

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan tradisional merupakan salah satu bukti keanekaragaman kebudayaan yang ada di nusantara. Sebagian masyarakat Indonesia sangat melekat dengan makanan tradisional yang hingga kini masih menjadi kebutuhan sehari-hari karena terkandung warisan turun temurun yang tidak jarang menjadi pelengkap dalam acara-acara kecil seperti acara keluarga maupun acara besar. Menurut pakar kuliner William Wongso dalam buku *Antropologi Kuliner Nusantara* (2015:2), tak ada yang namanya makanan Indonesia, yang ada hanyalah masakan atau makanan daerah. Dalam buku tersebut juga menyebutkan bahwa tidak ada makanan yang bisa menjadi simbol dari seluruh kuliner Indonesia. Tidak seperti makanan mancanegara seperti pasta dan *pizza* yang menjadi simbol dari makanan Italia, serta kari sebagai simbol dari makanan India, makanan di satu daerah dengan daerah lain di Indonesia memiliki perbedaan yang sangat jauh yang dipengaruhi oleh kekayaan alam, budaya, bahkan agama, politik, perdagangan, hingga riwayat penaklukan di masa silam.

Fast food kini mendominasi minat masyarakat sebagai pilihan makanan cepat saji dibandingkan dengan kudapan lokal yang semakin tergeser dan jumlahnya semakin menurun. Salah satu penyebab hal tersebut yaitu dikarenakan kebanyakan media massa seperti televisi dan internet, yang mensosialisasikan *fast food* lebih baik dan bersih daripada kudapan lokal. Selain media massa juga disebabkan oleh pelaku usaha kudapan lokal yang semakin menurun. Wirausahawan muda lebih memilih membuka usaha makanan barat karena peminatnya lebih tinggi dibandingkan makanan lokal. Masyarakat khususnya remaja berdomisili Jawa Barat tidak banyak yang mengetahui kudapan khas daerahnya. Padahal makanan tradisional memiliki cita rasa tersendiri yang tidak kalah rasanya dengan makanan luar negeri. Makanan khas daerah dapat menjadi salah satu identitas budaya tertentu, seperti makanan khas Jawa Barat berikut yaitu Dodol Garut, Manisan Cianjur, Tahu Sumedang, dan sebagainya yang harus tetap terjaga keberadaannya.

Jawa Barat terkenal dengan keanekaragaman kuliner, khususnya kudapan. Masyarakat Bandung dari dulu senang sekali '*ngemil*' atau yang mereka sebut dengan '*ngopi*'. Walaupun disebut dengan '*ngopi*' tidak selalu berarti meminum kopi, tetapi sekaligus ataupun hanya '*ngemil*' makanan ringan, seperti gorengan, kue-kue kecil,

surabi, maupun jajanan pasar lainnya ('Ngopi' Menurut Definisi Orang Bandung. <http://www.bandungdiary.id/2016/09/ngopi-di-bandung.html>. Diakses tanggal 27 Januari 2019). Dari situlah kata "*Opieun*" ada, yang dalam Bahasa Sunda berarti kudapan.

Berdasarkan hasil penelitian Mondelez pada tahun 2017, satu dari tiga orang Indonesia *ngemil* sebanyak tiga kali sehari di luar makan besar atau jika ditotal mencapai enam kali konsumsi makanan dalam sehari. Jika dikaitkan dengan usia, konsumen Indonesia yang memiliki hobi *ngemil* didominasi oleh kaum muda, khususnya berumur 16-20 tahun (Produsen, Kenali Kebiasaan Konsumsi Camilan Konsumen Indonesia. <http://marketeers.com/produsen-kenali-kebiasaan-konsumsi-camilan-konsumen-indonesia/>. Diakses tanggal 2 Mei 2019). Hal tersebut dapat menjadikan kudapan sebagai peluang untuk mengajak kaum muda atau remaja mengenalkan kuliner khas Jawa Barat. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat bahwa perlunya anak muda yang mau aktif mengangkat makanan tradisional untuk mengangkat tren ini, di mana anak muda yang akan memasuki dunia kerja dan berpotensi besar untuk mengembangkan tren kudapan tradisional salah satunya melalui wirausaha, yakni Generasi Z. Kalangan Generasi Z, yaitu masyarakat kelahiran tahun 1995 hingga 2012 (David Stillman, 2018: xxv) dimana saat ini berarti berusia 7 hingga 24 tahun, memiliki karakteristik menyukai hal-hal yang serba praktis dan cepat. Berdasarkan hasil kuesioner, masih banyak remaja Generasi Z berumur 15-22 tahun, terutama yang berdomisili Jawa Barat, yang tidak dapat menyebutkan nama kudapan khas daerahnya.

