

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia mempunyai aneka ragam kuliner yang begitu banyak dari Sabang sampai Merauke. Setiap provinsi ataupun kota pasti mempunyai makanan dan jajanan khas. Seperti pada provinsi-provinsi lainnya, provinsi DKI Jakarta mempunyai jajanan tradisional yang terbuat dari bahan-bahan alami. Hal ini seharusnya bisa dijaga sampai turun-temurun. Tetapi sayangnya, beberapa kuliner di Indonesia keberadaannya kian pudar karena arus globalisasi yang begitu pesat di bidang kuliner, termasuk kue tradisional khas Betawi yang sulit untuk bertahan di era globalisasi ini. Seperti contohnya, kue Dongkal, kue Geplak, kue Kembang Goyang, kue Akar Kelapa, dan lain-lain. Saat ini perkembangan masyarakat dengan konsep modernisasi yang akhirnya mendorong minat masyarakat untuk mengonsumsi *western food* sehingga konsekuensinya adalah makin tergusurnya makanan tradisional. Jenis-jenis makanan yang kita konsumsi juga mulai terpengaruh budaya luar. Remaja zaman sekarang lebih memilih makanan-makanan yang berasal dari luar seperti *steak*, *burger*, dan lain-lain. Mereka menganggap makanan tersebut higienis, modern, dan praktis.

Jajanan tradisional khususnya kue adalah warisan budaya yang unik, mempunyai ciri khas, namun sering terlupakan oleh masyarakat modern, terutama remaja. Makanan yang dikonsumsi untuk tiap-tiap daerah/wilayah, mempunyai ciri khas berbeda dan sudah menjadi tradisi dari masing-masing daerah tersebut. Hal ini sering kita sebut dengan makanan tradisional, karena bahannya diambil dari bahan-bahan lokal yang ada disekitar wilayah tersebut. Makanan tradisional adalah makanan dan minuman termasuk makanan jajanan serta bahan campuran yang digunakan secara tradisional dan telah lama berkembang secara spesifik di daerah tertentu (Deptan, 2002). Sedangkan makanan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, baik masyarakat perkotaan maupun pedesaan.

Jajanan pasar seperti ini hanya dapat ditemukan di pasar dimana kebanyakan remaja cenderung malas untuk pergi ke pasar. Jika kita pergi ke pasar pun, sudah banyak jenis jajanan pasar tradisional yang sudah semakin langka untuk dapat ditemukan. Selain itu juga penjual jajanan pasar semakin sedikit dan penjual tersebut hanya terdapat di beberapa tempat terutama di kota Bandung. Ciri 'ndeso' atau pedesaan pada identitas jajanan pasar telah membuatnya ditinggalkan oleh sebagian besar warga masyarakat terutama masyarakat perkotaan yang identik dengan kehidupan modern. (Alamsyah, 2005). Selain itu juga semakin sedikitnya penjual jajanan pasar dan penjual tersebut hanya terdapat di beberapa tempat terutama di kota Bandung. *Art culinary* merupakan salah satu bagian dari budaya, *culinary* mengacu pada kekayaan varietas makanan tradisional, makanan, makanan kecil/*snack* dan minuman yang mengacu pada identitas regional dan kelompok etnik tertentu (Koentjaraningrat, 1996; 103) *Proceeding of the Internatioal Conference on Tourism and Heritage Management (ICCT 1996)*, Yokjakarta, Indonesia.

Minat konsumen dalam membeli makanan merupakan hal yang penting karena minat dapat mempengaruhi seberapa besar perhatian seseorang terhadap kegiatan yang ia lakukan baik dalam pembelian makanan maupun dalam menikmati makanan tradisional tersebut. Minat juga memiliki peranan penting dalam kehidupan, aktivitas yang dilakukan oleh seorang konsumen sangat bergantung pada kuat tidaknya minat yang timbul dari dalam diri mereka. Namun pada kenyataannya setiap manusia memiliki tingkat minat yang berbeda-beda. Seorang konsumen yang memiliki minat yang tinggi terhadap makanan tradisional, maka ia akan berusaha keras untuk mencari dan membeli serta mengkonsumsi makanan tersebut. Dengan demikian banyak faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk mengkonsumsi makanan tradisional tersebut, baik faktor yang muncul dari dalam individu maupun faktor dari luar individu.

