

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dikenal sebagai negara dengan keragaman dalam berbagai macam makanan khas atau makanan tradisional. Banyak makanan khas dari Indonesia ini sudah tersebar di banyak daerah di Indonesia hingga dikenal luas di mancanegara. Hal ini perlu adanya regenerasi dari waktu ke waktu untuk pelestarian makanan khas atau tradisional agar tidak punah dengan menjaga kelestarian dari makanan khas suatu daerah di tengah perkembangan makanan asing yang masuk kedalam negeri. Makanan khas atau tradisional merupakan makanan yang umumnya dimakan masyarakat tertentu dengan rasa yang khas dan diterima oleh masyarakat pada daerah tersebut (Kaplale, 2016). Makanan tradisional di Indonesia ini sangat beragam dan salah satunya yakni makanan khas Banyumas yang terletak di Jawa Tengah. Kota Satria ini dikenal memiliki banyak sekali makanan khas yang unik dan telah diwariskan secara turun temurun. Hal ini juga dapat berpotensi untuk menonjolkan daerah Banyumas ini kepada wisatawan dari luar Banyumas. Informasi mengenai makanan khas Banyumas dalam website dinas pemuda olahraga, budaya, dan pariwisata Banyumas dinilai tidak memberikan banyak informasi mengenai makanan khas atau wisata kuliner sehingga kegiatan promosi untuk makanan khas daerah Banyumas kurang disebarluaskan.

Menurut Wijaya, (2019) makanan diakui sebagai ekspresi kepribadian dan budaya yang dikenal sebagai salah satu aspek wisata budaya. Makanan dianggap sebagai penerapan budaya yang membedakan satu budaya dengan yang lain seperti perbedaan bahan dasar pembuatan pangan, cara menyimpan, penyiapan, proses memasaknya, serta penyajian. Beberapa contoh dari makanan khas Banyumas yakni getuk goreng dan mendoan ini lah yang menjadi makanan yang banyak dikenal oleh masyarakat luas. Disamping itu masih banyak makanan khas Banyumas yang kurang dikenal dan hanya dikenal oleh generasi tertentu, dan juga

sulit ditemukan seperti templek dan nopia dikarenakan banyak dari generasi muda saat ini lebih memilih makanan asing daripada makanan tradisional yakni karena rendahnya nilai gengsi yang dimiliki makanan tradisional (Adiasih et al., 2015). Permasalahan lainnya yang terjadi yakni karena kurangnya media informasi sebagai kegiatan promosi makanan khas Banyumas yang sudah dipertahankan selama ini secara turun temurun yang juga mencerminkan karakter dari masing-masing daerahnya.

Dari permasalahan diatas dimana banyak masyarakat yang lebih mengenal makanan asli daerah Banyumas yang populer saja dan kurang mengetahui makanan khas lainnya karena kurangnya media informasi yang membahas mengenai makanan khas dalam bentuk promosi ataupun sekedar pengenalan akan makanan tradisional Banyumas. Sehingga penulis merasa bahwa penting dalam merancang media informasi dalam mengenalkan makanan khas Banyumas serta sejarah dan budaya dari Banyumas yang dirancang dengan bentuk visual yang mudah dipahami. Media informasi yang ingin dirancang ini disesuaikan untuk rentang usia 18 hingga 21 tahun, dimana remaja pada masa ini sudah lebih stabil dan matang keadaan emosinya daripada masa remaja awal (Paramitasari & Alfian, 2012). Sehingga pendekatan yang dilakukan dalam penyampaian informasi mengenai makanan khas dapat lebih mudah tersampaikan dan efektif. Dengan membangun pengetahuan remaja akhir akan makanan khas banyumas ini juga diyakini dapat berpengaruh terhadap menarik minat di daerah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun diatas penulis menemukan sebuah masalah yakni:

- 1.2.1 Bagaimana perancangan sebuah media informasi tentang makanan khas Banyumas yang efektif dan menarik untuk remaja akhir?

1.3 Batasan Masalah

Pada perancangan media informasi tentang makanan khas Banyumas ini memiliki batasan masalah yang dibuat agar tujuan dari perancangan dapat efektif

dan sampai kepada target. Hal ini digunakan untuk membatasi pembahasan dari topik yang akan dibahas agar tidak melebar dan tetap fokus sesuai dengan penjabarannya. Berikut batasan masalah ini:

1.3.1 Perancangan media informasi mengenai makanan khas Banyumas dengan penyusunan tata bahasa dan ilustrasi yang efektif serta mudah dipahami oleh remaja akhir usia 18-21 tahun.

1.3.2 Segmentasi

1. Batasan Demografis

- a. Jenis kelamin: Perempuan dan Laki-laki
- b. Usia: 18-21 tahun (Rentang usia remaja akhir sesuai dalam jurnal penelitian Psikologi Pendidikan dan Perkembangan)
- c. Pendapatan: SES B - C (Upah Minimum Kabupaten Kota Banyumas tahun 2021 sebanyak Rp1.970.000 sesuai data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah)
- d. Pekerjaan: Pelajar dan Mahasiswa
- e. Agama: Semua Agama
- f. Etnis: Jawa (Mayoritas etnis di Banyumas)

2. Batasan Geografis

- a. Negara: Indonesia (Sekunder)
- b. Wilayah (kota): Banyumas (Primer)

3. Batasan Psikografis

Remaja yang menyukai makanan khas daerah, tertarik dengan bidang budaya dan dengan keragaman makanan khas Banyumas.

4. Batasan Behavioural

Remaja yang hanya menyukai makanan yang sedang trend dan kurang mengenal makanan khas daerah tetapi memiliki ketertarikan untuk melestarikannya.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir ini yakni untuk melakukan sebuah perancangan media informasi tentang makanan khas Banyumas untuk remaja akhir yang dapat meningkatkan kepekaan untuk melestarikan makanan khas daerah Banyumas. Informasi disampaikan dalam bentuk perancangan media informasi tentang makanan khas Banyumas.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi penulis

Penulis dapat membuat media informasi yang baik sesuai dengan aturan desain dan penempatan desain pada media yang efektif melalui data yang sudah diperoleh oleh penulis. Sehingga dapat mengerti berbagai proses dalam membuat media informasi agar dimasa depan dapat menjadi bekal di dunia desain.

2. Bagi masyarakat

Masyarakat mendapatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai informasi seputar makanan khas suatu daerah yakni Banyumas melalui media informasi ini.

3. Bagi universitas

Untuk universitas diharapkan agar penulisan ini berguna sebagai informasi tambahan bagi mahasiswa lain yang sedang mencari data dengan topik yang bersinggungan dengan apa yang dibuat penulis.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A