

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan seni dan kebudayaan yang beragam. Setiap daerah di Indonesia memiliki berbagai macam ciri khas yang masih kental. Seni dan budaya yang berwujud tradisi, adat istiadat, tempat bersejarah yang berasal dari berbagai daerah.

Salah satu kebudayaan Indonesia yang masih menarik adalah tempat bersejarah di Kota Surabaya yaitu kawasan pecinan Surabaya yang lebih dikenal dengan nama “Kya-Kya Kembang Jepun”. Kya-Kya berasal dari bahasa Hokkian yang berarti Jalan-Jalan, sedangkan Kembang Jepun adalah nama kawasan pecinan yang memiliki pengertian dari gadis-gadis penghibur (Kembang) yang terkenal di jaman Jepang (Jepun).

Surabaya merupakan salah satu kota tertua di Indonesia, ibukota provinsi Jawa Timur. Kota ini memiliki banyak tempat-tempat wisata termasuk wisata bersejarah yaitu kampung pecinan. Kampung pecinan di Kota Surabaya terdiri dari etnis Tionghoa yang lahir di Indonesia, dan kawasan Kembang Jepun termasuk dalam kampung pecinan tersebut. Kya-Kya Kembang Jepun merupakan wilayah pecinan di Kota Surabaya yang memiliki nilai sejarah dan menampilkan kebudayaan Tionghoa yang sudah bercampur dengan kebudayaan Indonesia. Kya-Kya Kembang Jepun sudah ada sejak tahun 1930-an, gapura di lokasi tersebut masih belum memiliki patung naga.

Pada tahun 2003, menteri BUMN Dahlan Iskan memiliki ide untuk mengembangkan lokasi ini menjadi maskot Kota Surabaya dan tempat untuk berkumpul bersama keluarga atau teman. Dalam perkembangannya, potensi Kya-Kya Kembang Jepun untuk menjadi maskot kota dan tempat berkumpul dianggap cukup baik oleh masyarakat setempat namun dikarenakan harga

makanan dan barang yang dijual terbilang mahal maka setiap tahunnya semakin sedikit pengunjung yang datang hingga tahun 2008 Dahlan Iskan menutup lokasi ini.

Permasalahan utama yang membuat penulis berpikir untuk mengenalkan kembali adalah karena setelah meredup dan menjadi kawasan yang sepi tanpa kegiatan lagi, Kya-Kya Kembang Jepun mulai dilupakan oleh masyarakat bahkan masyarakat setempat.

Bidang Desain Komunikasi Visual berkaitan dengan masalah mengenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun kepada masyarakat di Kota Surabaya khususnya keluarga, dengan adanya promosi yang dapat menghimbau keluarga di Surabaya untuk mengenal kembali Kya-Kya Kembang Jepun. Dengan adanya promosi, terdapat *event* yang ditujukan untuk memperkenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun secara komunikatif dan menarik sehingga membuat keluarga di kota Surabaya tertarik untuk mengenal kembali Kya-Kya Kembang Jepun sebagai ikon kota dan kawasan pecinan Surabaya.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Pokok permasalahan dari latar belakang yang telah dijabarkan adalah:

- 1) Bagaimana cara memperkenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun sebagai ikon kota dan pecinan Surabaya?
- 2) Bagaimana cara meningkatkan kebersamaan antar anggota keluarga dan teman?
- 3) Bagaimana cara membuat media promosi Kya-Kya Kembang Jepun melalui desain ilustrasi yang menarik, mudah dimengerti, dan komunikatif ?

Adapun ruang lingkup yang akan dikerjakan adalah membuat rancangan desain promosi untuk mengenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun kepada masyarakat di wilayah Surabaya. Segmentasi pasar yang dituju adalah keluarga di Kota Surabaya yang lebih tertuju untuk keluarga muda yang mencakup usia 25-35 tahun.

