

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang kaya akan sumber daya alam yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, diantaranya terdapat hewan, tumbuhan, minyak bumi, air dan tanah. Berbagai macam tumbuhan yang tumbuh diberbagai daerah Indonesia menghasilkan rempah-rempah yang dapat diolah menjadi bumbu-bumbu masakan, sehingga terciptalah beragam masakan khas Indonesia. Peran makanan sangat penting bagi kehidupan manusia karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Jenis makanan yang dikonsumsi oleh manusia dibagi menjadi makanan berat dan makanan ringan. Makanan berat sebagai makanan pokok sehari-hari seperti nasi dengan lauk-pauk, dan makanan ringan yang kerap dijadikan camilan untuk teman bersantai.

Jenis makanan ringan yang beredar di pasaran saat ini sangatlah beragam, diantaranya didominasi oleh makanan ringan modern seperti kue kering berbentuk *stick* yang dilumuri coklat, keripik kentang, olahan rumput laut dan lain sebagainya. Pada dasarnya Indonesia memiliki banyak sekali makanan ringan tradisional, namun saat ini makanan ringan tradisional sudah sangat jarang dijumpai seperti Leupet, Tape Ketan, klepon, awug-awug, clorot, kue cincin dan dodol. Adapun diantaranya hanya dapat dijumpai pada daerah, dan pada saat perayaan tertentu saja.

Dodol merupakan makanan tradisional yang sudah tidak asing lagi didengar oleh masyarakat Indonesia, di tanah Jawa dodol disebut jenang dan etnis Tionghoa menyebutnya sebagai kue keranjang. Dodol memiliki rasa yang manis dan gurih, berwarna coklat tua, bertekstur halus dan kenyal sehingga dodol digolongkan sebagai makanan semi basah. Menurut Soekarto (1979) dodol adalah jenis makanan ringan bernutrisi tinggi, mengandung bahan-bahan makanan alami seperti karbohidrat dan protein, serta menawarkan kepraktisan dan keefisienan dalam penyajiannya dengan berbagai cita rasa, aroma, bentuk, kemasan yang khas sehingga memberikan peluang kepada konsumen dari berbagai kalangan untuk mengonsumsinya.

Bahan utama untuk membuat dodol adalah tepung ketan, gula aren, dan santan kelapa. Pada perkembangannya dodol banyak menggunakan bahan tambahan diantaranya berupa rumput laut, biji wijen dan buah-buahan seperti buah durian, anggur, jambu, nanas, stroberi dan masih banyak lagi yang lainnya. Hal tersebut berguna untuk memberikan tambahan nutrisi dan rasa terhadap dodol. Proses pembuatan dodol meliputi tahap persiapan bahan dan pemasakan yang membutuhkan waktu ± 5 jam. Pada tahap persiapan, menimbang bahan-bahan dengan komposisi yang pas membutuhkan waktu sekitar ± 2 jam dan tahap pemasakan membutuhkan pengadukan sesering mungkin, waktu yang diperlukan yaitu selama ± 3 jam, apabila proses memasaknya tidak tepat maka dodol dapat menjadi tidak matang secara maksimal, tekstur tidak kalis, rasa dan aroma hilang. Oleh karenanya butuh keahlian dan pengalaman yang cukup untuk mendapatkan hasil dodol yang maksimal.

Dodol sangat erat hubungannya dengan daerah Garut Jawa Barat, sebagai tempat tujuan wisata dengan oleh-oleh dodol, namun tidak hanya garut yang memiliki makanan khas berupa dodol beberapa daerah di Indonesia mempunyai dodol dengan ciri khasnya masing-masing, diantaranya adalah Dodol Betawi (DKI Jakarta), Dodol Kandangan (Kandangan, Kalimantan Selatan), Dodol Tenjo (Kab.Bogor, Jawa Barat) dan Jenang Mubarak (Kudus, Jawa Tengah). Kemajuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di daerah Garut sangatlah pesat karena pemerintah di Garut sangat mendukung UMKM yang berada disana, namun hal ini tidak terjadi kepada UMKM di daerah Tenjo, hal tersebut dipengaruhi oleh letak geografis Kecamatan Tenjo yang sangat jauh dari pusat pemerintahan Kabupaten Bogor sehingga sulit untuk dapatkan bantuan dari pemerintah daerah dan memang karena masih kurang seriusnya pemerintah daerah untuk memberikan bantuan terhadap UMKM di Kecamatan Tenjo.