Saat ini banyak sekali kreator kreatif yang menggunakan unsur makanan sebagai tema utama karya ilustrasi mereka. Selain itu juga muncul komik digital yang bertemakan makanan tradisional seperti "*Jajan Squad*" karya Dito Satrio yang diterbitkan di *platform LINE Webtoon* dan "*Gastronomale*" karya Kathrinna Rakhmavika dan Panda Madu yang diterbitkan di *platform Ciayo*. Kedua judul tersebut mendapat tanggapan yang sangat positif dari pembaca kalangan remaja ke atas, banyak pula yang merasa nostalgia dengan makanan yang ditampilkan dalam komik tersebut. Bahkan "*Jajan Squad*" juga telah diterbitkan dalam bentuk buku fisik. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki daya tarik tinggi pada karya bertemakan makanan tradisional. Namun dari sekian banyak karya tersebut belum ada yang berfokus pada kudapan khas daerah yang lebih spesifik, khususnya mengenai kudapan khas Jawa Barat.

Buku ilustrasi memiliki peluang untuk menyampaikan informasi secara lebih detail dibandingkan dengan komik yang lebih banyak menyajikan cerita daripada topik yang diangkat. Walaupun buku dinilai mengalami penurunan peminatnya dikarenakan era digitalisasi, namun pada kenyataannya, Ketua Umum Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) pada acara Indonesia International Book Fair 2018, mengatakan bahwa penjualan buku, terutama buku fiksi, mengalami peningkatan pada tahun 2017 (IKAPI: Ceruk Pasar Buku Umum Mulai Membesar <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/13/062600926/ikapi--ceruk-pasar-buku-umum-mulai-membesar>. Diakses tanggal 2 Mei 2019). Berbeda dengan media cetak seperti koran dan sebagainya, produk buku tetap tidak tergantikan dengan produk digital, bahkan dengan buku *online* atau *e-book*. Sensasi membaca buku fisik yang belum bisa digantikan oleh media digital, misalnya sentuhan tangan untuk membalikkan halaman, bau atau aroma buku dan interaksi mata yang berbeda antara buku dan layar (Masyarakat Masih Lebih Memilih Buku Fisik daripada *E-Book*. <https://tirto.id/masyarakat-masih-memilih-buku-fisik-daripada-e-book-cnsn>. Diakses tanggal 2 Mei 2019). Adanya pameran buku juga berperan penting dalam meningkatnya penjualan buku, diantaranya seperti *Indonesia International Book Fair*, *Big Bad Wolf*, *Indonesia Comic Con*, dan sebagainya yang kini bertransformasi dari sekadar tempat bertemu para penerbit dan bazar buku, menjadi festival yang menjual pengalaman-pengalaman layaknya festival musik dan film yang menarik bagi Generasi Z.

Buku juga dapat menjadi *collectible item*, yaitu dapat dijadikan koleksi. Kalangan Generasi Z terbiasa dengan konten visual serta lebih senang dengan informasi yang singkat namun detail dan tidak terbelit-belit. Dengan menggunakan *layout* serta ilustrasi yang baik dan sesuai dengan tren target audiens, buku ilustrasi dapat menarik minat pasar bahkan di era digital ini, tentunya dengan strategi promosi *online* di media sosial seperti Instagram, juga melakukan penjualan di *e-commerce* karena toko buku *online* sangat berpotensi. Seperti Penerbit POP, penerbit baru dibawah Penerbit Kepustakaan Populer Gramedia, yang khusus untuk pembaca muda. Penerbit POP banyak mempromosikan buku terbitan barunya di Instagram. Tidak hanya penerbit besar seperti Mizan, Bukune, Erlangga, dan sebagainya, banya penerbit indie yang melakukan strategi yang serupa dan mendapat respon positif oleh kalangan remaja.

Berdasarkan berbagai pertimbangan tersebut, melalui perancangan buku ilustrasi "*Opieun*" dibuat agar dapat menarik kalangan remaja berusia 15-22 tahun

untuk mengetahui keanekaragaman kudapan yang ada di Jawa Barat sehingga salah satu ciri kebudayaan khas Jawa Barat ini tetap terjaga dan tidak tergeser oleh makanan-makanan dari luar Indonesia. Mengutip kata-kata William Wongso dalam artikel di *travel.kompas.com*, bahwa makanan tidak hanya masalah enak tidak enak tetapi harus diceritakan agar orang lain tahu dan ingin tahu bagaimana rasanya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun di atas, maka dapat diperoleh beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Semakin banyak jenis kudapan khas Jawa Barat yang terlupakan.
2. Semakin sedikit pelaku pembuat kudapan khas Jawa Barat yang kini semakin didominasi oleh makanan luar.
3. Kurangnya media yang mengenalkan kudapan lokal dalam bentuk buku ilustrasi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, dapat dirumuskan permasalahan berupa pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana cara merancang buku ilustrasi dalam upaya mengenalkan kudapan khas Jawa Barat kepada remaja?

1.4 Ruang Lingkup

Dalam pembuatan penelitian dan perancangan ini, terdapat batasan-batasan yang dirinci dalam poin-poin sebagai berikut:

1. *What* (Apa)

Merancang media informasi berupa buku ilustrasi tentang kudapan khas Jawa Barat secara rinci dengan konten yang ringan dan menarik untuk dikonsumsi oleh remaja.

2. *Who* (Siapa)

Target audiens perancangan buku ini adalah kalangan remaja SMA hingga mahasiswa, yaitu dengan rentang umur 15 sampai 22 tahun.

3. *When* (Kapan)

Pengumpulan data mulai dari bulan September 2018.

4. *Where* (Dimana)

Observasi dilakukan di beberapa kota dan kabupaten yang ada di Jawa Barat, diantaranya yaitu Bandung, Cianjur, Garut, Ciamis, dan Tasikmalaya.

5. *Why* (Mengapa)

Karena kota dan kabupaten tersebut memiliki ciri khas makanan daerahnya masing-masing.

6. *How* (Bagaimana)

Membuat media informasi berupa buku yang memperkenalkan kudapan secara rinci dengan konten yang ringan dan menggunakan ilustrasi agar menarik bagi remaja untuk mengetahui berbagai macam kudapan khas Jawa Barat serta cara pembuatan dan bahan yang terkandung di dalam kudapan tersebut sehingga dapat mendorong remaja untuk lebih mengenal kebudayaan daerahnya yaitu Jawa Barat melalui kudapan.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dilaksanakannya penelitian dan perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengenalkan berbagai macam kudapan khas Jawa Barat beserta bahan dan cara pembuatannya kepada remaja.
2. Mengenalkan kebudayaan Jawa Barat melalui kudapan khas daerah.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Primer

1. Wawancara

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wawancara adalah tanya jawab peneliti dengan narasumber. Pada tahap ini dilakukan dengan cara melakukan sesi tanya-jawab kepada pembuat buku ilustrasi secara tatap muka atau daring.

2. Kuesioner

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, alat riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi atau melalui pos; daftar pertanyaan. Pada tahap ini dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan seputar pengetahuan remaja

mengenai kudapan khas Jawa Barat dan buku ilustrasi yang selanjutnya disebar kepada responden melalui daring.

3. Observasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, observasi adalah peninjauan secara cermat. Metode ini dilakukan dengan cara meneliti langsung aspek imaji yaitu dalam penelitian ini berupa buku ilustrasi, serta melakukan observasi lapangan di kota dan kabupaten yang ada di Jawa Barat untuk mendapatkan data berbagai makanan kudapan khas daerah.

b. Sekunder

1. Studi Pustaka Cetak

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Metode ini dilakukan dengan cara mencari data pada buku, artikel, jurnal, serta media lainnya yang dapat menunjang perancangan.

