

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang merupakan salah satu tujuan pariwisata bagi turis asing, berdasarkan data yang diambil dari CNBC Indonesia, turis asing yang berkunjung ke Jepang pada tahun 2017 meningkat 20% dibandingkan dengan tahun 2016, dan diperkirakan akan meningkat setiap tahunnya. Menurut artikel Salam Gateway, dalam sepuluh tahun ini, Jepang berusaha untuk mengubah fasilitas dan servisnya untuk memenuhi kebutuhan muslim dari Asia Tenggara dan muslim dari Jepang. Turis muslim dari Indonesia yang berkunjung ke Jepang juga berkembang pesat dari 63.000 orang sampai 271.000 orang hanya dalam beberapa tahun, yakni dari tahun 2009 sampai tahun 2016. (Yulita dan Ong, 2019, p. 59). Dikarenakan turis muslim yang datang meningkat pesat, pemerintah Jepang memfokuskan mengembangkan industri target market ke sektor halal untuk mencapai *profit* secara maksimal. (Konety et al., 2021, p. 195).

Berdasarkan data yang didapatkan dari Statista pada tahun 2019, 77% wisatawan dari Indonesia menyatakan bahwa tujuan utama mereka datang ke Jepang adalah untuk mencicipi makanan Jepang, diikuti 63.5% yang menyatakan berbelanja. Bagi turis Indonesia yang beragama Islam, terdapat beberapa kesulitan yang ditemukan dalam berwisata di Jepang. Salah satu kebutuhan yang penting dan bagi turis muslim adalah mengkonsumsi makanan yang halal. Menurut Rajikin et al. (1997) faktor utama yang paling penting bagi umat Islam adalah mengkonsumsi makanan yang halal, Umat Islam harus memperhatikan kebersihan dan cara menyajikan makanan sampai cara membuang makanan dikarenakan umat Islam diajarkan mengkonsumsi makanan yang bersih dan selamat (Zulaekah dan Kusumawati, 2005, p. 25-26). Dalam segi kesehatan menurut Farid dan Basri (2020), mengkonsumsi makanan non-halal berpengaruh buruk untuk tubuh dan jiwa, juga sangat mempengaruhi kecerdasan emosional dan spiritual.

Didalam artikel menurut Takiguchi (2021), pengunjung muslim yang pertama kali ke Jepang kesulitan memahami komposisi makanan dibalik kemasan makanan karena tidak dapat membaca kanji. Berdasarkan artikel Japan-guide.com, kebanyakan restoran-restoran di Jepang menyediakan alkohol karena restoran akan sulit bertahan tanpa kesediaan alkohol. Banyak restoran yang menyediakan makanan halal, namun besar kemungkinan makanan tersebut dimasak dengan makanan non-halal lainnya. Diluar kota-kota besar, makanan halal lebih sulit, bahkan mustahil untuk ditemukan. Supermarket di Jepang rata-rata memang tidak menyediakan makanan halal, tetapi di kota-kota besar, makanan halal tersedia di supermarket bukan dalam bentuk makanan siap saji, namun dalam bentuk daging beku.

Dengan tetap memenuhi kewajiban, dan tanpa mengurangi rasa ketertarikan dalam mencoba berbagai macam makanan lokal Jepang yang tersedia berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik untuk merancang media informasi berupa website makanan halal di Jepang untuk turis muslim Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas di dalam laporan Tugas Akhir ini adalah:

1. Bagaimana melakukan perancangan website makanan halal di Jepang untuk turis muslim Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan website, penulis memberikan batasan masalah terkait beberapa hal berikut:

1.3.1. Demografis

Perancangan website ini ditujukan untuk pria dan wanita beragama Islam. Berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik pada bulan Februari 2021, dinyatakan kelompok umur Angkatan Kerja (AK) terbanyak berumur 20 sampai 39 tahun di daerah perkotaan berjumlah 33.669.944 orang, rata-rata AK terbanyak digolongkan dari kelompok umur

25 sampai 39 tahun. Maka disimpulkan target primer berumur 25 sampai 39 tahun dan sekunder berumur 20 sampai 24 tahun. merupakan mahasiswa, karyawan, wirausahawan, atau wisatawan yang sudah bekerja dan dapat mendukung diri sendiri secara finansial yang merupakan SES B dengan pendapatan utama Rp 4,6 juta sampai SES A dengan pendapatan Rp 8 juta perbulan dari artikel Kompas (2014).

1.3.2. Psikografis

Target audiens merupakan orang yang menyukai berwisata ke luar negeri dengan tujuan wisata kuliner untuk mencicipi berbagai macam makanan lokal. Target audiens juga merupakan orang yang gemar berwisata dengan bebas, tanpa memerlukan tour guide. Target audiens merupakan orang yang mendapatkan informasi sehari-hari secara online melalui artikel dari website dan termasuk dalam golongan pengguna *gadget*.

1.3.3. Geografis

Target primer perancangan media informasi ditujukan untuk orang Indonesia yang tinggal di daerah Jabodetabek, atau di daerah perkotaan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir perancangan diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca tentang berbagai macam kuliner Jepang yang halal yang dapat dikonsumsi bagi wisatawan muslim yang akan datang berkunjung.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dengan merancang tugas akhir ini, penulis berharap manfaat akan diperoleh terkait beberapa pihak:

1. Bagi Penulis

Penulis mendapatkan pengetahuan dan pengalaman dalam merancang media informasi mencakup topik yang penulis ambil. Penulis berharap pembaca dapat

mempelajari informasi yang diberikan mengenai topik melalui media informasi dan bermanfaat bagi pembaca.

2. Bagi Pembaca

Tugas akhir ini diharapkan dapat dijadikan panduan dan dapat digunakan untuk tambahan informasi yang berguna bagi pembaca.

3. Bagi Universitas

Perancangan tugas akhir diharapkan dapat dijadikan referensi mengenai topik mencakup media informasi yang berguna bagi mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Multimedia Nusantara.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features a stylized grid of white squares of varying sizes arranged in a pattern that resembles a staircase or a digital grid.

UMMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A