Rasa bangga dan kepedulian melestarikan budaya kurang tertanam di generasi muda Indonesia saat ini. Minat mereka untuk mempelajarinya kurang. Mereka lebih tertarik belajar kebudayaan asing. Salah satu faktor penyebabnya adalah kurangnya informasi kekayaan yang dimiliki bangsa Indonesia. Padahal Indonesia memiliki tujuh

warisan budaya, tiga di antaranya warisan budaya dunia. Tanpa kita sadari makanan-makanan tersebut juga telah menjadi menu keseharian dalam kehidupan kita. Hal ini mengakibatkan makin langkanya berbagai jenis makanan tradisional.

Dalam arus modernisasi, budaya terutama untuk masyarakat minoritas sering dipinggirkan dan dianggap remeh oleh beberapa pihak. (Sulaiman dan Saleh, 2010). Menurut hasil survei psikografis Loewe Indonesia (Palupi dalam Gardjito; 2003), makanan tradisional hanya menyentuh 20,1% dari masyarakat konsumen Indonesia. Mereka adalah yang tinggal di desa, tidak punya banyak keinginan, sederhana dengan tingkat sosial ekonomi rendah. Untuk dapat diminati kelompok konsumen yang mapan, percaya diri dan berkarakter kuat serta kelompok konsumen realistis yang merupakan 28,7% dari seluruh masyarakat konsumen Indonesia harus dilakukan upaya maksimal.

Hal inilah yang membuat kuliner khususnya kue tradisional khas Betawi perlu dilestarikan dan dijaga agar tidak hilang keberadaannya. Beberapa kue tradisional khas Betawi yang akan dikampanyekan adalah kue Dongkal, kue Geplak, kue Kembang Goyang, Cente Manis, kue Akar Kelapa, kue Biji Ketapang, kue Talam, kue Cincin, kue Cucur dan kue Sagon. Kue tradisional khas Betawi tersebut merupakan identitas sebuah daerah, maka perlu kembali dipertimbangkan bagaimana mempromosikan kuliner khas Jakarta supaya dapat bersaing dengan kuliner modern.

Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dari makalah yang saya buat, yaitu;

1. Bagaimana melakukan kampanye informasi kue tradisional kepada remaja di kota Jakarta supaya mereka tertarik untuk membeli kue tradisional?
2. Bagaimana membuat media DKV yang sesuai dan menarik sehingga dapat meningkatkan minat remaja kota Jakarta terhadap kue tradisional?

Adapun batasan atau ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas:

1. Mengaplikasikan desain pada media DKV yang sesuai dengan gaya remaja, dinamis dan tidak kaku.
2. Menggunakan teknik fotografi dan ilustrasi pada media DKV.
3. Proses perancangan media DKV untuk kue tradisional khas Jakarta sebagai sarana kampanye kue khas Betawi agar terlihat menarik dan modern sehingga dapat meningkatkan minat remaja urban terhadap kue tersebut.

Variabel yang diteliti adalah kuliner khas Betawi yaitu kue tradisional. Kue tradisional yang diteliti adalah kue Dongkal, kue Geplak, kue Kembang Goyang, Cente Manis, kue Biji Ketapang, kue Talam, kue Cincin, kue Akar Kelapa, kue Geplak, dan kue Cucur.

1.2 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Mengenalkan kue-kue tradisional khas Betawi yang jarang diketahui oleh remaja urban saat ini.
2. Membuat remaja urban lebih tertarik dengan kue tradisional Betawi.

1.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah sumber dan teknik pengumpulan data:

- a. Wawancara: Pengumpulan data ini dilakukan dengan wawancara kepada budayawan Betawi, ketua Lembaga Kebudayaan Betawi dan kepala divisi Pengembangan Produk pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta.
- b. Studi Pustaka: Studi pustaka dilakukan dengan mencari referensi dan data-data pada koran, internet, dan buku-buku. Referensi ini digunakan sebagai pedoman untuk memahami pokok permasalahan dan mencari cara pemecahan masalah yang tepat dan efektif yang berupa desain.

- c. Kuesioner: Selanjutnya akan dilakukan survei dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada remaja-remaja yang ada di DKI Jakarta dan Jawa Barat untuk validitas pernyataan dan melihat respon publik mengenai topik yang dibahas. Kuesioner juga digunakan sebagai media yang memperkuat pernyataan mengenai permasalahan.



1.4 Skema Perancangan

