

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran akan gaya hidup sehat semakin berkembang di masyarakat Indonesia terlihat dari tren *clean eating*, keberlanjutan pangan, dan konsumsi pangan lokal. Tren ini dipicu oleh kekhawatiran terhadap krisis pangan global akibat perubahan iklim serta ketergantungan yang tinggi terhadap beras. Mengutip dari (Kumparan.com berjudul Tren Konsumsi Makanan Sehat di RI Meningkat, 2024) menunjukkan masyarakat Indonesia yang menyadari pentingnya makanan sehat dan organik. Fakta ini diperkuat dengan melonjaknya konsumsi makanan sehat sebesar 7,9%. Menurut (Purwanto, 2025) tren makanan sehat semakin diminati di Indonesia seiring meningkatnya kesadaran akan gizi dan kesehatan. Meski gaya hidup sibuk memicu makanan instan, banyak orang kini memprioritaskan pola makan sehat sebagai investasi jangka panjang.

Pola makan sehat memunculkan tren wisata kuliner yaitu kegiatan mengunjungi suatu tempat untuk menikmati berbagai jenis makanan tradisional maupun modern, serta mendapatkan pengalaman gastronomi, tidak hanya tentang makan, namun meliputi suasana, kesan dan pengetahuan kuliner serta memperhatikan nutrisi, pangan lokal, dan proses pengolahan alami. Di era modern, kebiasaan makan masyarakat cenderung bergeser ke arah makanan instan, tinggi gula, lemak jenuh, dan rendah serat. Menyebabkan meningkatnya prevalensi *obesitas*, *diabetes*, penyakit jantung. Salah satu komunitas yang telah lama menjadi contoh tersebut adalah Desa Adat Cireunde di Cimahi, Jawa barat yang memanfaatkan kuliner berbahan singkong sebagai daya tarik wisata sehat.

Desa adat Cireunde, merupakan desa adat yang terletak di tengah kota Cimahi, Jawa Barat, salah satu contoh nyata dari masyarakat yang berhasil menerapkan ketahanan pangan mandiri dan mendukung gaya hidup sehat, yang menjadikan singkong sebagai makanan pokok pengganti nasi. Masyarakat adat memiliki peran penting dalam menjaga kelestarian budaya dan tradisi leluhur yang telah dipertahankan turun-temurun Mengutip dari (cimahikota.go.id, mengenal kampung adat cirunde) menjelaskan hal tersebut bukan hanya sebuah kebiasaan tetapi sebuah tradisi yang sudah ada sejak 101 tahun lalu yang bermula dari kekeringan dan kebiasaan para leluhur. Prinsip ini berkeyakinan bahwa ketergantungan pada beras dapat menimbulkan ketidakstabilan ekonomi serta dapat ketergantungan terhadap pihak luar. Hal tersebut telah menjadi simbol ketahanan pangan serta perwujudan filosofi hidup harmonis dengan alam.

Masyarakat Cimahi cukup familiar dengan singkong dan berbagai olahannya, tidak hanya dikonsumsi sebagai makanan pokok alternatif tetapi sebagai cemilan dan kuliner tradisional. Data dari (Rano Hardiana, 2024) Pemkot cimahi mempromosikan konsumsi singkong yang diharapkan sebagai alternatif pangan berkelanjutan dan mengurangi ketergantungan pada beras. Pj. walikota Dicky, upaya Cimahi dalam sosialisasi mengenai pentingnya konsumsi olahan singkong terus dilakukan. Hal ini sejalan dengan tradisi masyarakat Cireundeu yang telah membuktikan jika singkong memiliki manfaat bagi kesehatan.

Kolaborasi menjadi strategi penting dimana dua merek atau lebih bekerja sama untuk saling menguntungkan. Pada saat ini banyak industri memanfaatkan kolaborasi dengan *brand* atau destinasi populer dalam mencapai tujuan bersama. Ajinomoto merupakan perusahaan pangan yang memiliki persamaan dengan cireundeu dalam pemahaman kuat mengenai mewujudkan kesehatan pola makan hidup sehat tentang diet dan gizi, ajinomoto hadir untuk memberikan kelezatan yang mendukung kesehatan sehari-hari.

