

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semarang sejatinya adalah ibu kota Jawa Tengah yang memiliki keanekaragaman budaya di dalamnya. Peninggalan budaya asli masyarakat Jawa maupun peninggalan budaya-budaya kolonial Belanda masih kental di kota Semarang. Mulai dari pagelaran wayang kulit sampai berkeliling menjelajahi kota lama yang masih sangat terjaga kelestariannya. Dengan adanya data, ditemukan fakta bahwa penduduk kota ini dihuni oleh mayoritas dari Etnis Tionghoa, Arab dan Jawa. Keberagaman tersebut membuat budaya kota yang dikenal dengan “kota lunpia ini” dikenal sebagai kota yang memiliki beragam oleh-oleh yang khas. Wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang sering kali tidak memiliki waktu yang banyak untuk berburu oleh-oleh khas secara menyeluruh. Kampong Semarang hadir mengemas keanekaragaman oleh-oleh khas yang ada di Kota Semarang. Memadukan oleh-oleh khas dari berbagai budaya dalam satu konsep “one stop leisure”. Tempat yang menarik dan dikemas secara modern namun tetap memberi kesan Kota Semarang, menyuguhkan pengalaman berbelanja yang mengasyikan. Oleh-oleh khas Semarang yang ditawarkan adalah batik, makanan, *homeware*, dan produk anak-anak. Produk yang ditawarkan semuanya dibuat oleh pengrajin yang ada di kota Semarang.

Perkembangan bisnis Kampong Semarang tidak disertai dengan identitas yang menunjang. Promosi yang kurang tepat sasaran menjadi faktor selanjutnya yang membuat tempat ini sepi pengunjung. Kampong Semarang telah mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah Kota Semarang, namun Kampong Semarang memerlukan perbaikan penampilannya. Adanya “*rebranding*” dan memperbaiki promosi Kampong Semarang ini diharapkan dapat menarik pengunjung untuk singgah dan berbelanja di tempat ini.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Rumusan masalah perancangan dalam tulisan ini, antara lain :

- a. Bagaimana cara mempromosikan Kampoeng Semarang yang telah ada sejak lama, agar dapat dikenal lebih luas?
- b. Bagaimana memilih media yang tepat, sehingga target mengetahui potensi Kampoeng Semarang?

1.2.2 Ruang Lingkup

Ditinjau dari pokok-pokok permasalahan yang telah dirumuskan di atas, berikut ini akan dikemukakan dan diuraikan ruang lingkup atau batasan permasalahan :

- a. Mengingat semakin meningkatnya pertumbuhan wisatawan yang datang ke Kota Semarang, maka peneliti dalam perancangan ini hanya akan membahas tempat oleh-oleh Kampoeng Semarang sebagai bahan kajian. Disamping Kampoeng Semarang menjadi tempat oleh-oleh yang layak untuk dikunjungi, Kampoeng Semarang memiliki peran dalam melestarikan budaya Kota Semarang
- b. Dalam perancangan ini peneliti bermaksud untuk mengangkat Kampoeng Semarang melalui perancangan *rebranding* dan promosi yang ditujukan kepada masyarakat Indonesia dan wisatawan mancanegara.
- c. Pembahasan masalah dibatasi di rentang usia 40-50 tahun. Turis dari Indonesia dan turis dari Negara-negara tetangga Indonesia.

1.3 Tujuan Perancangan

Setelah mengetahui rumusan permasalahan perancangan, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa tujuan dari perancangan ini sebagai berikut :

- a. Mengubah persepsi lama orang akan Kampoeng Semarang.

b. Melakukan *rebranding* dan perbaikan strategi promosi terhadap Kampoeng Semarang, didukung dengan sistem media yang tepat sasaran.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini sumber data yang diperlukan bersumber dari :

- a. Manajemen Kampoeng Semarang
- b. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

- a. Kuisisioner

Metode ini bertujuan untuk memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas tinggi dari responden yang ada untuk mendapat informasi tentang permasalahan-permasalahan yang akan diangkat pada perancangan ini.

- b. Observasi

Observasi bertujuan untuk mendapatkan data baik secara visual dengan cara melihat langsung keadaan disana, maupun untuk melakukan perbincangan dengan pihak Kampoeng Semarang.

- c. Studi Pustaka

Metode ini digunakan untuk mencari data dan informasi dari buku dan situs yang dibutuhkan untuk mendukung penulis dalam mengetahui lebih dalam lagi tentang Kampoeng Semarang.

1.5 Skema Perancangan

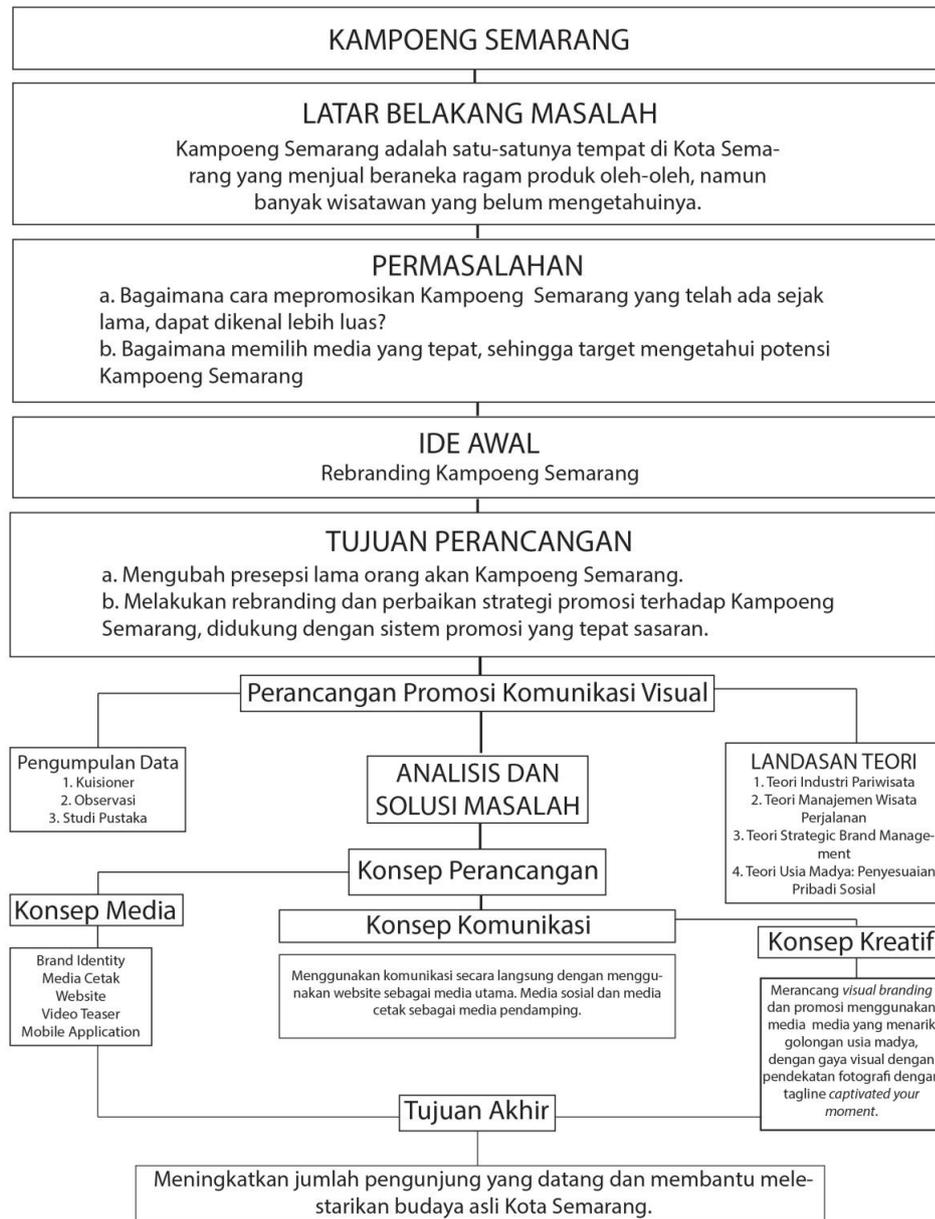


Diagram 1.1 Skema Perancangan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)