Dodol Tenjo dengan ciri khasnya yang berbentuk silinder, berpotensi untuk dipasarkan secara luas sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dodol Tenjo memiliki keistimewaan yaitu dari segi bahan baku yang digunakan seperti beras ketan yang diolah sendiri hingga menjadi tepung ketan dan gula aren yang digunakan adalah gula aren organik berkualitas yang didatangkan langsung dari desa-desa di kecamatan rangkas bitung diantaranya seperti desa ciboleger dan desa

kanekes (baduy). Selain itu pembuatannya pun masih secara tradisional, menggunakan kayu bakar sampai berminyak lalu disusul dengan arang dan yang paling terpenting Dodol Tenjo juga tidak menggunakan bahan pengawet makanan. Sehingga berpengaruh kepada rasa yang lebih gurih dan aman untuk dikonsumsi semua kalangan. Walau tanpa bahan pengawet makanan, Dodol Tenjo buatan IRT. Boga Rasa dapat bertahan lebih lama sampai dengan 14 hari bahkan salah satu produk spesialnya yaitu dapat bertahan hingga berbulan-bulan lamanya meski tidak menggunakan bahan pengawet makanan. Karena pada umumnya dodol tanpa bahan pengawet hanya bertahan sekitar 1-2 hari saja lalu apabila sudah disajikan dan terkena udara maka dodol dapat dengan mudah untuk mengeras dan berjamur.

Produsen Dodol Tenjo belum mengetahui betapa pentingnya sebuah identitas merek dan kemasan terhadap sebuah produk sebagai kesatuan identitas visual, membuat produk Dodol Tenjo belum dikenal oleh masyarakat luas. Selain dikarenakan produksinya yang masih secara tradisional dan produksinya pun masih sangat terbatas, label, kemasan dan cara mengemasnya yang masih ala kadarnya dan juga informasi kandungan gizi pun tidak ada, sehingga membuat orang yang baru menjumpai produk Dodol Tenjo kerap meragukan kebersihan, dan kelayakan produk untuk dikonsumsi. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut sehingga berdampak kepada keputusan untuk membeli, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap penjualan.

Diperlukan suatu perancangan identitas visual terhadap produk Dodol Tenjo produksi Industri Rumah Tangga Boga Rasa. Sebagaimana fungsi utama dari *branding* adalah sebagai identitas yang dapat membangun ikatan emosional antara konsumen dengan produk, memudahkan konsumen untuk mengenali dan membedakan produk dari produk yang lainnya. Dan kemasan sebagai wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi dari sebuah produk serta fungsinya untuk melindungi produk, membuat produk lebih tahan lama, mengomunikasikan produk dan branding, membantu distribusi, membuat produk dapat diproduksi secara masal, dan menjadi pemicu minat beli. (Sri, 2014:15) dan seperti yang dikatakan oleh Marc Gobe (2003:207) Kemasan adalah iklan setengah detik. Maka diperlukan suatu perancangan identitas visual terhadap produk Dodol Tenjo produksi Industri Rumah Tangga Boga Rasa, dengan perancangan tersebut Dodol Tenjo produksi

IRT. Boga Rasa dapat dengan mudah dikenali dan juga dapat menarik minat konsumen dan IRT. Boga Rasa dapat memperluas penjualan produknya, sehingga dapat menjadi contoh yang baik untuk industri-industri rumah tangga lainnya khususnya industri rumah tangga yang berada di Kecamatan Tenjo, Kabupaten Bogor.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, dapat diidentifikasi sebuah masalah yaitu sebagai berikut:

1. Produk Dodol Tenjo mempunyai potensi yang besar untuk dipasarkan namun belum memiliki identitas visual.
2. Kurangnya perhatian produsen terhadap sebuah Identitas merek untuk sebuah produk, guna memudahkan konsumen untuk mengenali dan membedakan produk dari produk yang lainnya.
3. Kemasan produk dodol Tenjo belum termasuk sebagai kemasan yang meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual dan kemasan makanan ringan Dodol Tenjo, sesuai dengan fungsinya untuk Industri Rumah Tangga Boga Rasa?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan tugas akhir ini, ruang lingkup dari penelitian dan perancangan Identitas Visual Dodol Tenjo adalah:

1. Apa
Perancangan Identitas Visual Dodol khas Kecamatan Tenjo Kabupaten Bogor produksi Industri Rumah Tangga Boga Rasa.
2. Bagian Mana
Merancang Identitas Visual dan Kemasan produk makanan ringan Dodol khas Kecamatan Tenjo produksi Industri Rumah Tangga Boga Rasa.

3. Siapa

Perancangan ini ditargetkan untuk masyarakat diluar daerah Kecamatan Tenjo, seperti daerah-daerah di Jawa Barat, Banten dan DKI Jakarta.

4. Dimana

Penelitian akan dilakukan terhadap produsen dan penjual produk makanan ringan Dodol Tenjo di Desa Tenjo Kecamatan Tenjo Kabupaten Bogor.

5. Kapan

Pengumpulan data untuk perancangan ini dilakukan sejak bulan Januari 2016 dan perancangan ini akan diterapkan pada akhir tahun 2016.

1.4 Tujuan Perancangan

Untuk mengetahui bagaimana merancang identitas merek dan kemasan makanan ringan Dodol Tenjo yang sesuai dengan fungsinya untuk IRT. Boga Rasa.

1.5 Metode Pengumpulan Data Dan Analisis

1.5.1 Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dimana penulis melakukan wawancara tidak terstruktur kepada beberapa narasumber di daerah Kecamatan Tenjo. Selain itu, penulis juga melakukan observasi terhadap desain kemasan produk yang serupa. Alasan penggunaan metode ini karena data yang diperoleh merupakan data yang faktual dan lebih tepat sasaran. Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan terjun langsung ke lapangan dengan tujuan untuk mendapatkan data secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data original atau asli dan mengetahui keadaan di tempat survey secara rinci (Sarwono & Lubis, 2007:10). Penulis akan melakukan pengamatan secara langsung terhadap produsen dan konsumen Dodol Tenjo guna mengetahui keadaan sebenarnya dan apa saja yang terjadi di lapangan.

b. Wawancara

“Wawancara adalah instrumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka” (Koentjaraningrat, 1980:165 dalam Soewardikoen, 2013:20). Maka penulis perlu melakukan wawancara tidak terstruktur terhadap produsen, penjual, karyawan dan konsumen Dodol Tenjo IRT. Boga Rasa guna memperoleh data yang valid.

c. Studi Pustaka

“Membaca juga bertujuan untuk memperkuat perspektif dan kemudian meletakkan dalam konteks. Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis bersumber dari pemikiran para ahli yang telah melakukan penelitian” (Soewardikoen, 2013:6). Maka mengkaji beberapa buku literatur terkait dengan Identitas Visual dan Desain Kemasan akan dapat membantu dalam proses perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Dodol Tenjo.

d. Studi Kompetitor

Studi kompetitor melakukan pengamatan terhadap beberapa perusahaan sejenis yaitu Dodol Picnic dari Garut, Jawa Barat dan Jenang Mubarak dari Kudus, Jawa Tengah.

e. Dokumentasi

Pendokumentasian berkas ataupun visual sebagai bahan dalam perancangan dan sebagai penguat data.

1.5.2 Analisis Data

Analisis data yang akan penulis gunakan dalam perancangan Identitas Visual dan Kemasan Dodol Khas Kecamatan Tenjo Kabupaten Bogor ini sebagai berikut:

