

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Keanekaragaman budaya Indonesia sebagai negara kepulauan ditandai dengan adanya ciri khas setiap daerah sebagai identitas nasional, baik dalam hal kesenian, alam, adat istiadat, hingga makanan khas. Makanan khas yang dimiliki setiap daerah di Indonesia menjadikannya sebagai negara dengan warisan cita rasa yang kaya. Makanan khas daerah sangat melekat dengan ekosistem kebudayaan lokal, bahkan memiliki nilai atau makna khusus bagi masyarakatnya. Selain itu, Makanan mengekspresikan identitas sosial dan budaya yang akan menghubungkan manusia dengan semua makhluk hidup (Weichart, 2014).

Makanan khas Indonesia ada banyak jenisnya, salah satu yang familiar bagi masyarakat Indonesia adalah Soto, menurut peneliti gastrodiplomasi dari Pusat Kajian Gastrodiplomasi di Center for Research in Social Sciences and Humanities (C-RiSSH) Universitas Jember, Agus Trihartono, Indonesia memiliki 75 ragam soto, dari Sabang sampai Merauke, dengan ciri khasnya masing-masing di setiap daerah. Dalam seminar Soto sebagai Representasi Cita Rasa Indonesia Indonesia yang diadakan Bekraf Creative Labs tahun 2017, Guru Besar Universitas Gadjah Mada Prof Murdijati Gardjito, dari banyaknya jumlah soto tersebut, 61 jenis soto atau 81,33 persen di antaranya berada di Pulau Jawa dan Madura. Sisanya tersebar di Sumatera, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi, dan Kalimantan.

Soto merupakan makanan yang relatif bisa diterima oleh masyarakat Indonesia dari berbagai latar belakang budaya. Pakar kuliner, Shanti Serad menambahkan, Soto Nusantara itu seperti semangkuk kehangatan khas Indonesia, yang dapat dinikmati dari mulai pedagang kaki lima sampai hotel bintang lima, dari sarapan sampai makan malam. Rasanya yang kaya dan beragam membuat Soto sangat mencerminkan keberagaman Indonesia, dan soto sudah menjadi *comfort food* atau makanan andalan orang Indonesia. Sebagai salah satu masakan khas

Indonesia, soto adalah menu andalan untuk memperkenalkan kekayaan kuliner nusantara.

Menteri Pariwisata, Arief Yahya (2017), mengusulkan soto sebagai kandidat kuat ikon kuliner Indonesia selain rendang dan nasi goreng. Jika terpilih, soto akan menjadi bagian dari duta pariwisata Indonesia. Hingga saat ini, Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Bekraf RI) juga mendorong agar soto lebih dikenal dunia sehingga dapat bermanfaat bagi pangan Indonesia. Memanfaatkan kuliner sebagai salah satu daya tarik sudah seharusnya menjadi senjata Indonesia, mengingat nusantara merupakan rumah dari beragam suku dan masing-masing suku memiliki jenis kuliner sendiri. Oleh karena itu, meningkatkan pengetahuan dan kecintaan pangan lokal menjadi kewajiban dari semua warga Indonesia sebagai penduduk dari negara yang memiliki kuliner tersebut.

Melihat soto yang berpotensi menjadi Ikon kuliner Nusantara tingkat dunia selain rendang dan nasi goreng, sebagai warga dari negara dari asal kuliner tersebut, sudah sepatutnya kita mengenal soto itu sendiri baik dari daerah sendiri maupun dari daerah lain, agar kita mampu memperkenalkan bagaimana makanan tradisional kita sehat dan berbudaya. Chef Charles Toto, mengajak warga Indonesia untuk belajar mengenai jati diri daerah sendiri, sehingga orang tahu bagaimana cita rasa yang berasal dari daerah kita.

