BAB II
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
KULINER TRADISIONAL ACEH

2.1 Kuliner Tradisional

Masakan Tradisional adalah kegiatan manusia dalam menciptakan makanan dengan cara dan kebiasaan yang dilakukan turun temurun baik dalam cara memasak maupun resep yang digunakan dalam meramu masakan tersebut. Bicara tentang masakan tidak lepas dengan bumbu khas yang digunakan didalam masakan tersebut. Setiap daerah memiliki bumbu khas yang mungkin didaerah lain bumbu tersebut tidak digunakan dalam meramu masakan mereka, tetapi terdapat bumbu yang lain nya dalam meramu masakan didaerah tersebut.



Gambar 2.1 Gulai Kepiting Rebus Khas Aceh

2.1.1 Klasifikasi Masakan

Masakan biasanya dibuat untuk menghilangkan rasa lapar, namun ada saatnya dimana masakan dibuat hanya untuk selingan disaat santai yang biasa disebut dengan makanan ringan.

- Masakan berat adalah makanan pokok/primer yang ditambahkan lauk-pauk dalam menyantapnya.

  Contoh: Nasi dan Gulai Kepala Ikan, Nasi Timbel (Jawa Barat), dan sebagainya.
- Masakan ringan adalah makanan yang dibuat untuk menemani saat santai.

  Contoh: Timpan (penganan khas Aceh), Bagelen, Cakue (peganan khas Jawa Barat), dan sebagainya.

2.2 Masakan Tradisional Aceh

Masakan tradisional Aceh adalah adalah masakan yang telah diakui oleh masyarakat Aceh sebagai masakan daerahnya dan telah menjadi suatu kebiasaan adat dalam menyajikannya. Beberapa masakan tradisional Aceh hanya disajikan pada saat-saat tertentu seperti upacara adat atau pesta perkawinan. Upacara adat diAceh disebut dengan "*Khanduri*", adalah upacara adat yang banyak menyediakan masakan tradisional Aceh.

2.2.1 **Macam-macam masakan dan minuman khas Aceh**

- ***Ayam tangkap*** (Aceh besar) adalah ayam goreng yang sangat kering yang digoreng kering bersama cabe ijo india dan daun-daun bumbu; daun jeruk, daun temuruy, sehingga daunnya bisa dimakan, karena sangat kering, ayam tangkap tahan beberapa hari sehingga dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas aceh dalam kemasan khusus.



Gambar 2.2.1 Ayam Tangkap

- ***Timpan*** adalah sejenis penganan kecil yang aslinya berasal dari Aceh. Bahan untuk membuat timpan terbuat dari tepung, pisang, dan santan. Semua bahan ini kemudian diaduk-aduk sampai kenyal. Lalu dibuat memanjang dan di dalamnya diisi dengan srikaya. Kemudian setelah itu adonan dengan isi ini dibungkus dengan daun pisang dan dikukus (rebus tanpa direndam air). Dihidangkan dalam bungkusan daun pisang tersebut.



Gambar 2.2.2 Timpan

- ***Gulee Ulee Rambeu*** adalah gulai kepala ikan kakap yang disantap dengan sambal cabai hijau yang pedas dan segar.



Gambar 2.2.3 *Gulee Ulee Rambeu*

- ***Bubur Kanji Rumbi*** adalah bubur tepung kanji dengan tambahan daging ayam bumbunya pedas, dengan ketumbar, jahe, pala, dan merica.



Gambar 2.2.4 Bubur Kanji Rumbi

- ***Asam Udang*****,** campuran cacahan udang yang diberi asam, cabai rawit dan bawang merah rasanya asam dan segar.



Gambar 2.2.5 Asam Udang

- ***Pulut panggang*,** ketan putih yang manis dipanggang. Sangat nikmat dimakan dengan buah Durian



Gambar 2.2.6 Pulut Panggang

- ***Gulee Pliek U*,** mirip gudeg, tapi mirip juga urap, isinya sayur-sayuran daun ubi, kacang panjang dimasak dengan santan tapi lama kelamaan jadi kering seperti gudeg



Gambar 2.2.7 *Gulai Plik U*

- ***Jahe Rimpang*,** seperti roti, kue, *biscuit*, kembang gula dan berbagai minuman daerah bagi jahe tersebut antara lain *halia* (Minyak jahe berisi *gingerol* yang berbau harum khas jahe)

2.2.2 Pembahasan Kuliner Aceh

Pentingnya menginformasikan kepada masyarakat Indonesia untuk mengetahui dan melestarikan kekayaan budaya daerah, sehingga budaya ditiap-tiap provinsi/daerah akan terjaga kelestariannya dan dikenali oleh seluruh masyarakat Indonesia. Indonesia yang memiliki beragam budaya tentu sangat kaya akan ragam kulinernya juga, media ini juga difungsikan untuk promosi kuliner daerah. Dengan adanya pembahasan kuliner ini, target/sasaran diharapkan dapat mengingat akan ragam masakan di Indonesia.

2.3 Target sasaran promosi kuliner tradisional Aceh

Target sasaran untuk promosi kuliner tradisional Aceh adalah masyarakat didaerah Bandung dengan tingkat ekonomi menengah keatas dikarenakan sebagian bumbu harus didatangkan dari daerah Aceh sendiri, sehingga harga akan *relatif* lebih mahal. Masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah keatas ini diharapkan dapat mencoba masakan tanpa ragu karena harus mengeluarkan dana yang *relatif* lebih besar.

