

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manisan Cianjur merupakan makanan khas Cianjur yang berbahan dasar buah-buahan dan sayur-sayuran segar yang diawetkan dengan menggunakan cairan gula. Kedua jenis manisan Cianjur telah lama menjadi bagian dalam budaya kuliner Kabupaten Cianjur. Dalam perkembangannya terdapat perbedaan yang kontras antara keberadaan manisan buah dan manisan sayur.

Manisan buah dapat dijumpai disepanjang persimpangan jalan utama kabupaten Cianjur yang melintasi antara kota Bandung menuju Jakarta ataupun Sukabumi. Manisan buah menjadi primadona sebagai oleh-oleh ikonik khas Cianjur pada jamannya. Seiring perkembangan jaman, manisan buah ini semakin banyak ditemui baik di dalam maupun diluar kota Cianjur. Contohnya, terdapat di beberapa pertokoan di jalan Djunjunan, jalan Cihampelas juga di beberapa supermarket dan toko oleh-oleh di Bandung, Jakarta dan di beberapa kota lainnya. Sehingga sudah banyak orang yang mengetahui tentang manisan buah tersebut.

1.1.1 CV Mandiri 5A

Tidak seperti manisan buah, manisan sayur masih belum diketahui oleh banyak orang. Selain karena keberadaan manisan sayur yang hanya menjadi warisan budaya turun temurun dari nenek moyang masyarakat setempat, produsen manisan sayur pun masih terbilang minim, hal tersebut disebabkan oleh proses pembuatan yang sulit dibandingkan manisan buah, juga kurangnya minat penjual manisan di pertokoan dan supermarket untuk menjual manisan ini karena manisan sayur masih belum diketahui publik, hal tersebut diperparah dengan berdirinya tol Cipularang sehingga penjualan manisan menurun dibandingkan sebelumnya.

Manisan sayur mulai diketahui publik pada tahun 2011, oleh Neneng Saadah, seorang warga Gegbrong, Kabupaten Cianjur yang juga merupakan pendiri serta pemilik CV Mandiri 5A, industri rumahan manisan sayur khas Cianjur. Hasil karyanya telah dipublikasikan oleh beberapa stasiun televisi nasional. Namun hal tersebut belum mendapat respon yang baik dari masyarakat dikarenakan kurangnya promosi serta identitas industri rumahan CV Mandiri 5A sebagai produsen manisan sayur pun masih terbilang belum kuat jika dibandingkan dengan produk oleh-oleh lainnya. Manisan sayur ini tidak memiliki target market, strategi pemasaran, yang terperinci. Visualisasi (logo, kemasan, dll) pun tidak komunikatif. Nama CV Mandiri 5A sendiri pun diambil dari inisial anak-anaknya, bukan berdasarkan produk yang diproduksinya sehingga tidak komunikatif.

Untuk itu, penulis memilih topik perancangan re-branding dan media promosi CV Mandiri 5A sebagai karya tugas akhir, dengan tujuan agar penjualan manisan sayur CV Mandiri 5A sebagai pelopor produsen manisan sayur meningkat. Sehingga manisan sayur sebagai salah satu makanan khas kota Cianjur dapat dilestarikan. Karena makanan khas suatu daerah merupakan gambaran dari wilayah itu sendiri.

Perancangan re-branding tersebut, dilakukan dengan menggunakan desain grafis untuk mendesain logo, media-media branding dan promosi yang menarik secara visual juga berisi informasi mengenai manisan sayur. Sehingga oleh-oleh khas Cianjur ini dapat bersaing dengan oleh-oleh khas daerah lainnya.

1.2 Permasalahan dan ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, berikut beberapa masalah yang dijabarkan:

1. Bagaimana cara meningkatkan daya tarik CV Mandiri 5A sebagai produsen utama manisan sayur khas Cianjur melalui re-branding?

2. Bagaimana cara merancang media promosi manisan sayur CV Mandiri 5A yang efektif untuk menarik minat konsumen?

Ruang lingkup yang dipilih dalam proses perancangan ini adalah Merebranding Manisan Sayur Cianjur, CV Mandiri 5A. Dimana perancangan ini ditujukan kepada wisatawan wanita Bandung dan Jakarta dengan batasan usia 25-32 tahun dan merupakan masyarakat golongan menengah atas.

1.3 Tujuan Perancangan

1. Meningkatkan daya tarik CV Mandiri 5A sebagai produsen utama manisan sayur khas Cianjur melalui re-branding.
2. Merancang media promosi manisan sayur CV Mandiri 5A yang efektif untuk menarik minat konsumen.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Studi pustaka

Data diambil dari buku-buku literatur dan internet mengenai manisan Cianjur, perkembangan manisan Cianjur, masalah dari manisan Cianjur, data-data lembaga/instansi.

2. Observasi

Observasi dilakukan secara partisipasi aktif, penulis ikut terlibat dalam seluruh proses penjualan manisan, selain itu juga sebagai partisipasi non aktif, penulis turun langsung ketempat pembuatan untuk melihat secara langsung proses pembuatan juga mengajukan pertanyaan-pertanyaan.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan terstruktur dan mendalam kepada produsen manisan sayur, penjual manisan di beberapa toko, ahli gizi dan berbagai lembaga dinas yang terkait. Seperti, dinas kesehatan dan dinas kebudayaan dan pariwisata, dan konsumen manisan.

4. Kuesioner

Kuesioner dilakukan secara online, disebarakan melalui berbagai grup yang berisi masyarakat Indonesia dari berbagai daerah. Kuesioner berisi tujuan, pertanyaan dan ketentuan pengisian. Target dari kuesioner ini untuk masyarakat berusia 25-40 tahun. Hasil kuesioner disortir, karena tidak semua memenuhi kriteria, dipilih 100 orang untuk dijadikan data penunjang. Data kuesioner ini dibandingkan dengan data wawancara untuk menunjang kebenaran fakta yang sebenarnya.

1.5 Skema Perancangan