Meski soto sudah sangat familiar bagi warga Indonesia, mengingat soto ada banyak ragam jenisnya, tidak menutup kemungkinan masyarakat saat ini, khususnya generasi muda yang hanya mengenal satu jenis soto saja tanpa mengetahui ada banyak ragam jenis soto dari berbagai daerah (Ipeh, 2024). Fakta tersebut tentu menjadi catatan penting untuk lebih memperkenalkan soto lebih rinci kepada masyarakat Indonesia. Murdijadi menyatakan bahwa, soto sebagian besar tersebar di pulau Jawa, khususnya Jawa Timur. Saat ini sudah ada media yang memperkenalkan kuliner soto dari Jawa Timur baik yang familiar hingga yang kurang dikenal dalam jurnal karya Christopher dan dalam beberapa artikel internet. Sedangkan, saat ini jurnal dan media belum ada yang secara khusus mengulas tentang soto di Jawa Barat. Soto Bandung dan Soto Mie Bogor merupakan soto yang umum dan terkenal di Jawa Barat. Namun, masih ada soto lain dari Jawa Barat

yang masyarakat belum terlalu menyadarinya, yaitu Soto Sadang, Soto kuning Bogor, Soto Gempol, Soto Garut, Soto Tasik, Soto Bongko, Sauto Indramayu, dan Soto ayam kuah kuning Cirebon.

Maka dari itu, soto dari Jawa Barat perlu didokumentasikan dan diulas secara khusus dalam upaya mengenal jati diri kuliner lokalnya dan sebagai media edukasi beserta panduan kuliner soto di Jawa Barat yang jarang diulas secara khusus dalam satu media. Dalam perancangan ini akan dibuat media yang merangkai media berisi tentang soto secara runtut dan selengkap mungkin dengan pendekatan kreatif dalam upaya menarik minat generasi muda untuk mengenal lebih jauh mengenai soto yang ada di Jawa Barat dalam hal proses kreatif penciptaannya, dan menyantap makanan sebagai seni dan potensi budaya yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Melalui perancangan ini, diharapkan dapat menjadi langkah awal melestarikan soto sebagai satu makanan nasional yang menggambarkan budaya Indonesia hingga bisa dikenal di mancanegara, dan menambah wawasan tentang soto di Jawa Barat. Karena kelestarian dan keaslian soto dari masing-masing daerah, terutama di Jawa Barat menjadi tanggung jawab para generasi penerus bangsa dalam menjaga warisan kuliner di Indonesia.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya media atau artikel yang mengulas secara detail dan runtut mengenai Soto di Jawa Barat bagi masyarakat;
2. Kurang tahunya masyarakat Jawa Barat dalam mengenali jenis soto dari daerahnya sendiri maupun daerah lain, hanya mengenal soto secara umum.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, penulis pun merumuskan pertanyaan penelitian sebagai rumusan masalah yang akan dibahas:

1. Bagaimana merancang media yang sesuai untuk menyampaikan bahwa ada beragam jenis soto di Jawa Barat yang memiliki ciri khas berbeda sesuai dengan daerah asalnya.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksudkan, maka penelitian ini membataskan ruang lingkup penelitian dengan menggunakan format 5W+1H yang berfokus pada:

- 1. Apa**

Masalah ragam jenis soto di Jawa Barat yang jenisnya masih kurang familiar dan belum disadari oleh masyarakat Jawa Barat itu sendiri, maupun masyarakat umum.

- 2. Bagaimana**

Merancang media informasi yang dikemas secara menarik menggunakan pendekatan ilustrasi yang tidak hanya memuat informasi umum tetapi juga meliputi pengetahuan dan fakta yang memberi wawasan.

- 3. Siapa**

Target audiens dari hasil perancangan ini adalah remaja berusia 15-25 tahun yang tinggal di Jawa Barat, dan memiliki akses pada media digital.

- 4. Kenapa**

Sebagai kuliner yang berpotensi menjadi ikon kuliner nusantara, ragam jenis soto perlu dikenal dengan baik oleh masyarakatnya.

- 5. Kapan**

Pengumpulan data perancangan dimulai pada bulan April 2024

- 6. Dimana**

Penelitian dan perancangan dilakukan di wilayah Jawa Barat yang terdapat kuliner soto di dalamnya.

#### **1.5 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan ini adalah merancang media visual berupa komik digital untuk menyampaikan informasi lengkap kepada masyarakat, terutama remaja mengenai soto di Jawa Barat yang memiliki ragam jenis dan ciri khas berbeda sesuai dengan daerah asalnya.

