

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya perubahan dalam perilaku dalam masyarakat meningkat dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya yaitu dalam hal makanan yang dikonsumsi. Menurut Kemendikbud (2018), perubahan membuat masyarakat saat ini lebih memilih makanan modern daripada makanan tradisional, hal ini membuat makanan tradisional Indonesia semakin ditinggal oleh masyarakatnya sendiri. Makanan tradisional merupakan budaya dari leluhur secara turun temurun yang eksistensi atau keberadaannya perlu di jaga. Menurut Detikfood (2015) ketika mewawancarai seorang sejarawan bernama JJ Rizal, menurutnya untuk menarik perhatian sebuah makanan, mungkin bisa menceritakan terbentuknya sebuah makanan menurut sejarahnya, seperti misalnya terbentuk secara tak sengaja, pengaruh budaya asing, atau karena terbiasa dipakai untuk acara ritual.

Menurut Kumparan (2021), banyaknya makanan-makanan luar atau makanan modern dengan tampilan dan kemasannya yang lebih menarik yang masuk ke Indonesia menjadi salah satu penyebabnya makanan tradisional dalam negeri mulai ditinggalkan khususnya bagi generasi saat ini, dalam hal ini persaingan yang harus dilakukan misalnya dengan membuat kemasan yang dipakai makanan tradisional dibuat lebih menarik. Salah satu makanan tradisional yang terkena dampak dari era modern yaitu jajanan pasar, dengan adanya dampak jajanan kekinian terdapat pergeseran pada lingkup konsumsi jajanan tradisional yang sudah dikenal sejak dulu misalnya kue Lapis, Onde-onde, Kue Ku, Dadar Gulung, Carabikang, dan lain-lain.

Menurut Kompas (2021), yang telah mewawancarai salah satu chef bernama Woro Prabandari ketika diwawancarai mengatakan, hal biasa yang dipakai oleh jajanan pasar biasanya memakai plastik atau bahkan tanpa kemasan, dalam hal ini tentunya akan berpengaruh dalam nilai jual produk tersebut karena kemasan berperan penting dalam menarik perhatian. Bisa diketahui jajanan pasar terdapat berbagai jenis macam jenis, dan biasanya identik dengan kemasan yang terlihat cukup sederhana seperti hanya dibungkus dengan plastik bening, ataupun memakai daun pisang. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan kemasan makanan modern yang pengemasan terhadap si makanan lebih terlihat menarik dengan misalnya memunculkan sebuah elemen desain yang menarik pada kemasan untuk menarik minat beli konsumen.

Dalam wawancara Detikfood (2019), pada salah satu pelaku bisnis usaha yang telah lama berbisnis di bidang usaha jajanan pasar yaitu Iki Koue, yang berdiri sejak tahun 11 Januari 2016, menurut Karina dan Laura selaku founder Iki Koue, kemasan dapat dibuat modern guna memasarkan jajanan tradisional

pada target sasaran. Menurut Fatmah Bahalwan dalam wawancara yang dilakukan Republika (2016), sebagai selaku pedagang menurutnya “Jajanan pasar perlu untuk dibuatkan kemasan yang modern atau kekinian, penggunaan kemasan modern perlu digunakan agar menciptakan suatu hal yang baru di tengah masyarakat yang modern ini

Penggunaan kemasan sederhana jajanan pasar yang salah satu contohnya masih menggunakan kemasan tradisional adalah jajanan Kue Cikak atau bisa disebut Kue Ku, jajanan tradisional ini berasal dari akulturasi budaya tionghoa yang sudah melebur dengan budaya di Indonesia. Di Indonesia, kue ini identik dengan warna merah pada setiap bagiannya dan pada bagian bawah makanan menggunakan alas daun pisang, jika di lihat dari permasalahan di atas, khususnya generasi muda akan kurang tertarik untuk membeli jajanan tersebut dikarenakan kurang menariknya si kemasan yang terkesan biasa saja, padahal di samping itu jajanan ini mempunyai rasa yang enak dan juga mempunyai sebuah filosofi yang mendalam yang memakai bentuk rupa seekor kura-kura yang melambangkan tentang simbol panjang umur. Secara fakta hewan kura-kura mampu mencapai umur puluhan hingga ratusan tahun, sebab itulah makanan ini menyerupai sebuah hewan kura-kura agar orang yang mengkonsumsinya diharapkan dapat memiliki umur yang panjang.

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis, kepada produsen yang mempunyai usaha menjual berbagai macam jajanan pasar bernama “Queen” yang telah lama berdiri sejak tahun 2010, produsen kue tersebut mempunyai keinginan untuk dibuatkan sebuah desain kemasan untuk produk Cikaknya saat ini, dan kemungkinan untuk kedepannya berkeinginan juga ada kemasan-kemasan baru untuk jajanan tradisional lainnya selain cikak, produsen Queen berkeinginan untuk dibuatkan desain kemasan box guna mengemas jajanan agar bisa lebih praktis ketika dijual karena sampai saat ini Toko belum mempunyai kemasan box, hanya menggunakan media plastik pada kemasan makanannya. Diketahui juga dalam media pemasarannya sejak dahulu hingga sekarang masih hanya menggunakan cara promosi dari mulut ke mulut, dalam wawancara yang dilakukan keinginan Queen yang dibutuhkan saat ini juha ingin memasarkan jajanannya lebih luas lagi lewat media sosial.

Dilihat pada latar belakang masalah yang ditemukan terkait dengan jajanan tradisional cikak, pada perancangan yang akan dibuat oleh penulis yaitu sebuah media kemasan baru milik toko roti Queen dengan gagasan sejarah kue Cikak. Kue Cikak sendiri atau Kue Ku mempunyai sebuah histori sejarah, diharapkan kemasan baru yang bertema dengan gagasan sejarah yang memuat cerita terbentuknya kenapa kue ini bisa dibuat menyerupai hewan kura-kura, dan juga mempunyai sebuah nilai filosofi pada bentuk yang dipakai, akan memberikan informasi pada kaum muda terkait sejarah kue tersebut dan dapat mengangkat nilai jual dari jajanan tradisional kue tersebut di masa ini dan yang akan datang dengan menggunakan media Desain Komunikasi Visual.



Gambar 1. Kue Cikak



Gambar 2. Toko Kue

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang telah teridentifikasi dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya minat kaum muda terhadap jajanan pasar.
2. Kemasan yang kurang menarik menjadi masalah bagi terhadap pemasaran jajanan.
3. Nilai sejarah yang belum muncul pada jajanan tradisional kepada generasi muda.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk memberi ruang lingkup yang jelas pada sebuah perancangan. Berikut beberapa batasan masalah dalam perancangan ini :

- **Target**
Target dari perancangan ini adalah kaum muda usia 15-24 tahun.
- **Wilayah**
Wilayah dari perancangan ini adalah kota Cirebon Jawa Barat.
- **Perancangan**
Pembuatan Desain Kemasan kue Cikak untuk menyampaikan sejarah dari kue tersebut kepada kaum muda.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang desain kemasan jajanan kue Cikak untuk memberikan informasi sejarah kepada generasi muda lewat desain komunikasi visual?

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan penulisan dalam perancangan ini untuk memberikan informasi terkait sejarah dari makanan tradisional Kue Cikak kepada generasi muda.

