

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki banyak jenis masakan dan dalam setiap masakan, biasanya menggunakan banyak rempah - rempah. Sambal merupakan salah satu hidangan pelengkap yang hampir tidak pernah lepas dari makanan khas Indonesia. Ada pepatah mengatakan “makan tanpa sambal sama seperti makan tanpa lauk pauk.” Di Indonesia banyak macam-macam sambal, antara lain : sambal terasi, sambal hijau, sambal penyet, sambal dadak, sambal mentah, dan sebagainya. Selain sambal –sambal yang sudah ada, kini ada varian baru yaitu Sambal Petir. Sambal petir merupakan variasi baru yang dibuat oleh seorang warga Indonesia yang mencintai sambal. Keberadaan Sambal Petir relative masih baru, sekitar 9 tahun dari tahun 2005. Sambal Petir merupakan salah satu sambal yang sangat nikmat karena Sambal Petir terbuat dari cabai domba yang dikirim langsung dari Lembang dan sambal ini lebih kental bila dibandingkan dengan sambal lainnya karena tidak menggunakan perasan air jeruk, tidak menggunakan penyedap dan bahan yang alami. Sambal Petir ini memiliki kelebihan tersendiri yang dapat membuat badan lebih hangat, menurut survey yang telah dilakukan, konsumen tidak pernah mengalami sakit perut setelah mengkonsumsi sambal ini. Sambal petir ini tidak kalah dengan sambal-sambal yang sudah ada bahkan dapat mengalahkan produk-produk sambal lainnya. Sambal Petir ini memiliki tingkat rasa pedas yang tinggi, ini menjadi tantangan baru bagi para pencinta pedas, hal ini disebabkan

karena hanya dengan setengah sendok teh sambal saja cukup untuk satu piring nasi. Sambal Petir juga dapat dikonsumsi oleh orang-orang yang tidak terlalu menyukai pedas, karena tingkat kepedasannya dapat dipilih sesuai selera. Sambal petir tidak mengandung bahan pengawet, selama ini pembuatan Sambal Petir didasarkan kepada pesanan. Sambal Petir ini kurang dikenal oleh masyarakat karena sampai sekarang ini media promosi hanya dari mulut ke mulut tanpa media promosi lainnya, seperti media cetak dan produk Sambal Petir tidak memiliki kemasan.

Namun menurut penulis Sambal Petir dapat menjadi tren dipasaran dan mampu bersaing dengan sambal luar. Tujuan dari pembuatan promosi Sambal Petir agar warga Indonesia lebih memahami bahwa produk Indonesia mempunyai ciri khas tersendiri yang tidak kalah dengan produk impor.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1. Bagaimana mendesain sebuah logo agar tepat sasaran?
2. Bagaimana media promosi tersebut dapat diterima oleh target market?
3. Bagaimana agar warga Bandung lebih mengenal produk lokal?

1.3 Tujuan Permasalahan

1. Untuk membuat logo Sambal Petir secara lebih menarik.
2. Untuk membuat visual yang digemari usia muda.
3. Agar warga Bandung lebih mencintai produk lokal dan mengetahui adanya Sambal Petir di Bandung.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini penulis mengumpulkan data dengan melakukan:

A. Pengumpulan Data Primer

1. Observasi

Penulis melakukan observasi lapangan pada rumah makan sambal Petir bapak Ignatius yang terletak di Sarijadi.

2. Kuesioner

Kuesioner dibagikan kepada pria maupun wanita sebanyak 100 kuesioner dengan rata – rata usia 17 – 35 tahun dengan status sosial menengah dan menengah ke atas (golongan B sampai A)

3. Wawancara

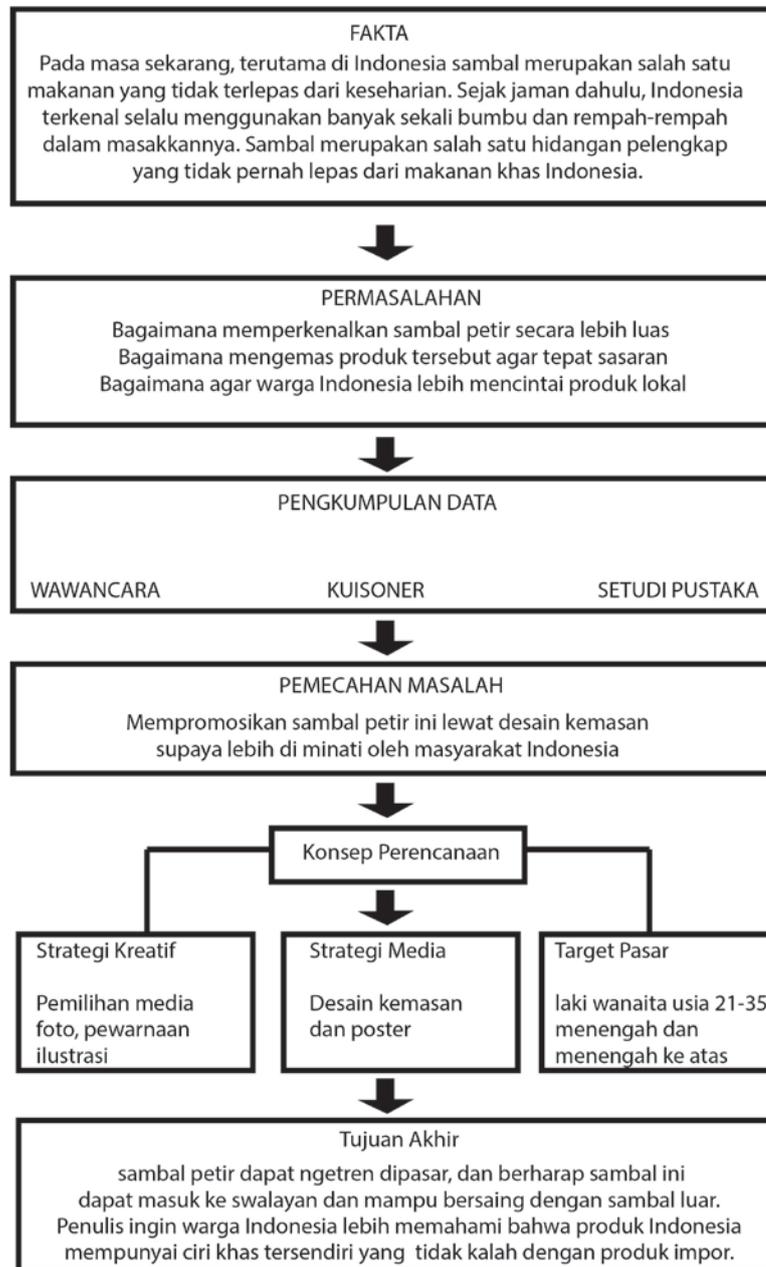
Wawancara dilakukan secara langsung dengan bapak Ignatius dan sebagian pengunjung rumah makan Sambal Petir.

B. Pengumpulan data sekunder

1. Studi literatur

Penulis melakukan studi literatur melalui pencarian data di buku dan di internet.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan