

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki beragam budaya dan suku, hal tersebut menyebabkan Indonesia kaya akan kulinernya. Bukan hanya jenis makanan berat yang mengenyangkan saja, tetapi Indonesia juga memiliki jajanan pasar yang beragam jenis dari berbagai daerah. Jajanan pasar sendiri dibuat dengan resep tradisional menggunakan bahan asli dari Indonesia, seperti santan, gula merah dan lain-lain. Harganya masih terjangkau oleh masyarakat baik masyarakat kalangan bawah maupun masyarakat kalangan atas.

Dewasa ini, jajanan pasar sudah mulai tergantikan oleh jajanan masa kini dikarenakan masyarakat sudah mulai mengganti peranan jajanan pasar sebagai jajanan yang dinikmati sehari-hari dengan jajanan masa kini yang telah banyak terpengaruh oleh budaya asing. Selain itu masyarakat, khususnya kelas menengah ke atas, lebih mengenal jajanan masa kini yang lebih mudah didapatkan informasinya dibandingkan dengan jajanan pasar karena kurangnya media informasi yang membahas keanekaragaman jenis jajanan pasar yang sesungguhnya tidak kalah dengan jajanan masa kini.

Situs Open Rice memuat tulisannya yang berjudul “Jajanan Tradisional Indonesia” tahun 2013 menyatakan bahwa tampaknya jajanan kue tradisional Indonesia berada pada zona antara ada dan tiada. Dikatakan tiada, namun kenyataannya masih bisa ditemukan meski sangat jarang. Sebaliknya, dikatakan ada tapi cukup sulit untuk mendapatkan jajanan tradisional tersebut. (<http://id.openrice.com/jakarta/article/jajanan-tradisional-indonesia/1431>, diunduh pada hari Kamis, 11 Februari 2016, pukul 15.00).

Pulau Jawa merupakan pulau yang memiliki banyak aneka ragam makanan yang enak dan khas. Banyak jenis jajanan pasar yang terkenal yang ditawarkan dan

sayangnya banyak juga jajanan pasar yang dimiliki Pulau Jawa mulai sulit ditemukan keberadaannya, seperti sate kolang-kaling khas Jawa Tengah, kembang waru khas Yogyakarta, kue rangi khas Betawi, dan masih banyak jenis jajanan pasar lainnya.

Jika jajanan pasar tersebut tidak dapat ditemukan lagi, maka generasi yang akan datang tidak akan mengenal bahkan tidak akan melestarikan jajanan pasar ini, dan lama kelamaan jajanan pasar Indonesia akan mengalami kemunduran tergantikan dengan jajanan masa kini. Padahal jajanan pasar yang khas dapat menjadi salah satu daya tarik bagi Indonesia yang tidak dimiliki oleh negara lain. Maka dari itu perlu diperkenalkan kembali kepada masyarakat sejak dini agar lebih tertanam sikap peduli dan keinginan untuk melestarikan jajanan pasar yang dimiliki Indonesia.

Melihat permasalahan ini, Penulis yang bergerak dibidang Desain Komunikasi Visual, ingin mengangkat dan memperkenalkan jajanan pasar Pulau Jawa yang sudah agak sulit ditemukan keberadaannya kepada anak-anak melalui media visual dan cara penyampaian yang tepat, dengan harapan agar masyarakat sejak dini dapat lebih mencintai kuliner tradisional negaranya sendiri dan menjaga agar jajanan pasar yang sudah diwariskan turun temurun tidak hilang terkalahkan oleh jajanan masa kini.

Untuk merealisasikan hal tersebut maka diperlukan cara penyampaian komunikasi yang tepat sesuai sasaran kepada anak Indonesia, oleh karena itu penulis memilih penyampaian melalui buku interaktif. Dalam buku interaktif ini diberikan informasi mengenai jajanan pasar Pulau Jawa yang sudah mulai sulit ditemukan dan cara pembuatan jajanan pasar sebagai upaya pelestarian secara menarik dan tepat untuk anak.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Ditinjau kaitannya dengan bidang studi Desain Komunikasi Visual maka Penulis merumuskan beberapa masalah mengenai topik yang diangkat, yaitu sebagai berikut:

- i) Bagaimana cara yang tepat dan menyenangkan untuk menyampaikan informasi pengenalan jajanan pasar Pulau Jawa yang perlu dilestarikan kepada anak-anak?
- ii) Bagaimana merancang gaya visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang pengenalan jajanan pasar Pulau Jawa yang perlu dilestarikan kepada anak-anak?

Mengingat luasnya permasalahan dalam laporan pengantar tugas akhir ini, maka penulis membatasi permasalahan di Indonesia ini kepada anak-anak usia 5 hingga 8 tahun dari kalangan menengah ke atas dan pembatasan juga dilakukan pada penyampaian informasi tentang pengenalan jajanan pasar yang dimiliki Pulau Jawa yang perlu dilestarikan kepada anak-anak.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, maka berikut merupakan tujuan dalam memecahkan permasalahan tersebut.

