

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki aneka ragam kebudayaan, sehingga sering disebut sebagai negara yang memiliki masyarakat multikultural, karena dapat hidup berdampingan walaupun berbeda suku, agama, dan tradisi. Selain itu masyarakat Indonesia memiliki riwayat kultural percampuran dari berbagai macam pengaruh budaya, mulai dari kultur Nusantara, Hindu, Islam, Kristen, dan Barat. (Irhandayaningsih, 2012). Dari kebudayaan yang beraneka ragam, maka Indonesia memiliki kuliner yang bermacam-macam. Menurut Tyas (2017) karena kuliner merupakan salah satu identitas suatu kelompok masyarakat yang sangat mudah untuk ditemukan dan mudah untuk dikenali. Setiap wilayah di Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang menjadi ciri khas atau identitas daerah tersebut.

Seiring meningkatnya kreatifitas masyarakat, kuliner di Indonesia pun mengalami banyak perubahan seperti kuliner tradisional yang dimodifikasi dengan menggunakan bahan-bahan modern sehingga tampilan menjadi lebih menarik dan menambah nilai jual. Perkembangan budaya yang merubah pola hidup masyarakat membuat tuntutan pasar yang semakin meluas menjadikan pelaku industri kuliner di Indonesia berlomba-lomba dalam membuat kuliner baru dan mengembangkan kuliner yang sudah ada. Karena industri kuliner di Indonesia merupakan salah satu

peluang emas untuk dijadikan bisnis yang cukup menjanjikan, sehingga banyaknya jumlah penduduk Indonesia dapat dibidik menjadi calon konsumen. Selain itu terdapat faktor lain yang disebabkan pola konsumsi masyarakat Indonesia yang saat ini mulai bergeser ke makanan dan minuman cepat saji (Setiawan, 2016).

Besarnya peluang industri kuliner di Indonesia menyebabkan banyak produsen kuliner dari luar negeri memulai bisnis di Indonesia, sehingga produsen kuliner dari luar negeri yang masuk industri kuliner di Indonesia tidak terhitung jumlahnya, dan menjadi populer dikalangan masyarakat seperti contohnya cemilan dari Pringles kripik kentang, coklat Kitkat, dan biskuit Oreo. Namun dari banyaknya gempuran produk makanan ringan dan jajanan modern yang berasal dari luar negeri tidak membuat makanan dan jajanan khas Indonesia kalah saing, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya ditemui pedagang jajanan tradisional terutama di pusat perbelanjaan, pujasera (pusat jajanan segala ada), dan bahkan ada beberapa pedagang jajanan tradisional yang sudah viral sehingga dikenal oleh seluruh masyarakat di Indonesia.

Hal ini merupakan salah satu bukti bahwa salah satu jenis makanan kuliner yang sangat diminati di Indonesia adalah makanan ringan atau jajanan. Setiap daerah di Indonesia memiliki jajanan khas masing – masing karena setiap budaya di Indonesia memiliki makanan khas. Salah satu contoh jajanan tradisional yang berkembang dalam variasi rasa guna menarik konsumen.

Saat ini produk jajanan tradisional dapat dengan mudah ditemui, tidak hanya dijual di pasar tradisional atau toko oleh - oleh, tapi juga bisa dipesan melalui layanan penyedia transportasi dan toko *online* yang lebih dikenal dengan *e-*

commerce. Dengan adanya pedagang yang melakukan pelayanan secara *online*, calon pembeli tidak perlu datang langsung ke lokasi pedagang, tetapi pesanan akan dikirimkan oleh kurir. Selain kepraktisan yang didapatkan oleh pembeli, berjualan secara *online* dapat memperluas pangsa pasar dan menguntungkan bagi pedagang jajanan karena bisa menjadi salah satu strategi pemasaran. Jika dilihat dari teknik pemasarannya, ada pedagang yang masih menggunakan proses jual beli secara langsung dimana pedagang dan pembeli melakukan proses transaksi secara tatap muka, dan ada beberapa pedagang yang mulai menggunakan proses jual beli secara *online*, dimana penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka secara langsung dan proses transaksinya bisa dilakukan secara *cashless*/tanpa uang tunai walaupun masih bisa melayani secara langsung dengan bertatap muka (Harahap, D. A. 2018).

Untuk pedagang jajanan konvensional biasanya banyak ditemui di pasar tradisional. Pada umumnya pedagang jajanan yang berjualan di pasar tradisional berjualan secara formal dengan menempati kios, toko dan los yang sudah diatur oleh pengelola sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang sedang berlaku. Namun disamping pedagang yang berjualan secara formal, ada pula pasar tradisional yang bersifat informal yaitu pasar yang tidak menempati toko atau kios, tetapi menempati tempat yang tidak permanen seperti gerobak atau tikar (Ima, 2018). Salah satu jenis pasar informal yang mudah ditemui di kota-kota besar adalah pasar minggu.

Kebanyakan pedagang jajanan atau makanan di pasar minggu bersifat informal, karena pada umumnya pedagang berjualan menggunakan fasilitas yang mudah dibongkar pasang dan berpindah tempat, selain itu ada juga yang berdagang menggunakan kendaraan bermotor. Salah satu pasar minggu di kota Bandung yang

banyak terdapat pedagang jajanan di dalamnya adalah pasar minggu Gasibu di Kota Bandung. Saat penelitian ini dibuat, pasar minggu Gasibu berada di area sekitar monumen perjuangan Jawa Barat, yaitu jalan Japati sampai jalan Surapati kota Bandung. Pasar minggu Gasibu merupakan pasar minggu terbesar di kota Bandung yang tidak beroperasi setiap hari seperti pasar formal, tetapi hanya beroperasi di hari minggu sesuai dengan namanya.

Selain pedagang jajanan, di pasar minggu Gasibu terdapat pedagang lain yang menawarkan barang atau jasa yang beraneka ragam, mulai dari peralatan rumah tangga, sembako, sampai kendaraan bermotor. hal ini dikarenakan pasar minggu Gasibu dikunjungi oleh berbagai macam golongan masyarakat, mulai dari menengah kebawah sampai menengah keatas. Walaupun kemunculan pasar minggu Gasibu dapat mengganggu ketertiban umum seperti kemacetan, tumpukan sampah, dan parkir liar, namun bisa menjadi alternatif bagi pedagang kecil atau UMKM dalam melakukan aktifitas ekonomi dan juga sarana wisata belanja alternatif bagi masyarakat. (Febrina, 2017). Selain wisata belanja, pasar minggu Gasibu juga dapat menjadi alternatif tempat wisata kuliner karena terdapat banyak pedagang makanan dan juga jajanan.

Salah satu jenis kuliner yang mudah ditemui di pasar minggu Gasibu adalah jajanan cimol. Cimol merupakan salah satu jajanan tradisonal khas kota Bandung yang berasal dari bahasa Sunda yaitu *aci digemol* yang memiliki arti *aci* (tepung kanji) yang dibuat membulat. Sesuai dengan namanya, jajanan tradisional ini terbuat dari bahan utama tepung kanji atau *aci* yang digoreng garing atau setengah matang. Jajanan ini merupakan salah satu jajanan yang cukup dikenal dengan

harganya yang murah dan bisa diolah dengan berbagai macam bumbu seperti bumbu kering atau serbuk berbagai rasa seperti rasa kari, keju, balado dan juga bisa dicampur dengan bumbu basah seperti minyak bawang dan sambal cabe atau sambal kacang sehingga dapat dinikmati oleh berbagai macam kalangan masyarakat. Saat ini pedagang cimol dapat dengan mudah ditemukan tidak hanya di kota Bandung sehingga dapat dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Cimol cukup dikenal dengan cara pembuatan yang sederhana dan juga bahan baku yang mudah ditemukan, sehingga hampir siapa saja bisa membuat atau mencoba memulai usaha jenis makanan ini. Selain itu, cimol juga dikenal karena memiliki banyak variasi baik dari bahan pelengkap dan cara penyajiannya, hal ini karena cimol tetap memiliki rasa yang relatif enak bahkan menjadi lebih menarik walaupun disajikan dengan dengan macam - macam bumbu atau bahan pelengkap lain, baik bahan atau bumbu modern dan juga tradisional. Seperti pedagang cimol yang terdapat di pasar minggu Gasibu walaupun jenis makanan yang ditawarkan masih sama, namun memiliki rasa yang berbeda-beda karena memiliki takaran bumbu yang berbeda.

Sayangnya, banyak pedagang cimol di pasar minggu Gasibu masih berjualan secara konvensional. Berbeda dengan pedagang jajanan jenis lain yang sudah mulai mencoba menjual secara *online*. Selain dari cara penjualan, pedagang cimol yang terdapat di pasar Gasibu masih menggunakan fasilitas yang tergolong konvensional, karena pada umumnya pedagang cimol dipasar minggu Gasibu menggunakan gerobak dorong sebagai fasilitas utamanya dan masih menggunakan teks pada bagian kaca atau badan gerobak yang mencantumkan nama atau jenis

jajanan yang dijual dengan menggunakan stiker atau dengan cat, walaupun saat ini pembuatan teks secara digital sudah sangat mudah dan relatif murah.

Teks yang dipasang di bagian kaca ataupun badan gerobak dapat disebut sebagai tipografi, karena teks tersebut dapat dikatakan sebagai karya desain atau kesenian mengatur dan memilih huruf (Harkins, 2010). Tipografi merupakan salah satu elemen visual yang cukup penting bagi pelaku industri khususnya industri makanan. Biasanya tipografi digunakan oleh pedagang untuk mendapatkan sisi fungsionalitas seperti untuk komunikasi atau sisi estetik seperti untuk menambah keindahan dan daya tarik. Menurut Hananto, B. A. (2020) dari perkembangannya tipografi dapat dibagi dua menjadi jenis, yang pertama tipografi digital dan tipografi manual.

Tipografi manual dapat disebut sebagai tipografi vernakular jika dibuat oleh seseorang yang bukan profesional atau seseorang yang tidak memiliki latar belakang seni atau desainer. Namun tipografi vernakular memiliki kesan khas tradisional dan perkembangannya menyesuaikan kearifan lokal (Akbar, T. 2016). Jenis tipografi inilah yang biasanya banyak digunakan oleh pedagang kaki lima khususnya pedagang makanan seperti seperti pada gambar 1.2, walaupun tidak sedikit yang mulai menggunakan tipografi digital. Selain itu, tipografi bisa dikelompokkan berdasarkan bentuk huruf yang digunakan, atau bisa disebut juga *typeface*. Saat ini *typeface* tipografi mengalami banyak perubahan yang menyebabkan bertambahnya jenis dan variasi *typeface* yang dapat digunakan, baik dalam bentuk digital atau tipografi manual.



Gambar 1.1 Tipografi pada gerobak pedagang cimol

Sumber : Data pribadi

Jenis *typeface* tipografi yang umumnya digunakan pada gerobak pedagang cimol khususnya di pasar minggu Gasibu merupakan jenis *display* dan biasanya terbuat dari stiker tempel. Meskipun dengan kemajuan teknologi percetakan dan program desain dapat mempermudah siapapun untuk membuat tipografi dengan cara digital, tidak membuat semua pedagang kaki lima menggunakan tipografi digital masih ada yang bertahan dengan tipografi manual. Masih banyak pedagang kaki lima, khususnya pedagang cimol yang bertahan menggunakan tipografi konvensional atau vernakular. Seakan pedagang-pedagang tersebut mempertahankan nuansa tradisional dan identitas khas kaki lima pada gerobaknya. Namun tetap bertujuan untuk menyampaikan informasi seperti jenis produk kepada calon pembeli. Hal inilah yang menjadikan peneliti ingin mengangkat tipografi pada gerobak jajanan khususnya pedagang cimol untuk diteliti pada tesis ini.

Hal ini menarik untuk dibahas karena menurut Bayer (2019) keindahan dan nilai dari tipografi tidak lepas dari makna dan pesan yang divisualisasikan. Sehingga memungkinkan jenis tipografi yang digunakan oleh pedagang cimol akan

mempengaruhi berbagai aspek, seperti fungsi dan estetika pada gerobak yang dipakai, seperti contohnya nilai estetis karena menjadi lebih menarik perhatian calon pembeli, atau bahkan nilai kebudayaan dimana penggunaan jenis tipografi seperti itu sudah menjadi budaya bagi pedagang di area pasar minggu Gasibu. Untuk bisa mengetahui fungsi utama tipografi bagi pedagang cimol, penulis merasa perlu adanya penelitian untuk menemukan fungsi dan nilai guna dari tipografi yang digunakan pedagang cimol, karena ada kemungkinan para pedagang cimol secara tidak langsung telah membuat tipografi yang sesuai dengan teori tipografi dan sudah berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif.

Kajian tipografi yang digunakan oleh pedagang cimol pada gerobak akan memberikan pengetahuan mengenai keilmuan desain khususnya tipografi dan hasil penelitian ini diharapkan bisa membantu dan mempermudah pedagang kaki lima khususnya pedagang cimol saat menentukan jenis tipografi yang akan digunakan pada gerobaknya sehingga mendapatkan fungsi yang maksimal, baik fungsi dalam estetika maupun sebagai alat komunikasi dan penambah nilai jual. Penelitian ini juga diharapkan bisa melestarikan makanan tradisional seperti cimol, terutama saat penelitian ini dibuat, cimol sedang banyak digemari oleh masyarakat di kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas maka muncul beberapa fenomena yang menarik untuk dikaji diantaranya yaitu :

1. Pedagang kaki lima khususnya pedagang cimol di pasar minggu Gasibu masih bertahan dalam menggunakan tipografi yang dibuat secara manual, meskipun saat ini pembuatan tipografi digital sudah jauh lebih mudah dan biayanya pun tidak terpaut jauh.
2. Kesamaan bentuk dan komposisi tipografi yang digunakan pada gerobak pedagang cimol di pasar minggu Gasibu. Karena bentuk dan komposisi dapat menimbulkan kesan serta fungsi yang berbeda-beda.

1.3 Rumusan Masalah

Dari dua fenomena yang sudah disebutkan diatas maka muncul pertanyaan yang bisa dibahas pada penelitian tesis ini, antara lain yaitu :

1. Bagaimanakah visualisasi dan fungsi tippografi pada gerobak pedagang cimol di pasar minggu Gasibu?
2. Bagaimakah karakteristik tipografi yang dipakai pada gerobak pedagang cimol saat ini?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian yang baik harus memiliki tujuan supaya penelitian yang dilakukan dapat diamalkan sebagai ilmu pengetahuan. Tujuan penelitian yang akan dilakukan antara lain adalah :

1. Mengetahui fungsi tipografi yang digunakan pada gerobak pedagang cimol.
2. Mengetahui karakteristik tipografi yang saat ini digunakan pada grobak pedagang cimol, khususnya pedagang cimol di pasar minggu Gasibu.

Selain harus memiliki tujuan, penelitian wajib harus memiliki manfaat supaya hasilnya dapat digunakan bagi masyarakat. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan bisa memberikan beberapa manfaat bagi keilmuan dan masyarakat luas, antaranya yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu referensi untuk penelitian selanjutnya, terutama yang memiliki kesamaan objek dan topik penelitian.
2. Dapat menjadi rujukan keilmuan bagi masyarakat umum dan desainer dalam membuat desain, khususnya desain yang menunjang pedagang jajanan yang menggunakan gerobak.
3. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi gambaran dan acuan bagi seseorang ketika memiliki rencana untuk memulai usaha di bidang kuliner, terutama jajanan cimol, khususnya bagi yang akan menggunakan gerobak.
4. Diharapkan penelitian ini bisa membuat pedagang kaki lima dibidang kuliner pada umumnya, khususnya jajana tradisional semakin berkembang, khususnya dalam bidang tipografi.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

Batasan masalah diperlukan dalam sebuah peneltian, sehingga penelitian tidak melebar dan tetap dalam lingkup yang sudah ditentukan. Berikut Batasan masalah pada penelitian ini :

1. Dari banyaknya pedagang jajanan, penulis memilih jajanan cimol yang berada di kota Bandung, karena saat tulisan ini dibuat jenis jajanan cimol sedang digemari.