Pada saat wawancara dengan (Kang Tri, 2025), ketua kelompok Penggerak Pariwisata, olahan singkong menarik minat wisatawan yang ingin mencoba hal baru terutama dalam makanan sehat serta mempelajari pangan berkelanjutan berbasis singkong. Cireundeu sendiri memiliki sebuah warisan budaya bernama RASI (beras singkong) yaitu singkong yang diparut kemudian menjadi granula, serbuk singkong lah yang kemudian ditanak menjadi rasi. Rasi bisa dimasak dengan cara dikukus seperti nasi atau juga digoreng menjadi rasi goreng. Pengunjung yang datang biasanya tertarik dengan rasi goreng dan berbagai olahan singkong seperti dendeng kulit singkong, cireng singkong, tiwul, getuk, dan opak. Wisatawan tidak hanya dapat mencicipi kuliner singkong namun merasakan pengalaman dan mempelajari budaya. Meskipun memiliki nilai budaya kuliner yang sehat dan pangan berkelanjutan, Cireundeu belum memaksimalkan komunikasi mereka dalam mempromosikan maupun pengemasan visual terhadap wisata kuliner berbasis singkong yang mendukung pola hidup sehat serta pangan berkelanjutan, sehingga belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas.

Konsumen singkong di Cimahi beragam, mulai masyarakat pedesaan hingga kota berusia 25-30 tahun, cocok bagi yang menyukai kuliner tradisional maupun pembelajaran terhadap sistem pangan mandiri dengan menikmati suasana alam. Dengan memiliki keunikan tersendiri tentunya ada kampung sejenis seperti kampung Cikondang Bandung menawarkan konsep permukiman tradisional yang berbasis kosmologi Sunda, benda-benda pusaka dan tempat historikal yang lebih terawat dan berbagai kuliner sunda. Sementara

Kampung Naga menawarkan suasana tradisional sunda yang masih melekat turun temurun seperti rumah panggung yang masih terjaga dan ritual tradisional serta memiliki kuliner-kuliner tradisional sunda. Kedua kampung ini memiliki keunggulan variasi produk, popularitas serta memberikan pengalaman yang lebih matang sehingga menjadi tolak ukur bagi Desa Adat Cireundeuh untuk terus berinovasi dalam meningkatkan daya tariknya dalam wisata kuliner.

Pada perancangan mengenai RETORIKA VISUAL DALAM PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KAMPUNG ADAT (Maria Rut, 2024) Desa Adat Cireundeuh belum memiliki sebuah promosi yang menarik sehingga menjadi penghambat pariwisata sehingga dibutuhkan sebuah video promosi yang efektif dalam menyampaikan informasi sehingga dapat menggerakkan target audiens untuk berkunjung ke Desa Adat Cireundeuh. Pembaruan desain harus memperhatikan bentuk, tempat, dan fungsi utilitas untuk menciptakan solusi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat (Aulia, R, 2021)

Berdasarkan uraian diatas, diperlukan sebuah promosi berbasis edukasi terhadap gaya hidup sehat pangan berkelanjutan yang ada di Desa Adat Cireundeuh dengan berkolaborasi bersama Ajinomoto yang mampu memperkuat prinsip dalam hidup sehat dan mendukung pangan berkelanjutan melalui *integrated media* dan “*festival kuliner singkong*” sebagai media interaksi. Perancangan ini diharapkan dapat menarik minat dan pemahaman wisatawan untuk mengunjungi serta mempelajari kuliner Desa Adat Cireundeuh

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan langkah penting pemecahan masalah dengan menganalisa akar masalah sebelum mencari solusi.

1. Kurangnya komunikasi pesan dalam mempromosikan wisata kuliner sehat berbasis singkong di Cireundeuh untuk menarik wisatawan datang.
2. Kurangnya pengemasan visual yang kuat terhadap Desa Adat Cireundeuh dikenal luas sebagai wisata kuliner berbasis singkong.

1.2.2 Rumusan Masalah

Pernyataan terstruktur yang mengidentifikasi inti persoalan yang akan diteliti maupun diselesaikan.

1. Bagaimana merancang strategi komunikasi pesan kreatif promosi wisata kuliner desa adat cireundeuh dengan berpartnership bersama Ajinomoto meningkatkan olahan singkong Desa Adat Cireundeuh?

