

Gerakan Sehat Bersama Koemang (Kulit Manggis) di Desa Batu Mekar

Rahman Djalun¹, Adhara Putri Prasanty², Zahra Khoerunnisa³, Aminah Swarnawati⁴

¹⁻⁴*Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta*

ABSTRAK

Koemang merupakan salah satu jenis obat herbal yang diolah dari kulit buah manggis yang kaya akan manfaat. Kulit buah manggis yang di ekstrak dari buah manggis pilihan yang berasal dari desa Batu Mekar Provinsi Nusa Tenggara Barat. Koemang merupakan salah satu program gerakan hidup sehat yang memanfaatkan produk-produk bahan pangan nabati lokal yang bisa kita manfaatkan menjadi salah satu obat herbal yang punya beragam manfaat. Salah satunya yaitu menjaga kekebalan tubuh, menjaga imunitas, dan masih banyak lagi. Kami dari kelompok 8 kelas H Komunikasi Pembangunan membuat gerakan ini dengan tujuan menginformasikan dan mengedukasi bagaimana caranya kita sebagai masyarakat Indonesia yang sehat dengan memanfaatkan produk buah-buahan lokal. Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian terdiri atas perencanaan di mana dalam kegiatan perencanaan adanya koordinasi tim, penentuan waktu kegiatan, dan koordinasi dengan mitra. Selanjutnya untuk pelaksanaan dilakukan pelatihan dan pendampingan serta diakhiri dengan evaluasi. Hasil pelaksanaan berkaitan dengan pemasaran tidak hanya dengan pemasaran langsung tetapi mitra perlu melakukan pemasaran secara *online* dengan menggunakan cara yang paling sederhana dengan menggunakan sosial media sebagai wadahnya. Disini kita memakai dua sosial media sebagai wadah untuk mengampayekan informasi terkait dengan pentingnya pola hidup sehat serta memberikan kampanye edukasi tentang bagaimana pentingnya mengubah pola hidup sehat dengan memanfaatkan produk lokal sebagai bahan penunjang. Sosial media yang kita gunakan sebagai wadah kampanye adalah instagram dan facebook sebagai wadahnya. Hal ini dapat kita sesuaikan terkait dengan target pasar yang kita tuju sebagai sasaran kita.

ABSTRACT

Koemang is a type of herbal medicine that is processed from mangosteen rind which is rich in benefits. Mangosteen rind extracted from selected mangosteen fruit from Batu Mekar village, West Nusa Tenggara province. Koemang is one of the healthy living movement programs that utilize local plant-based food products that we can use as herbal medicines that have various benefits. One of them is maintaining immunity, maintaining immunity, and many more. We from group 8 class H of Development Communication created this movement with the aim of informing and educating how we as Indonesians are healthy by utilizing local fruit products. The implementation method used in service activities consists of planning where in planning activities there is team coordination, timing of activities, and coordination with partners. Furthermore, for the implementation of training and mentoring and ending with an evaluation. The results of the implementation are related to marketing not only with direct marketing but partners need to do online marketing using the simplest way by using social media as a container. Here we use two social media as a forum for campaigning information related to the importance of a healthy lifestyle and providing educational campaigns about how important it is to change a healthy lifestyle by utilizing local products as supporting materials. The social media that we use as a platform for campaigns are Instagram and Facebook as platforms. We can adjust this in relation to the target market we are aiming for as our target.

KATA KUNCI

Obat Herbal, Iklan, Kulit Manggis, Komunikasi Pemasaran.

KEY WORDS

Herbal Medicine, Advertising, Mangosteen Peel, Marketing Communications.

Pendahuluan

Manggis adalah tanaman tahunan yang hidup di wilayah tropis, buahnya mempunyai rasa manis dengan sedikit rasa masam. Tanaman buah tropis ini memiliki pertumbuhan yang sangat lambat, tetapi memiliki umur yang panjang. Indonesia bisa menghasilkan buah manggis rata-rata 60.000 ton pertahunnya. Tentu merupakan jumlah yang tidak sedikit, mengingat tanaman manggis di Indonesia merupakan tanaman liar yang tidak dilestarikan atau dibudidayakan dan bisa berumur hingga ratusan tahun. Hingga saat ini, permintaan pasar terhadap buah manggis meningkat sampai tanaman manggis kini telah dibudidayakan.

Desa Batu Mekar, merupakan bagian dari Kabupaten Lombok Barat Kecamatan Lingsar Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Batu Mekar terkenal dengan banyaknya tempat wisata seperti wisata air terjun timponan di rinjani barat, dan Arung Jeram. Selain memiliki banyak tempat wisata, Desa Batu Mekar juga memiliki banyak hasil perkebunan yang terkenal seperti kopi khasnya yaitu kopi kumbi dan kopi Batu Mekar yang diproduksi oleh para petani kopi di wilayah Lombok. Disamping itu, ada hasil perkebunan yang tak kalah hebatnya lagi dari kopi khas Desa Batu Mekar, yaitu Produksi Manggis Lingsar yang berasal dari tiga desa seperti Batu Kumbang, Batu Mekar, dan Karang Bayan. Bahkan manggis produksi petani di Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat ini akan memperoleh hak paten dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Hak paten akan diberikan dalam bentuk label Manggis Lingsar, karena sentra produksi manggis terbesar di Kabupaten Lombok Barat berada di Kecamatan Lingsar yakni di Desa Batu Mekar.

