umumnya merupakan kegiatan yang menyita waktu bagi ibu-ibu yang mempunyai pengaruh terhadap kehidupan keluarga (Markum, 2003:2). Seorang yang memerlukan banyak waktu dan tenaga untuk menyelesaikan pekerjaan yang dianggap penting dan memerlukan perhatian dengan adanya pekerjaan. Masyarakat yang sibuk akan memiliki waktu yang sedikit untuk memperoleh informasi, sehingga tingkat pendidikan yang mereka peroleh juga berkurang, sehingga tidak ada waktu dalam memilihkan bahan makanan yang baik

3. Sosial Budaya

Faktor sosial budaya sangat berperan dalam proses terjadinya masalah dalam pemilihan bahan makanan diberbagai kalangan masyarakat. Unsur-unsur budaya mampu menciptakan suatu kebiasaan untuk memberikan bahan makanan.

4. Pengetahuan

Tingginya pengetahuan seseorang akan mempengaruhi seseorang untuk berperilaku dengan benar. Hal ini sesuai dengan pendapat (Notoatmodjo 2007) bahwa perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan bersifat langgeng (long lasting).

Makanan sehat adalah makanan yang higienis serta banyak mengandung gizi. Makanan higienis, yaitu makanan yang tidak mengandung kuman penyakit dan tidak boleh meracuni tubuh serta lezat rasanya.

Syarat-syarat makanan sehat adalah sebagai berikut:

1. Harus cukup mengandung kalori.
2. Protein yang dikonsumsi harus mengandung kesepuluh asam amino utama, yaitu lisin, triptopan, histidin, penilalanin, leusin, isoleusin, thereonin, metionin, valin dan arginin.
3. Harus cukup mengandung vitamin.
4. Harus cukup mengandung garam mineral dan air.
5. Perbandingan yang baik antara sumber karbohidrat, protein, dan lemak.

Menurut Kusno (2007) selain syarat-syarat tersebut, agar memberikan kesehatan bagi tubuh, sebaiknya juga harus:

1. Mudah dicerna oleh alat pencernaan.

2. Bersih, tidak mengandung bibit penyakit, karena hal ini tentu akan membahayakan kesehatan tubuh serta tidak bersifat racun bagi tubuh.
3. Jumlah yang cukup dan tidak berlebihan.
4. Tidak terlalu panas pada saat disantap. Makanan yang terlalu panas disajikan, mungkin sekali dapat merusak gigi dan mengunyah pun tidak dapat sempurna.
5. Bentuknya menarik dan rasanya enak.

Anak – anak (Kids)

Menurut UU RI No. 4 tahun 1979:

Anak adalah seseorang yang belum mencapai usia 21 tahun dan belum pernah menikah. Batas 21 tahun ditentukan karena berdasarkan pertimbangan usaha kesejahteraan sosial, kematangan pribadi, dan kematangan mental seorang anak dicapai pada usia tersebut. Menurut Slepian (2006) anak merupakan individu yang berada dalam satu rentang perubahan perkembangan yang dimulai dari bayi hingga remaja. Masa anak merupakan masa pertumbuhan dan perkembangan yang dimulai dari bayi (0-1 tahun) usia bermain/oddler (1-2,5 tahun), pra sekolah (2,5-5), usia sekolah (5-11 tahun) hingga remaja (11-18 tahun). Rentang ini berada antara anak satu dengan yang lain mengingat latar belakang anak berbeda. Pada masa bayi perilaku social pada anak sudah dapat dilihat seperti bagaimana anak mau diajak orang lain, dengan orang banyak dengan menunjukkan keceriaan. Hal tersebut sudah mulai menunjukkan terbentuknya perilaku social yang seiring dengan perkembangan usia. Perubahan perilaku social juga dapat berubah sesuai dengan lingkungan yang ada, seperti bagaimana anak sudah mau bermain dengan kelompoknya yaitu anak-anak (Azis, 2005).

Kesimpulan

Anak-anak merupakan harta yang paling berharga dalam suatu keluarga. Anak-anak harus diberikan gizi yang cukup agar dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Orang tua harus teliti dalam memberikan asupan makanan yang sehat karena pada era globalisasi ini, banyak sekali produsen yang memproduksi makanan yang mengandung zat-zat yang berbahaya bagi gizi anak-anak. Makanan itu antara lain seperti makan cepat saji, makanan berbahan pengawet, dan jajanan di pinggir jalan. Produsen makanan harus lebih peduli terhadap gizi anak-anak.

Namun, anak-anak saat ini banyak yang tidak terlalu suka terhadap sayuran dan buah-buahan. Padahal, di dalam buah dan sayuran banyak terdapat vitamin dan zat-zat bergizi yang diperlukan bagi pertumbuhan anak. Produsen makanan bergizi harus memiliki cara agar dapat menarik perhatian anak-anak untuk mengonsumsi produk makanan bergizi. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh para produsen adalah dengan menampilkan gambar tokoh-tokoh superhero atau tokoh kartun dalam kemasan produk makanan yang mereka produksi. Dengan menampilkan gambar tersebut diharapkan anak-anak dapat semakin tertarik untuk mengonsumsi makan bergizi dan penjualan makan bergizi anak meningkat.

References

- Bandura, A. (2004). Health promotion by social cognitive means. *Health Education & Behavior*, 31(2), 143-164.
- De Droog, S. M., Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2012a). Use a rabbit or a rhino to sell a carrot? The effect of character-product congruence on children's liking of healthy foods. *Journal of Health Communication*, 17, 1068- 1080.
- De Droog, S. M., Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2012b). Enhancing children's vegetable consumption using vegetable-promoting picture books: The impact of interactive shared reading and character-product congruence. Manuscript submitted for publication.
- De Droog, S. M., Buijzen, M., & Valkenburg, P. M. (2012c). Unraveling the impact of character-product congruence in picture books on children's healthy food choices. Manuscript submitted for publication.
- De Droog, S. M., Valkenburg, P. M., & Buijzen, M. (2011b). Using brand characters to promote young children's liking of and purchase requests for fruit. *Journal of Health Communication*, 16, 79-89.
- Garretson, J. A., & Niedrich, R. W. (2004). Spokes-characters: Creating character trust and positive brand attitudes. *Journal of Advertising*, 33(2), 25-36.
- Povey, R., Conner, M., Sparks, P., James, R., & Shepherd, R. (2000). The theory of planned behaviour and healthy eating: Examining additive and moderating effects of social influence variables. *Psychology & Health*, 14(6), 991-1006.

Povey, R., Conner, M., Sparks, P., James, R., & Shepherd, R. (2000). The theory of planned behaviour and healthy eating: Examining additive and moderating effects of social influence variables. *Psychology & Health*, 14(6), 991-1000.