

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki lima pulau besar dan 34 provinsi dari Sabang sampai Merauke. Beraneka ragam kebudayaan dan tempat wisata, mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, dan juga wisata kuliner menjadi salah satu daya tarik Indonesia bagi para wisatawan, domestik maupun mancanegara. Berdasarkan data yang diperoleh dari laman <http://bisnis.com/entrepreneur/kuliner-indonesia-potensi-masakan-nusantara-di-pasar-dunia> terdapat lebih dari 5.300 masakan asli Indonesia sehingga dapat menjadi potensi bagi Indonesia sebagai negara dengan ragam kuliner terbanyak di dunia.

Setiap daerah yang ada di pelosok Indonesia memiliki makanan khas berupa makanan pokok/ utama yang beragam dan juga makanan kecil/ camilan sebagai oleh-oleh khas dari daerah tersebut. Beberapa kota yang memiliki destinasi wisata bagi para wisatawan dilengkapi dengan adanya kerajinan tangan maupun makanan camilan sebagai oleh-oleh. Salah satu kota dengan destinasi wisata menarik di Indonesia adalah Kota Bandung yang terkenal dengan beberapa destinasi wisata menarik seperti wisata alam, wisata belanja, maupun wisata kuliner. Tidak hanya di Kota Bandung saja yang memiliki destinasi wisata menarik, tetapi juga di daerah dan kota yang bersebelahan seperti Lembang dan Cimahi. Kota Cimahi merupakan salah satu akses para wisatawan untuk mengunjungi Kota Bandung dan kawasan Lembang.

Kota Cimahi merupakan kota yang berada di sebelah barat Kota Bandung, sebagai bagian dari Kabupaten Bandung yang akhirnya ditetapkan menjadi kota mandiri. Saat ini Pemda Kota Cimahi sedang berupaya mengembangkan Kota Cimahi menjadi kota yang mandiri dan kota bagi industri kreatif. Dalam upayanya menjadi kota industri kreatif, Kota Cimahi mempunyai ragam obyek wisata yang

terkenal dan menarik untuk dikunjungi antara lain: Alam Wisata Cimahi, Curug Cimahi, Dusun Bambu, hingga POCI (Pusat Oleh-oleh Cimahi).

Wisata kuliner yang ada di Kota Cimahi sendiri sudah mengalami banyak perkembangan dan makin beragam, baik kuliner makanan utama maupun kuliner makanan camilan sebagai oleh-oleh khas Kota Cimahi. Makanan camilan yang menjadi oleh-oleh khas Kota Cimahi antara lain: kue semprong, bandrek, bajigur, peuyeum ketan, bolu peuyeum, keripik setan, kremes, denjapi (dendeng jantung pisang), ketan durian, keripik daun singkong hingga dodol jahe.

Dodol merupakan makanan yang termasuk dalam kategori panganan manis asal Indonesia. Dodol terkenal di wilayah ASEAN seperti: Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura dan Sri Lanka. Dodol merupakan makanan tradisional yang dalam proses pembuatannya membutuhkan waktu lama dan cukup rumit. Di Indonesia dodol mempunyai banyak variasi berdasarkan tempat asalnya, dengan varian yang paling dikenal saat ini adalah Dodol Garut dan dodol yang berasal dari Jawa Tengah yaitu jenang.

Kota Cimahi sendiri mempunyai dodol khas yaitu dodol jahe yang terbuat dari rempah-rempah khas Indonesia seperti kelapa dan jahe. Dodol jahe belum cukup dikenal oleh masyarakat Kota Cimahi karena lingkup produksinya berupa industri rumahan dan sistem penjualannya sebatas memenuhi pesanan maupun *door-to-door* oleh pihak produsen. Kendala lain yang dihadapi adalah proses pengemasan dan izin produksi dari pemerintah.

Berdasarkan fenomena ini, dodol jahe berpotensi untuk menjadi panganan khas Kota Cimahi. Namun, masyarakat masih belum banyak yang mengenal produk dodol jahe ini. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi yang tepat untuk memperkenalkan produk ini kepada masyarakat luas, khususnya yang ada di Kota Cimahi supaya nantinya dapat berkembang menjadi oleh-oleh khas Kota Cimahi.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi permasalahan utama dalam topik ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merencanakan strategi promosi dan perancangan visual yang tepat untuk membuat dodol jahe menjadi laneut yang dikenal sebagai oleh-oleh khas Kota Cimahi?

