

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia. Keunikan yang dimiliki Indonesia tak hanya merupakan negara yang terdiri dari ribuan pulau, namun juga memiliki keanekaragaman alam, bahasa dan budaya. Kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia meliputi situs-situs bersejarah, wisata kuliner, wisata belanja dan masih banyak lagi. Salah satu wisata yang menarik perhatian di setiap daerah di Indonesia adalah pasar tradisional. Pasar tradisional menjadi sebuah situs sosial dan budaya yang diwariskan secara turun temurun dan menjadi sebuah tradisi dari jaman nenek moyang hingga saat ini.

Suasana yang ditampilkan pasar tradisional di Indonesia adalah aktivitas sosial masyarakat yang saling berinteraksi, dimana pembeli berusaha menawar harga suatu barang atau jasa, sedangkan penjual melakukan tawar menawar untuk mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan barang atau jasa tersebut. Bahkan sampai saat ini, masih ada pasar tradisional yang melakukan sistem *barter* dalam aktivitas tawar menawar tersebut. Selain itu, lokasi pasar yang strategis di pusat kota dapat diartikan sebagai pusat keramaian dan hiburan. Sehingga tempat yang ramai ini dimanfaatkan sebagai pusat kebutuhan sosial masyarakat yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan.

Pasar tradisional yang ada di Indonesia tentu saja beragam jenisnya, antara lain pasar terapung, pasar induk, pasar kaget, pasar malam dan masih banyak lagi. Di Indonesia terdapat beberapa pasar tradisional yang cukup terkenal di kalangan wisatawan, seperti Pasar Kintamani dan Pasar Sukowati di Bali, Pasar Terapung di Banjarmasin, Pasar Beringharjo di Yogyakarta dan lain-lain, dimana setiap pasar memiliki kelebihan yang berbeda dengan pasar lainnya.

Pasar tradisional di pulau Jawa tentunya memiliki beberapa perbedaan dengan pasar tradisional yang ada di daerah lain di Indonesia. Kentalnya budaya Jawa tentunya sangat melekat pada pasar-pasar tradisional yang ada, selain itu tanah Jawa yang sangat subur dibandingkan dengan pulau lainnya membuat hasil bumi yang dihasilkan sangat segar. Selain hasil bumi, tentunya tersedia pula hasil kerajinan tangan khas tanah Jawa.

Kota Surakarta atau yang biasa disebut dengan kota Solo adalah salah satu kota besar yang memiliki keunikan pada pasar tradisionalnya. Pasar tradisional yang paling populer di kota Solo adalah Pasar Klewer yang merupakan pusat perbelanjaan kain batik terlengkap dan terbesar di seluruh Jawa Tengah. Dilihat dari sejarahnya, lokasi Pasar Klewer awalnya merupakan tempat pemberhentian kereta api dan digunakan sebagai tempat berjualan para pedagang pribumi pada jaman pendudukan Jepang. Pasar ini pun dinamakan Pasar Slompretan karena suara dari kereta api yang akan berangkat terdengar seperti suara terompet. Seiring berjalannya waktu, julukan untuk Pasar Slompretan ini pun berubah. Para pedagang banyak yang berjualan kain batik dan kain-kain tersebut ditaruh pada pundak mereka, sehingga kain batik apabila dilihat dari kejauhan akan terlihat seperti berkeleweran saat tertiup angin. Sejak saat itu Pasar Slompretan berubah nama menjadi Pasar Klewer dan pada tahun 1971 diresmikan menjadi pusat perbelanjaan kain batik. Pasar ini pun berganti rupa menjadi pasar dengan bangunan modern bertingkat dua dan kala itu disahkan oleh Presiden Soeharto.

Pasar tradisional di Kota Solo pun dipilih sebagai topik utama karena pasar tradisional yang ada di Kota Solo masih banyak yang belum dikenal oleh kalangan masyarakat luas, padahal pasar-pasar ini memiliki keunikan dan karakter khas tersendiri seperti memiliki nilai historis bahkan ada yang menjadi ikon daerah. Pemerintah Kota Solo pun sadar betul akan potensi yang dimiliki pasar tradisional sehingga mereka pun berusaha untuk menata pasar-pasar tradisional dengan cukup baik agar dapat menarik jumlah wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun lokal.