1.6 Manfaat Perancangan

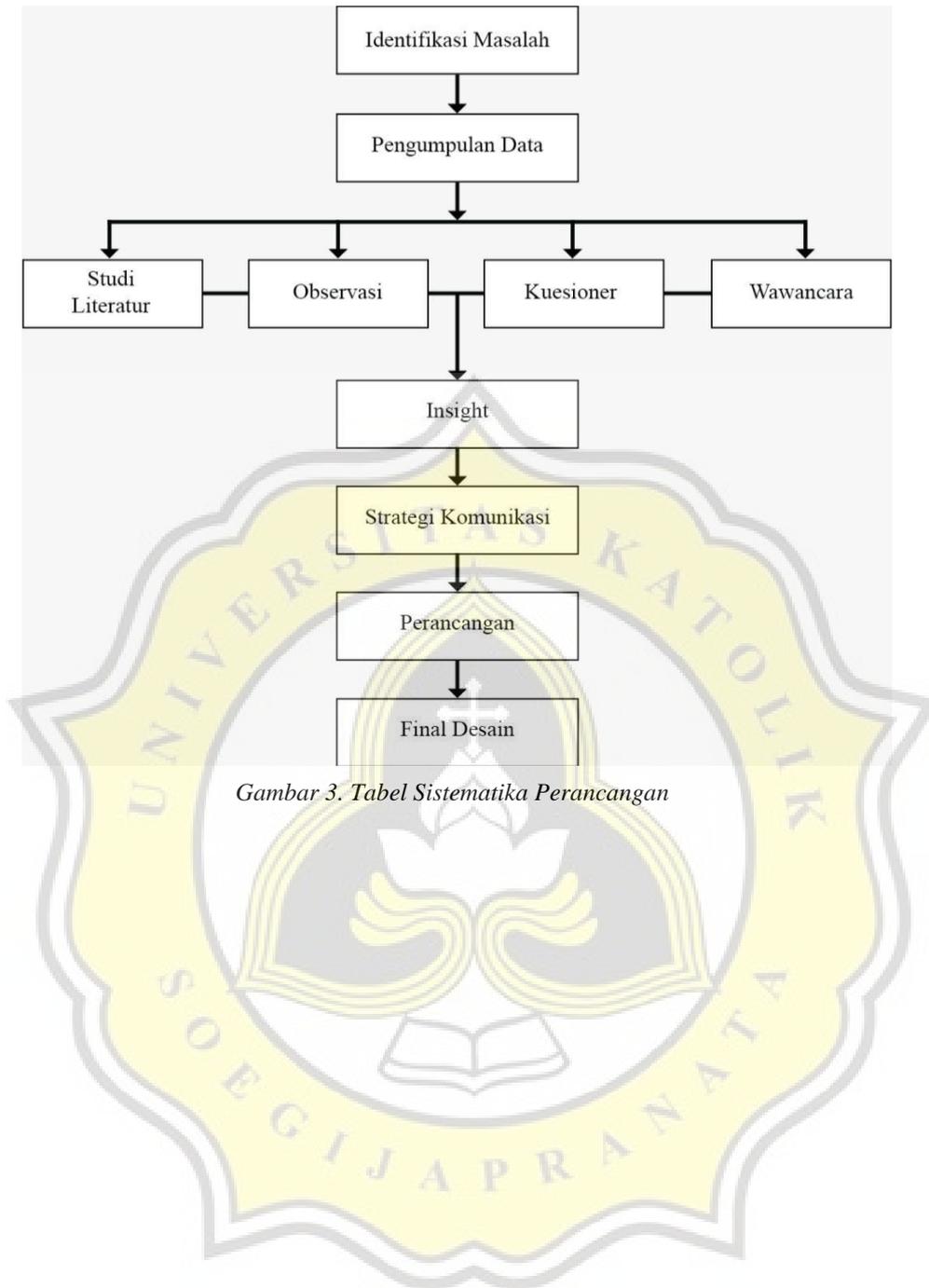
Manfaat dari perancangan ini adalah:

- Jajanan ini bisa lebih dikenal dan diminati produknya dari kalangan muda.
- Menambah wawasan terkait dari sejarah makanan, yang terkesan sederhana tetapi memiliki sebuah nilai filosofi. Meningkatkan rasa peduli agar bisa menjaga keberadaan makanan tradisional agar tidak hilang dimakan zaman.

1.7 Metode Perancangan

Pada metode yang digunakan untuk perancangan ini adalah metode VIEW *Terence A. Shimp* tahun 2003, terdapat 4 tahap analisis yaitu memakai cara *Visibility* membahas sebuah kegunaan kemasan untuk memasarkan produknya dengan menggunakan dasar elemen desain yang ada dalam kemasan tersebut seperti misalnya sebuah kemasan yang menarik dengan terdapat ilustrasi, warna, tipografi yang menonjol guna menguatkan citra merek produk tersebut, *Information* menjelaskan pada kemasan harus terdapat sebuah informasi didalamnya guna mendukung target agar lebih paham terhadap kemasan yang dilihatnya seperti menjelaskan tata cara ketika membuka sebuah kemasan, dan seperti memberi tahu informasi dari bahan-bahan yang digunakan pada produk makanan yang dibuat, *Emotional Appeal* menjelaskan ketertarikan yang mempengaruhi perasaan konsumen ketika melihat kemasan produk misalnya kemasan produk memakai warna panas yang bisa memberikan perasaan senang pada target konsumen, *Workability*, pada bagian terakhir metode ini menjelaskan tentang berfungsi atau tidaknya kemasan yang dipakai pada produk tersebut seperti penggunaan material kemasan yang bisa melindungi produk atau tidak, juga kemudahan konsumen dalam menggunakan kemasan ketika digunakan.

1.8 Sistematika Perancangan



Gambar 3. Tabel Sistematika Perancangan