

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kuliner merupakan suatu istilah yang sering digunakan dalam menyebut sebuah olahan makanan atau masakan. Selain itu pengertian kata kuliner juga diartikan sebagai suatu proses pembuatan makanan. Istilah kata kuliner berasal dari bahasa Inggris yaitu *cullinary*, yang berarti teknik memasak, mempersiapkan, dan menyajikan makanan [1]. Selain itu ada juga wisata kuliner, yaitu suatu kegiatan mengunjungi suatu daerah atau lokasi yang menyajikan makanan tradisional untuk mendapatkan pengalaman kuliner baru [2]. Di Banyumas terdapat beberapa wisata kuliner yang menyajikan makanan khas daerahnya, salah satunya yaitu Nopia dan Mino. Kampoeng Nopia Mino merupakan salah satu wisata kuliner sekaligus sentra produksi Nopia dan Mino.

Nopia pertama kali dipopulerkan oleh keluarga Tionghoa yang tinggal di Banyumas pada sekitar tahun 1880, namun akhirnya banyak penduduk lokal Banyumas yang memproduksi Nopia [3]. Meskipun bukan kuliner asli nenek moyang Banyumas, Nopia tetap melekat dan menjadi kuliner khas Banyumas. Sedangkan Mino sendiri merupakan kependekan dari “Mini Nopia” yang merupakan inovasi yang dikembangkan oleh penduduk Banyumas [4]. Saat ini di Banyumas terdapat beberapa sentra produksi dari Nopia dan Mino di daerah kota lama Banyumas. Salah satu sentra produksi dari Nopia dan Mino yang terdapat di Desa Pekunden yaitu Kampoeng Nopia Mino.

Bermula dari Bapak Syam Sakir pada tahun 1960, pada awalnya beliau memproduksi Nopia dan Mino yang kemudian dijual hingga akhirnya ramai pembeli. Hal tersebut membuat banyak warga setempat ikut membantu dalam membuat Nopia dan Mino, yang akhirnya banyak warga yang memproduksi Nopia dan Mino sendiri-sendiri. Hingga saat ini terdapat 21 produsen Nopia dan Mino dari 110 kepala keluarga yang berada dalam satu dusun. Hal tersebut membuat Desa Pekunden menjadi sentra produksi Nopia dan Mino yang memiliki

produsen terbanyak dibandingkan dengan sentra produksi lain yang berada di daerah kota lama Banyumas.

Kampoeng Nopia Mino sendiri merupakan sebuah wisata kuliner sekaligus sentra produksi dari Nopia dan Mino yang mulai berdiri pada tahun 2018 dan terletak di RT 3/RW 4 Desa Pekunden, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas. Awal berdirinya Kampoeng Nopia Mino dicetuskan oleh ketua RT dusun tersebut yaitu Bapak Agus Silo Witrasno yang dibantu oleh warga setempat dan menggunakan anggaran yang berasal dari dana warga setempat. Namun lambat laun Kampoeng Nopia Mino mendapatkan bantuan anggaran dari pemerintah Banyumas. Meskipun menjadi salah satu sentra Nopia dan Mino dengan produsen yang paling banyak di antara yang lainnya, berdasarkan hasil survey masih banyak masyarakat Banyumas yang belum mengetahui Kampoeng Nopia Mino. Salah satu faktornya adalah identitas visual yang kurang kuat, sehingga citra dari Kampoeng Nopia Mino dengan potensi yang dimilikinya masih belum diketahui oleh masyarakat. Meskipun masyarakat Banyumas banyak yang hanya mengetahui tentang Nopia dan Minonya saja, tetapi tidak dengan wisata kulinernya yaitu Kampoeng Nopia Mino.

Identitas visual bagi perusahaan atau organisasi merupakan simbol yang membedakan antara perusahaan dengan kompetitor [5]. Selain menjadi alat pembeda bagi sebuah perusahaan dengan kompetitornya, identitas visual juga menjadi salah satu hal yang penting dalam strategi perkembangan perusahaan. Oleh karena itu dengan adanya identitas visual yang baik dapat membantu sebuah perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan *brand awareness* dan membentuk citra yang baik dalam benak masyarakat.

Brand awareness merupakan kesanggupan calon pelanggan untuk mengidentifikasi dan mengingat merek sebagai komponen produk yang mengandung merek [6]. Identitas visual menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan citra Kampoeng Nopia Mino di benak masyarakat sehingga dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh Kampoeng Nopia Mino.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang didapat berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan adalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Bagaimana merancang identitas visual Kampoeng Nopia Mino untuk meningkatkan *brand awareness*?
- 1.2.2 Bagaimana menerapkan identitas visual pada media pendukung yang baik untuk meningkatkan *brand awareness*?

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan, maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1 Merancang ulang identitas visual Kampoeng Nopia Mino untuk membantu meningkatkan *brand awareness*.
- 1.3.2 Merancang penerapan identitas visual pada media pendukung yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness*.

1.4 Batasan Perancangan

Berikut merupakan Batasan media yang dirancang untuk Kampoeng Nopia Mino:

- 1.4.1 Merancang ulang identitas visual berupa logo beserta *Brand Guidelines* untuk memudahkan dalam proses pengaplikasian.
- 1.4.2 Menerapkan identitas visual pada media pendukung berupa x-banner, *stationary, merchandise*, kemasan, kaos polo, *totebag*, brosur, pin, stiker.

1.5 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang dapat diambil dari perancangan ini adalah:

1.5.1 Keilmuan DKV

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan kajian bagi Civitas akademi dengan topik serupa serta menambah wawasan mengenai topik perancangan identitas visual.

1.5.2 Institusi

Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat mendorong Institusi untuk ikut andil dalam pelestarian kebudayaan khas Banyumas yang sesuai dengan visi dan misinya yaitu pada bidang *tourism*.

1.5.3 Masyarakat

Perancangan ini diharapkan dapat membuat masyarakat menjadi lebih mengenal Kampoeng Nopia Mino sebagai wisata kuliner sekaligus menjadi sentra produksi terbesar di Banyumas.