

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahu merupakan makanan asli suku Tionghoa yang ditemukan pada zaman Dinasti Han sekitar 2200 tahun lalu. Penemu tahu adalah Liu An yang merupakan cucu seorang bangsawan. Masuknya tahu ke Indonesia dibawa oleh Tjuan Eng ia merupakan pembuat tahu cina atau disebut juga tahu takoah. Tjuan Eng memberikan sebagian besar ilmunya kepada warga cibuntu dan alat yang digunakan pun masih tradisional, yaitu menggunakan Baru untuk mengiling kedelai. Pada tahun 1980 tahu cibuntu berkembang hingga sekarang.

Tahu merupakan makanan rakyat yang sudah dikenal oleh masyarakat di Indonesia, harganya yang murah dan rasanya yang enak serta gizi yang tinggi membuat tahu digemari semua kalangan masyarakat, salah satunya masyarakat Kota Bandung.

Di Kota Bandung telah banyak usaha tahu yang berkembang pesat salah satunya usaha Tahu Cibuntu yang berada di Kelurahan Babakan Ciparay, Bandung Kulon. Tahu Cibuntu merupakan usaha turun temurun dari generasi ke generasi semenjak tahun 1965 dan mulai berkembang pada tahun 1980. Hingga saat ini kawasan Cibuntu sudah menjadi salah satu sentra tahu terbesar di Kota Bandung. Hampir seluruh masyarakat di kawasan tersebut pada masa sekarang merupakan pengusaha tahu.

Seiring perkembangan zaman usaha tahu semakin diminati oleh masyarakat Kota Bandung. Hadirnya usaha-usaha pembuatan tahu yang lain tidak membuat Tahu Cibuntu ditinggalkan oleh kalangan masyarakat tertentu, namun kalangan masyarakat lainnya tidak begitu mengenal Tahu Cibuntu. Hal ini terjadi karena pesaing-pesaing usaha tahu yang lebih modern, dipromosikan dan dijual dengan cara yang lebih modern sedangkan Tahu Cibuntu hanya dijual dengan kemasan biasa tanpa adanya promosi yang mendukung, contohnya seperti Tahu Yun-yi yang berada di kawasan Jendral Sudirman, Kota Bandung.

Berdasarkan pemaparan di atas maka dapat diamati bahwa adanya persaingan ketat antara usaha tahu tradisional dengan tahu modern yang membuat Tahu Cibuntu yang merupakan tahu tradisional tidak begitu dikenal oleh masyarakat luas di Kota Bandung. Oleh sebab itu Ilmu Desain Komunikasi adalah cara yang tepat untuk merancang promosi Tahu Cibuntu agar lebih dikenal oleh masyarakat luas di Kota Bandung.

1.2 Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang ditemukan adalah:

Bagaimana cara mempromosikan dan mengangkat keberadaan Tahu Cibuntu agar lebih dikenal oleh seluruh kalangan masyarakat di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Perancangan

Agar tahu Cibuntu masyarakat sebagai produk kuliner rakyat yang sehat, alami dan dapat diolah dalam berbagai variasi makanan

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini diperlukan data yang spesifik dan mendukung sebagai dasar dari konsep perancangan karya. Teknik pengumpulan data yang penulis ambil adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Dilakukan dengan cara meninjau langsung lokasi pembuatan Tahu Cibuntu, untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan.

b. Wawancara

Dilakukan wawancara langsung kepada pengusaha Tahu Cibuntu, untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih mendalam.

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan mencari buku-buku yang dibutuhkan untuk mendapatkan data yang lebih kuat.

d. Kuesioner

Disebarkan kepada 100 responden yang berada di Kota Bandung, untuk mendapatkan data tentang minat dan pengetahuan responden terhadap Tahu Cibuntu.

1.5 Skema Perancangan