2.3.1 Demografis

Target Utama

Kelompok umur : 25 s/d 50 tahun

Jenis kelamin : perempuan

Status ekonomi : menengah keatas

Target kedua

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Kelompok umur : semua umur

Alasan memilih perempuan dengan usia 25 sampai 50 tahun adalah karena perempuan pada usia ini mayoritas sudah bisa memasak dan sudah menikah. Seorang ibu rumah tangga memiliki hak untuk menentukan masakan yang akan disajikan setiap harinya didalam keluarganya. Seorang ibu rumah tangga juga yang mengatur baik buruknya makanan bagi kesehatan keluarga.

2.3.2 Psikografis

a. Target Utama

- Ibu rumah tangga yang *conservative*, kelompok ini menganggap pendapat masyarakat merupakan hal yang penting, karenanya mereka memiliki perhatian besar terhadap sesama dan suka berbagi. Sebagian besar mereka adalah perempuan yang tinggal di kota kecil yang masih menjunjung nilai-nilai kekeluargaan. Uang yang dimilikinya lebih banyak ditabung di bank atau diberikan kepada orang tua atau keluarga. Sehingga promosi ini dapat tersebar cepat.

b. Target Kedua

- Remaja ,*nesters type* memiliki karakter yang berbeda dari *conservative*. Kelompok ini lebih banyak berkumpul dengan keluarga, sehingga cenderung tidak mengenal dunia luar. Bagi kelompok ini, karier dan pekerjaan tidak terlalu penting dibanding hubungan dengan keluarga, sehingga target akan mudah terbujuk.

2.3.3 Geografis

Dikarenakan kuliner yang akan ditawarkan masih belum *familiar* dengan masyarakat Jawa Barat, maka tempat sasaran dibatasi hanya diwilayah kota Bandung. Pemilihan daerah kota Bandung dikarenakan pada daerah ini kuliner sudah menjadi pasar yang baik dalam penjualannya, banyaknya wisatawan dan juga masyarakat kota Bandung gemar mencoba masakan yang baru dikenalnya, sehingga membuat bisnis kuliner dikota Bandung berkembang pesat.

2.4 Media Promosi

Promosi akan dilakukan pada saat event-event kuliner yang diselenggarakan dikota Bandung agar lebih efektif dan lebih murah dalam biaya promosi tersebut.

Dalam proses perancangan, diperlukan sebuah perencanaan media untuk bisa menyampaikan informasi. Pemilihan media ini berupa media yang disesuaikan, maka dipilih media informasi berupa *flyer* dan katalog digital untuk keefektifan dan kemudahan dalam proses penyampaiannya dan agar lebih mudah diingat oleh masyarakat.

2.4.1 Katalog Digital

Katalog digital. berupa CD/DVD menjadi solusi penting untuk menawarkan produk yg lebih efektif, katalog digital (*digital catalog*) adalah produk canggih bagi siapa saja yang membutuhkan katalog yang profesional, lengkap, canggih, murah dan mudah di*update*.

kelebihannya :

- Biaya pembuatanya jauh lebih murah daripada katalog kertas ataupun album.
- Tampilan gambarnya jauh lebih hidup (bisa diperbesar / dirotasi dari sudut pandang yang berbeda)
- Praktis dibawa / dikirim kemanapun, bisa dikirim via *e-mail* dan dimasukkan dalam situs web. Pada saatnya nanti, bisa dikirim via ponsel ataupun peralatan *mobile* lainnya
- Mampu memuat ribuan foto dengan kualitas gambar yang baik
- Mudah pengoperasiannya, memiliki fasilitas *database, search engine, overview content, index* dan lain-lain.

Media pendukung digunakan sebagai alat pendukung media informasi katalog digital ini, dan penyebarannya pun lebih banyak ditempatkan pada media luar ruang, maka *flyer* dipilih karena relatif lebih murah dibanding media luar ruang yang lain dan keefektifannya dalam penyebaran langsung kepada tiap-tiap individu. Dengan tampilan/desain yang baik dan menarik dalam *flyer* tersebut diharapkan penyampaian informasi yang tepat sasaran.

2.5 Analisa Permasalahan

Banyak masyarakat Bandung belum mengenal masakan Aceh, dan juga banyak dari masyarakat tersebut yang tertarik untuk mengenal masakan Aceh ini.

2.5.1 Analisa SWOT

Analisa SWOT dimaksudkan untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan yang dapat diidentifikasi guna memberikan suatu rekomendasi pengembangan berdasarkan potensi-potensi yang tersedia.

1. *Strength* (Kekuatan)

   Kuliner Aceh merupakan salah satu kekayaan budaya yang memiliki cita rasa khas yang tidak dapat ditemui di daerah-daerah yang lain. Pelestarian terhadap bentuk budaya tradional merupakan kewajiban semua warga Negara, dan dalam hal kuliner Aceh merupakan kewajiban seluruh masyarakat Aceh khususnya, agar keberadaannya bisa tetap lestari sampai ke generasi-generasi selanjutnya.

2. *Weakness* (Kelemahan)

   Kurang adanya informasi yang menjadi petunjuk tentang kuliner Aceh, terutama untuk masyarakat Bandung khususnya.

3. *Oportunity* (Peluang)

   Kuliner Aceh merupakan aset budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia dan warga Aceh khususnya. Kebudayaan ini memiliki ciri khas dan cita rasa daerah serta ekonomi yang bisa dimanfaatkan oleh warga Aceh.

4. *Threat* (Ancaman)

   Ancaman yang dimaksud adalah kompetitor, banyak hal yang dapat membuat orang untuk meninggalkan suatu produk dan beralih ke produk lainnya, dalam hal ini minat masyarakat dan kemampuan masyarakat untuk membeli. Masakan Aceh sendiri memiliki harga yang lebih mahal dari masakan Sunda, tetapi sama dengan masakan Padang.