

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lampung merupakan provinsi yang terletak di ujung Timur Pulau Sumatera. Lampung juga dilalui oleh jalur lintas Sumatera yang memudahkan pendatang untuk berkunjung ke Lampung. Selain itu, terdapat banyak destinasi wisata pantai yang menarik di Lampung dan terkenal hingga ke mancanegara. Hal ini membuat Lampung kerap dikunjungi oleh wisatawan dari luar wilayah Lampung sendiri. Apalagi setelah rampungnya Tol Trans Sumatera yang dapat mempersingkat perjalanan dari Pelabuhan Bakauheni menuju Kota Bandar Lampung. Jika melalui jalan lintas non-tol dapat menghabiskan waktu sekitar dua hingga tiga jam, pengguna jalan dapat mempersingkat penggunaan waktu menjadi satu setengah jam menuju Kota Bandar Lampung.

Semakin mudahnya akses menuju Kota Bandar Lampung memiliki efek langsung terhadap kota ini. Terutama dalam hal perekonomian. Dikutip dari Republika.co.id dengan judul berita “Sri Mulyani Sebut Tol Trans Sumatera Dongkrak Perekonomian”, ujar Sri Mulyani di Jakarta, 27 Desember 2017. Ia juga menyebutkan total manfaat dari keseluruhan dampak permanen dari Tol Trans Sumatera dapat menembus Rp 769,5 triliun. Di mana, angka tersebut jauh lebih besar dari nilai proyek itu sendiri. Jika dilihat manfaatnya lebih luas lagi, masyarakat dapat menghemat biaya operasional pembiayaan. Begitu juga dalam hal ongkos transportasi menuju Lampung. Sehingga, arus wisatawan dari luar kota menuju Lampung pun terus meningkat dengan adanya kemudahan ini.

Fakta tersebut memberikan kesempatan untuk mengembangkan wisata dan kuliner khas Lampung. Lampung memiliki destinasi wisata pantai yang cukup diminati banyak masyarakat Indonesia. Terdapat beberapa destinasi wisata pantai favorit di Lampung seperti Kiluan *Bay*, Pantai Sari Ringgung, Pulau Pahawang, Pantai Mutun, dan Krui.

Selain wisata pantai, biasanya wisatawan juga melakukan wisata kuliner yang juga dijadikan oleh-oleh untuk mereka bawa pulang. Ada beberapa makanan khas Lampung yang harus dicoba untuk dinikmati saat berwisata ke Lampung maupun untuk dijadikan oleh-oleh. Kuliner khas Lampung rata dihasilkan dari hasil alam Lampung sendiri. Baik dari sektor pertanian, perkebunan, maupun perikanan sebagai bidang unggulan yang difokuskan oleh Pemerintah Provinsi Lampung. Dikutip dari finance.detik.com dengan judul berita “Jokowi Ingin Tingginya Ekonomi Lampung berefek ke Orang Miskin”. Jokowi menjelaskan bahwa Ia melihat kini perekonomian di berbagai daerah termasuk di Pulau Jawa mulai meningkat dan tumbuh semakin cepat seperti misalnya Lampung yang bisa tumbuh sebesar 5,15%. Presiden Jokowi juga meminta agar perekonomian Lampung yang meningkat ini harus bisa berdampak lgsg terhadap 13,8% penduduk miskin yang masih ada di Lampung. Ia meyakini bahwa kedepannya perekonomian Lampung bisa tumbuh lebih cepat lagi dengan syarat betul-betul fokus pada penggarapan sektor unggulan dan mengembangkan apa yang menjadi *core business* Provinsi Lampung. Ujar Jokowi pada 6 Maret 2017 di Jakarta.

Yang pertama ada Dodol Duren. Dodol Duren dikenal juga dengan nama Lempok Durian. Pada umumnya, dodol memiliki tekstur yang lembut dan lentur. Berbeda dari itu, Dodol Duren memiliki tekstur yang lebih padat sehingga tidak selembut dan selentur dodol pada umumnya. Selain itu, pembedanya terdapat pada bahan utamanya yaitu buah durian.

Kemudian ada Kopi Lampung. Merupakan kopi jenis robusta dengan aroma dan citarasa yang khas. Kopi Lampung dibudidayakan dengan sistem perkebunan rakyat yang berlokasi di dataran tinggi seperti Lampung Barat, Lampung Tengah, dan Kabupaten Tanggamus.

Selain itu, ada juga Keripik Pisang. Makanan hasil olahan pisang ini disajikan dengan berbagai macam varian rasa, seperti: manis, asin, coklat, stroberi, kopi, melon, susu, *green tea*, balado, dan keju.

Yang terakhir adalah Kerupuk Kemplang. Kerupuk Kemplang merupakan kerupuk dengan bahan dasar ikan dan tepung tapioka. Kerupuk kemplang dinikmati dengan

olesan sambal pedas manis yang cukup membuat rasa asin, pedas, dan manisnya menjadi satu.

Berbagai macam makanan khas Lampung ini dapat dijadikan sebagai kuliner andalan yang dapat dijadikan oleh-oleh khas Lampung karena memiliki potensi untuk menjadi daya tarik wisata selain wisata pantai. Namun sayangnya, potensi tersebut tidak dibarengi dengan adanya identitas yang melekat pada berbagai jenis kuliner khas Lampung ini. Selain itu, penyebaran informasi dan promosi kuliner khas Lampung juga masih sangat minim. Pemerintah juga belum memberi perhatian lebih terhadap kuliner khas Lampung. Sehingga, tidak terlalu banyak wisatawan yang mengetahui bahwa makanan-makanan tersebut adalah makanan khas Lampung.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis akan merancang identitas untuk kuliner khas Lampung serta penerapannya pada berbagai media promosi. Dengan adanya identitas dan media promosi untuk kuliner khas Lampung, diharapkan akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui kuliner khas Lampung.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam uraian permasalahan di atas, terdapat beberapa identifikasi masalah, yaitu:

1. Belum adanya identitas kuliner khas Lampung
2. Pemerintah belum memberi perhatian lebih dalam mempromosikan kuliner khas Lampung
3. Tidak tercerminnya cirikhas Lampung pada kemasan produk-produk kuliner khas Lampung

1.3 Rumusan Masalah

Dalam tugas akhir ini terdapat beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana rancangan identitas dan kemasan yang efektif untuk kuliner khas Lampung berdasarkan keilmuan Desain Komunikasi Visual?

1.4 Ruang Lingkup

Untuk menghindari kesalahpahaman dan meluasnya masalah yang diteliti, maka penulis membatasi atau memfokuskan masalah yang berkaitan dengan kuliner khas Lampung, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Apa

Kuliner khas Lampung berasal dari komoditas unggulan di Lampung. Ada kemplang yang berasal dari perikanan. Ada juga keripik pisang, dodol duren, dan kopi yang berasal dari sektor perkebunan. Semua diolah secara tradisional agar dapat mempertahankan sisi orisinalitas dan cita rasa khasnya.

1.4.2 Bagaimana

Perancangan identitas merek yaitu logo yang diterapkan pada kemasan *gift pack*. Logo akan diaplikasikan pada media kemasan *gift pack* yang berisi empat kuliner Lampung dalam ukuran *trial size*. Makanan tersebut adalah Dodol Duren, Keripik Pisang, Kopi Lampung, dan Kerupuk Kemplang. Selain itu terdapat beberapa media pendukung berupa brosur yang berisi tentang produk-produk tersebut, *balih*, media sosial, *website*, dan *stationery*.

1.4.3 Tempat

Pengumpulan data dilakukan di Bandar Lampung. Perancangan dilakukan di Bandung.

1.4.4 Waktu

Pengumpulan data dilakukan Januari hingga April 2018. Sedangkan proses perancangan dilakukan pada Mei hingga Juli 2018.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Agar kuliner Lampung memiliki identitas
2. Agar tercermin cirikhas dari kuliner khas Lampung
3. Agar masyarakat lebih mengetahui keberadaan kuliner khas Lampung
4. Agar dapat menaikkan penjualan kuliner khas Lampung

