

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketika kesenian tradisional Sunda semakin dilupakan orang karena terdesak oleh kebudayaan asing yang menyilaukan mata, masih terdapat satu warisan kebudayaan Sunda yang tetap menarik untuk dinikmati yaitu: kulinernya. Bahkan kuliner Sunda sampai saat ini masih menjadi faktor penarik wisatawan dari daerah lain. Masakan Sunda selalu diburu oleh para penikmat wisata kuliner. Sebut saja nasi timbel, tutug oncom, karedok, ulukuteuk leunca, dan masih banyak lagi. Untuk makanan ringan dan minuman pun terdapat banyak pilihan, di antaranya surabi, comro, cireng, bandrek, dan bajigur.

Cita rasa masakan Sunda pada umumnya adalah gurih, tapi rasanya tidak terlalu tajam. Tidak terlalu manis seperti masakan Jawa, dan tidak bersantan seperti masakan Melayu. Menurut Adang S., (Pupuhu Caraka Sundanologi, dari yayasan yang bergerak dalam pelestarian kebudayaan Sunda) “Bumbu yang digunakan dalam masakan Sunda tidak macam-macam, dan semuanya alami. Yang membuat masakan Sunda khas adalah perpaduan bumbunya,”

Menu wajib yang harus ada dalam masakan Sunda adalah lalapan. Hampir sama dengan salad pada makanan barat, lalapan terdiri dari berbagai sayuran mentah, biasanya selada, kacang panjang, timun, tomat, daun pepaya, daun singkong, dan kemangi. Lalapan akan terasa lebih nikmat jika disantap bersama ‘pasangannya’, yaitu sambal yang pedasnya dapat membangkitkan selera makan. Menurut Adang S., di Sunda dikenal tiga jenis sambal, yaitu sambal terasi, sambal oncom, dan sambal muncang yang menggunakan kemiri sebagai bumbu. Masakan Sunda tanpa lalapan dan sambal kurang lengkap rasanya.

Hingga kini, makanan Sunda masih digemari. Bukan hanya oleh orang Sunda asli, tapi juga oleh selain orang Sunda. Di Jawa Barat maupun daerah lain, rumah makan Sunda menjamur di mana-mana, dari kaki lima yang sederhana sampai yang tempatnya berpendingin ruangan. Di mall-mall pun, makanan Sunda yang bersanding dengan steak atau makanan Jepang, tak kalah bersaing. Itu karena makanan Sunda dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan jaman, misalnya surabi yang dulu cuma berisi oncom sekarang rasanya bervariasi: coklat, stroberi, vanilla, keju, susu, dan lain-lain.

Pendapat yang serupa juga dikemukakan oleh Drs. Reiza D. Dienaputra, M.Hum yang menyatakan bahwa sebenarnya kuliner Sunda pun mampu untuk bersaing di era global ini jika dikemas secara lebih bertanggung jawab.

Berbagai makanan tradisional yang dimiliki *urang* Sunda, mulai dari bajigur, bandrek, surabi, colenak, wajit, borondong, kolontong, ranginang, opak, hingga ubi cilembu dan lainnya, apakah ada strategi besar dari pemerintah untuk mengemasnya dengan lebih bertanggung jawab agar dapat diterima komunitas yang lebih luas. Kalau *Kolonel Sanders* mampu mengemas ayam menjadi demikian mendunia, mengapa *urang* Sunda tidak mampu melahirkan Mang Ujang, Kang Duyeh, ataupun Bi Eha dengan kemasan-kemasan makanan tradisional Sunda yang juga mendunia?