1.2.2 Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang ada, penulis memfokuskan ruang lingkup permasalahan pada desain identitas melalui *branding* dodol jahe dan membuat strategi promosi dengan memperkenalkan dodol jahe menjadi pelopor laneut sebagai oleh-oleh khas Kota Cimahi.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan ruang lingkup dan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan yang ingin diperoleh adalah:

1. Merancang strategi promosi dan perancangan visual yang tepat untuk memperkenalkan dodol jahe sebagai oleh-oleh khas Kota Cimahi melalui *branding* logo dan *packaging* yang menarik, melakukan promosi yang tepat melalui *website*, iklan di media sosial, serta strategi promosi lainnya yang efektif efisien sesuai dengan *budget* klien.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penelitian dan perancangan ini penulis menggunakan beberapa teknik dan sumber data yang terpercaya melalui:

a. Studi pustaka dan literatur

Dilakukan dengan membaca dan mempelajari literatur yang didapat melalui buku dan internet terkait dengan masalah yang diangkat dalam perancangan ini.

b. Wawancara

Dilakukan dengan cara tanya jawab dengan berbagai narasumber terkait yaitu Ibu Lena Khodijah dan Bapak Agus Hamdani selaku pemilik Dodol Jahe Sopiah (mandatori).

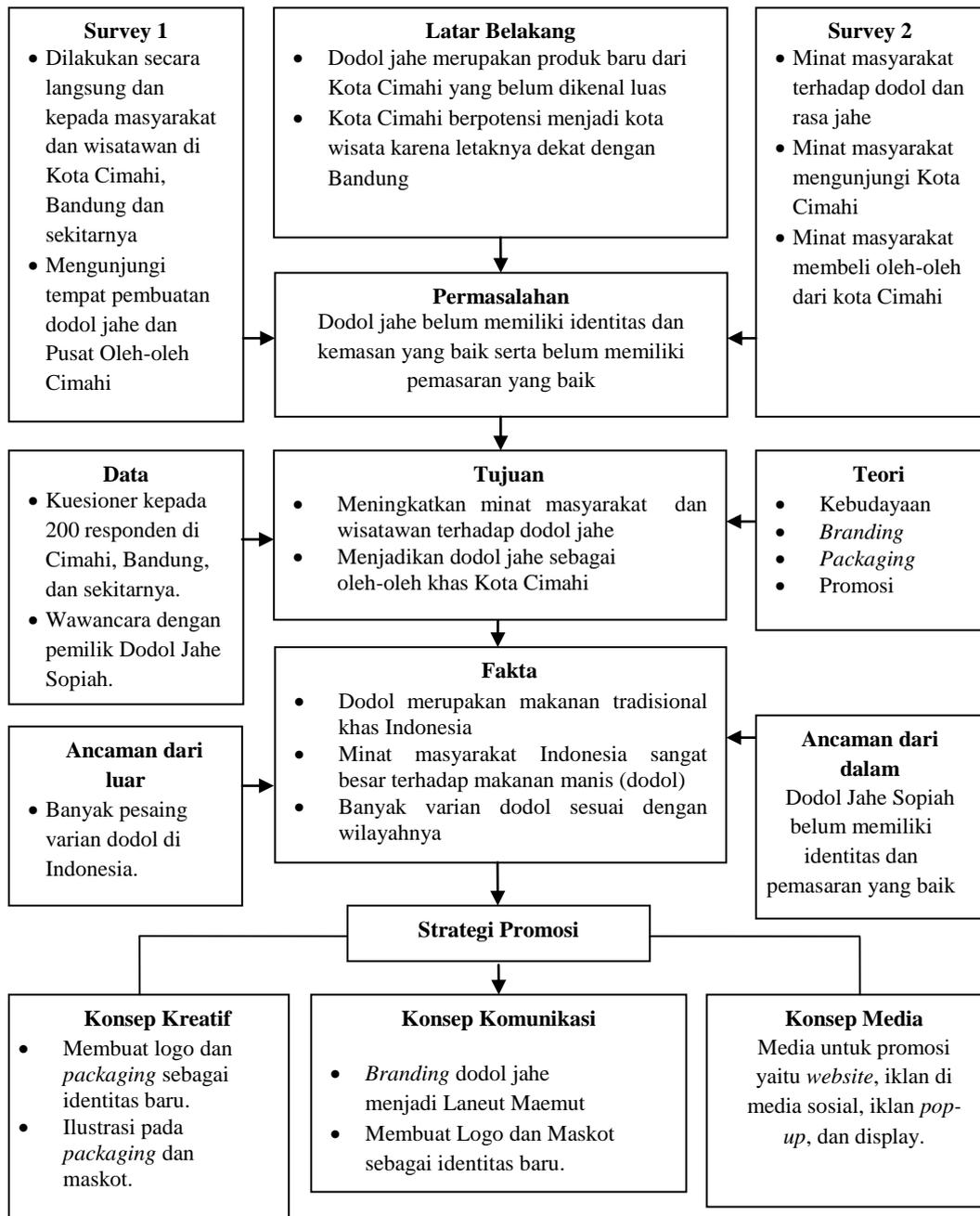
c. Survey

Dilakukan dengan berkunjung langsung ke tempat pembuatan dodol jahe dan Pusat Oleh-oleh Cimahi (POCI) untuk mengamati langsung proses pembuatan dan pendistribusian produk.

d. Kuesioner

Disebarkan secara langsung kepada 200 responden (100 penyuka dodol dan 100 tidak suka dodol) yang berdomisili di Cimahi, Bandung, dan sekitarnya.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber: Data penulis, 2015)