

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wilayah Kabupaten Semarang terletak di persimpangan menuju kearah Semarang, Yogyakarta, dan Solo. Bahkan jaraknya sangat dekat dan berbatasan dengan wilayah ibu kota provinsinya, yaitu kota Semarang. Oleh karena itu batas dari wilayahnya adalah Kota Semarang dan Kabupaten Demak, sebelah timur dengan Kabupaten Boyolali dan Grobogan, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Magelang, sebelah barat dengan Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Kendal. Ibu kota dari kabupaten Semarang adalah Ungaran, dan ditengah-tengah Kabupaten Semarang ini terdapat kota Salatiga.

Letak Kabupaten Semarang juga termasuk dalam rencana pembangunan jalan tol Trans Jawa yang menjadi program kerja pemerintah, lebih tepatnya ruas Semarang-Solo yang memakan lahan 804 ha (Sumaryoto, 2010:162). Kehadiran ruas tol tersebut dipastikan memberikan dampak yang menggantungkan hidupnya di jalur Pantai Utara (Pantura), secara pelan tapi pasti, kelompok masyarakat yang memiliki usaha mikro kecil menengah akan terancam usahanya. Kelompok itu terdiri dari pengusaha rumah makan, penyedia jasa penginapan, hingga pusat oleh-oleh khas daerah. Dikutip dari properti.kompas.com dengan judul berita “Karena Tol Trans-Jawa, Usaha Kecil di Pantura Terancam Gulung Tikar”, menurut pengamat perkotaan dari Universita Trisakti Yayat Supriatna mengatakan pada hari Jumat, 9 Maret 2017 bahwa harus ada kerja sama dengan operator jalan tol, sehingga usaha masyarakat masih tetap dapat bertahan.

Di samping dampak negatifnya, terdapat pula dampak positif yang dinilai berpotensi dapat menaikkan ekonomi, hal ini dikarenakan semakin mudahnya akses transportasi antar daerah sehingga aktivitas bisnis berjalan dengan lancar, selain itu dapat menambah lapangan pekerjaan yang membuat ekonomi sekitar dapat meningkat. Sebuah studi yang dilakukan oleh Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB-UI) tentang Dampak Pembangunan Infrastruktur terhadap Pertumbuhan Ekonomi, menunjukkan hasil yang menarik, hasil studi ini menyatakan bahwa kenaikan stok

jalan sebesar 1% akan menaikkan pertumbuhan ekonomi sebesar 8,8%. (Sumaryoto, 2010:164).

Usaha masyarakat tersebut cepat atau lambat akan merasakan dampak dari pembangunan tol Trans Jawa, mulai dari usaha Tahu Baxo Ungaran yang merupakan olahan tahu yang berisikan bakso, biasa disajikan dalam bentuk sudah digoreng maupun baru direbus untuk dipanaskan kemudian.

Kemudian ada Torakur (Tomat Rasa Kurma), yang berasal dari tomat yang diolah menjadi manisan dan memiliki rasa yang persis seperti kurma, Torakur juga memiliki manfaat kesehatan seperti anti oksidan untuk mencegah penyakit kanker.

Produk selanjutnya adalah Enting-Enting Gepuk, yaitu berupa kacang tanah yang telah dikupas dan disangrai, kemudian dicampurkan dengan cairan gula kental seperti karamel lalu digepuk dan dibentuk menjadi segitiga.

Adapun Kampong Kopi Banaran yang merupakan sebuah taman agrowisata yang terletak di Jalan Raya Bawen – Solo, Desa Ngasinan, Kecamatan Bawen. Kampong Kopi Banaran memiliki produk olahan sendiri berupa kopi bubuk khas Semarang yang dipetik langsung dari kebun kopi yang ada di Kampong Kopi Banaran.

Usaha tersebut adalah beberapa contoh dari usaha yang berada di Kabupaten Semarang, dan sudah menjual produknya di Pusat Oleh-oleh Khas Semarang yang berada di *Rest Area* Tol Ungaran, namun sayangnya produk yang sudah dijual ini tidak dibarengi dengan adanya identitas yang melekat pada tempat Pusat Oleh-oleh Khas Semarang. Selain itu, penyebaran informasi dan promosi oleh-oleh khas Kabupaten Semarang masih minim, sehingga tidak terlalu banyak wisatawan yang mengetahui bahwa oleh-oleh tersebut berasal dari Kabupaten Semarang.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis akan merancang identitas untuk Pusat Oleh-oleh Khas Kabupaten Semarang, termasuk penerapannya pada *packaging* dan media promosi pendukung. Dengan adanya identitas ini maka diharapkan akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui kuliner khas Kabupaten Semarang, baik masyarakat dalam maupun luar kota.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam uraian permasalahan di atas, terdapat beberapa identifikasi masalah, yaitu:

1. Tidak tercerminnya ciri khas Kabupaten Semarang pada Pusat Oleh-oleh Khas Kabupaten Semarang.
2. Penyebaran informasi dan promosi yang minim tentang oleh-oleh khas Kabupaten Semarang.

1.3 Rumusan Masalah

Seperti yang sudah dijelaskan pada Latar Belakang Masalah, dapat disimpulkan rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana merancang identitas dan kemasan yang efektif untuk Oleh-oleh Khas Kabupaten Semarang agar memiliki elemen visual khas berikut penerapannya kedalam media promosi berdasarkan keilmuan Desain Komunikasi Visual?

1.4 Ruang Lingkup

Agar penulisan Tugas Akhir ini tidak menjadi meluas dan mengakibatkan kesalahpahaman, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas:

1. Apa

Oleh-Oleh Khas Kabupaten Semarang terdiri dari Kopi Banaran yang diproduksi oleh Kampoeng Kopi Banran, Tomat Rasa Kurma (TORAKUR) yang diproduksi oleh Bu Sri Ngestiwati, dan Enting-Enting Gepuk yang diproduksi oleh Klenteng Hok Tik Bio.

2. Siapa

Target audience dari perancangan ini adalah masyarakat dalam dan luar kota dengan kecenderungan *travelling* yang tinggi dengan umur 30-35 tahun dan berprofesi karyawan, pegawai negeri sipil, dan wiraswasta.

3. Bagian Mana

Perancangan identitas meliputi Logo, Tipografi, Ilustrasi, Warna yang menggambarkan suasana khas Kabupaten Semarang, dan diaplikasikan kepada *packaging* berbentuk paket yang terdiri dari 1 *packaging* besar dan 3 *packaging* kecil yang masing-masing berisi oleh-oleh khas Kabupaten Semarang.

4. Tempat

Kota Ungaran, ibu kota Kabupaten Semarang menjadi tempat untuk mengumpulkan data, dan kota Bandung untuk melakukan proses perancangan.

5. Waktu

Pengumpulan data dilakukan dari bulan Januari hingga April 2019, sedangkan proses perancangan dilakukan pada bulan Mei hingga Juli 2019.

1.5 Tujuan Perancangan

Terdapat tujuan perancangan yang dapat ditulis sebagai berikut :

1. Agar Pusat Oleh-oleh Khas Kabupaten Semarang yang berada di *Rest Area* Tol Ungaran memiliki elemen visual khas berdasarkan keilmuan Desain Komunikasi Visual.
2. Memperkenalkan kebudayaan dan tempat wisata khas kabupaten Semarang melalui oleh-oleh khas.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam menyusun Tugas Akhir ini dibutuhkan data yang dapat mendukung agar proses perancangan dapat berjalan dengan lancar, adapun metode pengumpulan data seperti berikut:

1. Observasi

Melakukan survei langsung ke lapangan untuk melihat *Rest Area* yang berada di tol Ungaran, produk UMKM khas Kabupaten Semarang seperti apa dan bagaimana, dan melihat produk yang sudah jadi dan siap untuk dijual.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan oleh penulis terhadap beberapa pihak terkait seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang, Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Semarang.