- i) Merancang media interaktif untuk menyampaikan informasi jajanan pasar yang perlu dilestarikan kepada anak-anak agar mudah dipahami dan menyenangkan.
- ii) Merancang gaya visual yang disukai dan menarik bagi anak-anak untuk menyampaikan informasi pengenalan jajanan pasar yang perlu dilestarikan.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1.4.1 Sumber

Untuk memenuhi data tentang pengenalan jajanan pasar kepada anak-anak yang akan digunakan sebagai dasar pemikiran dan arahan konsep perancangan karya maka akan digali melalui observasi, kuesioner, dan studi pustaka.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

i) Observasi

Penulis datang langsung ke lokasi penjualan jajanan pasar, yaitu pasar tradisional untuk mengamati apa saja jenis jajanan pasar yang dipasarkan, bagaimana lokasi penjualan, siapa konsumen jajanan pasar, dan seberapa banyak pengunjung yang berminat membeli jajanan pasar.

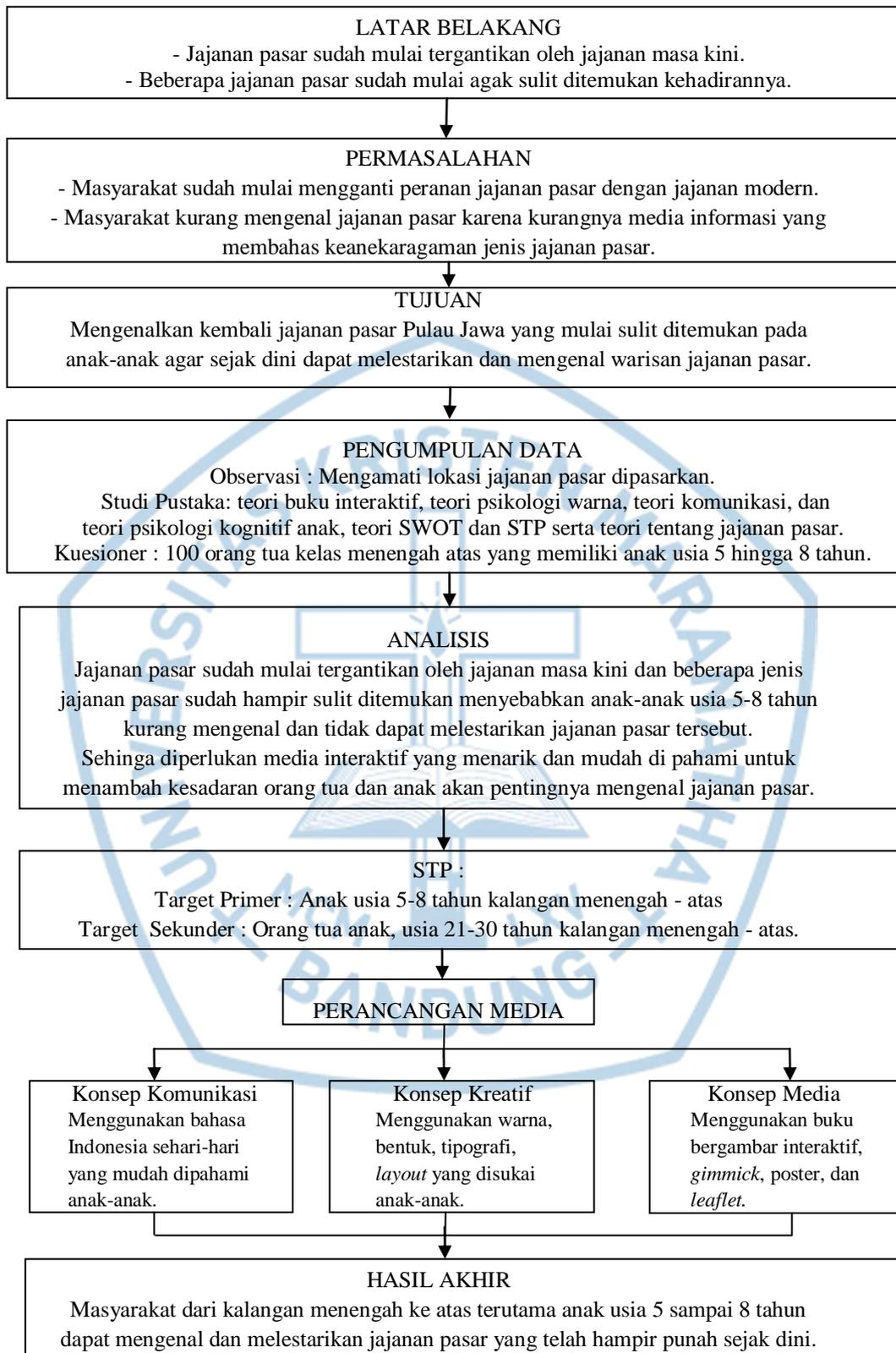
ii) Kuesioner

Kuesioner dibagikan kepada 100 orang tua kelas menengah atas yang memiliki anak usia 5 hingga 8 tahun untuk mengetahui apakah orang tua sudah memperkenalkan jajanan pasar kepada anaknya dan anak-anak sudah mengenal beberapa jenis jajanan pasar.

iii) Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk melengkapi data dan teori yang digunakan dalam perancangan buku interaktif ini seperti teori buku interaktif, teori psikologi warna, teori komunikasi, teori psikologi kognitif anak, teori SWOT dan STP.

1.5 Skema Penelitian



Tabel 1.1 Skema Penelitian