## **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Dalam perancangan ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian dilakukan dengan beberapa cara:

### **1) Studi Literatur**

Studi Literatur adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku literatur, media cetak, jurnal terdahulu yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian (Danial & Warsiah, 2009:80). Dalam hal ini, Penulis memperoleh informasi dengan melakukan pemahaman dari buku literatur, jurnal, artikel, portal berita. Media tersebut berupa media elektronik dan cetak sebagai referensi untuk mengungkapkan kebenaran dari teori dan bahan yang diteliti. Jenis studi literatur yang digunakan adalah:

#### **1) Studi Literatur *Review***

Studi Literatur review adalah suatu metode penelitian melakukan identifikasi, evaluasi, dan interpretasi terhadap semua hasil penelitian yang relevan terkait pertanyaan penelitian tertentu, topik tertentu, atau fenomena yang menjadi perhatian (Kitchenham, 2004). Studi literatur review digunakan untuk mengumpulkan data sumber-sumber yang berkaitan dengan topik penelitian dari berbagai sumber baik jurnal, buku, dokumentasi, internet dan pustaka.

### **2) Observasi dan Wawancara**

Melakukan observasi, yaitu melihat langsung keadaan yang sebenarnya dengan mendatangi langsung tempat soto di kawasan Jawa barat untuk mendapatkan dokumentasi untuk keperluan perancangan karya dan melakukan wawancara terstruktur dengan menyampaikan pertanyaan yang mendukung penelitian kepada ahli soto di sekitar wilayah Jawa Barat, dan melakukan wawancara terstruktur kepada *webtoonist* Indonesia terkait perancangan komik.

### **3) Kuesioner**

Membagikan kuesioner kepada masyarakat Jawa Barat berusia 15-25 tahun terkait pemahamannya terhadap soto, serta memberikan pertanyaan untuk menentukan media apa yang cocok untuk audiens untuk mendapatkan data yang faktual dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

## **1.7 Metode Analisis Data**

### **1. Analisis Visual**

Analisis data visual merupakan proses menguraikan, mengamati, dan memahami dengan memberi kesimpulan pada gambar atau dengan kata lain adalah menganalisis gambar. Pengamatan dalam hal ini memerlukan pengenalan yang sistematis terhadap karya visual yang akan di analisis. Pada proses menganalisis, terdapat beberapa tahapan yang mendasar, yaitu Deskripsi, Analisis, Interpretasi, dan Penilaian (Soewardikoen, Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, 2021). Pada penelitian ini, akan dilakukan analisis visual pada karya sejenis untuk diketahui suatu variabel pembeda dengan karya yang akan dirancang.

### **2. Analisis Matriks**

Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor pembeda dan faktor penyama dari objek penelitian. Matriks terdiri dari kolom dan baris yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, dan sangat berguna untuk membandingkan seperangkat data dan menarik kesimpulan (Soewardikoen, 2019:104). Dalam penelitian ini, metode matriks digunakan dalam membandingkan bentuk rancangan yang telah ada sebelumnya untuk membuat hasil yang berbeda dan mendapatkan hasil yang lebih seimbang.