2. Studi Pustaka Digital

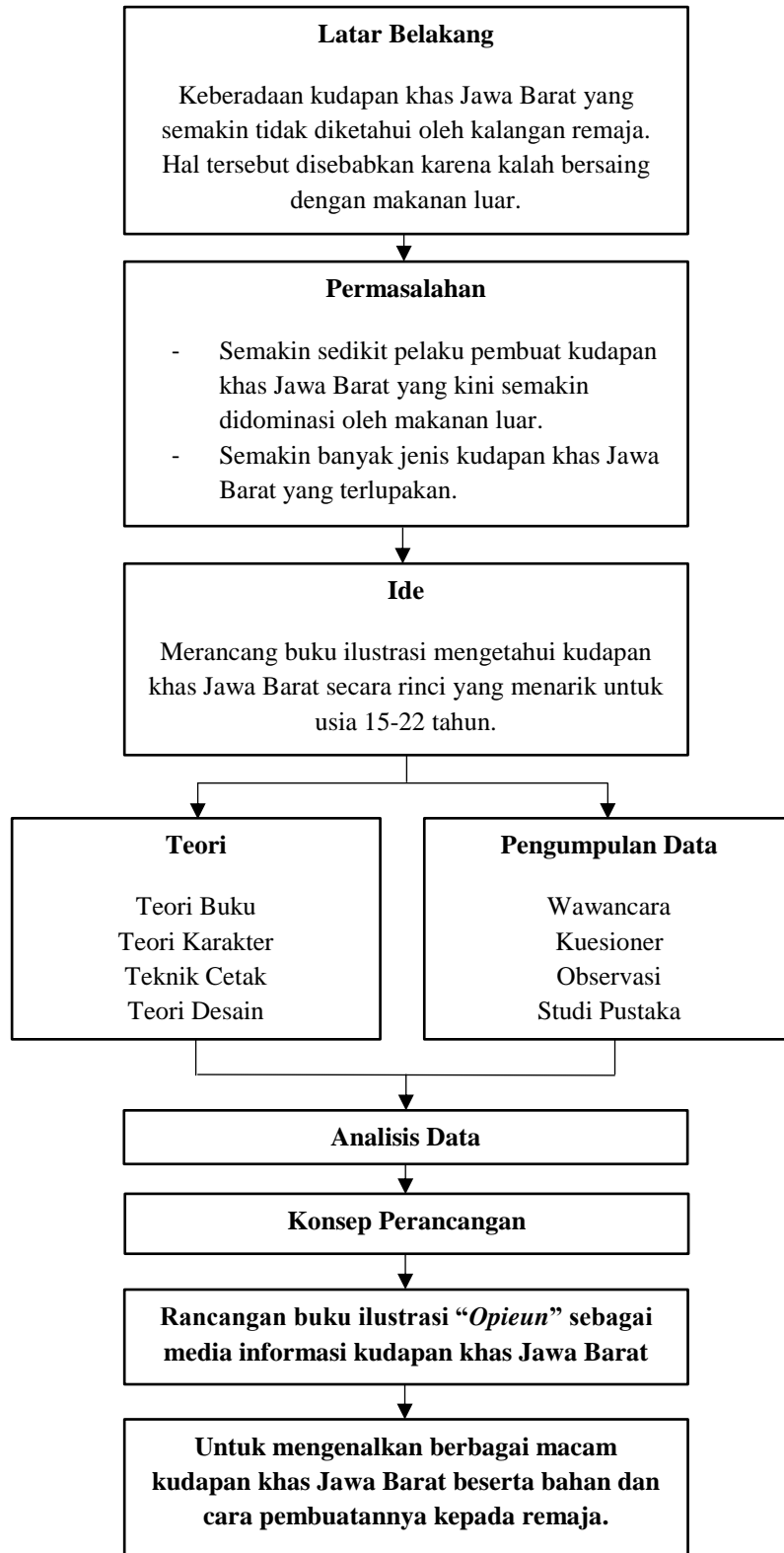
Metode ini dilakukan dengan cara mencari data pada buku elektronik serta artikel *online* yang dapat menunjang perancangan.

1.6.2 Metode Analisis Data

a. Matriks Perbandingan

Analisis ini dilakukan dengan cara membandingkan beberapa objek visual yang disusun berupa tabel untuk dapat mengidentifikasi pembeda antar objek dan menarik kesimpulan.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
(Sumber: Data Pribadi)

1.8 Pembabakan

Penulisan laporan ini terbagi menjadi beberapa bab, yaitu Bab I hingga Bab V. Adapun isi dari bab-bab tersebut adalah sebagai berikut:

- | | |
|---------|---|
| BAB I | Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan, dan pembabakan. |
| BAB II | Dasar Pemikiran, berisi teori-teori yang relevan yang menunjang landasan dalam melaksanakan perancangan buku ilustrasi kudapan khas Jawa Barat. |
| BAB III | Data dan Analisis Masalah, berisi data hasil dari pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner sehingga dari data-data tersebut dapat dianalisis dan menghasilkan konsep. |
| BAB IV | Konsep dan Hasil Perancangan, berisi konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, dan konsep bisnis, juga berisikan hasil perancangan, mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media. |
| BAB V | Penutup, berisi kesimpulan dan saran dari hasil perancangan buku ilustrasi kudapan khas Jawa Barat. |