

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Indonesia sudah terkenal sebagai penghasil rempah-rempah yang berlimpah dari zaman penjajahan, oleh karena itu Indonesia memiliki banyak makanan khas. Makanan khas itu sendiri adalah makanan yang dikonsumsi dalam lingkungan masyarakat tertentu, dan diturunkan secara turun-temurun. Makanan tersebut merupakan aset budaya dari nenek moyang yang harus dijaga, dan dilestarikan (Marwanti dalam Arif Setiabudi (2016:1).

Kota Bekasi merupakan kota yang terletak di daerah Jawa Barat, namun budaya yang dimilikinya adalah percampuran antara Betawi, dan Sunda namun karena letaknya yang lebih dekat dengan Jakarta membuat budaya Betawi lebih mendominasi. Kota Bekasi merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki beberapa makanan khas yang sayangnya mulai terlupakan. Banyak masyarakat yang sudah lama tinggal di Bekasi ternyata tidak tahu apa makanan dan budaya khas Bekasi (Dikutip dari www.fimela.com diakses 27 Februari 2019). Seorang budayawan Betawi bernama Yahya Adi Saputra berpendapat bahwa, Menurunkan budaya makanan khas dari generasi tua ke generasi muda saat ini semakin sulit dilakukan karena masyarakat Betawi saat ini kurang perhatian terhadap kuliner yang mereka miliki (Dikutip dari www.travel.kompas.com diakses 28 Januari 2019).

Generasi muda adalah generasi yang memiliki usia 16 tahun sampai 30 tahun menurut UU no. 40 tahun 2009 tentang kepemudaan. Para generasi muda ini memiliki persepsi terhadap makanan tradisional lebih rendah dibandingkan dengan makanan cepat saji. Hal tersebut membuat para generasi muda tidak tertarik yang kemudian tidak mengenali makanan khas daerahnya (Sempati dan Badraningsih, 2016:6).

Melihat fenomena tersebut dimana makanan khas Bekasi tidak dikenali bahkan oleh masyarakatnya sendiri maka dibutuhkan media pengenalan yang efektif tentang makanan khas Bekasi karena masih jarang ada. Salah satu media penyampai pesan yang banyak diminati saat ini adalah komik dimana pembacanya tidak mengenal kalangan usia, yaitu dari anak-anak sampai dewasa terutama komik digital. Perubahan era menjadi serba digital membuat komik kini tidak hanya dalam bentuk konvensional namun juga digital. Komik digital di Indonesia sendiri memiliki banyak pembaca menurut data dari Line Webtoon, salah satu platform komik digital pada april 2015 Indonesia menjadi pembaca komik digital

terbanyak dibanding negara lain dengan pengguna aktif sekitar 6 juta orang (Dikutip dari <https://kumparan.com> diakses pada 27 Februari 2019). Bahkan menurut ketua Asosiasi Komik Indonesia (AKSI) Faza Meonk mengatakan pada 24 April 2018 bahwa saat ini ada sekitar 13 juta orang membaca komik Indonesia melalui ponsel mereka (Dikutip dari harnas.co diakses pada 27 Februari 2019). Menurut Sweta Kartika salah seorang komikus lokal saat ini banyak yang menikmati komik Indonesia karena banyaknya orang yang sadar bahwa komik lokal tidak kalah saing dari komik luar (Dikutip dari <https://blog.ciayo.com> diakses pada 28 Januari 2019). Melihat banyaknya peminat komik digital serta belum ada yang menggunakan media komik digital untuk mengenalkan makanan khas Bekasi, penulis memutuskan komik digital sebagai media untuk mengenalkan makanan khas Bekasi.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Masyarakat Bekasi khususnya generasi muda kurang mengenal makanan khasnya karena persepsinya terhadap makanan cepat saji lebih tinggi dibanding makanan khas daerahnya.
2. Masih jarang ada media yang mengenalkan makanan khas Bekasi.

1.2.2 Perumusan Masalah

Bagaimana merancang komik digital yang efektif untuk mengenalkan makanan khas Bekasi?

1.3 Ruang Lingkup

A. Apa

Perancangan difokuskan kepada pembuatan komik digital untuk mengenalkan masyarakat terhadap makanan khas Bekasi.

B. Siapa

Target Primer perancangan adalah generasi muda usia 16-24 tahun di Indonesia terutama Bekasi.

C. Kapan

Perancangan akan dilakukan selama tugas akhir berlangsung yang dimulai pada Januari 2019.

D. Kenapa

Perancangan ini dilakukan karena anak muda di Kota Bekasi tidak mengenali makanan khas daerahnya sendiri.

E. Dimana

Pengumpulan data akan dilakukan di Kota Bekasi, sementara perancangan akan dilakukan di Kota Bandung.

1.4 Tujuan Perancangan

Untuk mengenalkan makanan khas Bekasi ke generasi muda khususnya di Bekasi.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

A. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumber datanya. Data primer juga disebut sebagai data asli, atau data baru. Berikut adalah metode yang penulis gunakan:

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung. Pengamatan tersebut dilakukan pada aspek imaji atau gambar sehingga dapat memaknai pesan yang ada di dalamnya (Soewardikoen,2013:14). Penulis akan melakukan observasi langsung di Bekasi seputar makanan khas yang berada di Bekasi.

2. Kuesioner

Daftar pertanyaan yang diberikan pada orang-orang mengenai suatu bidang yang akan, dan harus diisi oleh orang-orang tersebut yang disebut “responden”. Penulis akan membagikan pertanyaan yang berisi seputar makanan khas Bekasi.

