

## ABSTRAK

### **KAMPANYE BANGGA KULINER INDONESIA PADA KALANGAN REMAJA**

**Oleh**  
**Nadya Poespowardojo**  
**NRP 1064145**

#### ABSTRAK

Begitu banyak kelezatan kuliner Indonesia yang diakui oleh dunia, salah satunya oleh CNN Go Travel yang menetapkan rendang sebagai makanan paling enak di dunia berdasarkan survei terhadap 35.000 orang. Tapi di sisi lain, remaja yang akrab dengan media sosial seperti Instagram justru lebih gemar memposting kuliner asing dibanding kuliner nusantara sendiri. Ada beberapa faktor seperti kurangnya promosi menarik yang dilakukan atau kurangnya pendekatan yang dekat dengan remaja. Pada dasarnya di kalangan remaja, kuliner Indonesia jelas memiliki rasa yang dapat bersaing dengan kuliner asing, tetapi tidak memiliki kebanggaan akan kuliner nusantara tersebut. Padahal, kuliner Indonesia tersebut merupakan warisan budaya yang harus dijaga dan diestarkan. Salah satu solusi yang mungkin dapat dilakukan adalah dengan kampanye bangga kuliner Indonesia dengan pendekatan yang dekat dengan remaja. Pendekatan yang dapat dilakukan salah satunya adalah dengan memaparkan fakta-fakta tentang masakan kuliner Indonesia yang diakui internasional, ataupun fakta mengenai kuliner Indonesia yang digemari oleh artis mancanegara.

Kata kunci : Kampanye, Ilustrasi, Kuliner, Indonesia

**ABSTRACT**

**PROUD INDONESIAN CULINARY CAMPAIGN  
FOR YOUNG GENERATION**

**Submitted by  
Nadya Poespowardojo  
NRP 1064145**

*There are so many Indonesian delicacies that are recognized by the world. The CNN Go Travel declares rendang as the most delicious food in the world. This is based on a survey given to 35,000 people. Unfortunately, the Indonesian young people who use social media such as Instagram prefer foreign food to Indonesian cuisine. There are several factors which contribute to this, such as the lack of attractive promotion and the use of approaches unsuitable to young people.*

*Basically, Indonesia youths like Indonesian cuisine in terms of its taste, since it can really compete with the taste of food from other countries. Sadly, they have little sense of pride of their national delicacies although the Indonesian dishes are actually part of the national heritage.*

*One solution to this problem is the “Indonesian Culinary Pride” campaign whose approaches are made to appeal to the Indonesian youths. One of the approaches may be giving facts about the Indonesian dishes which become the favourites of International celebrities.*

*Keywords : Campaign, Illustration, Culinary, Indonesia*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3. Tujuan Perancangan.....	3
1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5. Skema Perancangan.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Kuliner.....	5
2.2. Ciri Khas Kuliner Indonesia.....	5
2.3. Desain Buku.....	6
2.3.1. Layout.....	6
2.3.2. Tipografi.....	6
2.4. Desain dan Warna .....	8
2.4.1. Desain.....	8
2.4.2. Warna.....	8
2.5. Fotografi.....	9
2.5.1. Definisi Fotografi.....	9

2.5.2. Elemen Fotografi.....	10
2.6. Promosi.....	11
2.7. Kampanye.....	11

**BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

3.1 Data dan Fakta.....	13
3.1.1 Perusahaan / Lembaga Terkait.....	13
3.1.2 Tinjauan terhadap proyek / persoalan sejenis.....	23
3.2 Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta.....	37

**BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

4.1 Konsep Komunikasi .....	41
4.2 Konsep Kreatif.....	41
4.3 Konsep Media.....	45
4.4 Hasil Karya.....	46
4.5 Biaya dan Budgeting.....	68

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran.....	69

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
----------------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Memilih Kuliner.....	27
Tabel 3.2	Pengetahuan Mengenai Kuliner.....	28
Tabel 3.3	Pengetahuan Mengenai Kuliner.....	28
Tabel 3.4	Pengetahuan Mengenai Bahan.....	29
Tabel 3.5	Pernah Membuat.....	29
Tabel 3.6	Pengetahuan Bumbu Racik.....	30
Tabel 3.7	Jenis Kuliner.....	30
Tabel 3.8	Alasan Menikmati Kuliner Indonesia.....	31
Tabel 3.9	Alasan Menikmati Kuliner Asing.....	31
Tabel 3.10	Pengetahuan Kuliner Indonesia.....	32
Tabel 3.11	Pemilihan Media.....	32
Tabel 3.12	Media Promosi.....	33
Tabel 3.13	Pemilihan Kuliner.....	33
Tabel 3.14	Pemilihan Visual.....	34
Tabel 3.15	Menyajikan Kuliner.....	34
Tabel 3.16	Bumbu Tradisional Halus.....	35
Tabel 3.17	Pengetahuan Bumbu Paket.....	35
Tabel 3.18	Mencoba Bumbu Praktis.....	36
Tabel 4.1	Susunan Hierarki Website.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo ACMI.....	15
Gambar 3.2	Logo Indofood.....	17
Gambar 3.3	Sate.....	19
Gambar 3.4	Nasi Goreng.....	20
Gambar 3.5	Rendang.....	21
Gambar 3.6	Website Kecap Bango.....	25
Gambar 3.7	Festival Jajanan Bango.....	26
Gambar 4.1	Warna dalam Kampanye Bakul Indonesia.....	43
Gambar 4.2	Gaya Ilustrasi yang Digunakan.....	45
Gambar 4.3	Logo Bakul Indonesia.....	47
Gambar 4.4	Logo Bakul Indonesia Sekunder.....	47
Gambar 4.5	Grid Logo Bakul Indonesia.....	48
Gambar 4.6	Skala Minimum Logo Bakul Indonesia.....	48
Gambar 4.7	Cover Buku Resep.....	49
Gambar 4.8	Halaman Pembuka.....	50
Gambar 4.9	Halaman Daftar Isi.....	50
Gambar 4.10	Halaman Resep 1.....	51
Gambar 4.11	Halaman Resep 2.....	51
Gambar 4.12	Halaman Resep 3.....	52
Gambar 4.13	Halaman Resep 4.....	52

Gambar 4.14	Halaman Resep 5.....	53
Gambar 4.15	Halaman Media Sosial.....	53
Gambar 4.16	Halaman Belakang.....	54
Gambar 4.17	Poster Awareness.....	55
Gambar 4.18	Poster Informing.....	56
Gambar 4.19	Halaman Utama Website.....	57
Gambar 4.20	Storyboard Video Versi Laki-Laki.....	59
Gambar 4.21	Storyboard Video Perempuan.....	60
Gambar 4.22	Merchandise Baju.....	61
Gambar 4.23	Merchandise Case Handphone.....	62
Gambar 4.24	Merchandise Tas.....	63
Gambar 4.25	Merchandise Notebook.....	63
Gambar 4.26	Merchandise Sticky Note.....	64
Gambar 4.27	Media Instagram.....	64
Gambar 4.28	Media Youtube.....	65
Gambar 4.29	Media Facebook.....	65
Gambar 4.30	Media Twitter.....	66
Gambar 4.31	Mobile Booth.....	67