

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia memiliki berbagai macam wisata mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata seni, wisata religi, hingga wisata kuliner. Pada tahun 2017, Kepala Badan Ekonomi Kreatif Indonesia mengungkapkan terdapat 3 sektor ekonomi kreatif yang tengah berkembang dengan pesat, salah satunya adalah sektor kuliner. Kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki beraneka ragam kuliner yang unik di setiap daerah sehingga dinilai memiliki potensi yang sangat kuat dan patut untuk dikembangkan supaya lebih maju.

Semarang adalah ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang memiliki banyak jenis wisata mulai dari wisata religius, sejarah, hingga kuliner. Khusus mengenai wisata kuliner, ternyata pengetahuan wisatawan masih terbatas pada lumpia, nasi kucing, tahu petis, tahu pong, tahu gimbal, dan garang asem, padahal sebenarnya masih banyak kuliner tradisional khas kota Semarang lainnya seperti babat gongso, nasi goreng babat, nasi ayam, soto ayam bangkong, pisang plenet, roti ganjel rel, mie kopyok, es conglik, nasi pindang, gundangan, kue terang bulan, es hawa, ketan bubuk dan ketan biru, es marem, dan mie titee.

Agar wisatawan yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia mengetahui kekayaan kuliner tradisional khas kota Semarang perlu dibuat media informasi, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat perancangan media informasi yang menarik, informatif dan efektif yang dapat membantu mengenalkan kepada para wisatawan lokal maupun mancanegara mengenai kuliner-kuliner tradisional khas kota Semarang. Media tersebut berisikan informasi-informasi kuliner tradisional Semarang

mulai dari komposisi bahan, harga, alamat lokasi penjualan, dan jam operasional tempat-tempat kuliner tersebut. Media tersebut berguna bagi wisatawan yang ingin mengenal serta berwisata kuliner di Kota Semarang.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1. Bagaimana memperkenalkan kuliner tradisional khas Kota Semarang untuk mengembangkan potensi wisata kuliner dan ekonomi di Indonesia?
2. Bagaimana cara merancang media informasi yang menarik dan informatif agar wisatawan dapat mengenal kuliner tradisional khas kota Semarang?

1.3 Tujuan Perancangan

1. Memperkenalkan kuliner tradisional khas Kota Semarang melalui media DKV yang tepat, menarik, dan informatif kepada para wisatawan.
2. Merancang media informasi yang memiliki gaya visual yang menarik serta informatif sesuai dengan target audience.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Metode Penelitian :

1. Observasi
Metode pengumpulan data serta informasi-informasi yang terkait, dengan mengamati secara langsung mengenai tempat-tempat kuliner tradisional di kota Semarang.
2. Wawancara
Metode pengumpulan data dan informasi dengan berkomunikasi mengutarakan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dirancang oleh penulis penelitian yang akan ditanyakan kepada narasumber yang berhubungan dengan topik penelitian yang diangkat. Seperti melakukan wawancara terstruktur pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan wawancara tidak terstruktur pada pemilik tempat-tempat kuliner tradisional khas kota Semarang.

3. Kuisisioner

Pengumpulan data dengan membagikan kuisisioner tentang pengetahuan responden terhadap kuliner tradisional khas kota Semarang, serta gaya hidup responden. Disebarkan melalui kuisisioner online dengan jumlah responden 150 orang.

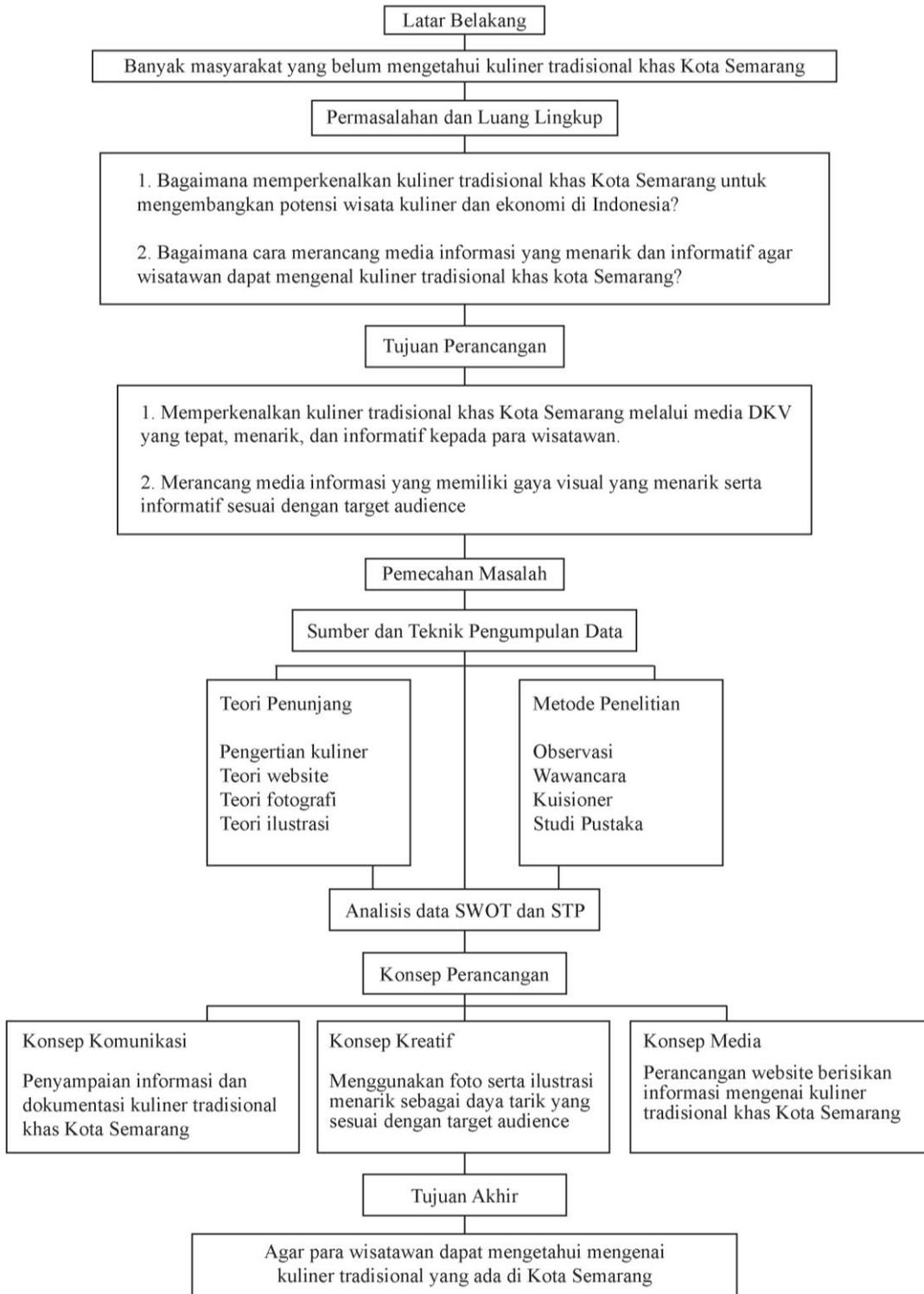
4. Studi Pustaka

Mengumpulkan data dan informasi dari sumber-sumber terpercaya dari buku, dokumen, artikel, dan browsing internet.



1.5 Skema Perancangan

Perancangan Media Informasi tentang Kuliner Tradisional khas Kota Semarang



Tabel 1.1 Skema Perancangan
(Sumber : Natalia, 2018)