

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank makanan (*Food Bank*) merupakan organisasi nirlaba yang menyalurkan makanan berlebih atau biasa disebut *Surplus Food*, makanan yang disalurkan berasal dari berbagai sumber makanan yang nantinya akan didistribusikan ke penerima yang membutuhkan baik dari yayasan, organisasi sosial, keluarga dan individu. Tidak hanya membagikan makanan bagi masyarakat pra-sejahtera, bank makanan juga menjadi solusi alternatif bagi pelaku usaha untuk dapat mengelola produksi pangan yang berlebih dengan cara yang berkesinambungan.

Dalam perkembangan bank makanan di Indonesia sangat berpotensi dalam membantu mengurangi masalah makanan yang terbuang dan sampah makanan (*Food Loss and Waste*) yang diperkirakan mulai dari 2000-2019 telah mencapai 19 juta ton per tahun, di Kota Bandung sendiri produksi sampah makanan dapat mencapai 709,73 ton per hari dari total harian sampah yang diproduksi di Kota Bandung. Karena itulah Bank makanan dapat menjadi peran penting dalam pencegahan makanan yang terbuang, serta mampu meningkatkan ketahanan pangan.

Menurut data dari *The Global Foodbanking Network* (GFN, 2022) ada 943 bank makanan yang beroperasi di 42 negara. Di Indonesia sendiri, bank makanan masih banyak belum dikenal oleh kalangan masyarakat, industri perhotelan, restoran, cafe dan perusahaan. Terdapat beberapa Food Bank yang tersebar di Indonesia yakni, di Kota Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Bandung, Denpasar, Medan, dan Lampung. Di Bandung hanya ada satu bank makanan yang beroperasi, yaitu Food Bank Bandung.

Food Bank Bandung hadir sebagai yayasan non profit yang menerima makanan layak konsumsi dari organisasi pendonor maupun individu dan aktif dalam membantu akses pangan kepada masyarakat yang membutuhkan. Food Bank Bandung secara resmi beroperasi pada tahun 2020, yang dicetuskan oleh sepasang suami istri bernama Gendhis dan Gumi. Sumber makanan dan donasi yang didistribusikan oleh Food Bank Bandung berasal dari kelebihan stok makanan dari toko, restoran, pabrik, hotel, atau produsen makanan, bantuan dari berbagai pihak menjadi salah satu pendukung kesuksesan dalam menunjang perkembangan sistem *food bank*.

Adapun program yang dimiliki saat ini oleh Food Bank Bandung yaitu program donasi dan program sosial. Makanan yang diterima oleh Food Bank Bandung berasal dari pendonor dan kolaborator seperti industri HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe) di Kota Bandung, beberapa pendonor dan kolaborator dapat terhubung dengan Food Bank Bandung dengan cara membangun hubungan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan yang sama, adapun beberapa pihak mendatangi langsung Food Bank Bandung untuk bekerja sama. Food Bank Bandung biasanya bekerja sama dengan organisasi-organisasi lain untuk mendistribusikan makanan yang telah diselamatkan, seperti sekolah informal Bagea, Yayasan Rumah Pelangi, Panti *WerInstagramdha* dan Yayasan Al-Fitroh. Dalam kegiatan operasionalnya Food Bank Bandung bekerja sama dengan beberapa pengurus dan relawan.

Dalam menyampaikan informasinya, selama ini Food Bank Bandung menggunakan media digital seperti Instagram, TikTok, Youtube dan *Website* untuk memberikan informasi, edukasi, laporan kegiatan, konten edukasi, konten kolaborasi. Akan tetapi media-media yang dimiliki oleh Food Bank Bandung yang membagikan informasi program dan kegiatan yang selama ini Food Bank Bandung lakukan masih belum bisa menyampaikan informasi secara maksimal.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis, pihak Food Bank Bandung menyebutkan masih banyak industri HOREKA di Bandung yang belum mengetahui Food Bank Bandung. Selama ini baru ada 4 hotel di Kota Bandung yang sudah

bekerja sama yaitu Hotel Sheraton, Four Points, Courtyard, dan Moxy. Food Bank Bandung lebih memprioritaskan industri HOREKA karena, HOREKA merupakan salah satu industri yang menghasilkan limbah makanan terbanyak oleh karena itu salah satu program dari Food Bank Bandung yaitu *Food Rescue* bertujuan untuk mengurangi limbah makanan dari sektor industri HOREKA dengan cara menyelamatkan makanan berlebih dan mendistribusikannya kepada masyarakat.

Program *Food Rescue* merupakan program Food Bank Bandung yang melakukan kegiatan mulai dari penyelamatan makanan (*Food Collection*) di hotel yang telah bermitra, lalu makanan yang telah diselamatkan akan diproses seperti dipanaskan dan dikukus (*Food Preparation*) setelah disiapkan makanan akan didistribusikan (*Food Distribution*) kepada pihak penerima manfaat. Kegiatan program ini biasanya diadakan pada hari rabu dan sabtu setiap minggunya, yang dibantu oleh para volunteer dan dipandu oleh kapten dari Food Bank Bandung.

