

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah Negara yang kaya, dengan beragam tradisi, budaya dan produk kuliner, lebih dari 1300 pulau dan sekitar 6000 pulau yang dihuni, lebih dari 700 bahasa, dan aneka budaya, salah satunya adalah jajanan tradisional khas daerah yang jelas akan memperkaya ragam produk kuliner yang ada. (Kementerian Pendidikan, dan Kebudayaan, <https://kemdikbud.go.id/>, 2015. 10-10-2017, 17:00)

Bandung adalah salah satu kota yang mendukung kemajuan dalam bidang Kuliner khususnya jajanan tradisional yang sangat khas, hal ini dapat dilihat dengan adanya pedagang jajanan tradisional (oleh-oleh) di Kota Bandung yang sering didatangi oleh wisatawan sebagai tempat untuk membeli oleh-oleh atau yang berjualan di pinggir jalan dan di beberapa titik di Kota Bandung yang didirikan baik oleh pihak swasta atau perorangan yang ada di Jawa Barat khususnya di Kota Bandung.

Jaman sekarang jajanan tradisional khas Jawa Barat yang dijual di Kota Bandung sudah mulai jarang ditemui, karena masyarakat generasi muda sudah mulai terpengaruh oleh hal-hal yang modern, hal ini terlihat dari para penjualnya yang sudah mulai jarang berjualan, ini menyebabkan para pedagang jajanan yang menjual produk lokal yang Sangat bersejarah di Kota Bandung mulai hilang seperti pedagang *Putu, Awug, Bandrek dan Bajigur, Es Puter, Rujak Beubeug, Ulen, Ali Agrem*, dan masih banyak yang lainnya.

Masalah yang dapat ditimbulkan dari hal ini adalah generasi muda tidak akan mengenal produk lokal dalam hal ini jajanan khas dari Kota Bandung, juga dapat menyebabkan generasi muda tidak mengenal produk lokalnya sendiri, sehingga cepat atau lambat produk - produk lokal khas daerah yang menjadi salah satu nilai kebudayaan yang di wariskan nenek moyang kita akan hilang..

Solusi yang penulis berikan adalah membuat sebuah media sebagai sarana yang menampung Informasi, promosi dan edukasi bagi wisatawan dan masyarakat generasi muda khususnya Kota Bandung agar lebih mengetahui jajanan tradisional apa saja yang ada di Kota Bandung, yang mulai hilang sebagai ikon Jawa Barat khususnya Kota Bandung itu sendiri.

1.2 Permasalahan dan RuangLingkup

Berdasarkan Pemaparan diatas, dapat dirumuskan permasalahan yang ada adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang dan menyampaikan edukasi dan informasi tentang penjual produk jajanan tradisional Kota Bandung kepada masyarakat generasi muda agar masyarakat ter-edukasi dan mengetahui informasi tentang jajanan tradisional di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

Berangkat dari permasalahan diatas, maka tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah:

1. Memberikan edukasi tentang informasi serta mengenalkan produk lokal untuk memajukan ekonomi lokal melalui sebuah media yang menghubungkan antara pedagang jajanan tradisional di Kota Bandung dengan masyarakat Kota Bandung terutama generasi muda yang mencari jajanan tradisional di Bandung, sehingga masyarakat generasi muda dapat ter-edukasi mengenai produk lokal sejak dini, dalam hal ini jajanan tradisional khas Kota Bandung.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam Mengumpulkan data yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas akhir ini penulis menggunakan teknik sebagai berikut :

1. Observasi

Pada teknik pengumpulan data ini, penulis langsung melakukan observasi salah satu tempat penjualan jajanan jalanan di Kota Bandung. Penulis mempromosikan diri sebagai *Observer* yang pasif dan aktif. Secara aktif, penulis mengamati setiap pengerjaan pembuatan jajanan jalanan ini apakah sehat dan bersih atau tidak, mulai

dari tekstur, rasa, dan bahan yang di gunakan. Secara aktif, peneliti terjun langsung ke tempat pembuatan bahan jajanan yang digunakan oleh pedagang.

2. Wawancara

Merupakan tanya jawab langsung yang dilakukan terhadap narasumber baik pedagang dan pembeli, sebelum melakukan wawancara, penulis terlebih dahulu telah membuat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan informasi-informasi yang di butuhkan untuk merancang media ini, jika terdapat informasi yang menarik dari narasumber tidak menutup kemungkinan akan muncul pertanyaan baru, dengan demikian wawancara memiliki kekuatan yaitu pertanyaan dapat dikembangkan dan *orisinalitasnya* terjamin (karena informasi diperoleh dari narasumber langsung), begitu juga dengan jawaban yang dapat bervariasi, data yang diperoleh akan memadai, realitas sangat tinggi. dalam teknik wawancara dilakukan terhadap 15 narasumber yang secara representatif mewakili golongannya.