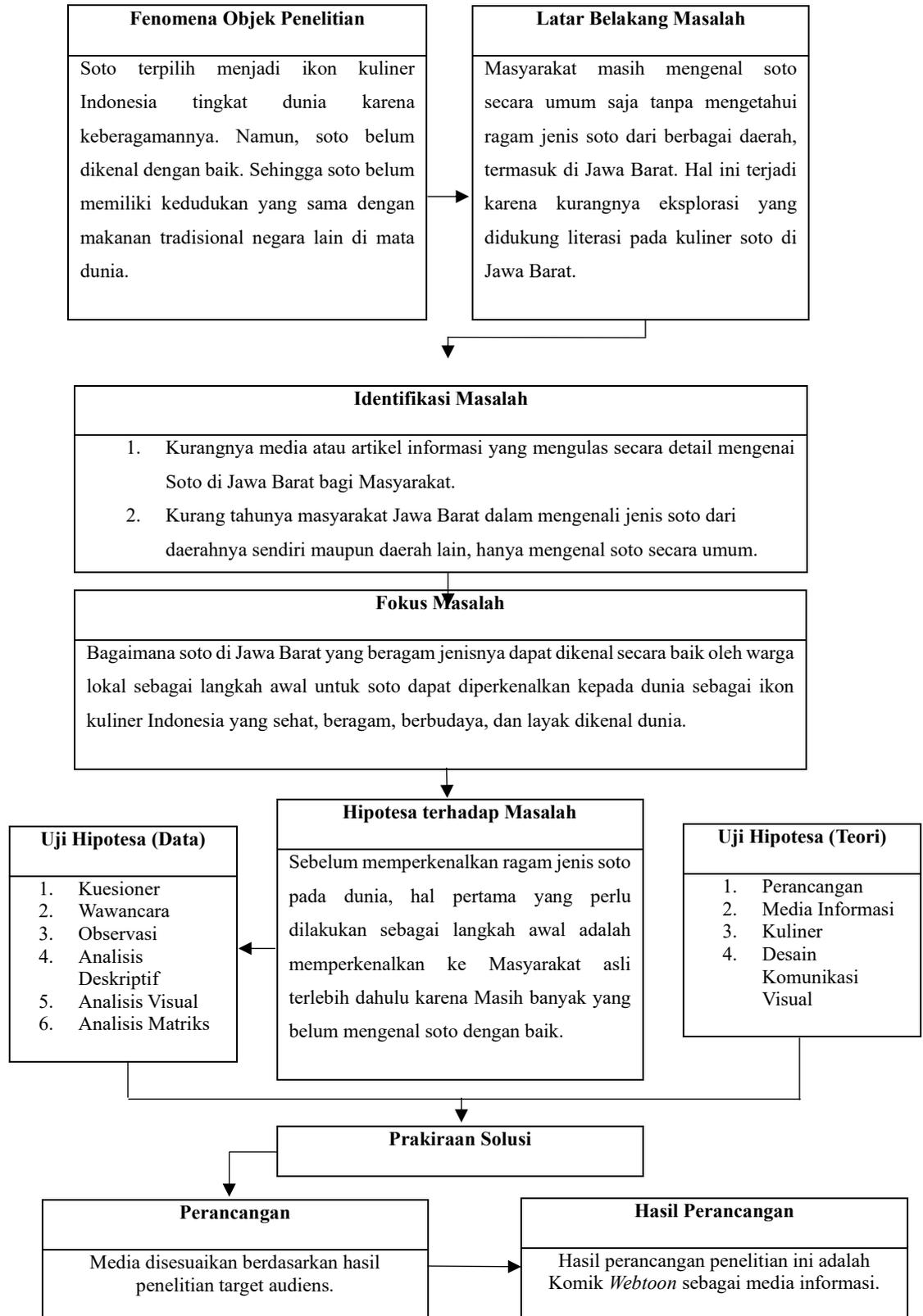
### **3. Analisis Data Hasil Wawancara dan Kuesioner**

Analisis data wawancara adalah mengambil kalimat-kalimat inti dari hasil wawancara kemudian menggabungkan kalimat inti tersebut menjadi sebuah pernyataan yang saling terkait dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian (Soewardikoen, 2019:100). Pada penelitian ini, menggunakan wawancara

terstruktur yang menggunakan daftar pertanyaan yang mewakili suatu topik dan dijawab oleh narasumber sesuai dengan pertanyaan.

Analisis data kuesioner merupakan menghitung hasil perhitungan poin-poin variabel objek penelitian. Dalam tahap ini merupakan penentuan hasil dari pertanyaan yang ditanyakan kepada responden signifikan tinggi atau lemah. Perbandingan antara hasil perhitungan yang signifikan tersebut dengan gejala yang terjadi dapat menjadi suatu sebab-akibat. Data ditampilkan dalam bentuk *chart* atau bagan untuk mempermudah analisis data (Soewardikoen, 2021:107).

## 1.8 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

(Sumber: Syifa Chairunnisa, 2024)

## **1.9 Pembabakan**

Adapun pembabakan perancangan Tugas Akhir ini penulis membaginya menjadi empat bab, antara lain:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka berpikir, dan pembabakan.

### **BAB II: DASAR PEMIKIRAN**

Bab ini menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang.

### **BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Bab ini menjelaskan data dan analisis yang membahas masalah

### **BAB IV: KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Bab ini berisi:

1. Konsep : konsep pesan (Ide besar), konsep Kreatif (pendekatan), konsep Media (media apa saja yang digunakan, perencanaan media, biaya media, dll), konsep Visual (jenis-jenis huruf, bentuk, warna, gaya visual).
2. Konsep Bisnis atau konsep Marketing Communication yang dipergunakan.
3. Hasil Perancangan, mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media.

### **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran pada waktu sidang.