

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan tradisional di Indonesia sudah pastinya menjadi santapan masyarakat sehari-hari. Setiap daerah pastinya mempunyai makanan tradisional yang beragam dan banyak sekali produsen makanan khas daerah. Makanan tradisional juga menjadi pusat incaran bagi wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Makanan yang biasa menjadi pusat perhatian para wisatawan mulai dari makanan yang harus di olah maupun makanan siap saji (Julianti, 2014 : 24). Seperti kota Tangerang Selatan memiliki berbagai macam wisata serta makanan tradisional. Pada kuliner mempunyai makanan khas Tangerang Selatan antara lain tahu serpong, bir pletok, sayur besan, putu mayang, pecak gabus, sagon bakar, dan dodol.

Dodol merupakan makanan yang sering kita jumpai di beberapa daerah. Salah satu dodol yang paling terkenal berasal dari Garut. Setiap daerah memiliki jenis dan ciri khas rasanya tersendiri. Salah satunya Dodol Cilenggang merupakan makanan khas dari Tangerang Selatan. Produk ini hanya dapat kita temui di satu tempat yang berlokasi Cilenggang, Kecamatan Serpong. Dodol Cilenggang sudah beroperasi sejak tahun 1995. Dodol merupakan usaha keluarga secara turun-temurun. Dodol Cilenggang berdiri berawal dari ketekunan usaha keluarga membuat Dodol ini dan dipasarkan dari rumah ke rumah sehingga para pembeli menyukai Dodol dan terkenal. Maka dari itu mereka memutuskan untuk membuat rumah produksi yang ditempatkan di belakang rumah, Bahan yang digunakan seperti dodol yang pada umumnya hanya saja bahan baku yang pakai berbeda yaitu menggunakan beras ketan hitam, santan, gula merah, gula pasir.

Namun sangat disayangkan jika pemilik usaha dodol ini kurang memerhatikan identitas produk mereka sebagai wajah produknya lantaran keterbatasan pengetahuan pemilik usaha Dodol Cilenggang terhadap wawasan tentang pentingnya identitas visual terhadap suatu produk UMKM pada zaman modern ini. Sehingga identitas yang di terapkan pada label kurang menarik perhatian konsumen. Identitas visual dalam kemasan untuk zaman sekarang

sangatlah penting dalam membantu produsen dalam jangka pendek, menengah, serta panjang (Julianti, 2014 : 14).

Begitu juga pada kemasan Dodol Cilenggang telah menerapkan tiga pilihan ukuran kemasan mulai dari dodol yang berukuran kecil menggunakan kemasan kertas, kemudian untuk dodol yang berukuran sedang berbentuk bulat memanjang menggunakan kemasan plastik bening yang di gulung lalu di beri label dan diikat dengan karet gelang. Sedangkan untuk ukuran besar hanya menggunakan plastik mika bening yang tidak memiliki label. Perlu kita ketahui bahwa produsen produk sekarang ini sudah mengikuti perkembangan teknologi dengan menerapkan pengemasan yang modern mulai dari bahan kemasan yang digunakan serta bentuk yang bervariasi yang memunculkan citra dari setiap produk. Sehingga konsumen lebih tertarik dengan kemasan yang lebih modern dibandingkan kemasan yang bentuknya masih sederhana. Oleh karena itu, kemasan bukan hanya sebagai wadah pelindung dari produk tetapi kemasan harus dapat menjual produk yang dikemasnya (Noviadji, 2014 : 15). Dari pernyataan tersebut bahwa desain kemasan menjadi sangat penting dalam memicu keputusan konsumen untuk membeli produk. Kemudian penjual Dodol Cilenggang pernah mengatakan bahwa produk ini sudah pernah di jual ke tempat salah satu tempat perbelanjaan makanan yang berada di kota Tangerang Selatan. Namun penjualan tersebut tidak menguntungkan sehingga dodol yang dijual di pusat perbelanjaan makanan dikembalikan lagi ke pihak pemilik.

