

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut seorang ahli pariwisata Andar Danova Goeltom, M.Sc. Bandung sudah dikenal sebagai pusat kuliner nusantara sejak tahun 1941, hal ini dikarenakan Bandung memiliki jumlah jenis makanan terbanyak di Indonesia. Bukan hanya dari golongan masyarakat pencinta makanan saja yang sengaja datang ke Bandung akan tetapi banyak para tokoh nasional baik dari dalam maupun luar negeri yang menyempatkan diri datang ke Bandung (Pikiran Rakyat, Edisi Cetak – Sabtu, 17 Februari 2007).

Dikenalnya Bandung sebagai kota kuliner, membuat bisnis makanan di kota ini berkembang dengan pesat, termasuk diantaranya produk kudapan. Setiap produsen makanan berlomba-lomba untuk menciptakan makanan/kuliner dengan rasa dan jenis yang berbeda. Potensi usaha kuliner ini menguntungkan, terutama bagi kota Bandung dan para pengusaha makanan. Dari sisi ekonomi, kegiatan usaha ini dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan usaha itu sendiri dan dari sisi pariwisata dapat meningkatkan komoditi kota Bandung.

Salah satu kudapan khas kota Bandung adalah kerupuk seblak. Kreasi kudapan tradisional ini terbuat dari kerupuk mentah yang diolah dengan minyak panas dan dibumbui rempah – rempah untuk penyedap rasanya sehingga sesuai dengan selera orang Sunda yang menyukai jenis makanan pedas. Kerupuk seblak memiliki keunikan dibandingkan dengan produk kudapan lain yang ada, diantaranya dari bahan baku, cara pengolahan dan bumbu. Dari bahan baku, kerupuk seblak terbuat dari kerupuk yang berbahan dasar tepung tapioka. Mengolah kerupuk seblak tidak semudah mengolah kudapan lainnya sehingga dibutuhkan pengalaman dalam membuatnya. Selain itu kerupuk seblak juga dibumbui dengan bumbu rempah yang berbeda dengan jenis kudapan lainnya.

Kreasi kudapan kerupuk seblak pada awalnya diproduksi untuk konsumsi rumah tangga masyarakat yang tinggal di sekitar pabrik kerupuk. Usaha ini kini telah berkembang menjadi usaha *home industri* dengan prospek ekonomi yang cukup baik sehingga menimbulkan banyak persaingan antara produsen produk kudapan. Akibatnya saat ini muncul produk – produk kudapan palsu yang diproduksi dengan menggunakan bahan baku berbahaya. Jika dikonsumsi dalam jangka waktu panjang, produk kudapan palsu dapat berdampak buruk bagi kesehatan tubuh. Oleh karena itu suatu produk kudapan perlu memiliki identitas jelas untuk membangun citra baik dan kepercayaan bagi konsumennya.

Berdasarkan masalah yang ada maka kerupuk seblak sebagai salah satu makanan kudapan yang banyak beredar di masyarakat perlu membuat suatu brand untuk memperkenalkan identitas produknya sebagai salah satu kudapan khas Bandung dan memiliki citra sebagai kudapan yang bersih dan terjaga kualitasnya. Dengan menerapkan ilmu desain komunikasi visual topik untuk membuat branding kerupuk seblak menarik untuk dibahas sebagai tugas akhir sehingga dapat ditemukan pemecahan dari permasalahan yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka disusun beberapa rumusan masalah :
Bagaimana mengangkat citra brand kudapan tradisional kerupuk seblak menjadi lebih bernilai dan dipercaya oleh konsumen ?

1.3 Batasan dan ruang lingkup

Batasan dari permasalahan ditujukan kepada target sasaran remaja dikarenakan berdasarkan riset yang dilakukan jumlah konsumsinya lebih banyak. Area wilayah tidak dibatasi dikarenakan potensi perluasan wilayah distribusi yang dapat berkembang.

Ruang lingkup dari permasalahan yang akan dibahas berkaitan dengan ilmu desain komunikasi visual adalah merancang visual logo, kemasan serta media promosi lainnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Mengangkat kudapan tradisional kerupuk seblak menjadi lebih bernilai dan dipercaya oleh konsumennya.

1.5 Metode Penelitian

Untuk mengetahui dan mendapatkan informasi mengenai kerupuk seblak, maka sumber data yang diperoleh didapatkan dengan cara pengumpulan data primer dan sekunder.

Pengumpulan data primer meliputi :

- Observasi yang dilakukan dengan meninjau daerah produsen aneka kudapan yang mengolah kerupuk seblak.
- Wawancara yang dilakukan dengan beberapa pihak yang terlibat dalam produksi kerupuk seblak, diantaranya :
 - produsen yang mengolah kerupuk seblak untuk mengetahui bagaimana proses pengolahan, pengemasan dan distribusi produk ke pasaran
 - pemilik usaha pabrik kerupuk Sumber Sari yang menjadi produsen kerupuk seblak mentah yang belum diolah
- Kuesioner yang dibagikan kepada remaja kota Bandung untuk mengetahui selera pasar.

Sedangkan pengumpulan data secara sekunder dilakukan dengan cara mencari data dari internet dan buku – buku literatur.

1.6 Skema