(Artikel Pikiran Rakyat edisi 6 Mei 2005)

Salah satu rumah makan Sunda yang sangat dikenal masyarakat dan terus berkembang adalah Sindang Reret yang dibangun oleh pasangan suami istri H.S. Hermawan dan Hj. Itje pada tahun 1973, dimulai dengan hanya sebuah saung kecil yang menjual lotek dan kini terus berkembang hingga memiliki empat cabang. Dalam perkembangannya, ke empat cabang Sindang Reret tersebut pun memiliki konsep yang berbeda-beda, dimulai dengan cabang Ciwidey dengan konsep ‘*back to nature*’, cabang Cikole dengan konsep ‘*adventure*’ dan cabang Suropati juga Wijaya dengan konsep ‘etnik minimalis’.

Di tengah perkembangan Sindang Reret yang begitu pesat, Sindang Reret pun menemui berbagai tantangan dalam mempertahankan *brand* nya yang telah sejak lama dikenal masyarakat. Perluasan jenis usaha, konsep tiap cabang yang berbeda-beda dan tidak adanya kesatuan dalam identitas visual menyebabkan brand Sindang Reret semakin tidak fokus, setiap cabang Sindang Reret seakan terpisah-pisah, serta melemahnya identitas visual Sindang Reret sehingga perlunya perbaikan *brand* dan penyatuan identitas visual Sindang Reret, sehingga ke empat cabang tersebut dapat terasa sebagai kesatuan Sindang Reret, hal tersebut tentunya diharapkan akan membantu terciptanya brand Sindang Reret yang lebih baik dan kuat.

Penulis yakin bahwa dengan menyatukan dan memperbaiki *brand* Sindang Reret diharapkan Sindang Reret dapat terus berkembang yang pada akhirnya akan mengangkat budaya Sunda di mata dunia, karenanya sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual, penulis merasa perlu untuk menggunakan ilmu yang penulis telah dapatkan selama ini untuk melestarikan kebudayaan dan kuliner Sunda melalui perbaikan brand dan penyatuan identitas visual Sindang Reret, sehingga penulis merasa permasalahan tersebut sangatlah menarik dan sesuai untuk dijadikan sebagai topik Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

- Bagaimana merancang kesatuan sistem identitas visual pada berbagai aplikasi Sindang Reret
- Bagaimana melaksanakan rebranding Sindang Reret dengan memperkuat brand Sindang Reret sebagai restoran rekreasi khas Sunda

1.3 Tujuan Perancangan

- Untuk menyatukan identitas visual Sindang Reret
- Untuk melaksanakan rebranding Sindang Reret dengan memperkuat brand Sindang Reret sebagai restoran rekreasi khas Sunda

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah cara penelitian dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada narasumber dan responden.

2. Observasi

Proses pengambilan data dalam penelitian di mana penulis melihat situasi penelitian.

3. Kuesioner

Suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan penulis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik responden.