Dari penjelasan fenomena dan permasalahan yang sudah di paparkan diatas, penulis akan menerapkan sebagai pemecahan masalah untuk produk ini dengan membuat sebuah identitas visual dan kemasan, menarik perhatian kepada konsumen untuk mencoba Dodol Cilenggang ini. Dengan adanya pemecahan masalah ini juga diharapkan dapat memperluas penjualan Dodol Cilenggang ini agar masyarakat dapat mengenal produk ini, meningkatkan nilai jual pada produk makanan ini dan juga membantu ekonomi masyarakat sekitar,

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Tidak adanya identitas visual yang dapat memperkuat penjualan Dodol Cilenggang secara merata di daerah kota Tangerang Selatan.
2. Kemasan yang di terapkan pada makanan Dodol Cilenggang masih sulit untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produk ini.
3. Belum adanya elemen visual yang mencerminkan ciri khas kedaerahan dari kota Tangerang Selatan.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengenalkan Dodol Cilenggang sebagai makanan khas kota Tangerang Selatan ?
2. Bagaimana merancang identitas visual kemasan pada Dodol Cilenggang sebagai makanan khas kota Tangerang Selatan ?

1.3 Ruang Lingkup

1.3.1 Apa

Dodol Cilenggang merupakan makanan tradisional khas Kota Tangerang Selatan.

1.3.2 Siapa

Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat dalam daerah maupun luar daerah yang belum mengetahui atau yang sudah mengetahui Dodol Cilenggang.

1.3.3 Dimana

Pada penelitian pengumpulan data serta analisis akan dilaksanakan di Kota Tangerang Selatan dan sekitarnya. Kemudian observasi ke tempat industri rumah Dodol Cilenggang di Cilenggang, Kec.Serpong, Kota Tangerang.

1.3.4 Bagaimana

Dengan dibuatnya sebuah identitas visual dan juga kemasan untuk memudahkan penjualan Dodol Cilenggang secara meluas, dan supaya masyarakat tertarik untuk membeli makanan tradisional ini.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari Perancangan ini yaitu:

1. Agar Dodol Cilenggang memiliki Identitas Visual baru untuk memperkuat penjualan secara merata di daerah kota Tangerang Selatan.
2. Agar kemasan Dodol Cilenggang yang diterapkan dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk ini.
3. Agar identitas visual kemasan Dodol Cilenggang dapat mencerminkan kedaerahan dari kota Tangerang Selatan.

1.5 Metode Penelitian dan Analisis Data

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan untuk mencari referensi terkait data penelitian pengambilan studi dari buku, internet, dan jurnal. Adapun teori-teori yang dibutuhkan dalam mendukung perancangan. Teori yang ada di dalam desain komunikasi seperti mencari referensi buku yang menjelaskan teori *Branding*, Teori Logo, Kemasan, Teori Warna, Teori Tipografi, Teori Layout, dan Desain Kemasan. Kemudian mencari jurnal yang berkaitan dengan penggunaan Desain Kemasan dalam konteks kekinian.

2. Observasi

Dalam pengumpulan data penulis melakukan observasi ke Rumah Produksi Dodol Cilenggang Titi Mugi Jaya yang berada di Cilenggang, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan dengan melihat kondisi, situasi di lokasi untuk mendapat data penelitian yang akurat.

