

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut indonesia go.id (2019) Mie laksa merupakan mie laksa merupakan salah satu makanan tradisional yang diciptakan melalui perpaduan kuliner Tionghoa dan kuliner Melayu. Istilah “laksa” berasal dari bahasa sanskerta yang berarti “banyak”. Penggunaan istilah laksa karena pembuatan mie laksa menggunakan banyak campuran bumbu . Dengan demikian mie laksa dapat dimaknai sebagai mie yang dimasak dengan menggunakan berbagai campuran bumbu dan rempah-rempah.

Mie laksa merupakan salah satu kuliner yang berasal dari budaya peranakan, yang kemudian berkembang di beberapa wilayah, di Indonesia. Mie laksa menjadi makanan khas di beberapa Kota yang berada di Indonesia. Oleh sebab itu terdapat macam-macam laksa yang ada di Indonesia seperti laksa Bogor, laksa Betawi dan yang paling terkenal laksa Tangerang. laksa Bogor dikenal dengan kuah kental yang berasal dari potongan oncom, dengan campuran ketupat, bihun, taugé panjang, suwiran daging ayam, udang, dan telur rebus yang biasanya dimakan dengan sambal. laksa Betawi yang berisi telur, taugé pendek, ketupat, daun kemangi dan kucai, bisa juga ditambahkan dengan campuran bihun dan perkedel.

Laksa Tangerang, terbuat dari mie tepung beras putih yang sudah direbus, kemudian dicampur daun seledri, dan kuah kuning kental, ditambah parutan kelapa yang sudah disangrai, serta kacang hijau untuk memberi rasa manis sebagai rasa yang khas. Sebagai pelengkap laksa Tangerang biasanya dipadukan dengan potongan ayam opor, telur rebus dan tahu. Dari aspek sejarah, laksa Tangerang berkembang sejak ratusan tahun lalu dan dijual melalui warung-warung yang berlokasi secara tetap.

Pada tahun 1970-an, pedagang laksa mulai berkeliling Kota Tangerang dalam menjual produk kulinernya. Sambil berkeliling para pedagang memiliki teriakan khas “laksa..laksa...laksa” untuk menarik konsumen. Teriakan khas dari para pedagang yang biasa terdengar di berbagai lingkungan masyarakat Kota Tangerang. Setelah masa laksa dijual secara berkeliling, saat ini penjualan mie laksa mulai memasuki cara penjualan cepat saji. Laksa

merupakan salah satu pilihan untuk sarapan, target *audience* yang berusia 17-24 tahun biasa mencari tempat makan, yang mudah di akses, tempatnya nyaman dan bisa sambil ngobrol bersama teman.

Oleh karena itu dalam pembuatan pembuatan video ini mengangkat 2 tempat kulier laksa yang pertama berada di sentra kuliner laksa dan yang ke dua berada di pinggir sungai Cisadane di jalan kali pasir. Serta memberitahu kepada *audience* bahwa menikmati laksa bukan hanya di sentranya saja tapi masih banyak pedagang laksa yang berjualan dengan cara berkeliling Kota Tangerang, seperti pedagang laksa yang berada di pingir sungai isadane di jalan kali pasir. Pedagang laksa yang berkeliling memiliki keunggulan yaitu kuah kuning yang kental dan rasa dari rempah-rempah nya sangat kuat sehingga itu menjadi satu keunggulan dari penjual laksa keliling Harga yang relatif murah, rasa yang enak dan disajikan sebagai makanan cepat saji, perkembangan penjualan Mie laksa sangat pesat, bersamaan dengan itu masa pedagang mie laksa keliling mulai berkurang.

Pada tahun 2000 penjual mie laksa mulai banyak muncul di berbagai tempat di Kota Tangerang dan memperoleh tanggapan positif dari para konsumen. Pemerintah Kota Tangerang mulai memfasilitasi para penjual laksa dengan menyediakan satu kawasan yang berada di Jalan Mohamad Yamin. Tempat yang berada di tengah Kota Tangerang sehingga dapat dijangkau untuk yang ingin menikmati kuliner laksa, tempat parkir yang luas serta dikelilingi oleh pohon-pohon dan tanaman hijau membuat tempatnya menjadi sejuk dan nyaman .

