

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Begitu banyak kuliner Indonesia yang diakui kelezatannya oleh dunia. Salah satunya oleh CNN Go Travel dimana kuliner Indonesia masuk jajaran 50 kuliner terenak di dunia antara lain posisi 1 ditempati rendang, posisi 2 nasi goreng, dan juga sate pada posisi 14. Data tersebut diperoleh dari hasil voting yang dilakukan oleh CNN Global News pada bagian CNN Travel. Voting dilakukan pada September 2011 dengan total sebanyak 35.000 suara.

“Makanan bukan sekedar rasa, akan tetapi ada nilai – nilai lain yang juga terkandung di sana. Ada seni, budaya, sejarah, cerita, dan daya cipta”
Santhi Serad, 2013.

Hal tersebut mengungkapkan bahwa kuliner Indonesia diakui kenikmatannya secara internasional. Tidak hanya ketiga jenis makanan tersebut, bahkan kerap kali dijumpai restoran padang ataupun yang menjual kuliner khas Indonesia lainnya seperti baso, ayam bakar, sambal, dan lain sebagainya.

Kuliner Indonesia kaya dengan bumbu. Kekayaan bumbu tersebut berasal dari rempah-rempah seperti kemiri, cabai, temu kunci, lengkuas, jahe, kencur, kunyit, kelapa dan gula aren. Hal tersebut diikuti penggunaan teknik-teknik memasak menurut bahan dan tradisi adat yang juga dipengaruhi melalui perdagangan yang berasal dari India, Tiongkok, Timur Tengah dan juga Eropa.

Menurut William Wongso, salah satu anggota tim kelompok kerja 30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia sekaligus pakar kuliner, Indonesia bisa seperti Korea yang sangat mengapresiasi kuliner tradisionalnya. Beliau merasa khawatir melihat apresiasi yang

masih sangat kurang dari pemerintah dan masyarakat, khususnya generasi muda terhadap kuliner tradisional. Remaja Indonesia saat ini cenderung lebih menyukai kuliner yang berasal dari barat, sehingga makin mengikis rasa bangga akan kuliner bangsanya sendiri. Oleh karena itu perlu dibuat sebuah perancangan kampanye Bangga Kuliner Indonesia khususnya di kalangan remaja.

1.2. Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan dari perancangan ini adalah: “Bagaimana agar generasi muda lebih mengapresiasi kuliner lokal Indonesia melalui perancangan DKV yang tepat?”. Adapun ruang lingkup permasalahan dibatasi pada anak muda yang bertempat tinggal di 5 kota besar di Indonesia dengan proyek percobaan diawali di kota Bandung.

1.3. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah:

Agar generasi muda lebih mencintai produk budaya lokal khususnya kuliner lokal Indonesia.

1.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, dilakukan beberapa hal seperti:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap Bapak Atang Sabur Safari, S.Sos, M.Sc. selaku pengkaji kuliner Indonesia untuk mengetahui lebih dalam mengenai kuliner Indonesia dan dampak dari masuknya keberadaan kuliner asing ke Indonesia khususnya di kalangan anak muda.

b. Studi pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan mengumpulkan sumber-sumber (buku maupun artikel) yang berkaitan dengan kuliner Indonesia, buku tentang strategi promosi, kampanye, dan yang berkaitan dengan ilmu DKV.

c. Kuesioner

Kuesioner disebar untuk: anak muda usia 16 – 22 tahun sebanyak 120 responden untuk mengetahui seberapa apakah anak muda zaman sekarang terhadap kuliner tradisional Indonesia.

d. Observasi

Observasi dilakukan terhadap anak muda dengan usia 16 – 22 tahun di Paris van Java dengan membandingkan beberapa tempat makan, meliputi restoran kuliner Indonesia, kuliner asing, dan cepat saji untuk mengetahui pola kebiasaan anak muda Indonesia yang sering berkumpul di tempat makan.

1.5. Skema Perancangan