2. Bagaimana merancang visual dan media promosi untuk memaksimalkan daya tarik kuliner berbasis singkong Desa Adat Cireundeu bersama Ajinomoto?

1.3 Ruang Lingkup

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang sudah dijelaskan tersebut maka dapat diambil rumusan permasalahannya sebagai berikut :

a. *What*

Perancangan ini secara khusus mengkaji Desa Adat Cireundeu dalam memaksimalkan potensi wisata kuliner berbasis edukasi budaya yang mengusung pola makan sehat serta pangan berkelanjutan pangan sebagai wisata desa tersebut. Oleh karena itu penelitian ini akan merancang kampanye iklan destinasi wisata kuliner Desa Adat Cireundeu.

b. *Who*

Perancangan strategi promosi berbasis edukasi yang ditujukan untuk para wisatawan Desa Adat Cireundeu khususnya yang berusia 25-30 tahun. *Target audiens* ini memiliki ketertarikan terhadap pola makan sehat serta mencari destinasi wisata yang autentik.

c. *Where*

Pelaksanaan ini akan dilakukan di Desa Adat Cireundeu, Cimahi sebagai objek utama yang akan berpartner bersama Ajinomoto dan tempat berlangsungnya observasi serta pengumpulan data.

d. *Why*

Perancangan ini bertujuan untuk mengedukasi pola makan sehat bagian dan solusi ketahanan pangan melalui olahan singkong yang ada di Desa Adat Cireundeu sebagai wisata kuliner dan pembelajaran dengan menggunakan strategi promosi.

e. *When*

Pelaksanaan strategi promosi ini dilakukan pada tanggal 19-20 Desember 2025

f. *How*

Strategi promosi ini diselenggarakan bersama Ajinomoto dalam membuat acara di Desember 2025 menampilkan berbagai kuliner berbasis olahan singkong dan kearifan lokal Kampung Adat Cireundeu berbasis edukasi yang mendukung pola makan sehat. Konsep ini terpilih dikarenakan Cireundeu membutuhkan promosi untuk wisata kuliner yang menerapkan pangan berkelanjutan dan sehat, diharapkan eksposur Cireundeu dapat meningkat serta menarik minat wisatawan.

1.4 Tujuan Penelitian

Pernyataan yang menjelaskan apa yang ingin dicapai maupun dihasilkan dari suatu penelitian. Tujuan penelitian kunci penting yang memberikan arah dan fokus bagi proses penelitian

1. Merancang strategi komunikasi kreatif promosi wisata kuliner desa adat cireundeu dengan berpartnership bersama Ajinomoto meningkatkan Rasi sebagai olahan singkong Desa Adat Cireundeu
2. Merancang visual dan media promosi untuk memaksimalkan daya tarik kuliner berbasis singkong Desa Adat Cireundeu bersama Ajinomoto.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari perancangan ini :

1. Manfaat bagi penulis adalah dapat memperluas pemahaman terkait tradisi olahan singkong dan langkah awal menulis laporan penelitian yang baik dan benar. Tentunya dapat menjadikan sebuah acuan bagi penulis selanjutnya
2. Manfaat bagi masyarakat dan pengelola adalah dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal sehingga mereka bisa memanfaatkan potensi yang dimiliki agar menjadi sebuah inovasi untuk kemajuan Desa Adat
3. Manfaat bagi para wisatawan tentunya mendapatkan pengalaman yang menarik dan memperoleh sebuah pembelajaran pengolahan pangan berbasis singkong

1.6 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif oleh karena itu pengumpulan pendapat dan perspektif audiens dalam menjadi sasaran. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam memahami serta mengeksplorasi makna yang dibangun oleh individu atau kelompok terkait dengan masalah sosial (Creswell dalam Darsono, 2024)

1.7 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini penulis mendapatkan data yang akan diperlukan melalui metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan langkah penting dalam penelitian yang melibatkan pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai sumber tertulis yang relevan. Menurut Nasir (2020) studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data melalui telaah berbagai sumber seperti buku, literatur, catatan, dan laporan yang berhubungan dengan masalah yang ingin dipecahkan

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara terarah, sistematis, dan terencana. Melibatkan pengamatan perilaku, kejadian, atau fenomena yang terjadi baik alami atau terkontrol. Yang berada di Kampung Adat Cireundeu, hasilnya harus dijelaskan dengan teliti, tepat, dan akurat tanpa menambahkan, mengurangi, atau mengubah apapun yang diteliti.

3. Wawancara

Wawancara merupakan proses pengumpulan data dengan cara mendapatkan suatu informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada masyarakat sekitar, pengunjung, pengelola yang mengetahui dan ahli yang ada di kampung Adat Cireundeu..

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk memperoleh sebuah informasi dari responden dengan minimal jumlah sebanyak 100 orang. Menurut Nurasiah (2020) kuesioner adalah alat pengumpulan data yang terdiri dari sejumlah pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk memperoleh informasi dari responden.

1.8 Metode Analisis Data

Dalam perancangan ini penulis menggunakan beberapa metode data yang akan digunakan untuk mengolah data sehingga dapat disimpulkan informasi yang relevan untuk mendukung pengambilan keputusan. Berikut metode yang digunakan :

a. Analisis *Attention, Interest, Search, Action, Share* (AISAS)

Model komunikasi pemasaran untuk mendekati *target audience* secara efektif dengan mempertimbangkan perubahan perilaku yang disebabkan oleh kemajuan teknologi internet, model ini singkatan dari *Attention, Interest, Serch, Action, dan Share*. Di mana seorang pelanggan memperhatikan layanan datau iklan (*Attention*) kemudian dapat menimbulkan ketertarikan (*Interest*) sehingga dapat mendorongnya untuk mencari informasi secara rinci mengenai produk (*Search*) setelah mendapatkan informasi dan membuat penilaian terhadap produk dapat membuat sebuah keputusan untuk membeli (*Action*)

b. Analisis Activity, Interest, Opinion (AIO)

Analisis AIO merupakan pendekatan dalam segmentasi pasar yang berfokus pada aspek psikografis konsumen yaitu aktifitas (*Activity*), minat (*Interest*), dan opini (*Opinions*)

1. Activity

Meliputi semua kegiatan yang dilakukan konsumen dalam kehidupan sehari-hari, seperti pekerjaan, hobi, rekreasi dan kebiasaan.

2. Interests

Mengacu terhadap hal-hal yang menjadi perhatian konsumen, seperti jenis makan, gaya hidup, atau kegiatan favorit

3. Opinions

Merupakan suatu sudut pandang atau sikap konsumen terhadap berbagai aspek kehidupan termasuk isu sosial, ekonomi, dan nilai-nilai budaya.

