

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Belakangan ini, pasar pangan di Indonesia semakin diminati oleh pemain global. Pangan impor terus menerus berkembang disebabkan karena peminat di Indonesia semakin banyak khususnya ibu rumah tangga. Salah satu yang menyebabkan suksesnya perkembangan pangan impor tersebut adalah dengan kualitas yang ditawarkan serta akses bagi konsumen agar semakin mudah mendapatkan berbagai macam pangan impor di pasaran khususnya di supermarket. Kualitas pangan impor yang dianggap lebih baik dibandingkan dengan produk pangan lokal membuat masyarakat khususnya kaum ibu rumah tangga tertarik. Padahal belum tentu kualitas pangan impor lebih baik daripada pangan lokal.

Disamping itu, serbuan pangan impor semakin lama semakin besar mulai dari beras impor, kedelai impor, tepung terigu dan lainnya yang jumlahnya semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal tersebut tidak hanya mengancam petani lokal saja namun juga pada kesehatan masyarakat yang mengkonsumsi karena makanan impor belum tentu sehat.

Kemunculan pangan impor tersebut tentu saja mulai mengancam keberadaan pangan lokal. Masyarakat perlahan-lahan akan mengalami ketergantungan terhadap pangan impor. Dalam keadaan tersebut, pangan lokal mulai ditinggalkan padahal pangan impor membutuhkan biaya yang lebih tinggi serta resiko kurang terjamin keamanannya.

Untuk mengatasi ketergantungan masyarakat akan makanan impor tersebut salah satu solusinya adalah memasyarakatkan kembali pangan lokal yang merupakan pangan yang berbahan alami. Selain itu kita juga dapat mengurangi masuknya pangan impor tersebut dengan tidak mengkonsumsinya.

Globalisasi makanan dapat menjadi fenomena yang mengancam kestabilan makanan lokal apabila tidak diantisipasi secara bijak. Indonesia juga memiliki segudang potensi yang kaya akan pangan lokal. Bahkan Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki komoditas makanan yang melimpah ruah tidak hanya

sebatas pangan yang mengandung karbohidrat saja melainkan sayur-sayuran, buah-buahan, rempah, herbal lokal bahkan hewan ternak dan perikanan. Di samping itu, Indonesia juga memiliki banyak kekayaan kuliner lokal yang unik dan menarik.

Banyak hal-hal positif yang kita dapatkan dalam mengkonsumsi pangan lokal, tidak hanya mengurangi ketergantungan terhadap pangan impor dan membantu petani lokal tetapi kita juga dapat mengenal berbagai macam pangan lokal yang tidak biasa bahkan belum pernah mendengarnya.

Bertolak dari masuknya pangan impor yang masuk, munculah gerakan *slow food*. Gerakan *slow food* bertujuan untuk kembali pada pangan alami dan lokal. Pangan lokal yang merupakan hasil sendiri tentu lebih sehat dan alami dibandingkan yang dikonsumsi dari luar yang telah diangkut dari jarak jauh dan kurang terjamin keamanannya. *Slow food* didirikan untuk melawan pangan impor, budaya hidup modern yang mengakibatkan hilangnya tradisi pangan lokal, ketidakpedulian masyarakat terhadap apa yang mereka makan, dari mana asalnya, dan bagaimana pengaruh makanan yang kita makan terhadap lingkungan sekitar. Pembiasaan mengonsumsi pangan lokal harus dilakukan untuk menghindari terjadinya ketergantungan terhadap pangan impor yang semakin merajalela.

Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin melakukan kampanye membudayakan mengonsumsi pangan lokal agar masyarakat sadar akan manfaat serta pentingnya pangan lokal yang kemudian dapat menjadi kebiasaan sehingga masyarakat tidak tergantung dengan pangan impor.

Maka dari itu untuk mensosialisasikan pangan lokal, perlu dirancang suatu konsep kampanye tentang pangan lokal yang didesain khusus secara menarik dan efisien agar pesan dari kampanye ini dapat tersampaikan kepada konsumen dengan baik melalui visualisasi pada media-media promosi yang komunikatif dan efektif sesuai dengan target market. Disinilah ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV) diperlukan.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Melihat latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, berikut ini akan dirumuskan pokok-pokok persoalan yang akan dibahas, diteliti dan dipecahkan yaitu sebagai berikut.

- a. Bagaimana mengkampanyekan budaya mengkonsumsi pangan lokal di masyarakat?
- b. Bagaimana cara merancang kampanye yang menarik dan efektif untuk memasyarakatkan budaya mengkonsumsi pangan lokal?
- c. Bagaimana perancangan dan penentuan media-media promosi yang mendukung kampanye budaya mengkonsumsi pangan lokal?

Agar permasalahan lebih jelas dan terarah, berdasarkan permasalahan diatas penulis membatasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

- a. Masyarakat menengah hingga menengah keatas yang memiliki waktu luang dan suka berinteraksi sosial dengan lingkungan luar
- b. Batasan usia 25-40 tahun
- c. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan pokok-pokok persoalan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah berikut ini akan dipaparkan secara garis besar hasil yang ingin diperoleh setelah masalah dibahas dan dipecahkan, yaitu sebagai berikut :

- a. Mengkampanyekan budaya mengkonsumsi pangan lokal yang kurang populer pada masyarakat khususnya pada kaum ibu rumah tangga.
- b. Melakukan perancangan kampanye yang menarik dan efektif untuk memasyarakatkan budaya mengkonsumsi pangan lokal pada masyarakat khususnya kaum ibu rumah tangga.
- c. Melakukan perancangan dan penentuan media-media promosi yang mendukung kampanye budaya mengkonsumsi pangan lokal pada masyarakat khususnya kaum ibu rumah tangga.

## **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara**

Wawancara adalah cara penelitian yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada narasumber serta responden. Sebelum melakukan wawancara, penulis menyiapkan terlebih dahulu pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber atau responden. Namun pertanyaan yang telah dipersiapkan bukan merupakan patokan yang kaku, namun dapat dikembangkan selama proses wawancara sesuai keperluan.

### **b. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada orang lain yang berperan sebagai responden. Kuesioner yang diberikan bersifat semi terbuka dimana disetiap pertanyaan terdapat pilihan jawaban sehingga responden dapat lebih terarah dan dibatasi namun terdapat juga jawaban tambahan di luar jawaban yang disediakan.

### **c. Studi Pustaka**

Studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan data-data literatur yang didapatkan melalui buku dan internet yang berguna untuk menunjang penelitian. Pada studi pustaka, teori-teori yang relevan digunakan sebagai penunjang landasan pemikiran sebagai acuan dalam pemecahan masalah

## 1.5 Skema Perancangan