1.3 Tujuan Perancangan

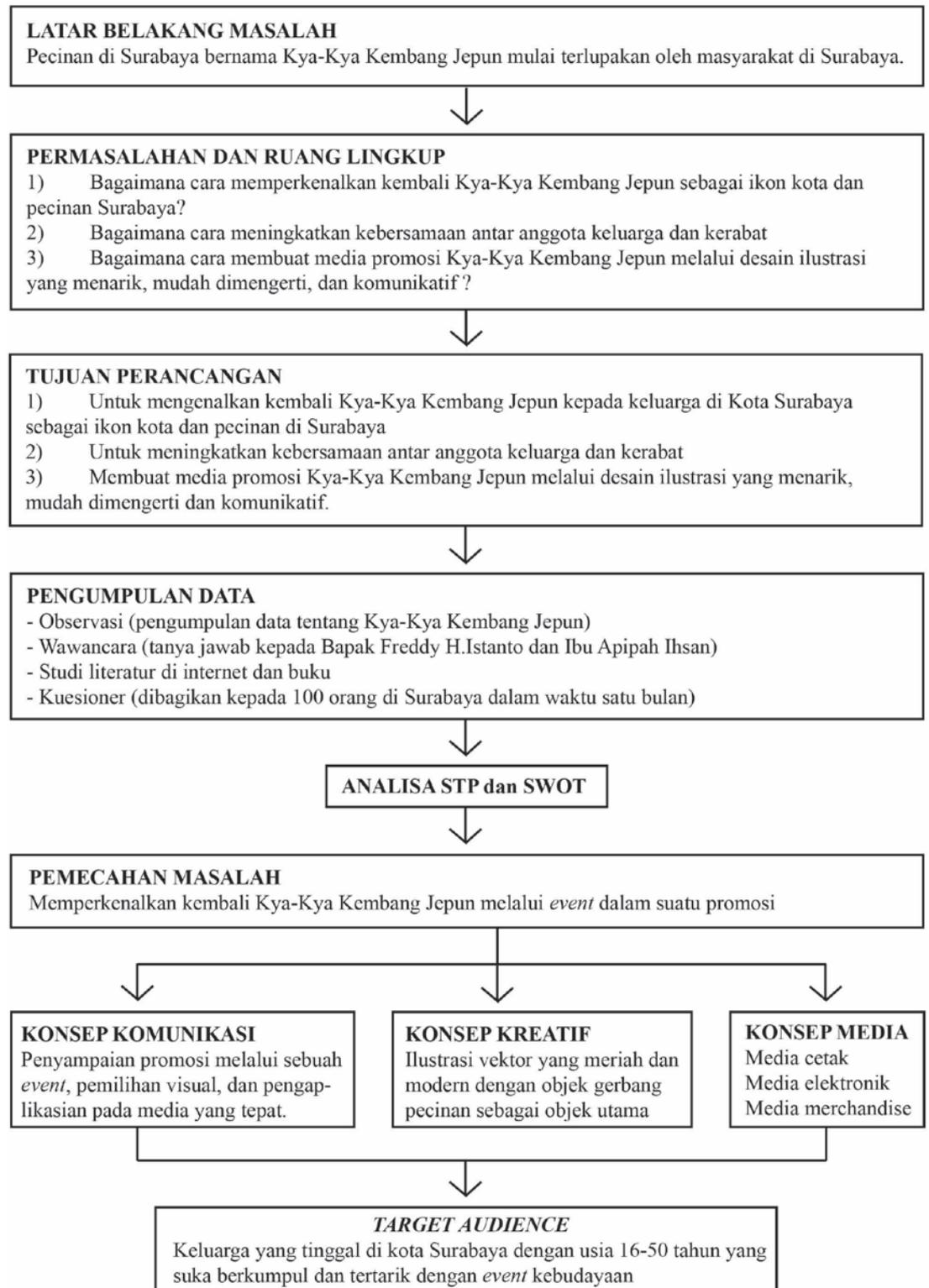
- 1) Untuk mengenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun kepada keluarga di Kota Surabaya sebagai ikon kota dan pecinan di Surabaya
- 2) Untuk meningkatkan kebersamaan antar anggota keluarga dan teman
- 3) Membuat media promosi Kya-Kya Kembang Jepun melalui desain ilustrasi yang menarik, mudah dimengerti dan komunikatif.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam perancangan promosi Kya-Kya Kembang Jepun adalah:

- 1) Observasi
Pengumpulan data tentang Kya-Kya Kembang Jepun
- 2) Wawancara
Tanya jawab kepada orang yang kompeten dan mendukung rancangan Tugas Akhir yaitu Bapak Freddy H. Istanto selaku dosen Universitas Kristen Petra Surabaya serta penulis buku “Kya-Kya Bareng Koh Dahlan Iskan” yang bekerjasama untuk mendirikan Kya-Kya Kembang Jepun bersama Dahlan Iskan (Menteri BUMN) dan Ibu Apipah Ihsan selaku anggota dari tim Kya-Kya Kembang Jepun
- 3) Studi literatur dan studi pustaka
Mencari data mengenai Kya-Kya Kembang Jepun di buku dan internet
- 4) Kuesioner
Membuat dan menyebarkan kuesioner kepada target komunikasi yang dituju sebanyak 100 orang yang mencakup remaja dan orang dewasa di Surabaya dalam waktu satu bulan

1.5 Skema Perancangan



Tabel 1.1: Skema Perancangan

Sumber: Penulis