

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak sekali ragam seni dan budaya. Mulai dari kesenian musik, kerajinan tangan, pakaian adat, akulturasi budaya dan lain sebagainya. Salah satu budaya yang dimiliki oleh hampir setiap daerah adalah budaya akulturasi, dimana Indonesia merupakan negara yang dikelilingi lautan sehingga banyak jalur perdagangan. Banyaknya orang asing yang datang untuk melakukan perdagangan sehingga terjadinya akulturasi budaya atau percampuran budaya di daerah tersebut. Tiap daerah memiliki budaya yang berbeda-beda. Salah satu daerah yang memiliki banyak kebudayaan akulturasi yaitu Kota Tangerang.

Tangerang adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Banten, Indonesia, tepat di sebelah barat kota Jakarta, serta dikelilingi oleh Kabupaten Tangerang di sebelah utara dan barat. Tangerang merupakan kota terbesar di Provinsi Banten serta ketiga terbesar di kawasan perkotaan Jabotabek setelah Jakarta. Kota Tangerang memiliki daerah dimana daerah tersebut ramai dengan penduduk keturunan Tionghoa Tangerang. Daerah tersebut diberi nama Petak Sembilan, tapi sekarang sudah berubah nama menjadi Pasar Lama.

Pasar lama merupakan daerah yang sering dikunjungi penduduk sekitar, orang yang berjualan maupun pembeli merupakan keturunan Tionghoa Tangerang. Maka dari itu pasar lama dikenal dengan tempat yang sangat strategis dan sangat lengkap. Disinipun terdapat klenteng Boen Tek Bio, Viara Padum, Lithan Bio, museum *Heritage*, sungai Ciasadane, stasiun Tangerang, masjid Jami Kalipasir dan pertokoan lainnya yang sudah turun temurun berjalan serta penjual makanan khas yang berbeda dengan kota lainnya yaitu makanan khas peranakan.

Berdasarkan data dan fakta yang didapat, banyak masyarakat yang belum mengenal tentang budaya di Pasar Lama Tangerang. Pasar Lama merupakan pusat budaya akulturasi di kota Tangerang. Hal ini disebabkan karena kurangnya promosi yang dilakukan. Pasar Lama Tangerang masih belum dikenal oleh masyarakat khususnya di Bandung, maka dari itu perlu

adanya promosi. Promosi wisata Pasar Lama Tangerang yang dilakukan dengan konsep perancangan promosi wisata budaya akulturasi Tionghoa Tangerang yang masih asli diharapkan akan menjadikan Pasar Lama lebih dikenal masyarakat luar.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari topik yang dipilih maka dapat ditemukan permasalahan sebagai berikut:

- Bagaimana merancang promosi yang efektif untuk mengenalkan Pasar Lama Tangerang pada masyarakat luar ?

1.3 Tujuan Perancangan

- Memperkenalkan Pasar Lama Tangerang sebagai pusat budaya akulturasi Tionghoa Tangerang kepada masyarakat luar.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Bentuk pengumpulan data dilakukan dengan metode atau teknik seperti : wawancara, observasi, kuesioner, internet dan studi pustaka.

Adapun penjelasan dari tiap bagian tersebut adalah :

- Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai budaya akulturasi di Pasar Lama. Wawancara dilakukan kepada ketua perkumpulan keagamaan klenteng Boen Tek Bio yaitu Bapak Udayaskhya Halim, warga sekitar dan pedagang makanan khas.
- Observasi adalah pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berjalan. Observasi dilakukan dengan berkunjung langsung ke daerah Tangerang, Banten dan mengambil beberapa foto tempat dan acara yang berlangsung.
- Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang akan dibagikan kepada 100 responden yang tinggal di kota Bandung.
- Studi Pustaka pengumpulan data berupa laporan-laporan studi terdahulu, makalah, serta data sekunder yang dibutuhkan dalam mendesain riset, serta menganalisis hasil studi. Studi pustaka dilakukan dengan mencari sumber-sumber yang dapat dipercaya seperti buku, majalah dan koran, yang berhubungan dengan teori DKV.

1.5 Skema Perancangan

