

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jajanan tradisional saat ini hampir terasingkan dan kurang diminati oleh warga Surabaya khususnya anak-anak karena munculnya berbagai macam jajanan modern. Hal ini terjadi karena kurangnya kesadaran warga lokal untuk menghargai dan melestarikan produk yang asli dari daerah Surabaya. Jajanan tradisional termasuk salah satu budaya yang harus dilestarikan, oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang buku ilustrasi karakter jajanan tradisional Surabaya guna meningkatkan minat anak pada produk lokal.

Perancangan buku ilustrasi dengan mengubah jajanan tradisional ke bentuk karakter diharapkan dapat lebih mudah menarik minat anak-anak untuk membaca dan mengerti akan keberadaan jajanan tradisional khas Surabaya, sehingga produk lokal akan mampu bersaing dengan produk-produk modern.

Dalam Kamus Bahasa Indonesia (Eko, 2006:88), pelestarian berasal dari kata dasar *lestari* yang artinya tetap selama-lamanya tidak berubah. Lalu, dalam kaidah penggunaan Bahasa Indonesia, kata kunci *lestari* ditambah awalan ke- dan akhiran –an, maka yang dimaksud pelestarian adalah upaya untuk membuat sesuatu tetap selama-lamanya, dapat didefinisikan sebagai upaya untuk mempertahankan sesuatu agar tetap sebagaimana adanya.

Pengertian makanan/jajanan adalah produk pangan yang siap hidang atau yang langsung dapat dimakan. Makanan biasanya dihasilkan dari bahan pangan

setelah terlebih dahulu diolah atau dimasak (Soekarto, 1990), sedangkan yang termasuk makanan/jajanan tradisional adalah makanan (termasuk jajanan) dan minuman serta bahan-bahan campuran (*ingredient*), yang secara tradisional telah digunakan dan berkembang di daerah atau masyarakat Indonesia (Anonim, 1996).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan pada tahun 1988 terbukti bahwa makanan/jajanan yang sifatnya informal ini ternyata memberi kontribusi yang tidak sedikit terhadap perekonomian. Tiga puluh persen kebutuhan rumah tangga dipenuhi dari makanan/jajanan, (Hubeis, 1995:44). Makanan/jajanan tradisional merupakan makanan yang biasa dimakan sejak beberapa generasi, terdiri dari hidangan yang cocok dengan selera, tidak bertentangan dengan agama, kepercayaan masyarakat setempat, dan terbuat dari bahan makanan serta bumbu-bumbu yang tersedia di daerah setempat (Sastroamidjojo, 1995:3).

Jajanan tradisional adalah bagian dari budaya dari setiap kota di Indonesia dimana jajanan itu berada. Di tengah maraknya jajanan modern di Surabaya yang menyajikan berbagai macam-macam pilihan, jajanan tradisional khas Surabaya mulai terlupakan di kalangan anak-anak, selain itu orang tua tidak lagi mengenalkan tentang jajan pasar, sehingga dari waktu ke waktu peminat jajan tradisional semakin memudar (Alamsyah, 2006:7). Setiap kota di Indonesia memiliki jajanan tradisional khas dari daerahnya masing-masing, tidak terkecuali dengan kota Surabaya. Surabaya adalah ibu kota dari provinsi Jawa Timur yang juga memiliki ciri khas tersendiri sebagai identitas dan pembeda dengan kota lainnya di Jawa Timur.

Surabaya memiliki beberapa jajanan tradisional yang seharusnya dilestarikan agar menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun asing yang sedang berlibur ataupun sekedar berkunjung. Setiap Jajanan tradisional selalu memiliki resep, bahan dasar, cara membuat dan cara menyajikan yang berbeda-beda.



