



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kedatangan kaum Tionghoa dari dataran Tiongkok ke Indonesia sudah diperkirakan terjadi sekitar abad 14 atau 15 masehi. Entah karena alasan politis, ekonomi atau yang lainnya, secara bertahap imigran dari Tiongkok mengalir ke Nusantara. Para imigran tersebut memulai kehidupan baru mereka di Nusantara dan mendapati mereka cocok tinggal di Indonesia.

Kekayaan alam dan budaya, serta keramah tamahan Bangsa Indonesia ternyata memikat masyarakat pendatang ini sehingga mereka akhirnya memilih untuk menetap di Indonesia. Tidak hanya menetap, banyak juga dari mereka yang menikah dengan warga pribumi. Pernikahan tersebut tak hanya menyatukan dua manusia berbeda bangsa saja, tapi juga menggabungkan ragam sosial budaya dan kuliner kedua bangsa. Kebudayaan yang lahir sebagai hasil perkawinan antar budaya inilah yang dikenal dengan kebudayaan Indo-China atau peranakan. Budaya peranakan ini disebut-sebut sebagai percampuran budaya yang paling kaya di Asia.

Secara *historis*, ternyata tidak ada satupun suku/etnis di Indonesia yang steril dari proses akulturasi asimilasi ataupun hibrida. Istilah hibrida adalah proses penyatuan dan penyesuaian aspek-aspek sosiologi dari dua etnis atau lebih misalnya budaya, bahasa, seni dan yang paling sering adalah kuliner. Proses asimilasi dan hibrida adalah hal yang sangat lumrah sekali di jaman 100 hingga

500 tahun yang lalu. Mengingat saat itu Indonesia merupakan tempat pertemuan yang paling penting di Asia Tenggara.

Proses akulturasi panjang dengan budaya dan potensi lokal ternyata berperan besar menjadikan *chinese food* bermetamorfosa menjadi nusantara *food*, sebuah kuliner khas peranakan Tionghoa yang meramu kekayaan rempah dan rasa nusantara dengan teknik dan budaya Tionghoa sehingga menjadikan rasanya khas Nusantara.

Kuliner menjadi sangat penting karena merupakan salah satu kebutuhan mendasar manusia. Para perantau yang datang sekali waktu menginginkan makanan seperti yang ada di tempat asalnya. Tetapi, tidak selalu bahan-bahan yang dibutuhkan tersedia di Indonesia. Dengan berbagai cara para perantau menyesuaikan diri dengan apa yang ada di tempat baru.

Dalam proses perjalanan sejarah suatu bangsa, hampir bisa dipastikan terjadi persentuhan budaya, akulturasi budaya yang menghasilkan ciri khas kuliner baru yang kemudian menjadi identitas bangsa itu. Alasan kuat budaya kuliner peranakan Tionghoa mudah diterima dan diserap di Nusantara adalah karna kesederhanaannya dan teknik memasak yang sangat mudah serta cepat saji. Faktanya bahwa makanan adalah kebutuhan primer setiap manusia dan perkembangan pariwisata dapat disokong melalui segi kuliner.

Melihat maraknya pengaksesan informasi melalui teknologi *gadget* dan *smartphone* yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia terutama kaum dewasa muda, maka media tersebut dapat dijadikan alat media promosi yang

efisien untuk menyampaikan informasi tentang kuliner khas peranakan Tionghoa yang ada di Bogor. Freddy H. Tulung (2013), Direktur Jendral Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika mengatakan bahwa penggunaan piranti telekomunikasi canggih ukuran genggaman (*gadget*) di Indonesia saat ini mencapai angka 240 juta unit. Angka tersebut lebih banyak di banding penduduk Indonesia yang jumlahnya di kisaran 230 juta jiwa. Adapun pengguna terbanyak pemanfaatan teknologi informasi tersebut berusia di bawah 34 tahun dan mereka paling sering mengakses internet di rumah, saat di jalan (*mobile*) dan ke kafe.

(http://ppejawa.com/ekoplasa72_densus_data_lingkungan.html)

Berdasarkan fakta yang didapat maka penulis merasa pengaplikasian sebuah media interaktif yang informatif pada *gadget* dan *smartphone* merupakan suatu bentuk media promosi baru yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai sekitar kuliner khas peranakan Tionghoa yang ada di Bogor, karena dapat diakses dengan mudah dimanapun dan kapanpun.

1.2. Rumusan Masalah

Masalah yang akan dikaji dalam proses penulisan Tugas Akhir ini adalah:

Bagaimana membuat rancangan visual media interaktif pada *gadget* yang efektif, informatif dan dapat digunakan oleh kalangan dewasa muda agar dapat lebih memudahkan memperoleh informasi serta mempromosikan kuliner khas peranakan Tionghoa yang ada di Bogor?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, pembahasan penelitian ini hanya akan dibatasi pada:

Bagaimana cara perancangan visual media interaktif pada kuliner khas peranakan Tionghoa yang hanya ada di Bogor?

Penelitian ini dimaksudkan untuk melestarikan dan mempromosikan budaya peranakan peranakan Tionghoa melalui kuliner dan memberikan pengetahuan akan kuliner peranakan Tionghoa di Bogor menjadi bertambah. Sasaran utama perancangan media promosi ini adalah orang yang tinggal di perkotaan dengan kategori umur 20 – 40 tahun dan yang ingin bernostalgia atau mengenal masakan peranakan Tionghoa yang ada di Bogor khususnya.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah:

1. Menggunakan sebuah aplikasigadget sebagai sarana media interaktif guna mempromosikan kuliner khas peranakan Tionghoa yang ada di Bogor secara efektif sesuai dengan *target audience* yang dituju
2. Mengimplementasikan rancangan desain serta elemen visual yang sistematis dan terstruktur berupa fotografi, *layouting* dan tipografi pada media interaktif yang akan ditujukan pada *target audience*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari Perancangan Media Interaktif Kuliner Khas Peranakan Tionghoa di Bogor adalah sebagai salah satu syarat penulis untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara. Serta perancangan ini dapat berguna untuk memberikan informasi kepada wisatawan domestik yang bukan berdomisili di Bogor untuk dapat mengetahui kekayaan jenis kuliner khas peranakan Tionghoa yang ada di Bogor, serta menambahkan informasi kepada wisatawan tentang kuliner peranakan dan yang terakhir dapat membantu wisatawan yang ingin mencoba ataupun bernostalgia dengan kuliner khas peranakan Tionghoa yang ada di Bogor.

The image shows a large, light blue watermark of the acronym 'UMMN' in a bold, sans-serif font, centered on the page. The watermark is semi-transparent and serves as a background for the text.