Kelebihan tersendiri dari pasar tradisional di Kota Solo ini membuat penulis berpikir untuk turut berpartisipasi dalam mempromosikan pasar tradisional di Solo sebagai sarana

penunjang pariwisata Indonesia dengan menerapkan ilmu desain komunikasi visual. Sesuai dengan tujuan utama penulis mengambil topik ini diharapkan agar wisatawan tidak hanya menikmati wisata alam yang ada di Indonesia saja tetapi juga menjadi bagian dari kultur masyarakat Indonesia khususnya budaya Jawa dengan merasakan sensasi tersendiri berbelanja di pasar tradisional di Kota Solo.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan utama dari topik ini adalah pasar tradisional sebagai pilihan destinasi wisata khas Kota Solo.

Pokok permasalahan pada topik ini antara lain:

1. Bagaimana cara untuk mengangkat pasar tradisional menjadi tujuan wisata dan menunjukkan pada masyarakat tentang aset budaya di Solo?
2. Bagaimana cara untuk mengajak masyarakat perkotaan untuk mau peduli dan melakukan wisata ke pasar tradisional sebagai bentuk cinta pada budaya nasional?
3. Bagaimana membuat wisata belanja ke pasar tradisional menjadi *trend* anak muda dan menjadi sebuah gaya hidup?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada permasalahan ini meliputi perancangan promosi wisata belanja sebagai sarana penunjang pariwisata Indonesia yang akan diaplikasikan tak hanya di wilayah Kota Solo tapi juga kota-kota besar di Indonesia seperti Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Medan, dan masih banyak lagi. Jangka waktu program promosi wisata pasar tradisional ini kurang lebih sekitar 6 bulan dan akan ditujukan bagi masyarakat yang senang *travelling*.

1.4 Tujuan Perancangan

Promosi pasar tradisional ini bertujuan agar masyarakat mengetahui bahwa destinasi wisata yang menarik dan menonjol di Kota Solo adalah pasar tradisional yang sesuai dengan kultur masyarakat Jawa.

Penulis berencana untuk merancang promosi wisata pasar tradisional Kota Solo sebagai salah satu destinasi berlibur wisatawan. Tujuannya agar masyarakat luas dapat mengenal sisi lain dari pariwisata Indonesia yang terkenal unik dan ragam budaya. Pembatasan ruang lingkup yang meliputi area, waktu dan promosi yang akan dikerjakan dimaksudkan agar pengelolaan waktu pengerjaan dapat dilakukan secara optimal sehingga dapat menghasilkan karya yang maksimal.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data didapatkan dari instansi resmi negara seperti pemerintah daerah Kota Solo. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara survei seperti berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung oleh penulis di pasar-pasar tradisional di Solo agar dapat lebih memahami situasi dan kondisi dengan lebih jelas.

2. Informan/Responden

Responden yang diperlukan untuk mencari data secara mendalam mengenai topik ini adalah wakil dari Dinas Pengelolaan Pasar Kota Solo, Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Solo, serta wisatawan dari luar Kota Solo.

3. Wawancara

Wawancara akan dilakukan kepada Dinas Pengelolaan Pasar Kota Solo untuk mendapatkan data secara lengkap mengenai pasar tradisional di Solo. Wawancara

juga akan dilakukan kepada Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Solo untuk mendapatkan data secara akurat mengenai jumlah wisatawan yang datang ke kota Solo baik lokal maupun asing. Selain itu sejumlah wawancara juga akan dilakukan pada para pedagang atau penduduk setempat.