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan dengan memiliki tujuan untuk mendapatkan data dari sumber dengan cara mengarahkan topik, dan diskusi kearah yang diinginkan dalam bentuk pertanyaan (Soewardikoen,2013: 20). Pada metode ini

penulis akan melakukan wawancara dengan metode wawancara terstruktur kepada beberapa narasumber yang terkait dengan makanan khas, dan komik.

B. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari berbagai sumber yang telah ada, atau sudah dipublikasikan kepada umum seperti buku atau dokumen. Berikut adalah metode yang penulis gunakan:

Studi Pustaka

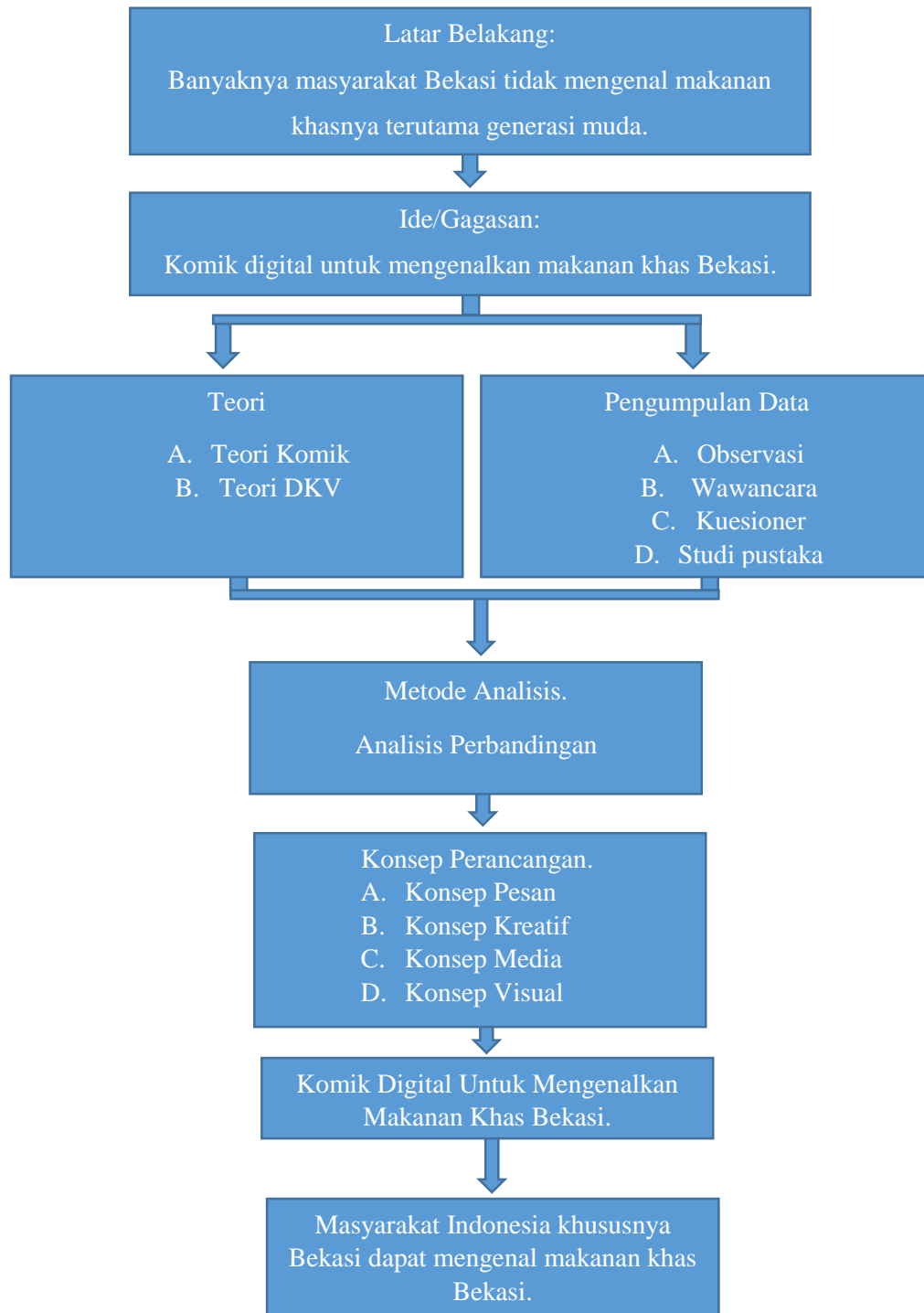
Studi Pustaka adalah proses membaca referensi untuk mengisi *Frame of mind*-nya untuk memperkuat perspektif sehingga dapat ditempatkan pada konteks (Soewardikoen,2013:6). Penulis melakukan studi pustaka terhadap hal-hal yang berhubungan dengan komik digital.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis Matriks Perbandingan

Sebuah matriks dari kolom, dan baris yang yang keduanya bisa berupa konsep atau kumpulan informasi. Prinsipnya adalah membandingkan dengan cara sejajar (Soewardikoen,2013:50). Melalui metode ini penulis membandingkan komik-komik digital yang sudah ada.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Data Pribadi)

1.7 Pembabakan

A. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, kerangka penelitian serta pembabakan dari laporan penelitian ini.

B. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai uraian studi pustaka, dan menjelaskan dasar pemikiran dari teori – teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan.

C. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti data aspek imaji, data wawancara, data kuesioner dan analisis visual, analisis kuesioner, serta penarikan kesimpulan.

D. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan konsep-konsep yang digunakan dalam perancangan, mulai dari konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual, konsep media, dan konsep bisnis seperti apa yang digunakan. Serta hasil perancangan awal dari sketsa awal hingga memasuki digital, dan berakhir pada media buku komik tersebut.

E. BAB V KESIMPULAN

Bab ini akan menjelaskan kesimpulan, dan saran dari penelitian yang dilakukan.