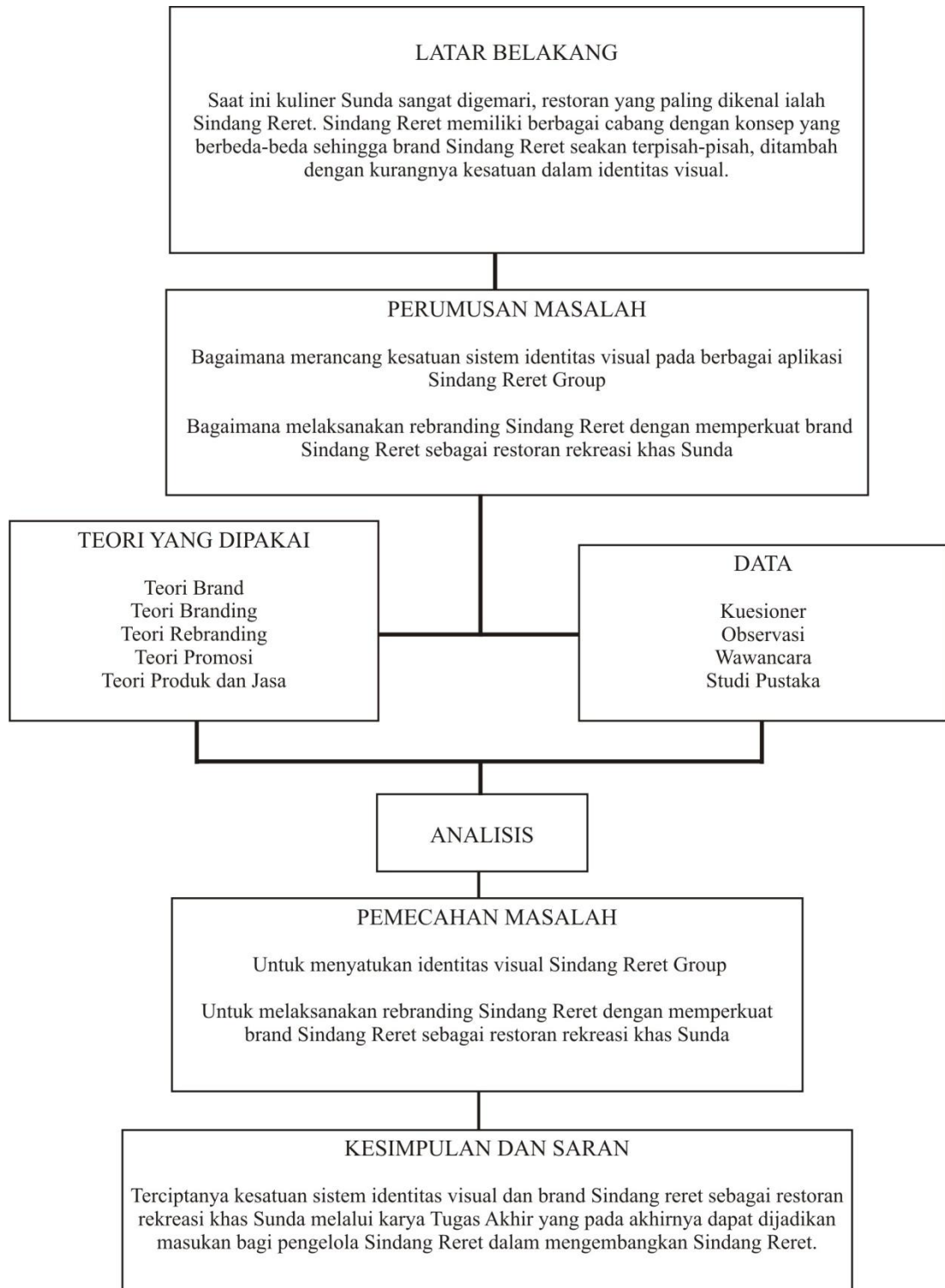
4. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan cara membaca dan mengutip teori-teori yang berasal dari buku dan tulisan-tulisan lain yang relevan dengan penelitian ini.

Penulis melakukan observasi langsung terhadap restoran, hotel, arena bermain dan fasilitas-fasilitas Sindang Reret. Studi Pustaka dilakukan dengan mencari data dari internet ataupun dari studi buku-buku yang ada mengenai teori-teori *brand* dan kebudayaan Sunda. Kuesioner ditujukan langsung untuk para pengunjung atau yang pernah berkunjung ke Sindang Reret. Sedangkan untuk wawancara ditujukan pada pihak manajemen Sindang Reret untuk dapat lebih memahami Sindang Reret.

Tujuan metode studi pustaka adalah mencari data pasti yang dibuat oleh atau seseorang atas penelitian yang dilakukan, dan mendapatkan pengetahuan dari data tersebut. Tujuan digunakan metode wawancara dan kuesioner adalah agar data yang didapat jelas, digunakan untuk membandingkan dari hasil penelitian studi pustaka dan wawancara atau kuesioner, maka dapat mengetahui dengan jelas keinginan atas ilustrasi yang baik yang akan digunakan dalam pembuatan cover buku.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan