

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu daerah dapat dikenal oleh orang lain melalui makanan khas daerah setempat. Jenis makanan yang berkaitan erat dengan suatu daerah dan diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari tradisi adalah kuliner lokal (Jordana, 2000 dalam Purwaning Tyas, Agnes). Kuliner lokal daerah di Indonesia dihargai karena merupakan kerja keras dari leluhur mulai dari resep hingga cara memasak yang masih dipertahankan walau sudah memiliki rasa yang bervariasi, tetapi masih menggunakan bahan yang utama. Kuliner lokal sudah menjadi bagian dari suatu daerah, maka kuliner lokal dapat menjadi identitas suatu daerah, seperti contohnya tahu Sumedang, dodol Garut, sate Madura, dan moci Sukabumi. Moci Sukabumi merupakan salah satu kuliner lokal yang paling terkenal dari sekian banyak penyebaran kuliner di kota Sukabumi karena terdapat 11 pembuat kue mochi yang tersebar mulai dari Jalan Otista, Jalan Ahmad Yani, hingga Jalan Suryakencana, yang memproduksi skala kecil hingga skala besar. Selain itu kota Sukabumi terkenal dengan bubur ayam bunut, nasi mamih ungu, bakso Mang Jai, pempek Odeon, keripik SEHI, roti Priangan, dan lain-lain. Padahal, kenyataannya terdapat produk kuliner lokal yang merupakan oleh-oleh berasal dari kota ini. Produk tersebut yaitu Kue Sari Jahe Animo.

Kue sari jahe “Animo” adalah salah satu produk khas yang berasal dari Kota Sukabumi. Produk ini sudah dipasarkan di Jalan Siliwangi Gang Mansur No 7 sejak tahun 1959 hingga sekarang. Usaha pembuatan kue, saat ini dikelola oleh bapak M Sadrah, dan masih mempertahankan kemasan dahulu serta resep tradisional yang tidak mengubah cita rasa. Harga yang dipatok untuk 1 pak kue ini yaitu 15.000 rupiah.

Pemasaran sebuah produk saat ini dapat dilakukan secara daring¹ atau *online*. Hal ini termasuk dalam teknologi yang sudah menjadi kebutuhan manusia dari dulu

¹Daring (KBBBI) = dalam jaringan, terhubung melalui jaringan komputer, internet, dsb.

hingga sekarang. Salah satunya adalah teknologi pengemasan yang sudah semakin luas. Mulai dari bahan yang bervariasi hingga model dan bentuk yang semakin menarik. Kemudian, teknologi membuat kemasan berubah peran, jika dahulu orang mengatakan kemasan melindungi apa yang dijual, nyatanya sekarang menjadi kebalikannya yaitu kemasan menjual apa yang dilindungi (Noviadji, 2014:10-21). Pernyataan tersebut terkait dengan pentingnya sebuah desain bagi kemasan karena daya tarik suatu produk tidak terlepas dari kemasannya. Selain itu, karena kemasan adalah pemicu yang berhadapan langsung dengan konsumen. Jadi, kemasan harus dapat menciptakan respon emosional yang positif (Cenadi, 2000:92-103) Hal tersebut terkait dengan persaingan yang semakin ketat ketika muncul pemain-pemain baru yang mengeluarkan produk sejenis dengan ciri khas masing-masing, tak menutup kemungkinan bahwa suatu saat produk lama akan ditinggalkan karena ada produk yang lebih baik (Satryono & Wahyudi, 2017:72). Oleh karena itu, hal yang dibutuhkan oleh produk kue sari jahe “Animo” walau sudah lama menjadi produk khas Sukabumi, dan tak menutup kemungkinan bahwa produk ini semakin lama dapat ditinggalkan apalagi kenyataannya masih banyak penduduk kota ini yang belum mengetahui keberadaan produk tersebut. Maka, produk kue sari jahe ini membutuhkan suatu identitas merek dan visual kemasan yang tepat agar tidak tertinggal karena jaman diakibatkan munculnya produk-produk baru dan sebuah ciri khas yang ditonjolkan agar produk ini dapat terjual di mata konsumen.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Identitas visual yang kurang pada Kue Sari Jahe “Animo” yang sudah menjadi produk oleh-oleh khas kota Sukabumi.
- b. Kemasan yang tidak berubah dari dulu hingga sekarang, sehingga tak menutup kemungkinan bahwa suatu saat produk ini akan ditinggalkan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual dan kemasan pada kue sari jahe untuk masyarakat kota Sukabumi dan wisatawan?

1.3 Ruang Lingkup

1. Apa

Perancangan identitas visual dan kemasan pada kue sari jahe sebagai produk oleh-oleh khas kota Sukabumi.

2. Bagian mana

Merancang identitas visual dan kemasan yang tepat agar meningkatkan ketertarikan masyarakat kota Sukabumi maupun wisatawan yang berasal dari daerah lain terhadap produk ini.

3. Tempat

Tempat pengumpulan data dilakukan di daerah kota Sukabumi.

4. Waktu

Waktu perancangan dan penulisan dilakukan pada bulan Februari 2019 hingga Juli 2019.

1.4 Tujuan Perancangan

Perancangan identitas visual dan kemasan yang tepat untuk kue sari jahe khas kota Sukabumi berguna untuk meningkatkan ketertarikan dan penjualan terhadap produk ini.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Cara pengumpulan data yang akan digunakan yaitu melalui

- a. Observasi

Teknik pengumpulan data menjadi salah satu kunci keberhasilan observasi karena, ditentukan oleh pengamat yang melihat, mendengar, mencium, kemudian disimpulkan dari objek penelitian yang sedang diamati itu. (Yusuf, 2016: 384). Observasi dilakukan di area kota Sukabumi.

- b. Wawancara

Wawancara adalah instrumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalan pemikiran, konsep, dan pengalaman pribadi pendirian atau pengalaman atau pandangan dari individu yang diwawancarai. (Soewardikoen, 2013:30). Kemudian, perancang akan mewawancarai

narasumber yang merupakan pemilik usaha kue sari jahe, dan narasumber terkait.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka atau kajian pustaka merupakan ringkasan tertulis dari artikel jurnal, buku, dan dokumen lain yang menggambarkan keadaan masa lalu dan informasi saat ini, mengatur literatur menjadi topik, dan mendokumentasikan kebutuhan untuk penelitian yang diusulkan (Creswell, 2008). Studi pustaka dilakukan oleh perancang melalui buku, jurnal, situs web resmi pemerintah kota Sukabumi, dan penelitian terkait.

d. Kuesioner

Kuesioner adalah cara untuk mengumpulkan data dengan waktu yang relatif singkat karena banyak orang dapat langsung dihubungi (Soewardikoen, 2013:35). Karena, pada umumnya kuesioner sudah berisikan pertanyaan dan responden hanya menjawab, kemudian diarahkan pada perhitungan, maka dari itu perancang akan menyebarkan kuesioner melalui media sosial kepada teman-teman yang berada di kota Sukabumi maupun luar kota.

