

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minuman manis merupakan kegemaran semua kalangan, baik dari anak-anak hingga orang dewasa. Di Indonesia, jumlah orang yang mengonsumsi minuman berpemanis menduduki peringkat ke-3 dalam Asia Tenggara. Setiap masyarakat Indonesia dapat mengonsumsi hingga 20,23 liter minuman berpemanis tiap tahunnya (Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada, 2020). Maka, tidak heran jika beragam minuman manis sangat mudah dijumpai hingga saat ini, seperti: minuman kekinian, teh, susu, kopi, maupun soda.

Banyak yang mengira bahwa minuman berkarbonasi dan minuman soda adalah dua hal yang sama, akan tetapi kedua minuman itu ternyata berbeda. Perbedaannya terletak pada komposisi minumannya. Komposisi minuman berkarbonasi hanyalah air yang mengandung gas karbon dioksida (CO_2), yang telah melalui proses bertekanan tinggi agar cairannya dapat dipenuhi oleh molekul gas CO_2 , sehingga biasanya minuman berkarbonasi disebut air soda atau *sparkling water*. Sedangkan minuman soda merupakan minuman berkarbonasi yang sudah ditambahkan dengan komposisi lainnya, seperti: pemanis buatan, asam sitrat, garam, sodium, dan lainnya (Pratiwi, 2020).

Di Indonesia sendiri, terdapat berbagai jenis minuman bersoda, dari produk lokal hingga internasional. Seperti contohnya dari situs Top Brand Award 2021 yang telah memberikan penghargaan terhadap merek terbaik berdasarkan performa dan survei dari masyarakat Indonesia, peminat minuman soda bermerek Coca Cola berkisar 33,4%, Fanta 30,4%, Sprite 19,9%, Big Cola 8,4%, dan Pepsi 7,4%. Maka tidak diragukan jika Coca Cola, minuman bersoda merek internasional yang pertama masuk ke Indonesia pada tahun 1927, menduduki peringkat pertama pada Top Brand Award 2021. Selain itu, rasa khasnya yang unik, serta kampanye iklan yang dilakukan sebagai cara *branding* oleh pihak Coca

Cola berhasil menarik perhatian masyarakat dan menjadikan Coca Cola sebagai minuman soda dengan peminat terbanyak berdasarkan Top Brand Award 2021.

Di samping itu, terdapat beragam produk minuman soda yang berasal dari Indonesia yang tidak kalah menarik dibanding produk luar negeri. Misalnya Indo Saparella asal Yogyakarta, minuman soda dengan rasa sarsaparila yang populer di tahun 1960-an (Maharani, 2018). Coffee Beer, atau yang sering disebut dengan CB Ngoro, berasal dari Jawa Timur pada tahun 1963. Coffee Beer ini memproduksi tiga rasa soda, yaitu kopi, temulawak, dan sarsaparila (Marchal, 2020). Serta minuman soda cap Badak asal Sumatra Utara yang merupakan pelopor minuman soda di Indonesia.

Berbeda dengan minuman teh kemasan berlabel Teh Botol Sosro dengan slogan “Apapun makanannya, minumannya Teh Botol Sosro” yang dengan mudah ditemukan di rumah makan atau warung tegal (warteg) di seluruh Indonesia (Resti, 2021). Minuman soda cap Badak ini lebih mudah ditemukan di Pulau Sumatra, tepatnya di Sumatra Utara. Cukup mudah untuk menikmati minuman soda cap Badak karena produk minuman legendaris ini sering disandingkan dengan minuman ringan lainnya, terutama di rumah makan non-halal khas Batak atau Cina.

Kepopuleran minuman soda cap Badak di Pulau Sumatra sudah tidak diragukan lagi terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah Kota Pematangsiantar. Rasa khas sarsaparilanya membuat minuman ini sangat digemari oleh masyarakat sekitar, apalagi bagi anak perantauan yang sudah lama meninggalkan kota kelahirannya. Namun, minimnya artikel dan video yang membahas mengenai pelopor minuman soda pertama di Indonesia ini, sehingga diputuskan untuk membahas lebih lanjut tentang minuman soda cap Badak.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka muncullah rumusan masalah yang dapat dibahas dalam tugas akhir ini:

1. Bagaimana eksistensi minuman soda cap Badak di kalangan Pulau Sumatra dan luar Pulau Sumatra?

2. Apa yang membuat minuman soda cap Badak bertahan sampai sekarang?
3. Apa yang membedakan minuman soda cap Badak dengan soda lainnya?

1.3 Tujuan *Story Telling*

Untuk menjawab rumusan masalah yang ada, maka tujuan disusunnya tugas akhir ini adalah untuk:

1. Mengetahui eksistensi minuman soda cap Badak.
2. Mengetahui alasan minuman soda cap Badak yang bertahan sampai sekarang.
3. Mengetahui perbedaan soda cap Badak dengan soda lainnya.

1.4 Target Audiens

Target audiens yang dituju dalam Tugas Akhir ini adalah remaja akhir. Berdasarkan Departemen Kesehatan Republik Indonesia tahun 2009, maka target audiens berusia 17-25 tahun, yang berdomisili di Pulau Sumatra maupun luar Sumatra dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Hasil akhirnya berupa video dengan konsep *video blogging* (vlog). Dalam pengertiannya menurut David, Sondakh, dan Harilama (2017), vlog merupakan sebuah blog, atau situs yang berisikan teks tentang opini atau kegiatan harian, yang dibuat dalam suatu bentuk video. Vlog sendiri lebih mengarah pada penyampaian informasi mengenai suatu tempat, tren, maupun kegiatan harian; dan bukan merupakan suatu konten pendidikan. Sehingga harapan dibuatnya vlog tentang minuman soda pertama di Indonesia dapat menarik perhatian audiens dan juga membagikan pengalaman saat berada di lokasi minuman soda cap Badak.