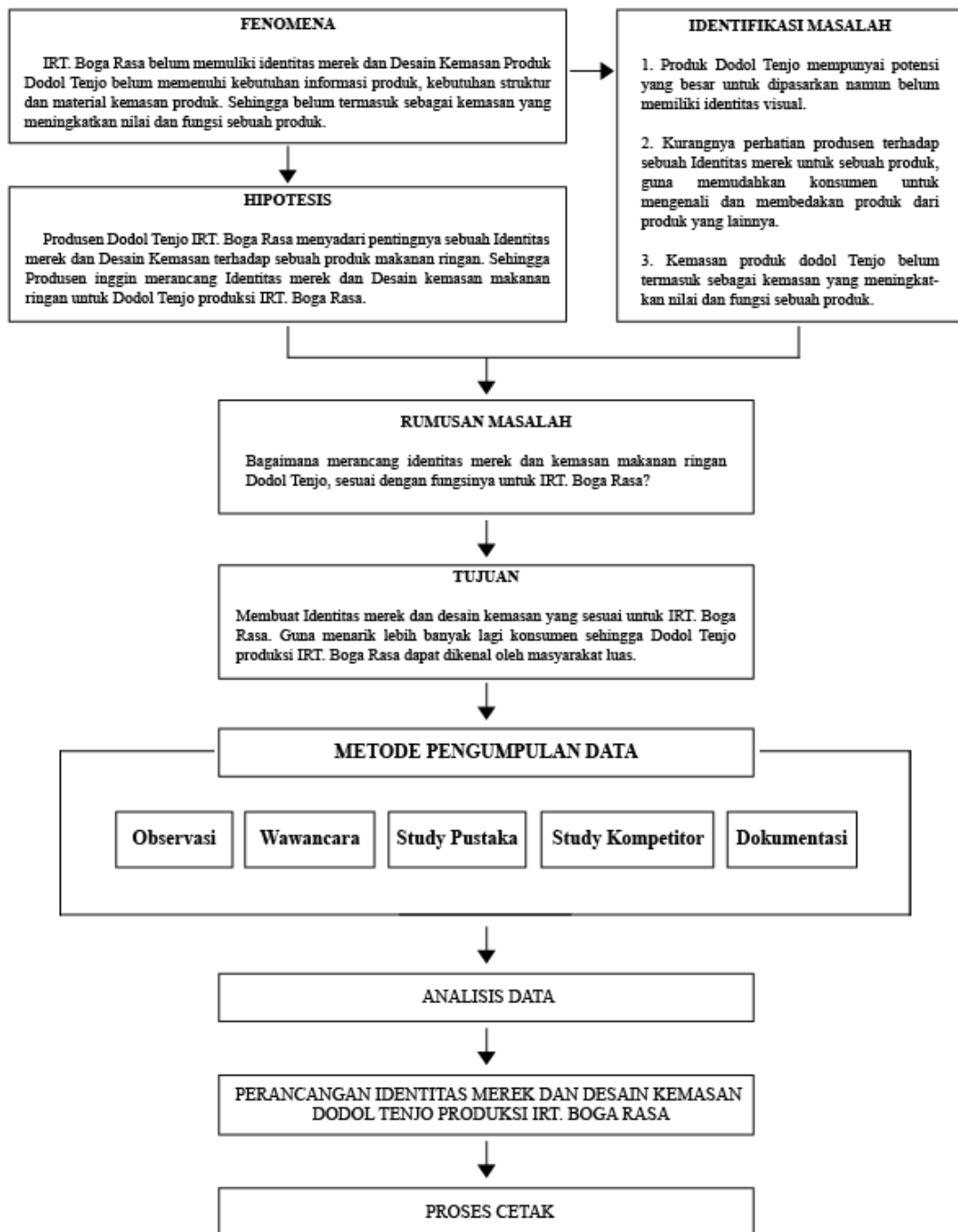
a. Analisis Matriks

“Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual apabila dijajarkan dan dinilai menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya, sehingga dapat memunculkan gradasi misalnya membandingkan poster akan terlihat perbedaan gaya gambar dan genrenya.” (Soewardikoen, 2013:50) Penulis akan membandingkan beberapa perusahaan sejenis yaitu Dodol Picnic dari Garut, Jawa Barat dan Jenang Mubarak dari Kudus, Jawa Tengah.

b. Analisis SWOT

- *Strenght* (kekuatan): yaitu melihat kekuatan apa yang dimiliki Dodol Tenjo produksi Industri Rumah Tangga Boga Rasa sehingga dapat memiliki nilai lebih dibandingkan dengan kompetitornya.
- *Weakness* (kelemahan): yaitu melihat apa kelemahan yang dimiliki Dodol Tenjo produksi Industri Rumah Tangga Boga Rasa.
- *Oppurtunities* (peluang): yaitu melihat peluang atau potensi pasar saat ini, sehingga Dodol Tenjo produksi IRT. Boga Rasa dapat memperluas pasar.
- *Threats* (ancaman/tantangan): yaitu melihat ancaman apabila Dodol Tenjo tidak memiliki identitas visual dan desain kemasan yang sesuai maka akan sulit untuk bersaing dengan kompetitor yang sudah memiliki identitas merek yang jelas dan desain kemasan yang menarik.

1.6 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan
Sumber: Penulis

1.7 Pembabakan

a. Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjabarkan gambaran umum tentang masalah yang diangkat melalui fenomena yang terjadi, dan juga menjelaskan fokus permasalahan dengan rumusan dan batasan masalah serta tujuan perancangan. Pada bab ini juga dijelaskan metode pengumpulan data yang akan dilakukan dan bagaimana kerangka perancangan yang digunakan sebagai acuan untuk proses penelitian, serta gambaran singkat setiap bab.

b. Bab II Dasar Pemikiran

Berisi teori-teori yang relevan sebagai penjelasan mengenai teori dasar yang digunakan sebagai panduan dalam merancang dan untuk memperkuat argumen dari karya yang hendak ditampilkan.

c. Bab III Data dan Analisa Masalah

Menguraikan data-data yang telah didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner serta menjelaskan hasil analisis dari data yang telah didapatkan dan dengan menggunakan teori yang telah dijabarkan pada Bab II untuk strategi perancangan.

d. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual. Serta menampilkan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

e. Bab V Penutup

Rangkuman singkat yaitu kesimpulan dan saran dari hasil tulisan pengantar karya Tugas Akhir.