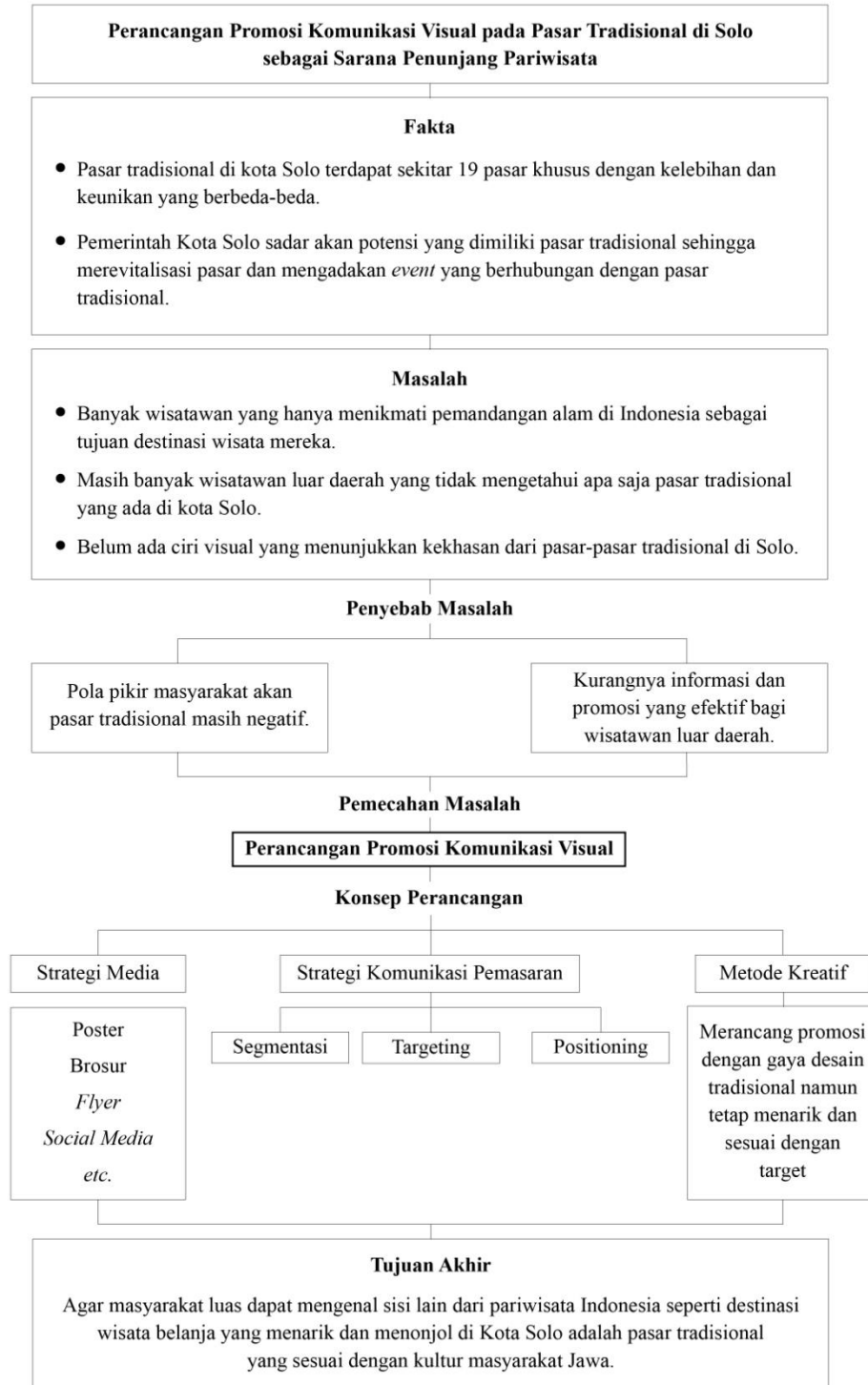
4. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan data-data lain yang menunjang topik ini seperti dari buku, koran, majalah dan internet.

5. Kuisioner

Kuisioner akan dibagikan kepada beberapa responden yang memiliki hobi *travelling* ke luar kota. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana pendapat dan pandangan masyarakat secara langsung mengenai pasar tradisional di Kota Solo.

1.6 Skema Perancangan



Tabel 1.6 Skema Perancangan

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian Seminar Desain Komunikasi Visual ini akan disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan perancangan, teknik pengumpulan data, skema perancangan dan sistematika penulisan yang digunakan dalam menyusun laporan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini menjelaskan teori dan dasar pemikiran yang akan digunakan sebagai acuan untuk meneliti permasalahan dan menemukan solusi yang tepat.

BAB III Uraian Data dan Analisis

Disini diuraikan secara rinci dan jelas dari hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan dasar pemikiran yang sudah dibahas pada bab II.

BAB IV Pemecahan Masalah

Bab ini menyimpulkan mengenai strategi apa yang akan digunakan sebagai solusi dari topik yang dibahas dan juga berisi tentang rincian proses hasil perancangan yang dibuat oleh penulis hingga penerapannya pada media yang sesuai.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Berisi simpulan dan saran dari laporan Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual.