



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 Masalah

Indonesia memiliki kekayaan akan berbagai jenis makanan tradisional yang diujakan di pasar yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satu dari makanan tradisional Indonesia adalah kue-kue tradisional yang biasanya disebut dengan istilah “jajanan pasar” di kalangan masyarakat. Jajanan pasar merupakan salah satu ciri khas budaya Indonesia berupa kue tradisional yang berasal dari daerah-daerah yang berbeda. Pada umumnya, jajanan terbagi menjadi dua jenis, yaitu kue kering dan kue basah dengan bahan dasar tepung yang berbeda-beda. Seperti istilahnya, jajanan pasar banyak ditemukan di pasar tradisional yang tersebar di Indonesia.

Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern, tren baru terus bermunculan, masyarakat cenderung mengikuti tren baru yang terus berubah agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Salah satu produk kue yang berkembang adalah kue-kue bergaya Barat. Kemunculan kue-kue dari negara asing ini lebih menarik perhatian generasi muda seperti anak-anak yang mengikuti tren baru sehingga mudah melupakan makanan seperti jajanan pasar dari negara sendiri. Karena itu, kue-kue tradisional dari Indonesia seperti jajanan pasar semakin tidak diminati dan dilupakan oleh masyarakat. Hal tersebut membuat jajanan pasar terancam punah dan masyarakat terutama generasi-generasi muda tidak mengetahui keberadaan jajanan pasar. Selain itu, generasi muda yang merupakan anak-anak jarang terlihat berkunjung ke pasar. Berdasarkan observasi pada pasar modern Paramount dan

pasar modern Sinpasa, para pelanggan yang terlihat berkunjung hanya orang dewasa saja. Pelanggan yang merupakan anak-anak tidak terlihat di dalam kedua pasar tersebut. Sebaliknya, anak-anak lebih sering berkunjung ke pasar swalayan. Berdasarkan observasi yang dilakukan di pasar swalayan yang berada di AEON Mall, makanan yang merupakan kue-kue tradisional khas jajanan pasar Indonesia tidak diujakan di sana. Hal ini menghambat penyebaran jajanan pasar sehingga generasi muda tidak mengetahui tentang jajanan pasar yang memiliki banyak variasi.

Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah media yang dapat membantu untuk menyebarkan wawasan mengenai jajanan pasar khususnya untuk generasi muda yaitu anak-anak berusia 8-11 tahun. Menurut Piaget (seperti yang dikutip Latuaji, 2008) pada usia ini cara berpikir anak-anak mulai berkembang. Sebab anak-anak memasuki tahap bermain ketiga, yaitu *Social Play Games with Rules*. Berdasarkan tahap tersebut, permainan yang paling cocok untuk anak-anak umur 8-11 tahun adalah *board game*. Sebab selain untuk hiburan, *board game* memiliki keunggulan yaitu membuat para pemain untuk bersosialisasi secara langsung di tempat yang sama dalam waktu yang sama. Karena itu, *board game* dibutuhkan oleh anak-anak sebagai permainan yang membantu anak dalam bersosialisasi. Banyak *board game* yang telah dibuat dengan tujuan sebagai media hiburan dan edukasi. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk merancang sebuah *board game* yang berfungsi untuk mengenalkan jajanan pasar sekaligus media bermain yang menarik.

N U S A N T A R A

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan oleh penulis, penulis mengajukan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana merancang *board game* yang berfungsi mengenalkan jajanan pasar kepada anak-anak?

1.3. Batasan Masalah

Agar perancangan ini tidak menyimpang dari tujuan yang sudah direncanakan dari awal sehingga mempermudah penulis untuk mendapatkan informasi serta data yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan-batasan masalah yakni sebagai berikut:

1. Keseluruhan proses perancangan ini terfokus pada desain *game* dan desain visualnya.
2. Media yang akan dirancang merupakan *board game*.
3. Visual yang didesain pada *board game* berbasis 2D.
4. Target audiens:
 - a. Geografis
 - 1) Primer: Jabodetabek
 - 2) Sekunder: Indonesia
 - b. Demografis
 - 1) Usia: 8 tahun - 11 tahun
 - 2) Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan
 - 3) Tingkat ekonomi: menengah ke atas

- 4) Tingkat pendidikan: Sekolah Dasar (SD)
- c. Psikografis
- 1) Anak laki-laki dan perempuan yang memiliki rasa ingin tahu tinggi
 - 2) Anak laki-laki dan perempuan yang menyukai hal-hal baru
 - 3) Anak laki-laki dan perempuan yang jarang berkunjung ke pasar
5. Salah satu jenis jajanan pasar yang diperkenalkan adalah kue basah saja.
 6. Jumlah jenis kue basah disesuaikan dengan kebutuhan dalam *board game*, yaitu 10 jenis kue.
 7. Kue basah yang dipilih adalah kue basah yang lebih terkenal khas di seluruh Jawa.
 8. Konsep yang digunakan bertujuan untuk mengenalkan nama dari berbagai macam kue basah yang merupakan jajanan pasar kepada anak-anak.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, penulis menentukan tujuan dari penelitian ini, yakni:

1. Untuk merancang *board game* yang berfungsi mengenalkan jajanan pasar kepada anak-anak.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat memberi manfaat, yakni sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Untuk menambah ilmu pengetahuan penulis tentang *board game* dan jajanan pasar.
 - b. Sebagai pengalaman bagi penulis dalam merancang suatu *board game* dengan menerapkan ilmu yang dikuasai selama perkuliahan.
 - c. Untuk membantu proses perancangan *board game* yang mengenalkan jajanan pasar.
 - d. Untuk menempuh tugas akhir yang menjadi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bagi Universitas
 - a. Sebagai bahan referensi para mahasiswa untuk melakukan penelitian selanjutnya.
 - b. Mengembangkan informasi lebih lanjut yang akan menjadi wawasan baru bagi para mahasiswa.
3. Bagi Masyarakat
 - a. Sebagai sumber wawasan mengenai *board game* dan jajanan pasar.
 - b. Mengenalkan jajanan pasar kepada anak-anak berusia 8 tahun ke atas.
 - c. Meningkatkan kesadaran anak-anak akan jajanan pasar sebagai identitas budaya Indonesia.

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