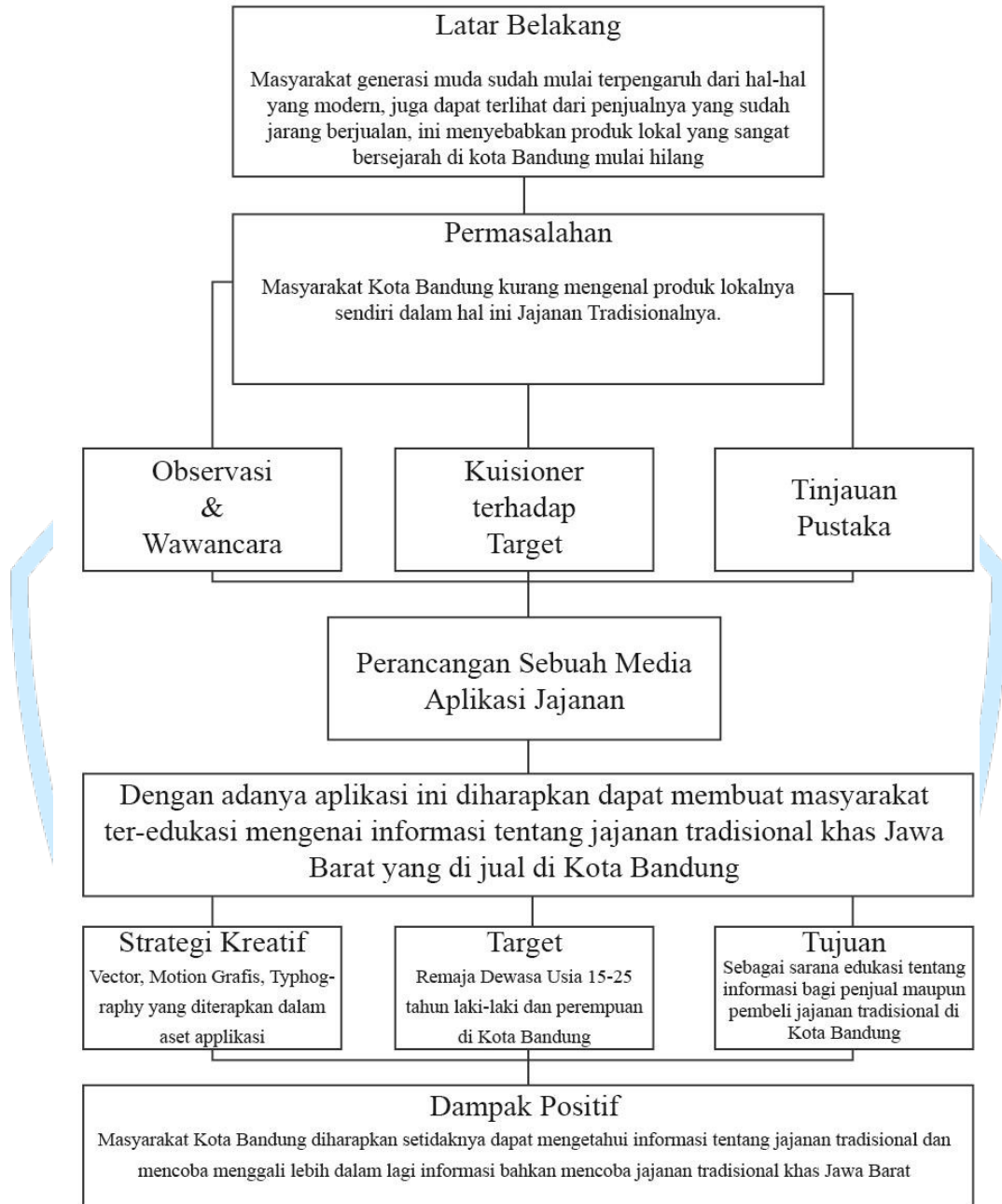
3. Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan dengan cara di bagikan secara acak kepada *audience* baik perempuan maupun laki-laki, remaja dan pemuda berumur 15 tahun sampai dengan 25 tahun. Kuisisioner berisikan pertanyaan mengenai Informasi yang di butuhkan tentang *Detail* jenis jajanan pasar yang berupa pilihan sehingga *audience* dapat menjawab lebih akurat dan tidak keluar dari *konteks* yang ditanyakan.

4. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka studi didapat dari arsip, majalah, koran, jurnal dan internet yang mendukung tugas akhir penulis. Studi pustaka juga digunakan sebagai pendukung teori, yaitu buku mengenai jenis-jenis jajanan tradisional khas Jawa Barat dan sejarah-sejarah awal Jajanan Tradisional khas Jawa Barat.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1. Skema Perancangan