

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semarang merupakan salah satu dari tiga kota, bersama dengan Yogyakarta, Solo, yang menjadi pusat perkembangan ekonomi Jawa Tengah, disebut juga dengan Kawasan Joglosemar. Semarang selama ini lebih terkenal sebagai tempat transit dibandingkan dengan Yogyakarta yang cukup banyak mempromosikan daerahnya sebagai tempat wisata. Menurut Rahma et al., (2018), hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah wisatawan, baik domestik maupun asing yang menginap di Semarang namun tidak melakukan kunjungan pada tempat wisata setempat, padahal potensi Semarang sebagai tempat pariwisata juga terletak pada makanan tradisional yang menjadi salah satu bagian menonjol dari Semarang (Susanti, 2015). Hal ini dikarenakan masyarakat Semarang merupakan masyarakat multikultur, sehingga makanan tradisionalnya pun banyak yang berupa hasil akulturasi dengan berbagai budaya (Stefy Thenu, 2021). Kurangnya data mengenai kuliner Semarang di website dinas pariwisata Semarang juga membuktikan bahwa Dinas Pariwisata Semarang tidak memfokuskan promosi pariwisata Semarang dari sisi kulinernya.

Makanan tradisional adalah makanan yang terbentuk dari proses berjalannya waktu dan berkembang hingga bertahun-tahun (Almli et al., 2011). Beberapa contoh makanan tradisional Semarang adalah lumpia, wingko babad, dan bandeng presto. Ketiga makanan ini merupakan kuliner Semarang yang cukup terkenal, namun selain ketiga makanan itu masih banyak kuliner Semarang yang tidak terlalu terkenal dan hanya diketahui orang lokal, atau bahkan mulai susah dicari seperti misalnya jamu jun atau kue moho, baik karena kurangnya antusiasme masyarakat terhadap makanan tradisional atau mindset yang menganggap makanan tradisional sudah kuno (Rochmawati et al., 2013). Selain itu, ada juga permasalahan karena kurangnya media informasi atau promosi kuliner tradisional Semarang, padahal kuliner tradisional tersebut merupakan budaya yang sudah ada secara turun temurun dan mencerminkan karakteristik daerahnya.

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis merasa bahwa masyarakat kurang mengenal makanan tradisional Semarang selain beberapa yang sudah cukup terkenal, karena kurangnya media informasi mengenai makanan tradisional tersebut, baik untuk promosi maupun untuk pengenalan, dan potensi Semarang sebagai tempat wisata kuliner pun masih belum terlalu dikembangkan. Oleh karena itu penulis memutuskan untuk membuat media informasi sebagai upaya untuk lebih mengenalkan kuliner tradisional Semarang, khususnya untuk makanan tradisional berupa kue basah dan kaitannya dengan sejarah dan budaya Semarang. Pemilihan jenis makanan kue basah pun juga diambil dari hasil kuesioner, dimana sebagian besar responden menjawab jajanan yang paling sering dikonsumsi berupa kue basah. Media informasi itu sendiri adalah segala bentuk dan saluran yang berfungsi untuk menyampaikan informasi (Association of Education and Communication Technology, 1997). Media informasi ini pun menargetkan usia 18-34 tahun karena berdasarkan sebuah survey yang diselenggarakan oleh MarkPlus Industry Roundtable Tourism and Hospitality Perspective, rentang usia yang paling banyak menginginkan melakukan wisata jenis apapun adalah usia 25-34 sebanyak 73% responden, dan usia 18-24 sebanyak 44% responden, dengan total 52% gabungan kedua rentang usia tersebut yang memilih wisata kuliner (Hilda Ansariah Sabri, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan media informasi untuk mengenalkan kue basah tradisional khas Semarang?

1.3 Batasan Masalah

1. Demografis:

Jenis kelamin: pria dan wanita

Usia: 18-34

Pendidikan: minimal SMA

SES: A-B

2. Geografis: Semarang

3. Psikografis: wisatawan lokal, hobi wisata kuliner dan mencoba makanan, tertarik dengan makanan tradisional, khususnya yang berupa makanan ringan

1.4 Tujuan Tugas Akhir

1. Merancang media informasi untuk mengenalkan kue basah tradisional Semarang.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir bagi penulis adalah penulis mendapatkan pengalaman dalam merancang media informasi, baik dalam menentukan media yang akan digunakan, merancang desain dan layout nya, dan memikirkan konten yang sesuai target audiens, sementara bagi masyarakat manfaatnya adalah masyarakat dapat lebih mengenal makanan tradisional kota Semarang. Diharapkan juga dengan adanya media informasi ini dapat mengembangkan potensi kota Semarang sebagai tempat wisata, khususnya di bidang wisata kuliner. Untuk universitas, diharapkan karya tulis ini bisa menjadi referensi atau acuan yang baik untuk mahasiswa yang akan mengambil tugas akhir nantinya.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA