

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Hidup sehat bukan berarti harus selalu makan sayuran dan buah-buahan setiap saat, atau ke mana-mana harus berjalan kaki setiap hari. Agar hidup sehat, setidaknya kita harus konsisten dalam memilih makanan sehat, lebih sering berolahraga, dan melakukan aktivitas fisik dalam rutinitas sehari-hari, serta menjaga kebersihan tubuh. Selain itu pola makan yang dikonsumsi setiap waktu menjadi salah satu faktor penentu utama dalam gaya hidup sehat yang kita cerminkan.

Dari kecil kita sudah mengenal *motto* hidup dengan konsumsi makanan 4 sehat 5 sempurna yang terdiri dari nasi, lauk pauk, sayur-sayuran, dan buah-buahan 5 sempurna adalah susu. Nasi merupakan sumber karbohidrat, lauk pauk sebagai protein, sayur-sayuran sebagai mineral dan buah-buahan sebagai vitamin. Sayuran merupakan sumber serat dan mempunyai manfaat baik untuk kondisi tubuh.

Pohon pisang merupakan salah satu tumbuhan yang kaya akan vitamin dan mineral, apabila dimanfaatkan dan diolah dengan baik. Selain sebagai salah satu tanaman yang dapat dijumpai hampir seluruh wilayah Indonesia, tanaman ini mudah dibudidayakan dan dapat menjadi sumber penghasilan. Tanaman ini dapat dimanfaatkan secara maksimal mulai dari buahnya, daunnya untuk bungkus makanan atau alas makanan, batangnya untuk dijadikan pupuk dan aneka kerajinan, kulit pisang untuk bahan produk kecantikan, dan jantung pisang bisa dimakan.

Selama ini masyarakat masih awam dalam mengolah bagian dari pohon pisang selain buahnya, sehingga stigma yang beredar jantung pisang hanya sebagai limbah yang tidak bisa dimanfaatkan atau diolah kembali sebagai makanan. Apabila kita mengetahui dengan seksama jantung pisang memiliki nilai ekonomis dan nilai gizi yang baik bagi konsumen. Sebagaimana buah pisang, jantung pisang juga memiliki

banyak kandungan nutrisi yang penting untuk tubuh manusia, di antaranya karbohidrat, protein, vitamin A, vitamin B1, vitamin C, yodium dan serat. (Mardinata dalam citizen6.liputan6.com,2016)

Salah satu kota di Jawa Barat yaitu Cimahi, terdapat industri rumahan produk makanan dengan bahan baku jantung pisang. Bahan baku jantung pisang ini diolah menjadi dendeng yang bisa dikonsumsi kapan saja, sebagai camilan ataupun menjadi lauk. Inovasi produk ini lahir dari bapak Bambang Eko Putro, SE. Industri rumahan ini berdiri dengan konsep kerja sama dengan PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat) yang beralamat di Komplek Puri Cipageran Indah Blok A 125 Cimahi, Jawa Barat dengan nama CV. Bianca pada tahun 2003.

Disini penulis ingin mempromosikan kembali produk olahan Jantung Pisang yang berasal dari kota Cimahi yaitu Dendeng Jantung Pisang melalui *rebranding* dan promosi kemasan yang dipromosikan melalui jejaring sosial, terutama instagram yang sekarang ini yang menjadi salah satu jejaring sosial yang banyak mempromosikan makanan karena fitur-fitur yang ditawarkan instagram dapat mempermudah seseorang untuk mempromosikan suatu produk.

1.2 PERMASALAHAN DAN RUANG LINGKUP

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana cara mengenalkan kembali produk DENJAPI (Dendeng Jantung Pisang) untuk target pasar di Kota Bandung ?
- b. Bagaimana menciptakan komunikasi visual yang tepat dan efektif sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membeli produk DENJAPI?

Ruang lingkup yang akan dibahas Penulis adalah mempromosikan kembali dendeng jantung pisang DENJAPI yang berasal dari Kota Cimahi melalui perancangan *rebranding* dan kemasan yang dipromosikan di jejaring sosial dan toko oleh-oleh di Bandung.

1.3 TUJUAN PERANCANGAN

Adapun tujuan penulis melakukan perancangan ini adalah:

- a. Menciptakan identitas baru dan menginformasikan produk DENJAPI kepada masyarakat di Kota Bandung.
- b. Membuat perancangan *rebranding* dan memperkenalkan DENJAPI melalui promosi yang menarik minat masyarakat untuk membeli produk DENJAPI.

1.4 SUMBER DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1.4.1 Sumber

Sumber data yang penulis gunakan untuk latar belakang masalah pada proposal ini adalah dari pemilik DENJAPI.

1.4.2 Teknik dan Pengumpulan Data

1. Wawancara

Melalui wawancara, penulis dapat mengetahui cara mempromosikan makanan DENJAPI melalui perancangan kemasan serta dapat mengetahui desain kemasan makanan yang tepat untuk kalangan menengah sampai menengah atas masyarakat Bandung. Wawancara dilakukan dengan terstruktur dan penulis mewawancarai orang yang kompeten, yaitu pembuat makanan DENJAPI di Cimahi.

