



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

Keberagaman masyarakat Indonesia membentuk harmonisasi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Salah satu etnis yang telah menjadi bagian penting bangsa Indonesia adalah ras Tionghua. Berdasarkan hukum NKRI sebagaimana yang tertera pada pasal 2 UU Nomor 12 Tahun 2006 tentang Kewarganegaraan Republik Indonesia, etnis Tionghua telah diakui sebagai salah satu suku dalam lingkup nasional Indonesia.

Tradisi makanan khas hari raya Tionghua merupakan salah satu budaya Tionghua yang sudah ada sejak zaman dulu. Diakses budayationghua.net pada tahun 2012, Cangianto (seperti dikutip Setianingrum, 2012) pada seminar “Mengenal Agama Hua”, makanan khas hari raya Tionghua dimakan bersama-sama dengan keluarga yang sedang berkumpul dan menjadi simbol kebersamaan. Selain itu Cangianto juga menyebutkan bahwa selain menjadi pengekspresian diri, makanan bagi orang Tionghua dianggap sebagai bentuk penghormatan kepada orang lain. Tradisi makanan dan upacara Tionghua tidak dapat dipisahkan dan merupakan sebuah kesatuan.

Moey (2006) menjelaskan salah satu tradisi penting pada hari raya Tionghua adalah tradisi berkumpul bersama dalam menyantap hidangan. Tradisi menyantap makanan yang disajikan pada hari raya ini merupakan kombinasi dari simbol dan keberagaman rasa, perayaan keagamaan, dan kesenangan duniawi

(hlm.10). Mercia, Angelina dan Lim (2012) menyebutkan seiring dengan zaman, tradisi makanan Tionghua juga turut berkembang dan berakulturasi dengan budaya setempat. Sejarah tersebut mendasari perubahan kebiasaan serta makanan yang dikonsumsi pada hari-hari raya Tionghua tertentu (hlm. 2).

Berdasarkan Haslam (2006), masyarakat memiliki kecenderungan lebih menyukai membaca sesuatu melalui buku dibandingkan menggunakan teknologi digital. Hal ini dikarenakan membaca melalui buku lebih nyaman dibandingkan membaca dari layar (hlm.12). Selain itu, penambahan ilustrasi dalam sebuah buku dapat membuat isi buku lebih jelas dan mudah dicerna serta menjadikan konten buku lebih menarik. Menurut Male (2007), dalam menceritakan sebuah sejarah, dibutuhkan adanya visual pendukung berupa ilustrasi. Meskipun foto juga dapat memberikan gambaran mengenai sejarah yang ada, namun melalui ilustrasi, sebuah sejarah lebih terlihat dengan detail dan jelas (hlm. 98).

Namun tradisi makanan khas hari raya ini cenderung tidak diketahui oleh anak muda keturunan Tionghua di Indonesia. Berdasarkan analisis data kuesioner yang didapatkan, pengetahuan mengenai makanan khas hari raya Tionghua pada kalangan anak muda minim. Pembuatan buku ilustrasi ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mengajak anak muda dalam menghayati lebih dalam kebudayaan ini.

Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk membuat sebuah perancangan buku ilustrasi tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia bagi usia 18-

25 tahun dengan harapan dapat melestarikan serta mengedukasi anak muda keturunan Tionghua di Indonesia mengenai tradisi Tionghua ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, penulis merumuskan pertanyaan sebagai berikut: Bagaimana strategi perancangan buku ilustrasi tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia bagi usia 18-25 tahun?

1.3. Batasan Masalah

Dalam merancang buku ilustrasi tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia, penulis menentukan batasan masalah sehingga fokus dan tidak meluas dari pembahasan. Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa diperlukan adanya penyeleksian sasaran sebagai bentuk komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien. Penyeleksian tersebut dibagi menjadi *segmenting* dan *targeting*. *Segmenting* adalah pengelompokan sasaran menjadi beberapa bagian, terutama geografis, demografis, dan psikografis. Sedangkan *targeting* adalah sekumpulan orang atau pembeli yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang serupa. (hlm. 190-201).

1. *Segmenting*

- a. Geografis : Jakarta dan Tangerang
- b. Demografis :
 - i. Usia : 18 - 25 tahun
 - ii. Gender : laki-laki dan perempuan
 - iii. Pendapatan : Rp.6.000.000,- ke atas

(kelas menengah atas hingga kelas atas)

- iv. Nasionalitas : masyarakat Indonesia terutama keturunan Tionghua
- c. Psikografis : suka membaca buku, suka kuliner, tertarik dengan kebudayaan Tionghua

2. *Targeting*

- a. Target primer : anak muda Indonesia keturunan Tionghua dengan rentang usia 18-25 tahun
- b. Target sekunder : anak muda Indonesia keturunan non Tionghua dengan rentang usia 18-25 tahun

1.4. **Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan penulis melakukan perancangan buku ilustrasi tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia bagi usia 18-25 tahun ini adalah mengetahui strategi perancangan buku ilustrasi tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia dengan harapan dapat memberikan pengetahuan mengenai tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia.

1.5. **Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dari perancangan buku ilustrasi tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia bagi usia 18-25 tahun ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Melalui perancangan tugas akhir ini, penulis dapat mengetahui secara pasti informasi mengenai kebudayaan Tionghua khususnya tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia. Selain itu, penulis juga belajar cara membuat

sebuah karya buku ilustrasi yang menarik. Penulis juga mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara melalui perancangan buku ilustrasi ini. Perancangan tugas akhir ini juga menjadi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana desain (S.Ds.).

2. Bagi Masyarakat Indonesia (Target)

Manfaat bagi masyarakat Indonesia adalah diharapkan melalui perancangan tugas akhir ini dapat mengedukasi serta memberikan informasi dan pengetahuan mengenai tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia bagi anak muda di Indonesia. Selain itu, buku ilustrasi ini diharapkan dapat meningkatkan minat dan menjadi dorongan bagi anak muda Indonesia khususnya keturunan Tionghua dalam mempelajari lebih lanjut tradisi yang ada dan melestarikannya kepada generasi selanjutnya.

3. Bagi Universitas

Manfaat bagi universitas adalah tugas akhir perancangan buku ilustrasi tradisi makanan khas hari raya Tionghua di Indonesia bagi usia 18-25 tahun dapat menjadi motivasi dan referensi bagi mahasiswa angkatan selanjutnya terutama mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual dalam merancang buku khususnya buku ilustrasi.