2. Karena kota Bandung merupakan kota yang luas, maka penelitian ini mengambil lokasi di pasar minggu Gasibu untuk mempersempit cakupan penelitian.
3. Meskipun di pasar minggu Gasibu terdapat banyak jenis pedagang jajanan cimol, penelitian ini akan berfokus pada pedagang cimol yang menggunakan gerobak bukan pedagang kaki lima yang menggunakan fasilitas lain seperti di tanggul atau kendaraan bermotor. Tipografi pada gerobak yang akan diteliti merupakan tipografi yang dibuat secara manual, bukan tipografi yang dibuat dengan bantuan komputer.
4. Data yang akan dianalisis merupakan tipografi yang digunakan pada grobak saja, tidak termasuk tipografi yang terdapat pada kemasan atau media promosi lain seperti sepanduk, atau *banner*.

Dari hasil survei awal di lapangan dan studi literatur selama empat bulan, peneliti berasumsi tipografi yang saat ini dipakai pada gerobak pedagang cimol memiliki tujuan awal sebagai pelengkap fasilitas berdagang, namun secara tidak langsung tipografi yang digunakan sudah menjadi alat komunikasi yang memiliki nilai – nilai estetika yang memperkuat karakteristik pedagang kaki lima.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memahami lebih jelas tentang penelitian ini, maka dilakukan pengelompokan materi menjadi beberapa bab serta sub bab nya, dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

- **BAB I PENDAHULUAN** Bab pertama ini menguraikan informasi umum yakni latar belakang masalah penelitian yang menjadi topik untuk dikaji (tipografi pada gerobak pedagang cimol di kota Bandung), identifikasi masalah, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan masalah serta sistematika penelitian.
- **BAB II TINJAUAN PUSTAKA** Bab kedua ini peneliti akan membahas informasi umum mengenai topik yang relevan dengan permasalahan pada penelitian ini, seperti makanan tradisionl, seputar lapangan Gasibu, dan awal adanya pasar kaget di kawasan tersebut. Dan pembahasan mengenai tipografi beserta jenis-jenisnya. Pada Bab ini juga berisi beberapa subbab yang memaparkan teori-teori yang diambil dari beberapa literatur yang berkaitan dengan topik penelitian, di mana nantinya digunakan untuk mengkaji dan menganalisa tipografi yang digunakan pada gerobak pedaganng cimol di sekitar kota Bandung.
- **BAB III METODOLOGI PENELITIAN** Pada bab ketiga ini berisikan penjelasan metodologi penelitian yang menguraikan secara rinci pendekatan-pendekatan yang digunakan sampai analisisnya. Pokok-pokok bahasan yang terkandung dalam metode penelitian mencakup metode penelitian dan pendekatan, pengumpulan data serta pengolahan dan analisis data.
- **BAB IV DATA PENELITIAN**, Pada bab ke empat ini berisikan data-data seputar jajanan cimol yang diambil dari hasil observasi, dan juga hasil dari wawancara dengan pedagang di area pasar minggu gasibu. Tidak hanya ini pada bab ini juga berisi tentang ragam tipografi yang digunakan oleh pedagang cimol pada gerobak mereka.

- BAB V PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, Bab kelima ini berisikan paparan dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan serta analisis dari data yang didapat dari hasil observasi, wawancara, dan studi literatur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sehingga data didapat akan dianalisis dengan prinsip pokok tipografi dan dideskripsikan dengan
- BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN, Pada bab terakhir ini merupakan penutup dari seluruh informasi yang diperoleh selama penelitian, selain itu juga berisi kesimpulan dan saran penelitian yang berkaitan dengan tipografi yang dipakai pada gerobak pedagang jajanan kaki lima khususnya cimol berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.