2. Observasi

Observasi dilakukan secara pasif dengan cara mengamati gaya hidup masyarakat kalangan menengah sampai kalangan menengah atas di Bandung dengan cara mengunjungi mall-mall yang ada di Bandung, serta tren terkini yang sedang berlangsung di Bandung, agar perancangan kemasan makanan DENJAPI dapat menarik minat kalangan menengah sampai kalangan menengah atas masyarakat Bandung dan wisatawan Bandung agar tertarik mengkonsumsi makanan DENJAPI. Juga mendatangi langsung pembuatan produk DENJAPI di Cimahi serta toko oleh-oleh Cimahi.

3. Kuisisioner

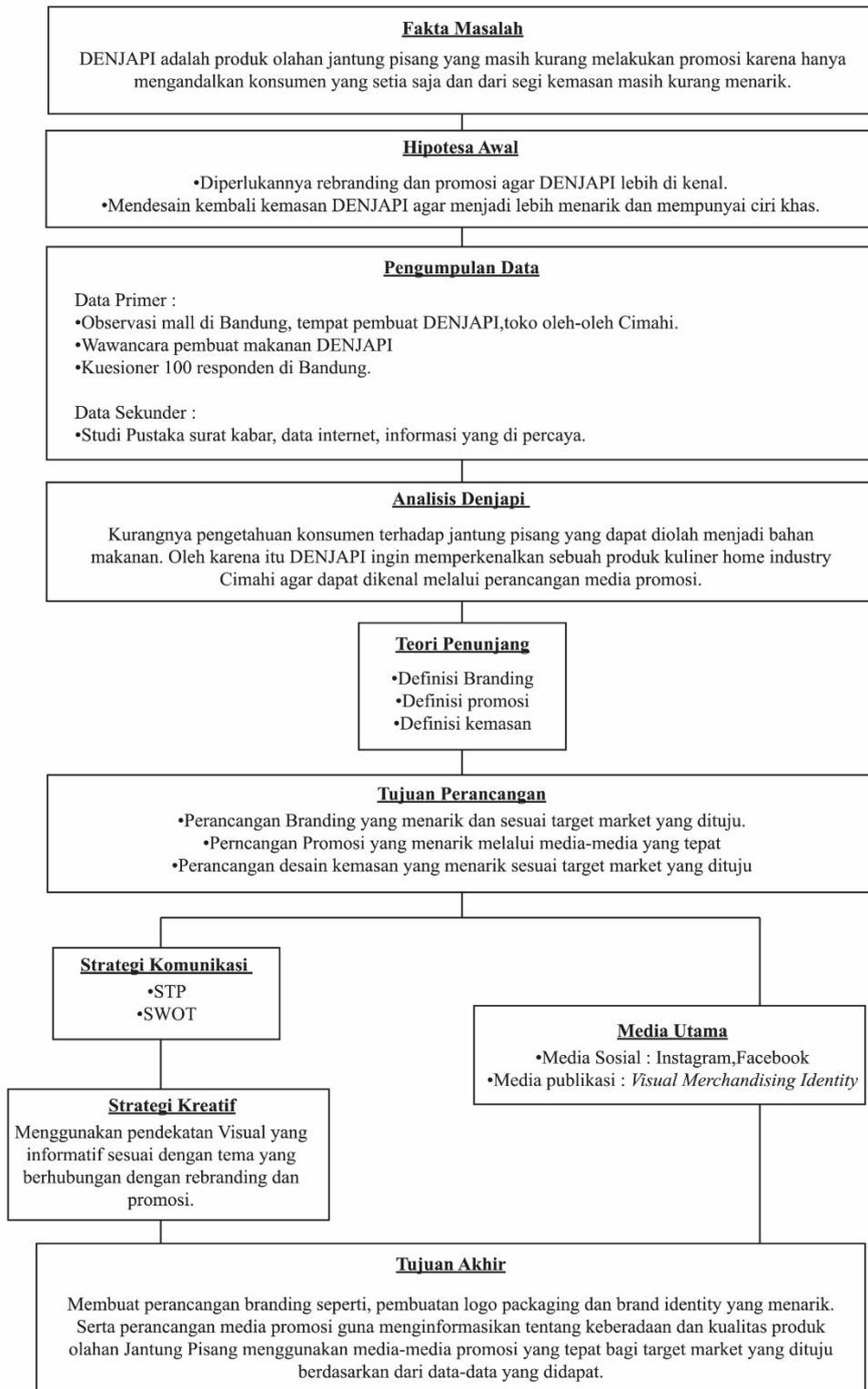
Kuisisioner berisi 15 pertanyaan yang tersebar kepada 100 responden. Yang disebarakan melalui *form online*. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data *valid* dari target yang dituju.

4. Studi Pustaka

Penulis juga mencari data yang mendukung mengenai promosi, lingkungan, perkembangan jejaring sosial dan *e-commerce*. Serta data lain yang mendukung didapat melalui surat kabar, data internet, serta informasi dari berbagai sumber yang dapat dipercaya.



1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.2 Skema Perancangan