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

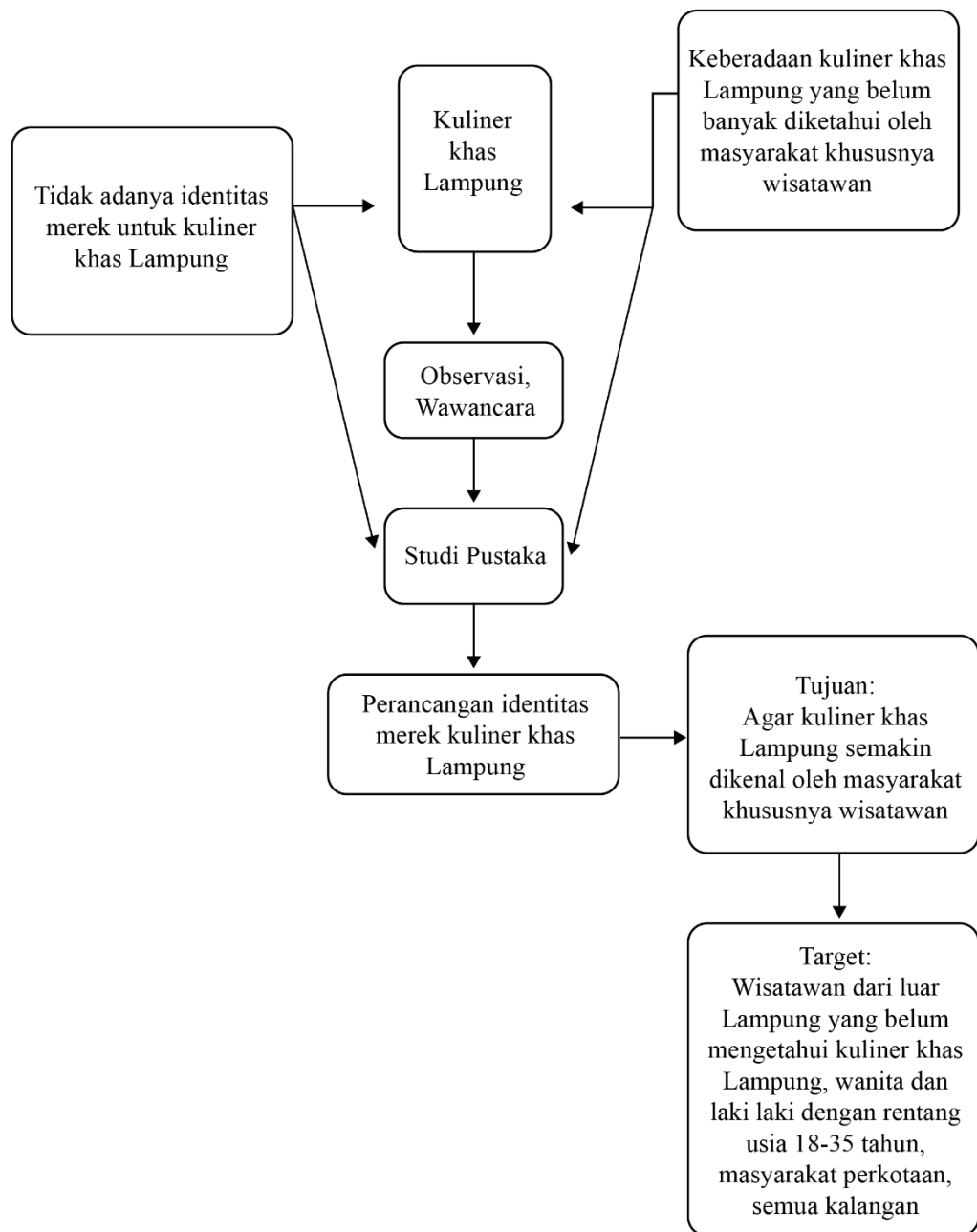
Dalam perancangan tugas akhir ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis antara lain:

1. Observasi dengan cara pengamatan langsung terhadap empat jenis makanan khas Lampung yang sering dicari wisatawan ketika pergi ke Lampung.
2. Wawancara mendalam dengan narasumber dari Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung, Dewan Kesenian Lampung, serta Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung.
3. Wawancara dengan pertanyaan kepada responden secara langsung. Jawaban dari pertanyaan yang disuguhkan tidak perlu dipersiapkan terlebih dahulu oleh responden agar responden bebas menjawabnya sesuai dengan pendapatnya masing-masing.
4. Studi pustaka dan berbagai macam referensi media daring yang sekiranya berhubungan dengan identitas merek dan kemasan.

1.6.2 Analisis Data

Dalam perancangan tugas akhir ini, metode analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis SWOT.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: K. Setiawan, 2018

1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, kerangka penelitian, dan pembabakan dalam penulisan laporan penelitian.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Dasar pemikiran, teori yang relevan, dan pengolahan teori sebagai acuan yang digunakan untuk proses perancangan.

BAB III URAIAN, ANALISIS DATA, DAN PERANCANGAN

Uraian serta analisis data hasil observasi langsung, wawancara mendalam, studi pustaka, dan kuisioner secara terstruktur berdasarkan teori yang telah dibahas di BAB II

BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN

Konsep perancangan yang terdiri dari konsep *branding*, konsep media yang digunakan untuk pengaplikasian identitas merek, dan sketsa hasil rancangan.

BAB V PENUTUP

Bagian saran dan penutup yang terdiri dari elaborasi rangkuman di BAB IV untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan perancangan.