Melihat besarnya potensi Food Bank Bandung dalam mengurangi makanan berlebih dari industri HOREKA dengan cara berkesinambungan, dibutuhkan media yang mampu menunjang informasi yang mampu memaparkan informasi mengenai program *Food Rescue* dengan menggunakan media berupa *E-Book* dan media pendukung lain yang diharapkan dapat mengenalkan dan memberi informasi terkait Food Bank Bandung serta programnya *Food Rescue*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Belum banyak yang mengetahui tentang Food Bank Bandung serta programnya *Food Rescue*.
2. Food Bank Bandung sendiri belum mempunyai media informasi yang khusus untuk program *Food Rescue*.
3. Dibutuhkannya media informasi karena belum banyak industri HOREKA yang mengetahui tentang Food Bank Bandung dan programnya *Food Rescue*.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam perancangan ini yaitu sebagai berikut :
Bagaimana “Perancangan *E-Book* Program “*Food Rescue*” oleh Food Bank Bandung untuk Pengelola Industri HOREKA Usia 30-40 Tahun di Kota Bandung?

1.4 Batasan Masalah

Perancangan Media Informasi *E-Book* Program *Food Rescue* oleh Food Bank Bandung untuk Pengelola Industri HOREKA Usia 30-40 Tahun di Kota Bandung.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun, merumuskan dan merancang strategi desain yang tepat untuk diterapkan dalam perancangan *E-Book* agar pesan yang disajikan dapat tersampaikan dengan baik serta dapat memaparkan informasi terkait program *Food Rescue* oleh Food Bank Bandung.

1.5.2 Manfaat Perancangan

1. Manfaat Bagi Penulis

Sebagai wujud mengaplikasikan teori Desain Komunikasi Visual dan menambah ilmu.

2. Manfaat bagi Akademis

Dalam perancangan ini diharapkan dapat menjadi informasi untuk menambah referensi tentang perancangan media informasi berupa *E-Book* program *Food Rescue*.

3. Manfaat bagi Audiens

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai Food Bank Bandung dan programnya *Food Rescue*.

1.6 Metodologi Perancangan

1.6.1 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang berupa kata, kalimat atau gambar. Metode ini berbentuk deskripsi yang diberikan *observer* terhadap suatu kegiatan atau fenomena. Metode ini dikenal sebagai metode artistik karena proses penelitian yang dilakukan kurang tersusun dan cenderung bersifat seni (Sugiyono 2015:23).

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada perancangan ini ada beberapa jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder.

1. Pengumpulan Data Primer

a. Wawancara

Metode wawancara merupakan pengumpulan data dari aspek penulis melalui wawancara dengan pihak yang terkait dengan penelitiannya. Wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan objek penelitian dengan menanyakan secara langsung dan juga lisan kepada narasumber terkait (Soewardikoen, 2019:53). Dalam wawancara ini peneliti mewawancarai beberapa narasumber yaitu *founder* dan karyawan dari Food Bank Bandung secara langsung, pihak hotel yang sudah bekerja sama dengan Food Bank Bandung, pihak hotel yang belum bekerja sama.

b. Observasi

Observasi adalah sebuah aktivitas mengamati dengan teliti beberapa unsur visual yang terdapat pada suatu objek seperti gambar, foto, video dan media lainnya, sehingga dapat mengambil kesimpulan yang dibutuhkan dalam perancangan yang akan dilaksanakan (Soewardikoen, 2019:49). Observasi dilakukan secara langsung terhadap Food Bank

Bandung dari segi program, media informasi dan lain sebagainya yang terkait dengan objek penelitian.

c. Kuesioner

Penulis membagikan kuesioner kepada pengelola industri HORECA, kuesioner ini melingkupi pertanyaan tentang pengetahuan target audiens mengenai makanan berlebih dan pengetahuan tentang Food Bank Bandung, serta pendapat mereka mengenai media informasi yang dimiliki oleh Food Bank Bandung.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung diterima oleh penulis dalam pengumpulan data, bisa melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer. Berikut beberapa mengenai data sekunder:

a. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2019) studi pustaka merupakan rangkuman dari jurnal, artikel, buku dan dokumen lain yang berisikan tentang informasi yang relevan dengan penelitian.

b. Studi Internet

Teknik pengumpulan data ini dilakukan melalui internet untuk mendapatkan informasi di berbagai sumber.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari tempat penelitian secara langsung, seperti dari buku, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, dan data-data penelitian yang relevan.