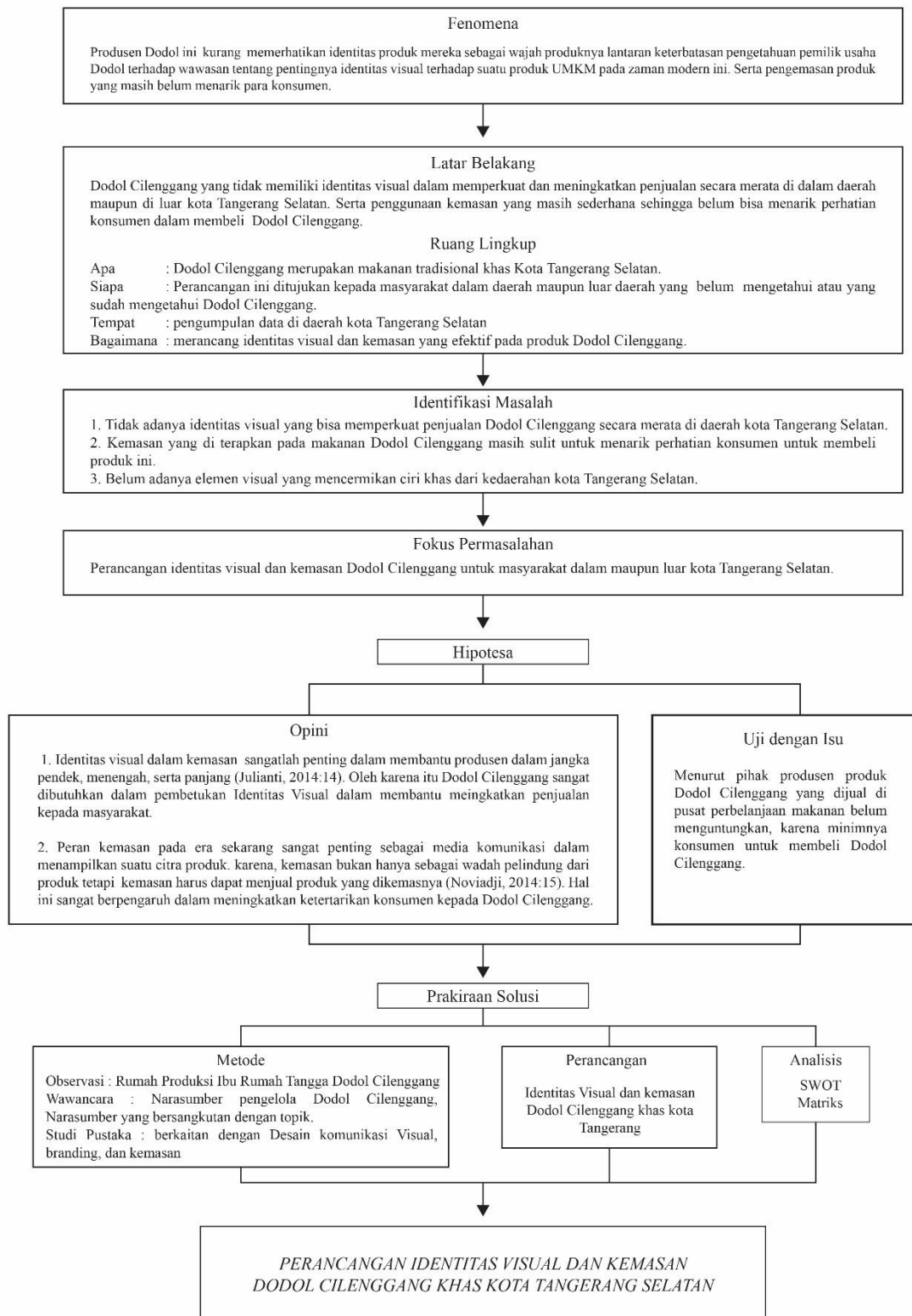
3. Wawancara

Dalam proses penelitian tentunya diperlukan informasi terkait perancangan yang akan dibuat mengenai Dodol Cilnggang. Oleh karena itu penulis mewawancarai Bapak Asep sebagai produsen dari Dodol Cilenggang Titi Mugi Jaya bertujuan untuk memperdalam informasi yang tepat.

1.5.2 Metode Analisis Data

Metode yang akan digunakan dalam melakukan Analisis Data yaitu Analisa *Strength, Weakness, Opportunities, Threat* (SWOT) untuk merumuskan factor dan peluang apa saja yang bisa mendukung dalam menentukan strategi untuk perancangan. Serta menggunakan Analisis Matriks untuk membandingkan beberapa produk yang sejenis untuk mengetahui informasi berdasarkan kategori, tema, dan pola.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan
Sumber : Dokumen Pribadi

1.7 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan data analisis, kerangka pemikiran, serta kerangka pemikiran perancangan.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat perancangan, kerangka teori, dan asumsi.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, data produk, data khalayak sasaran, data wawancara, data proyek sejenis yang pernah dilakukan dan analisis konten, analisis visual, analisis matriks, serta penarikan kesimpulan.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab konsep dan hasil perancangan akan diuraikan terkait dengan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep media. Serta dijelaskan hasil perancangan mulai dari media utama hingga penerapan media.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berupa kesimpulan akhir mengenai hasil dari perancangan dan saran yang berkaitan dengan penulisan perancangan.