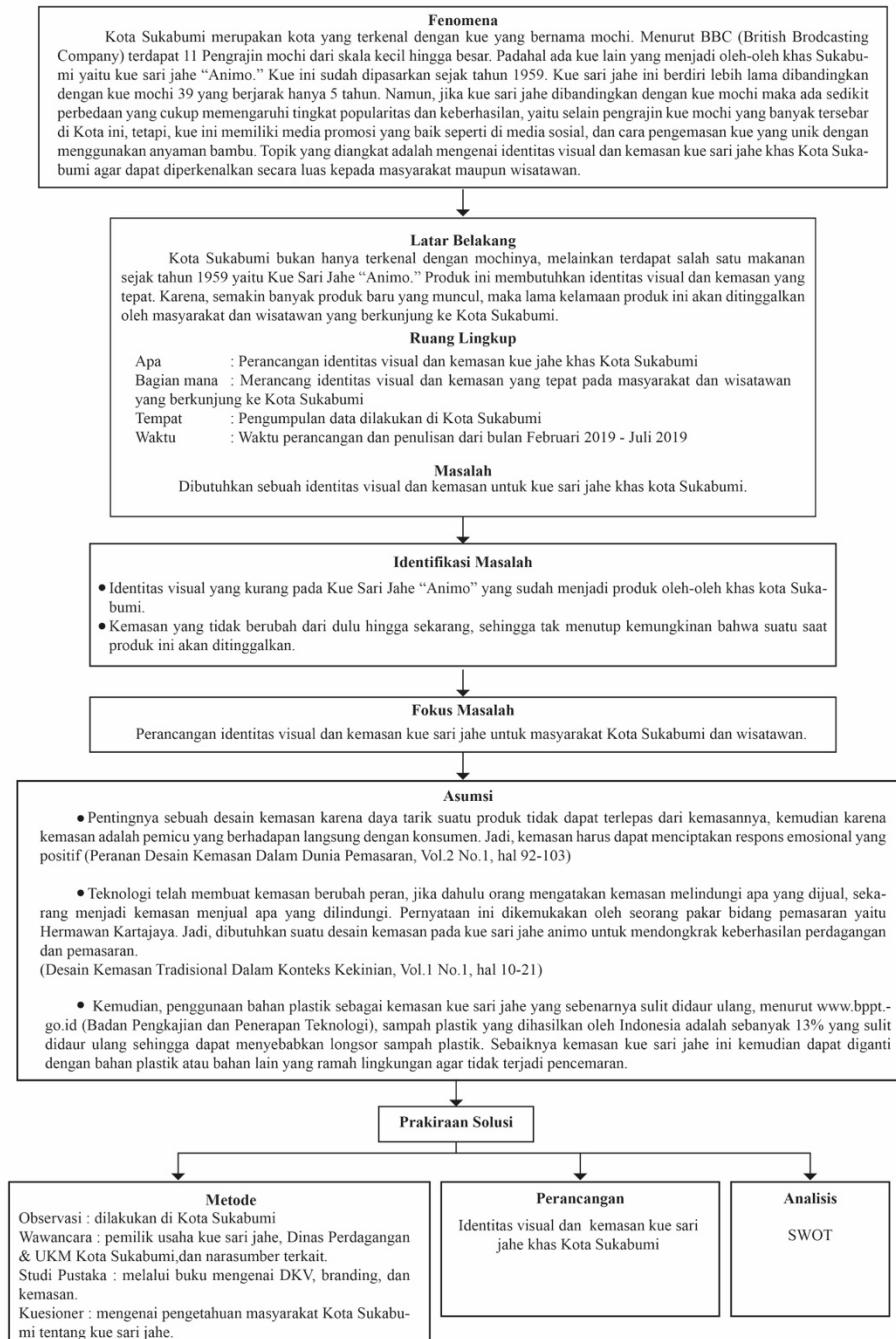
Cara menganalisis yang akan digunakan yaitu melalui

1. Analisis SWOT

Analisis ini biasanya digunakan dalam menilai suatu perusahaan caranya dengan membuat matriks antara peluang dan ancaman pada sisi vertikal dan pada sisi horizontal terdapat kekuatan dan kelemahan (Soewardikoen, 2013:62). Kemudian, dari analisis ini akan terbentuk sebuah strategi untuk menghasilkan konsep perancangan. Maka, perancang akan menggunakan analisis ini untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dari berbagai sisi.

1.6 Kerangka Perancangan

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN DESAIN KEMASAN KUE SARI JAHE SEBAGAI SALAH SATU PRODUK OLEH-OLEH KHAS KOTA SUKABUMI



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan

Sumber : Dokumen Pribadi

1.7 Pembabakan

Bab 1 Pendahuluan

Latar belakang yaitu terkait dengan fenomena dan masalah yang akan diangkat, kemudian, permasalahan berisikan identifikasi masalah dan rumusan masalah, lalu, ruang lingkup yang dapat disebut sebagai batasan masalah. Tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan, dan pembabakan adalah isi dari pada bab ini.

Bab 2 Dasar Pemikiran

Penjelasan mengenai teori yang relevan mengenai topik, kemudian, digunakan pada proses analisis dan menguraikan permasalahan adalah bagian dari bab ini.

Bab 3 Data dan Analisis Masalah

Hasil pengumpulan data kemudian diuraikan secara teratur mulai dari hasil observasi, wawancara, dan kuesioner, lalu, diproses dengan cara menganalisis masalah tersebut menggunakan analisis SWOT sehingga dapat menghasilkan konsep perancangan.

Bab 4 Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini terdiri dari konsep perancangan antara lain, adalah konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep media. Kemudian, dari konsep perancangan tersebut akan terbentuk hasil dari apa yang sudah dianalisis menurut bab sebelumnya,

Bab 5 Penutup

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari penulisan tugas akhir.