1.7 Sistematika penulisan

Dalam sistematika penulisan perancangan ini terdapat lima Bab susunan penulisan yang terdiri dari :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan data dan analisis, kerangka penelitian

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat dasar-dasar teori seperti teori media informasi, desain komunikasi visual, elemen desain grafis sebagai dasar yang akan dipakai untuk pijakan dalam perancangan media informasi ini.

3. BAB III DATA DAN FAKTA

Dalam bab ini terdapat penjelasan mengenai hasil data-data yang diperoleh seperti profil organisasi, media yang digunakan oleh komunitas serta hasil analisis SWOT yang telah dilakukan penulis.

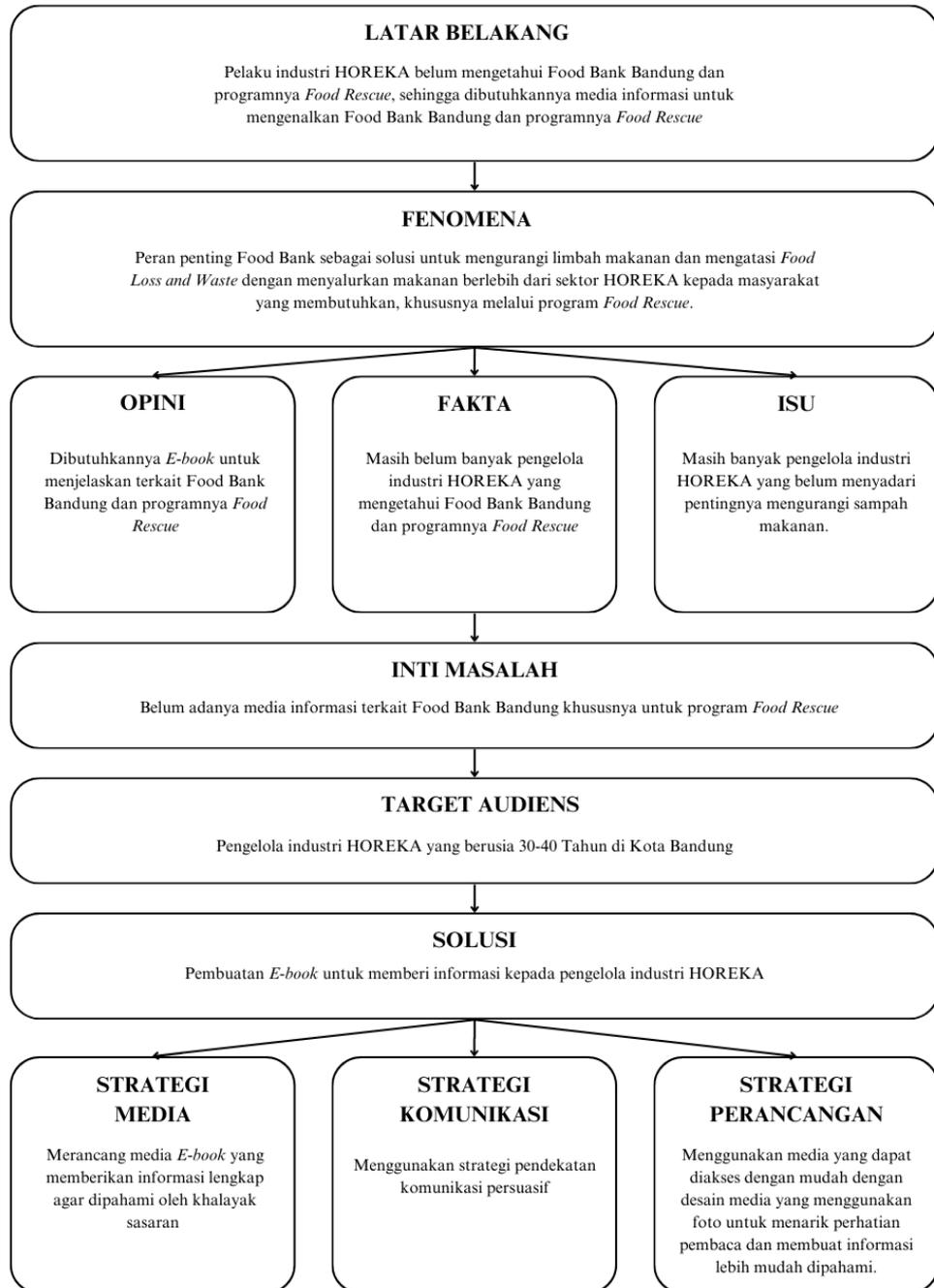
4. BAB IV KONSEP VISUAL DAN STRATEGI PEMASARAN

Bab ini menjelaskan tentang konsep desain dan hasil perancangan yang dibuat berdasarkan data yang diperoleh.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan bahasan dan memberikan saran terhadap topik yang telah dibahas.

1.8 Kerangka Pemikiran



Bagan 1.1
Kerangka Pemikiran
Sumber: Olah data Penulis, 2024