Dengan produksi manggis yang begitu melimpah tentu saja kulit manggis yang segar tidak bisa disimpan dalam waktu yang lama, sebab kulit manggis akan mengalami oksidasi oleh oksigen bebas di udara oleh oksigen bebas di udara. Oksidasi ini membuat kulit manggis segar yang berwarna merah keunguan menjadi kecoklatan dan mengeras. Buah manggis berbentuk bola dengan diameter sekitar 3-8 sentimeter dengan kulit berwarna ungu kemerahan sedangkan di dalamnya terdapat beberapa segmen daging buah berwarna putih. Bagian kulit manggis mengandung senyawa xanthone, yang merupakan bioflavonoid dengan sifatnya yang antioksidan, anti alergi, anti tumor, anti bakteri, anti inflamasi, dan anti histamin.

Metode

1. Perencanaan

Berdasarkan analisis situasi, maka pelaksana menentukan perencanaan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra berkaitan dengan produksi, pemasaran, dan keuangan. Adapun tahapan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. Pada tahap awal dilakukan koordinasi kelompok Pada tahap awal dilakukan koordinasi kelompok yang terdiri dari 7 orang Mahasiswa dan mahasiswi, koordinasi dilaksanakan sebanyak 3 kali pada saat sebelum kegiatan dilaksanakan, akan dilaksanakan kegiatan, dan sesudah kegiatan dilaksanakan.
- b. Pada tahap koordinasi awal kita mendiskusikan kegiatan yang akan dilaksanakan. Mulai dari pembagian tugas kelompok, diantaranya pembuatan poster campaign, pembuatan akun sosial media, koordinasi dengan sesama kelompok, penentuan waktu pelaksanaan dan waktu mengkampanyekan informasi-informasi melalui sosial media.

2. Strategi Pemasaran

Pada tahap ini kita memakai strategi pemasaran sosial sebagai teknik untuk memasarkan atau mengkampanyekan program pola hidup sehat ini. Pemasaran sosial menggunakan prinsip-prinsip dan teknik pemasaran untuk memengaruhi audien sasaran agar segera secara sukarela menerima, menolak, memodifikasi atau mengabaikan perilaku tertentu untuk manfaat individu, kelompok atau masyarakat secara keseluruhan.¹ Selain itu menurut Nancy R. Lee, Michael L. Rothschild, dan Bill Smith dalam buku *Social Marketing Influencing Behaviors for*

Good (2011: 7), pemasaran sosial adalah proses yang menggunakan prinsip-prinsip pemasaran dan teknik untuk memengaruhi perilaku khalayak sasaran yang akan menguntungkan masyarakat serta individu. Pemasaran sosial sering juga disebut dengan kampanye sosial karena dalam pelaksanaannya menggunakan strategi kampanye. Hal yang dikampanyekan adalah cara-cara atau produk sosial untuk mengatasi masalah sosial yang ada di masyarakat. Rogers dan Storey (dalam Venus, 2004: 7) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”.

Hasil dan Pembahasan

Program pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk menginformasikan dan mengedukasi untuk mengubah pola hidup sehat pada masyarakat dengan memanfaatkan kulit manggis sebagai bahan penunjang. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa langkah-langkah yaitu sebagai berikut:

- Senin tanggal 20 desember tahun 2021 kita sama-sama membuat akun instagram dan akun facebook sebagai wadah atau tempat untuk memberikan informasi serta edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya gaya hidup sehat.
- Pada minggu selanjutnya kita masing-masing kelompok membuat poster campaign sebagai media informasi edukasi untuk yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat.
- Kemudian poster-poster campaign tersebut kita sebarkan di akun-akun sosial media yang telah kita buat yaitu di feed instagram dan facebook sebagai media untuk menyebarkan informasi serta mengedukasi masyarakat.



Gambar 1. Akun Facebook Program



Gambar 2. Akun Instagram Program

Gambar 1 merupakan akun facebook program yang kita laksanakan untuk menginformasikan pesan-pesan edukatif sesuai dengan segmentasi yang telah kita tetapkan. Range usia yang

ditetapkan pada segmentasi ini adalah pada usia 30-40 tahun yang masih aktif menggunakan sosial media tersebut.

Kemudian sosial media selanjutnya yaitu Instagram (Gambar 2). Sama seperti pada facebook kita menyebarkan informasi-informasi terkait dengan program hidup sehat yang berisi poster-poster edukatif terhadap masyarakat dengan segmentasi yang sesuai yaitu pada kalangan 25 tahun sampai dengan 30 tahun.

Simpulan

Koemang merupakan salah satu jenis obat herbal yang diolah dari kulit buah manggis yang kaya akan manfaat. Manggis adalah tanaman tahunan yang hidup di wilayah tropis, buahnya mempunyai rasa manis dengan sedikit rasa masam. Tanaman buah tropis ini memiliki pertumbuhan yang sangat lambat, tetapi memiliki umur yang panjang. Alasan kami membuat program ini adalah untuk memberikan informasi dan mengedukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya pola hidup sehat dengan memanfaatkan buah-buahan lokal sebagai bahan penunjang. Selain itu, karena masyarakat masih banyak yang belum mengetahui manfaat dari kulit manggis tersebut, membuat kami harus melakukan strategi pemasaran sosial dengan cara yang efisien dan berdampak besar bagi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Kismono, G. (2014). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, p. d. (2012). *prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Pramoedya Group.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyati, Sri. (2019). *Dasar-dasar Agronomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Philip & Nancy (2011). *Social Marketing Influencing Behaviors for Good*. Sage s Inc.
- Gusti,Purnama, Susanto, Darmawijaya. (2021). *Katalog Tanaman Herbal Pendukung Desa Wisata Catur, Kintamani, Bangli, Bali*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jefferly. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo
- Nurdin, Ali. (2020). *Teori komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Jakarta: Prenada Media.