

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi, sebuah kota dituntut untuk semakin maju dalam mengembangkan budaya daerahnya. Pekalongan merupakan sebuah kota penghasil batik terbesar di Indonesia, dengan total 70%. Hasil batik Indonesia dibuat oleh masyarakat Pekalongan. Saat ini industri batik Pekalongan memiliki 2608 unit usaha yang tersebar di kota Pekalongan sebanyak 608 unit usaha dengan 5.821 tenaga kerja dan di kabupaten Pekalongan sebanyak 2000 unit usaha dengan 10.000 tenaga kerja. Bukan hanya Batik saja yang membuat Pekalongan spesial banyaknya perkebunan teh, perdagangan ikan, kuliner yang memanjakan lidah serta Budaya yang sudah berumur ratusan tahun membuat Pekalongan menjadi tempat wisata yang wajib di kunjungi di Indonesia. Dari sekian banyaknya hal yang menarik di Pekalongan tetapi ada satu yang sangatlah menonjol, yaitu batik. Pekalongan memiliki batik yang sangat unik dibandingkan batik milik kota lain, hal itu dikarenakan perpaduan Budaya yang sudah diwariskan turun temurun bercampur dengan budaya lokal terbentuklah Batik Jelamprang, sebuah batik yang terbuat dari percampuran 7 budaya Arab, Jawa, China, India, Jepang, Belanda dan Islam.

UNESCO memilih Pekalongan sebagai 1 dari 28 *Creative Cities Network*, tepatnya pada tanggal 1 Desember 2014. Terpilihnya Pekalongan sebagai kota budaya bukanlah suatu hal yang kebetulan, pada awalnya KEMENPAREKRAF (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) mengajukan beberapa nama kota yang layak untuk diikutsertakan dalam keanggotaan UNESCO, setelah perundingan akhirnya terpilihlah Pekalongan sebagai salah satu wakil dari Indonesia, dan tentunya dengan syarat Pekalongan memenuhi standar sebagai kota kreatif yang diberikan oleh UNESCO.

UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) merupakan Salah satu lembaga dari PBB dalam bidang pendidikan, keilmuan dan kebudayaan, UNESCO sendiri memiliki 7 kategori bagi ke 28 kota, predikat itu adalah *Design, Film, Media Arts, Literature, Gastronomy, Music, dan Crafts & Folk Arts*.

Predikat yang telah diberikan kepada UNESCO adalah Pekalongan *The City of Craft and Folk Arts*. Sebagai sebuah kota kreatif yang diakui UNESCO tentunya Pekalongan memiliki sebuah budaya yang khas, Budaya tersebut berasal dari 300 tahun lalu, merupakan Budaya kerajinan tangan dan Seni membuat Batik. Batik Pekalongan sendiri menjadi sangat spesial dikarenakan berasal dari perpaduan 7 budaya yaitu : Jawa, Arab, Cina, India, Belanda, Jepang dan Muslim.



Gambar 1.1 Batik Jelamprang

Dengan dikenalnya Pekalongan di kancah Internasional membuat Walikota Pekalongan merasa Pekalongan harus memiliki *City Branding* Serta Logo baru. Dengan digunakannya logo baru serta *Branding* diharapkan membuat Dunia semakin tertarik untuk datang ke Pekalongan. Penulis memilih masalah tersebut sebagai Tugas Akhir karena penulis berharap supaya Kota Pekalongan dapat semakin dikenal di kancah Internasional dalam Bidang Seni dan Budaya.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

- Bagaimana cara membuat *City Branding* kota Pekalongan?
- Bagaimana cara menerapkan media branding dalam kehidupan sehari-hari?

Ruang lingkup dari masalah diatas akan dimulai dengan pengerjaan *City Branding*, setelah itu para produsen di Pekalongan diharuskan memakai Logo di kemasan dagangannya, segmentasinya adalah turis lokal maupun International.

1.3 Tujuan Perancangan

Dengan adanya *City Branding* diharapkan adanya kemajuan di bidang pariwisata, dengan banyaknya turis yang datang akan membuat masyarakat pedangang batik akan mulai bersaing satu sama lain, dan mulai menggunakan iklan yang lebih baik untuk mempromosikan produk mereka. Tujuannya supaya nama Pekalongan semakin dikenal banyak orang, setelah mereka datang pun mereka akan di sambut dengan desain yang tepat sasaran sehingga dengan harapan mereka akan datang kembali ataupun memberitahu kerabat mereka untuk datang kembali.

Dengan banyaknya turis yang tertarik untuk datang, maka pertumbuhan ekonomi kota pun diharapkan dapat meningkat, dengan bertumbuhnya ekonomi akan menarik pengusaha pengusaha besar yang tertarik untuk menanam modal di Pekalongan, dengan banyaknya penanam modal diharapkan pula tingkat pengangguran di kota Pekalongan akan berkurang.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara
 1. Ibu Sriwiningsih selaku Kepala BAPEDA
 2. Bapak Basyir selaku Walikota Pekalongan
- Observasi Lapangan

Penulis mengunjungi langsung Kota Pekalongan guna melakukan observasi ke berbagai sudut kota dengan tujuan untuk mendapatkan Informasi yang lebih jelas serta melihat langsung kehidupan kota Pekalongan yang secara lebih detail.
- Buku “ Best Practise Kota Pekalongan “

Buku tersebut merupakan buku pemberian langsung dari ketua BAPEDA Pekalongan Ibu Sriwiningsih yang berisikan tentang Pekalongan itu sendiri, dan apa saja yang terdapat di Pekalongan.

1.5 Skema Perancangan

