

BAB II

DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah JogJamu

JogJamu yang dinaungi oleh CV Slamet JogJamu merupakan UMKM dari Yogyakarta yang bergerak di bidang minuman tradisional jamu. JogJamu berdiri pada tahun 2019 yang diinisiasi oleh dua perempuan lulusan pariwisata Universitas Gadjah Mada (UGM), yaitu Monica dan Tania. Sejalan dengan ilmu Pendidikan yang mereka tempuh, keduanya tercetus untuk melestarikan budaya yang pada masa ini keberadaannya mulai ditinggalkan. Dari ide tersebut, Monica memiliki inisiatif untuk menghidupkan kembali jamu turun temurun milik Eyang Slamet yang sudah ada sejak tahun 1950 dan tidak pernah dilanjutkan anak cucunya. Pada tahun 2019, Monica sebagai generasi ke-5 bersama Tania melakukan *trial* dan *error* pada resep jamu Eyang Slamet. Dalam proses pengembangan racikan jamu, terjadi beberapa perubahan komposisi guna menyesuaikan dengan selera pasar yang mereka ciptakan (A. Monica, wawancara, April 5, 2023).

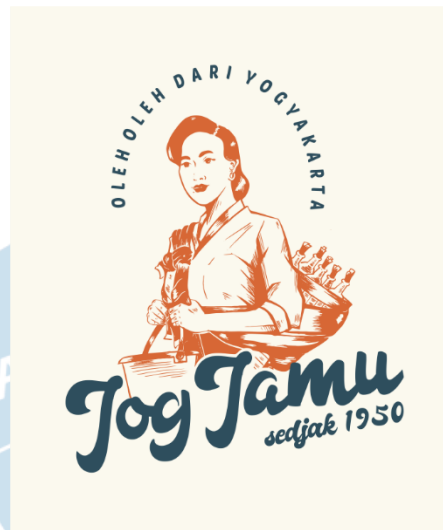
Keduanya ingin menciptakan jamu sebagai minuman tradisional yang dapat dinikmati seluruh kalangan dan mudah ditemukan. Oleh karena itu, hadirlah JogJamu sebagai minuman jamu yang memiliki cita rasa manis dan memiliki manfaat baik bagi tubuh (A. Monica, wawancara, April 5, 2023). Hingga saat ini sudah terdapat tiga varian utama yang dimiliki

JogJamu yakni, Beras Kencur Manjur, Kunir Asem Legit, dan Gula Asem Seger. Kata sifat di setiap bagian belakang dari tiap-tiap varian jamu tersebut guna membedakan produk JogJamu dengan jamu lain (jogjamu.id).

Dilansir melalui kumparan.com, selama merintis usaha jamu ini, Monica mengakui tantangan utamanya adalah merubah pandangan kuno dan rasa pahit yang ada di jamu, oleh karena itu Monica mencoba mengemas jamu supaya terlihat lebih kekinian, dan memodifikasi rasa supaya lebih bersahabat dengan lidah anak muda. Dengan resep turun temurun, JogJamu menciptakan inovasi sebagai jamu dengan kemasan yang *'easy to drink'* sehingga bisa menjadi teman sehat sehari-hari baik untuk kalangan anak muda hingga dewasa (A. Monica, wawancara, April 5, 2023).

Dari hasil wawancara, founder JogJamu mengatakan bahwa saat ini tengah gencar menjalin kerjasama B2B untuk semakin memperluas target pasarnya. Dalam rangka memperkenalkan produknya, JogJamu mulai bermitra dari bidang *FnB*, penginapan, dan travel yang dipercaya dapat memperluas jangkauan pasarnya. Beberapa mitra yang menyediakan JogJamu yaitu, *Go-Food*, Sate Ratu, Soto Segeer, Lalawuh Sunda, LaLiSa, *Jasmine Bakery*, *Kharma Villa*, *Rumput Resort*, *Nuvantara*. Selain menjalin kerjasama B2B, JogJamu juga tetap berusaha untuk berjualan B2C dengan media utama yang digunakan *WhatsApp* serta *Instagram*. Penjualan Jogjamu hingga saat ini masih berbasis online, hal ini dinyatakan oleh Monica karena adanya keterbatasan biaya untuk membuka toko *offline* (A. Monica, wawancara, April 5, 2023).

GAMBAR 5 Logo JogJamU



Sumber: Jogjamu.id

Penamaan JogJamU merupakan gabungan dari 'Jogja' dan 'Jamu' karena hendak menghadirkan jamu sebagai minuman tradisional dari Yogyakarta (jogjamu.id). Kata 'Jamu' berasal dari Bahasa Jawa kuno, yakni jampi atau usodo yang memiliki arti sebagai penyembuhan dengan ramuan obat-obatan atau doa (ditsmp.kemendikbud.go). Dengan menggunakan resep turun temurun sejak tahun 1950, JogJamU hadir untuk menginspirasi dan menanamkan bahwa minuman jamu mampu membantu menjaga gaya hidup sehat kepada khalayak yang bisa dimulai dari generasi muda (jogjamu.id). Walaupun resep jamu sudah turun temurun, JogJamU tetap melakukan pembaharuan pada resep utamanya guna menyesuaikan dengan target pasar yaitu anak muda (jogjamu.id). Berdasarkan tes pasar yang dilakukan, konsumen JogJamU lebih cenderung menyukai cita rasa manis asam dibandingkan rasa pahit, sehingga varian jamu yang dikeluarkan juga jenis jamu yang unggul dalam rasa manis (T. Ayuningtyas, wawancara,

April 5, 2023). Selain itu, berdasarkan data dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) juga melakukan riset bahwa penduduk Indonesia lebih memilih konsumsi obat alternatif yang relatif mudah didapatkan dan tidak memerlukan resep dokter (Kemenkes.go.id).

B. Latar Belakang Instagram @jogjamu.id

Akun Instagram @jogjamu.id merupakan kegiatan JogJamU dalam rangka memperkenalkan produk yang dijual. Tania (*Founder*) mengatakan bahwa tujuan utama akun ini adalah membuat konten yang memperkenalkan produk dan informasi seputar kesehatan ketika mengonsumsi jamu. Diciptakannya akun Instagram @jogjamu.id juga sebagai bentuk gebrakan bahwa di zaman jamu keliling sudah beralih mengikuti kemajuan teknologi dan bisa didapatkan secara *online*. Instagram juga menjadi jalan utama JogJamU untuk bisa mengidentifikasi para audiens serta pesan yang mereka ciptakan sebagai jamu *easy to drink* dekat anak muda bisa tersampaikan. Konten yang diciptakan pada akun tidak hanya berfokus pada *selling* namun juga *entertainment* dan *education*. Harapannya audiens khususnya *followers*, tidak hanya tertarik pada produknya namun juga cara penyampaian pesan yang diciptakan oleh JogJamU. Akun Instagram @jogjamu dikelola oleh tim media sosial yang mana bertugas untuk mencari informasi-informasi seputar kebaikan rempah dan juga manfaatnya bagi tubuh. Selain membuat konten, JogJamU juga kerap

membagikan informasi mengenai pameran yang mereka hadiri, hal ini menjadi cara JogJamu dalam menginformasikan ke audiens atau calon pembeli yang ingin secara langsung membeli produk JogJamu di *booth*. Dalam menciptakan konten di Instagram JogJamu berlandaskan misi yaitu, berinovasi membangun citra jamu lokal agar disukai oleh seluruh kalangan dengan rasa yang ramah di lidah konsumen dan menciptakan kolaborasi UMKM dengan majunya teknologi untuk menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang positif.