Gambar 1.1 Jajanan Tradisional

Sumber: <http://ncc-indonesia.com/2013/12/jajan-pasar-tampah/>

Dalam buku “Monggo Dipun Badhog” karangan Dukut Imam Widodo, ada beberapa jajanan yang khas Surabaya, antara lain: mageli, juwawat, roti benthel, lempang-lempung, dumbleg, grobyak, bongko, gebedel, grobyak, jemunek, onde-onde, nogosari, klanthing, klepon, cucur, getas, cara bikang, jongkong, mendut, kue lumpur, nogosari, blendung, kue perut ayam, bubur, dll. Beberapa dari jajanan tradisional tersebut tidak asli dari Surabaya, namun memiliki pengaruh dari daerah lain. Jajanan tradisional perlu dilestarikan dengan cara yang unik dan beda agar dapat menarik minat warga surabaya untuk mengetahui lebih dalam tentang produk lokal khususnya bagi anak-anak yang

lahir di era *modern* ini, selain itu jajanan tradisional harus dijaga keasliannya agar tidak diakuisisi oleh negara lain.

Anak-anak yang tumbuh di era *modern* sangat kurang pengetahuannya tentang produk lokal khususnya jajanan tradisional, mereka lebih berminat untuk mengkonsumsi jajanan-jajanan siap saji atau makanan ringan yang sudah berlabel. Pada psikologi perkembangan dinyatakan pada rentang kehidupan manusia khususnya anak-anak ada yang disebut masa keemasan yang dikenal sebagai masa peka. Hal ini dipertegas oleh Piere Duquet (1953: 41) bahwa: *“A children who does not draw is an anomaly, and particularly so in the years between 6 an 10, which is outstandingly the golden age of creative expression”*. Anak-anak di usia 7-9 tahun lebih peka untuk mengingat tokoh atau karakter yang mereka lihat.

Jajanan tradisional ataupun *snack* ringan lebih menarik perhatian anak-anak karena memiliki promosi dan desain kemasan yang menarik, dengan berbagai macam pilihan rasa ditambah desain dari jajanan itu sendiri semakin membuat jajanan tradisional kalah saing.



Gambar 1.2 Jajanan Modern

Sumber: http://www.tokomesin.com/6_Pilihan_Mesin_Pengemas_Makanan_Ringan.html

Ketidaktertarikan anak-anak terhadap produk lokal disebabkan oleh tidak adanya pengenalan jajanan tradisional kepada mereka. Jajanan tradisional juga merupakan suatu budaya yang memiliki keanekaragaman bergantung dari daerah asalnya. Saat ini jajanan tradisional sudah kehilangan identitas atau kurang populer di kalangan anak-anak.

Perancangan sebuah karakter untuk setiap jajanan tradisional khas surabaya diharapkan dapat menarik minat anak-anak pada produk lokal, karena diusianya yang terbilang masih dini, mereka akan lebih tertarik dengan hal-hal yang mudah dicerna, misalnya gambar kartun, gambar karakter, gambar maskot dan sebagainya. Anak-anak akan lebih mudah untuk tertarik dan mempunyai rasa ingin tahu terhadap produk lokal jika disajikan dengan sesuatu yang unik dan beda dari biasanya.

Karakter dalam bentuk visualnya dapat juga disebut sebagai maskot. Menurut Wheeler (2009:46), maskot merupakan salah satu elemen (*pictorial mark*) dari *brand identity*. Maskot adalah personifikasi dari *brand* dalam wujud karakter tertentu dengan sifat dan ciri khas yang mewakili *brand* tersebut. Maskot adalah alat komunikasi sekaligus diferensiasi yang dapat menjadi suatu media promosi yang efektif dalam konteks “*awareness*” di waktu dekat, dan “*loyalty*” di jangka panjang. Maskot merupakan media motivator yang mampu menjembatani antara *brand* dengan target *audiens*. Maskot yang efektif adalah maskot yang mampu menggambarkan sebuah kota, filosofi, membawa gambaran visi dan misi, serta mampu menjadi bagian dari dari publik itu sendiri.