Untuk mencoba kuliner laksa Tangerang tidak perlu mengeluarkan biaya besar. Hanya perlu mengeluarkan uang sebesar Rp.15.000- Rp.25.000. Dengan harga sebesar itu sudah dapat menikmati kuliner laksa Tangerang yang khas. Laksa Tangerang disajikan dalam bentuk semacam bihun dan tebal seperti spaghetti terbuat dari beras. Kuah yang terbuat dari campuran kacang hijau, kentang, santan dan kaldu ayam. Selain itu bisa juga ditambahkan ayam kampung dan telur. Sebelum disajikan laksa diberikan potongan daun kucai yang sudah dipotong kecil-kecil. Sampai sekarang wisata kuliner laksa yang berada di Kota Tangerang selalu ramai pengunjung dari segala daerah, khususnya masyarakat Kota Tangerang.

Sebagai sebuah produk dagangan meskipun saat ini laksa Tangerang sudah sangat laris dan digemari masyarakat, tetap memerlukan promosi untuk menjaga keberlanjutan dan juga memperluas pelanggan. Tanpa promosi yang memadai kemungkinan laksa Tangerang akan kalah bersaing dengan berbagai produk kuliner yang saat ini terus bermunculan. Salah satu bentuk media promosi yang efektif adalah melalui media audio visual.

Hasil survei telah dilakukan secara *online*, dari 50 responden laki-laki dan perempuan, 70% sudah mengetahui tentang makanan laksa, 60% masih banyak yang belum mengetahui dari mana asal laksa dan belum mengetahui laksa sebagai kuliner khas yang ada di Kota Tangerang.

Media sosial digunakan masyarakat untuk mengisi waktu luang dalam kesehariannya mencari berbagai informasi seperti berita, musik, film, kuliner dan sebagainya. *Media sosial* merupakan tempat promosi yang efektif karena mudah di akses. sehingga jaringan promosi mendapatkan jangkauan yang lebih luas. *survey* yang sudah dilakukan secara *online*, dari 50 responden laki- laki dan perempuan berusia 17-24 tahun menunjukkan bahwa hasil responden lebih sering menggunakan aplikasi instagram. Maka media yang digunakan untuk mengupload video yang akan di buat menggunakan media *instagram*, karena dari hasil *survey* media instagram lebih banyak penggunanya dibandingkan media *tiktok*. kelebihan *instagram* bisa di simpan dan di bagikan, jangkauan *viewers* lebih luas. Sedangkan tik-tok untuk mencapai video tersebut *trending* lebih sulit, ketika *viewers* tidak bertambah video tidak akan muncul lagi.

Atas dasar uraian diatas, penulis tertarik untuk membuat penelitian perancangan media *audio visual* untuk keperluan promosi kuliner laksa Tangerang yang berada di sentra kuliner laksa dan pedang laksa kaki lima yang berada di pingir sungai cisadane. Melalui promosi *audio visual* yang menarik diharapkan dapat memberi sumbangan dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing Laksa Tangerang di dalam menghadapi para pesaing yang terus bermunculan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan video *reels*, *hiden gem* kuliner laksa untuk memperkenalkan dan memperluas konsumen laksa sebagai kuliner khas di Kota Tangerang.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dalam batasan masalah yang ditemukan adalah bagaimana cara merancang video *reels* yang yang Kreatif dengan membuat sesuatu yang baru berupa karya nyata yang belum pernah dibuat, dalam bentuk baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada sebelumnya. Komunikatif menyampaikan pesan lewat video kepada *audience* melalui media *instagram* agar pesan yang di sampaikan dapat di pahami dan dapat di simpan dan di bagikan. Efektif dalam menyampaikan pesan lewat media sosial terutama lewat media *social instagram*.

untuk memperkenalkan dan memperluas konsumen laksa sebagai Kuliner khas di Kota Tangerang.

D. Tujuan Perancangan

Merancang video *reels* yang berpotensi di simpan dan di bagikan.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat perancangan video promosi Laksa Tangerang ini akan terdiri dari Manfaat Akademis :
 - a. Memberikan masukan tentang produksi *video reels* yang efektif untuk keperluan promosi kuliner, lokasi atau daerah yang khas.
 - b. Mengembangkan kemampuan mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam merencanakan dan memproduksi media video untuk keperluan promosi kuliner.
2. Manfaat Praktis
 - a. Ikut memperkenalkan, menjaga keberlanjutan dan memperluas konsumen kuliner ciri khas Kota Tangerang melalui *video reels* yang kreatif, komunikatif dan efektif.
 - b. Mengembangkan bentuk-bentuk *video reels* yang kreatif dan menarik sehingga dapat meningkatkan daya tarik, terhadap kuliner Laksa khas di Kota Tangerang.

F. Skema Perancangan

<h3>“PERANCANGAN VIDEO KULINER LAKSA KHAS DI KOTA TANGERANG”</h3>	
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Pendahuluan</div>	
<p style="text-align: center;"><u>Latar Belakang</u></p> <p>Mie laksa merupakan salah satu makanan tradisional yang diciptakan melalui perpaduan kuliner Tionghoa dan kuliner Melayu. Istilah “laksa” berasal dari bahasa Sanskrit yang berarti “banyak”. Mie Laksa menjadi makanan khas di beberapa kota yang berada di Indonesia. Terdapat macam-macam laksa yang ada di Indonesia seperti Laksa Bogor, Laksa Betawi dan yang paling terkenal Laksa Tangerang.</p> <p>Laksa Tangerang disajikan dalam bentuk semacam bihun dan tebal seperti spaghetti terbuat dari beras. Kuah yang terbuat dari campuran kacang hijau, kentang, santan dan kaldu ayam. Selain itu bisa juga di tambahkan ayam kampung dan telur. Sebelum di sajikan laksa di berikan potongan daun kucai yang sudah di potong kecil-kecil.</p> <p>Lokasi kuliner laksa tepatnya berada di Jalan Mohamad Yamin, Kota Tangerang.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Batasan Masalah</u></p> <p>Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dalam batasan masalah yang ditemukan adalah bagaimana cara merancang video reels yang kreatif dengan membuat sesuatu yang baru berupa karya nyata yang belum pernah dibuat, dalam bentuk baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada sebelumnya.</p> <p>Komunikatif menyampaikan pesan lewat video kepada audience melalui media Instagram agar pesan yang di sampaikan dapat di pahami dan dapat di simpan dan di bagikan.</p> <p>Efektif dalam menyampaikan pesan lewat media sosial terutama lewat media social Instagram. Untuk memperkenalkan dan memperluas konsumen laksa sebagai Kuliner khas di Kota Tangerang .</p>
<p style="text-align: center;"><u>Rumusan Masalah</u></p> <p>Bagaimana perancangan video reels, hidden gem kuliner laksa untuk memperkenalkan dan memperluas konsumen laksa sebagai kuliner khas di Kota Tangerang.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Tujuan Perancangan</u></p> <p>Merancang video reels yang berpotensi di simpan dan di bagikan.</p>
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Data dan analisa</div>	
<p style="text-align: center;"><u>Data Objek</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kota Tangerang - Kuliner laksa - Macam-macam perbedaan kuliner laksa 	<p style="text-align: center;"><u>Referensi Perancangan</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - sumber - https://vt.tiktok.com/ZS8GkXrE5/ - https://www.tiktok.com/@will_n_win/video/
<p style="text-align: center;"><u>Target Audience</u></p> <p>Menyukai kuliner laki-laki dan perempuan : 17-24 tahun untuk semua kalangan</p>	<p style="text-align: center;"><u>Landasan Teori</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - penjelasan tentang promosi - storyline/storyboard - tahapan produksi - teknik pengambil gambar - media promosi - Tujuan Promosi - videografi
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Konsep Perancangan</div>	
<p style="text-align: center;"><u>Konsep Verbal</u></p> <p>Judul Video : “perancangan video kuliner laksa Di Kota Tangerang” video ini menampilkan tentang, makanan laksa, cara penyajian serta tempat wisata kuliner laksa</p>	<p style="text-align: center;"><u>Konsep Visual</u></p> <p>video yang di buat dengan tampilan Potrait dengan konsep pengenalan tempat kuliner laksa di tambah dengan voice aktor dengan durasi video 35 detik dan 22 detik</p>
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Desain</div>	
<p style="text-align: center;"><u>Final Desain</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">- Durasi Video : 35 detik dan 22 detik <li style="width: 50%;">- upload video : Instagram reels <li style="width: 50%;">- ukuran : 1080 x 1920 pixel <li style="width: 50%;">- FPS : 60 fps <li style="width: 50%;">- Ratio : 9 : 16 	