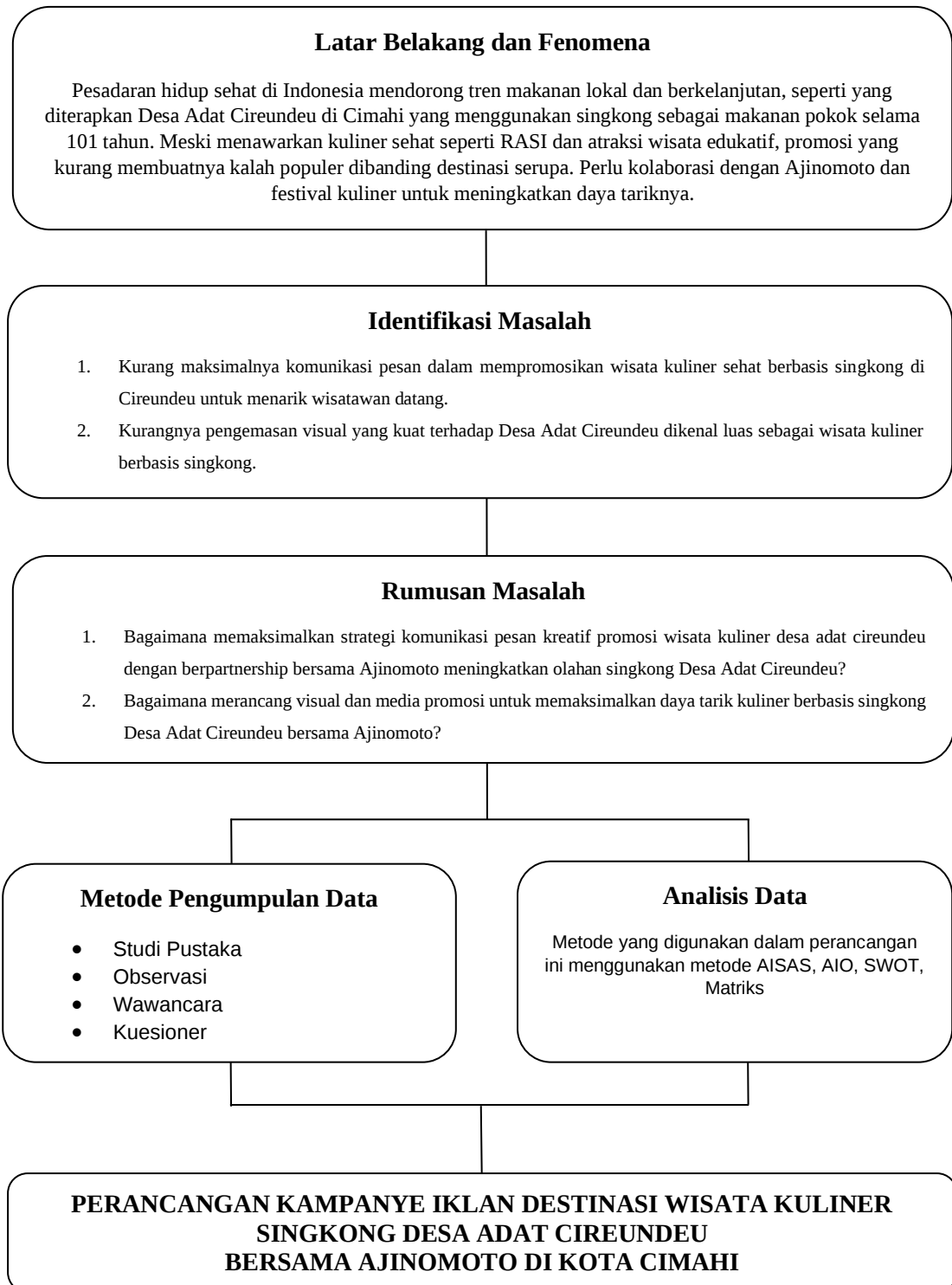
c. SWOT

Analisis SWOT merupakan metode strategis untuk mengevaluasi suatu kondisi bisnis dengan empat aspek. Kekuatan (*Strengths*) keunggulan yang dimiliki merek dan dimanfaatkan untuk mencapai tujuannya, Kelemahan (*Weaknesses*) kekurangan merek yang dapat menghambat kinerja, Peluang (*Opportunities*) faktor yang bisa dimanfaatkan untuk pengembangan lebih lanjut, Ancaman (*Threats*) resiko eksternal yang berpotensi mengganggu pertumbuhan atau merugikan bisnis.

d. Matriks

Teknik pengolahan data yang mengorganisir sebuah informasi dalam bentuk tabel baris serta kolom untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau perbandingan antar variabel, matriks menjadi alat powerful untuk transformasi data mentah menjadi insight yang actionable.

1.9 Bagan Perancangan



1.10 Pembabakan

Dalam penulisan proposal ini, sangat penting untuk memiliki susunan yang tepat dan teratur agar pembahasan laporan dapat disajikan dengan jelas, terarah, dan mudah dipahami. Oleh karena itu penyusunan sistematika proposal dilakukan sebagai berikut :

a) BAB I

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang perancangan mengenai permasalahan dikarenakan masih banyak orang yang belum tahu bahwa Desa Adat Cireundeu ini adalah desa yang menjadi ikon kuliner olahan singkong

b) BAB II

Bab ini menjelaskan teori-teori yang akan digunakan dalam perancangan dan penelitian mengenai topik yang penulis angkat untuk mendukung dalam penyelesaian masalah

c) BAB III

Bagian yang membahas terkait data yang telah dikumpulkan dari hasil survei melalui Observasi, Kuesioner, dan Wawancara. Kemudian data-data tersebut digabungkan untuk mendapatkan kesimpulan

d) BAB IV

Menjelaskan perancangan strategi promosi desa adat cireundeu dalam meningkatkan potensi kuliner olahan singkong untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.

e) BAB V

Berisikan kesimpulan serta saran dari sebuah laporan yang ditulis.