Melalui buku ilustrasi, anak-anak akan lebih mudah mencerna dan memahami bagaimana bentuk karakter jajanan tradisional khas Surabaya. Gambar ilustrasi merupakan gambar yang sifatnya menerangkan atau visualisasi dari suatu uraian, baik berupa berita, cerita, karangan atau naskah. Gambar untuk membantu memperjelas isi buku, atau karangan (Alwi, 2002:425). Gambar ilustrasi juga merupakan gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan (Kusmiyati, 1999:46). Penelitian jajanan tradisional dengan media gambar ilustrasi merupakan bentuk *visual* dari teks atau kalimat dengan tujuan memperjelas *audience* yang secara umum belum dapat membaca dengan lancar, maka gambar ilustrasi dapat menerangkan secara umum karakter atau keseluruhan informasi tentang tata cara dan cerita mengenai jajanan tradisional.

Media-media informasi dapat berbentuk digital maupun cetak (*hardcopy*). Salah satu media informasi adalah buku. Menurut Muktiono (2003:2) Buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangunan watak Bangsa. Buku adalah sarana informasi yang efektif karena buku dapat memuat informasi yang lebih lengkap jika dibanding dengan media informasi lainnya. Hal ini dikarenakan buku dapat berisi gambar (*visual*) dan tulisan-tulisan (*verbal*) yang dapat membantu masyarakat dalam menerima dan mengingat informasi yang ada.

Melalui perancangan karakter dari jajanan khas surabaya, produk lokal akan lebih populer dikalangan anak-anak dan dapat bersaing dengan jajanan *modern*, selain itu warga surabaya akan lebih menghargai budaya yang mencerminkan ciri khas dari daerah asalnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana merancang buku ilustrasi karakter jajanan tradisional khas Surabaya dengan teknik vektor guna meningkatkan minat anak pada produk lokal ?”

1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka ditentukan batasan-batasan pemasalahan agar penulisan ini lebih fokus dan tidak meluas. Batasan-batasan masalah tersebut antara lain :

- a. Perancangan ini difokuskan pada 6 jajanan tradisional khas Surabaya yaitu cucur, cara bikang, kue jongkong, kue lumpur, klanting, dan kue perut ayam.
- b. Karakter jajanan tradisional yang dirancang berbentuk kartun.

1.4 Tujuan

Di dalam pembuatan tugas akhir ini penulis harus mempunyai tujuan. Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan tugas akhir ini adalah:

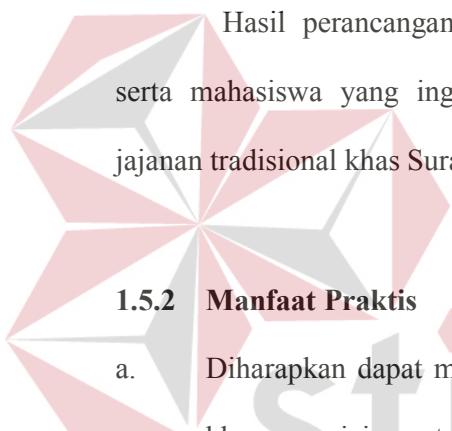
- a. Untuk merancang buku ilustrasi karakter jajanan tradisional khas Surabaya guna meningkatkan minat anak pada produk lokal.

- c. Untuk merancang karakter jajanan tradisional khas Surabaya yaitu cucur, cara bikang, kue jongkong, kue lumpur, klanting, dan kue perut ayam.
- b. Untuk merancang karakter jajanan tradisional berbentuk kartun.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari perancangan karakter jajanan tradisional khas Surabaya ini adalah agar dapat menambah minat warga Surabaya khususnya anak-anak terhadap produk lokal.



1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Diharapkan dapat memperkaya khazanah buku-buku berbasis tradisional, khususnya jajanan tradisional khas Surabaya.
- b. Diharapkan dapat menjadi salah satu media yang bisa melestarikan budaya lokal sekaligus memberikan informasi kepada warga lokal tentang jajanan tradisional khas Surabaya.

INSTITUT BISNIS
& INFORMATIKA
SIKOM
SURABAYA