BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perayaan-perayaan hari raya tradisi di masyarakat Tionghoa mulai diperkenalkan secara global. Mulai dari Imlek, Cap Go Meh, dan lain-lain. Salah satu perayaan yang cukup menarik, namun belum terlalu populer di kalangan masyarakat Indonesia ialah Festival Kue Bulan.

Berbeda dengan perayaan hari raya tradisi Imlek yang sudah dikenal secara luas, terutama sejak Imlek diumumkan sebagai hari libur nasional di Indonesia. Festival Kue Bulan diadakan setiap tanggal 15 bulan ke delapan pada penanggalan Cina. Saat itu bulan akan bulat penuh dan bersinar terang. Di waktu ini masyarakat keturunan Tionghoa yang masih memegang tradisi, mengadakan sembahyang *Zhong Qiu Jie*. Sesuai dengan namanya persembahan yang digunakan saat upacara sembahyangan itu adalah kue *Tiong Ciu Phia* atau *Zhong Qiu Yue Bing*. Biasanya dalam bahasa Indonesia disebut "kue bulan".

Proses pembuatan kue bulan tergolong rumit seperti halnya pembuatan kue dodol. Para produsen tradisional bahkan sudah membuatnya sejak empat bulan sebelum perayaan dimulai. Hal itu dikarenakan mereka harus membuat biang sebagai pengganti ragi. Kue bulan hanya bisa didapat ketika mendekati perayaan sembahyang *Zhong Qiu Jie* dalam setahun sekali sehingga makanan ini dicari masyarakat Tionghoa sebagai suatu kerinduan karena kelezatannya pula dan kehadirannya yang sangat lama.

Di Indonesia, kue bulan sudah hadir sejak lama. Meski rasanya terlalu manis, kehadirannya termasuk ditunggu-tunggu. Kini untuk lidah orang modern, para produsen kue bulan telah membuat bermacam variasi rasa. Agar masyarakat mudah mengenal perayaan-perayaan hari raya tradisi Tionghoa dan membuatnya supaya tidak ada jarak antara keturunan Tionghoa dan masyarakat lainnya Indonesia, maka harus dipikirkan bagaimana cara menimbulkan kesan yang ramah dan mudah akrab di kalangan masyarakat luas.

Kue bulan memiliki bentuk yang unik dan khas. Selain itu rasa yang disajikan juga berbeda dari kue-kue pada umumnya. Produk kue bulan ini memiliki nilai budaya yang tinggi karena mengandung mitos serta sejarah dari tradisi Tionghoa. Kue bulan ini menandakan perayaan kerja keras petani pada pertengahan musim gugur sebagai ucapan terima kasih pada Dewa Bumi dan Tuhan yang dilambangkan dengan Bulan.

Karena hal itulah, perayaan kue bulan di luar wilayah Indonesia biasanya dimeriahkan dengan *Mooncake Festival* atau *Mid-Autumn Festival.* Berbagai kegiatan yang memeriahkan festival ini ialah Barongsai, Pesta Lampion, Tari-tarian, dan sebagainya. Biasanya keluarga akan berkumpul bersama sambil memakan kue bulan dan meminum teh sambil memandang bulan purnama. Perayaan ini sangat menarik karena diadakan setahun sekali bahkan memiliki buah tangan berupa kue bulan yang menandai festival ini.

Seiring dengan terjadinya akulturasi berbagai budaya dari negara-negara lain maka budaya Tionghoa seharusnya sudah lebih dikenal masyarakat, sehingga kue bulan dapat dinikmati secara luas di Indonesia. Saat ini hilangnya para produsen kue bulan karena kurangnya minat masyarakat luas untuk mengonsumsinya. Kendala

yang dihadapi cukup banyak, mulai dari kurangnya pengenalan kue bulan sebagai salah satu makanan yang bisa dikonsumsi secara global hingga terlalu kuatnya ornamen khas Tionghoa yang ada pada kemasan kue bulan, membuat konsumen tidak mengenalinya.

Salah satu produsen kue bulan di Bandung, Tek Kie, ingin memperluas area pemasaran mereka dan mempromosikan produk mereka kepada masyarakat luas di kota Bandung. Keberadaan mereka pun tidak diketahui masyarakat karena mereka hanya menjual kue-kue tradisional Tionghoa yang tidak dipromosikan secara besar-besaran. Tentu saja hal ini tidak membuat perkembangan yang begitu pesat.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka kajian dibatasi pada masalah sebagai berikut :

1. Memperkenalkan kue bulan Tek Kie kepada masyarakat di wilayah kota Bandung dengan melakukan program *branding* dan promosi.
2. Memperkenalkan nilai budaya tradisi Tionghoa yang terkandung di dalam tradisi kuliner kue bulan untuk memperluas area pemasaran dan mempromosikan kue bulan.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam memperkenalkan kue bulan adalah:

1. Bagaimana membangun *corporate identity* untuk kue bulan Tek Kie?
2. Bagaimana memperkenalkan kue bulan ke masyarakat Bandung sehingga bisa banyak digemari?

3. Bagaimana memperkenalkan nilai budaya tradisi Tionghoa yang terkandung dalam kue bulan?

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan yang hendak dicapai dari rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Memberikan identitas visual grafis untuk kue bulan Tek Kie sehingga dapat dikenal di kalangan masyarakat wilayah kota Bandung.
2. Merancang promosi kue bulan Tek Kie agar memberikan *awareness* kepada masyarakat wilayah kota Bandung.
3. Merancang informasi pesan untuk memperkenalkan nilai budaya tradisi yang terkandung dalam kue bulan.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber pengumpulan data didapat dari pemilik perusahaan kue bulan yang bernama Tek Kie, dari pemilik perusahaan kue Benny Ruslianto. Selain itu data mengenai kebudayaan Tionghoa diperoleh dari grup milis di Yahoo yang diketuai oleh Sugiri. Grup milis ini mengadakan beberapa kali seminar mengenai kebudayaan Tionghoa di FSRD Maranatha. Data mengenai mitos kue bulan diperoleh dari beberapa guru dan dosen Sastra Cina, baik dari Universitas Maranatha hingga guru-guru senior yang biasanya mengajar bahasa Mandarin secara privat. Data mengenai festival kue bulan diperoleh dari bagian promosi dan event di Cihampelas Walk, yaitu Ira Hijriyah.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. **Observasi langsung**

   Observasi langsung dalam penelitian ini adalah dengan datang dan melihat secara langsung pembuatan kue bulan pada beberapa produsen kue bulan di kota Bandung. Selain itu melihat ke beberapa toko atau swalayan yang menjual kue bulan di kota Bandung.

2. **Wawancara**

   Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dan sifatnya fleksibel kepada narasumber para produsen kue bulan di kota Bandung. Selain itu dilakukan wawancara kepada beberapa narasumber tokoh tradisi Tionghoa mengenai mitos di balik kue bulan serta tradisi kebudayaan Tionghoa yang mendukung topik.

3. **Studi Kepustakaan**

   Studi kepustakaan yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi berbagai macam informasi mengenai kue bulan, legenda, perayaan kue bulan, penciptaan identitas, serta strategi program promosi yang didapat dari berbagai macam media, baik media cetak maupun elektronik yang dapat menunjang penelitian.

1.5 Skema Perancangan

Tabel 1.1 Sistematika Kerangka Berpikir