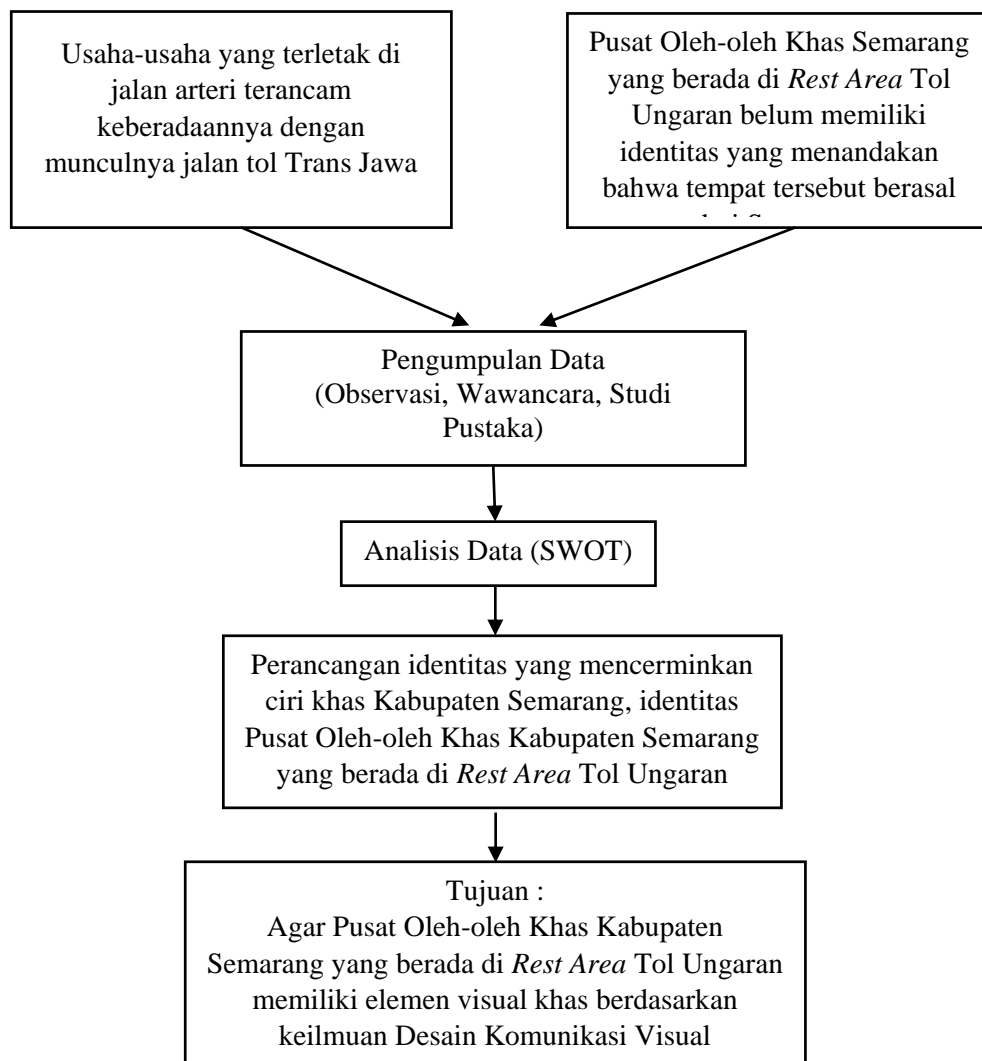
3. Studi Pustaka

Selama proses pengumpulan data, penulis mengacu pada referensi yang berhubungan dengan identitas merek.

1.7 Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara menggunakan metode matriks SWOT, hal ini dilakukan agar data yang diperoleh dapat diperingskas lagi sehingga memudahkan penulis dalam melakukan perancangan.

1.8 Kerangka Perancangan



1.9 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup, Tujuan Perancangan, Metode Pengumpulan Data, Analisis Data, dan Kerangka Perancangan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Berisi tentang dasar pemikiran dan teori-teori yang relevan sebagai landasan dan pedoman untuk proses perancangan.

BAB III DATA DAN ANALISA MASALAH

Pada bab ini akan dimuat tentang data yang sudah didapat mengenai proses perancangan dan akan dianalisa lebih lanjut berdasarkan teori yang terdapat pada bab sebelumnya.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Konsep yang akan dikerjakan berupa sketsa, referensi dan hasil perancangan identitas berikut pengaplikasiannya pada berbagai media promosi.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup ini berisi kesimpulan dan saran pada uraian bab sebelumnya.