

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Salah satu negara yang banyak memiliki akan ragam tradisi dan budaya adalah Indonesia khususnya daerah kota Semarang. Salah satunya kebudayaan yang ada adalah jajanan pasar. Jajanan pasar di kota Semarang sudah mulai langka dikalangan jajanan lainnya. Jajanan pasar adalah salah satu ciri khas untuk mengidentitaskan daerah yang berada di Indonesia khususnya di kota Semarang. Jajanan pasar dari tahun ke tahun sudah mulai menghilang ditelan waktu dan digantikan oleh makanan yang modern dan makanan atau jajanan dari luar Indonesia. Banyak sekali masyarakat sudah meninggalkan kelestarian jajanan pasar yang seharusnya kita lestarikan hingga ke anak cucu nantinya, salian itu masyarakat juga kurang mendapatkan informasi tentang daerah yang menjual jajanan pasar di kota Semarang. Hilangnya jajanan pasar di Indonesia khususnya di kota Semarang, membawa keprihatinan penulis untuk memberikan informasi dan mengajak para masyarakat untuk melestarikan jajanan pasar yang memiliki keistimewaan yang sangat baik bagi tubuh kita, dengan dilihat dari bahan-bahan pokok, khasiat dari jajanan pasar, selain itu juga ialah sejarah dari jajanan pasar yang ada di Indonesia, khususnya di kota Semarang.

Banyak sekali keunikan yang dapat kita temui didalam jajanan pasar. Kita dapat melihat dari segi nama, bahan baku dan masih banyak lainnya. Pada era sekarang masyarakat kurang mendapatkan informasi-informasi tentang jajanan pasar, mulai dari khasiat, bahan baku, sejarah dan masih banyak lagi. Penyampaian informasi tentang jajanan pasar yang kurang dapat tersampaikan sangatlah merugikan, sehingga masyarakat cenderung lebih memilih jajanan yang sudah modern atau sering kita sebut dengan jajanan kekinian. Selain itu juga jajanan kekinian yang sekarang sudah marak di Indonesia belum tentu jajanan dari jajanan khas Indonesia.

Perancangan ini menggunakan pendekatan teknik *food photography*. *Advertising* (iklan), buku menu, dan buku masakan pasti menggunakan teknik *food photography* yang di aplikasikan sedemikian rupa agar terlihat menarik dan Teknik *food photography* yang digunakan dengan tujuan dimana memperlihatkan tekstur dari jajanan pasar yang saya pilih di kota Semarang, dengan penggunaan teknik *food photography* yang akan saya pelajari juga diharapkan masyarakat dapat melihat dan membayangkan seperti apa bentuk dan ciri khas dari jajanan pasar yang saya visualisaikan menggunakan teknik *food photography*. Penggunaan komposisi yang teratur ataupun komposisi yang teratur dapat menjadikan makanan yang akan penulis ambil menjadi menarik dan merasa enak dihati sehingga masyarakat tertarik dan dapat meningkatkan minat baca melalui media buku elektronik yang akan penulis buat.

1.2. IDENTIFIKASI MASALAH

Dapat disimpulkan identifikasi masalah yang terdapat didalam latar belakang ialah:

- 1.2.1. Langkanya jajanan pasar di kota Semarang dimasa sekarang.
- 1.2.2. Kurangnya informasi tentang media komunikasi jajanan pasar di kota Semarang.

1.3. PEMBATASAN MASALAH

Penulis mendapatkan beberapa informasi yang telah dikumpulkan, maka dari itu penulis melakukan sebuah pembatasan masalah mejadi seperti berikut:

1.3.1. Lingkup Pembahasan:

Perancangan ini akan berfokus dengan pembuatan informasi tentang sejarah, khasiat, bahan baku dari jajanan pasar agar dapat tersampai ke masyarakat di kota Semarang pada jaman sekarang, dimana masyarakat di kota Semarang pada tahun-tahun ini lebih menyukai jajanan modern dari pada makanan tradisional.

1.3.2. Batasan Wilayah dan Waktu:

Batasan wilayah yang digunakan adalah di Jawa Tengah, khususnya di kota Semarang. Batasan waktu yang digunakan bermula pada awal tahun 2020 hingga sekarang.

1.3.3. Target sasaran:

Perancangan buku yang akan penulis ciptakan berfokus pada pria dan wanita berumur 18 - 25 tahun, dengan batasan tersebut target sasaran wanita dan pria.

1.4. RUMUSAN MASALAH.

Rumusan masalah yang dapat penulis:

- 1.4.1. Apa yang membuat masyarakat di kota Semarang menjadi kurang minat terhadap jajanan pasar pada era sekarang?
- 1.4.2. Bagaimana cara untuk menyampaikan informasi tentang jajanan pasar kepada Masyarakat?

1.5. TUJUAN PERANCANGAN.

Perancangan ini diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang sudah disimpulkan dalam rumusan masalah. Tujuan dilakukan perancangan ini layaknya memiliki tujuan dengan perancangan lainnya. Berikut tujuan dari perancangan yang telah dibuat penulis:

- 1.5.1. Memperkenalkan kembali jajanan pasar yang sudah luntur atau sudah kurang diminati oleh masyarakat kota Semarang di masa sekarang.
- 1.5.2. Mengajak masyarakat untuk mengetahui informasi-informasi tentang jajanan pasar khas kota Semarang.
- 1.5.3. Merancang buku elektronik agar informasi-informasi dan edukasi dari penulis melalui buku elektronik dapat tersampaikan.
- 1.5.4. Menambah minat baca masyarakat melalui media buku elektronik.

1.6. MANFAAT PERANCANGAN.

1.6.1. Bagi Penulis:

- a) Meningkatkan wawasan tentang pembuatan atau perancangan desain buku elektronik.
- b) Menambah wawasan tentang informasi jajanan pasar dan melestarikan jajanan pasar di era sekarang.
- c) Memenuhi tugas proyek akhir sebagai syarat kelulusan Desain Komunikasi Visual.

1.6.2. Bagi Masyarakat:

- a) Menambah wawasan tentang jajanan pasar di kota Semarang yang mulai redup di era sekarang.
- b) Meningkatkan minat baca masyarakat melalui buku elektronik yang telah dibuat oleh penulis.
- c) Menyadarkan masyarakat untuk lebih melestarikan jajanan pasar di kota Semarang yang sudah mulai redup.

1.6.3 Bagi Akademik:

- a) Menjadi dokumentasi penelitian dan mengucapkan terima kasih kepada orang yang telah terlibat dalam menyelesaikan proyek tugas akhir.
- b) Menjadikan referensi kepada masyarakat khususnya Mahasiswa yang sedang menjalankan skripsi atau tugas akhir di tahun depan.
- c) Menjadikan referensi didalam perpustakaan Unika Soegijapranata.

1.7. METODE PERANCANGAN.

Pembuatan buku jajanan pasar di kota Semarang dengan menggunakan metode teknik *food photography* serta dengan *layouting* agar tersusunlah perancangan buku. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara kepada narasumber. Penelitian kualitatif ialah pendekatan deduktif-induktif. Gagasan yang dan kerangka teori dari para ahli dan pemahaman peneliti melalui pengalamannya yang lalu diajukan supaya terbuktinya kebenaran melalui bentuk dukungan data pada laporan (Abadi, 2020:254). Perancang menggunakan sebuah metode untuk melakukan proses desain dengan cara menyelesaikan masalah yang berfokuskan atau bertitik fokus kepada pengguna menyediakan metodologi desain dengan basis solusi untuk menyelesaikan masalah adalah ciri khas dari design thinking (Eva, 2020: 11 - 13)

a. Versi Staford

Terdapat lima tahapan non-linear yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Dalam versi Staford memiliki beberapa elemen design thinking:

- 1) Setiap tindakan berpusat pada apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh target (People Centered).
- 2) Penggunaan kreativitas dengan kebebasan yang tidak memerlukan peraturan yang kaku (Highly Creative).
- 3) Percobaan langsung oleh tim desain (Hands On).
- 4) Melakukan improvisasi dan menghasilkan produk yang baik dengan melakukan proses dan tahapan yang dilakukan secara berulang-ulang (Iterative).

1.7.1. Ragam Data.

1.7.1.1. Gambar.

Penggunaan contoh gambar dari desain perancnag sebelumnya sebagai refrensi dari perancangan yang akan dilakukan oleh penulis (Budiawan, 2019:4)

1.7.1.2. Audio.

Audio hasil wawancara dengan narasumber yang digunakan oleh penulis untuk digunakan dalam perancangan (Budiawan, 2019:5)

1.7.1.3. Peristiwa.

Peristiwa memudarnya minat terhadap jajanan pasar di era sekarang dimana kajian atau analisis dilakukan dengan mencatat, mengamati dan menggali sumber yang tepat dengan topik dan rumusan masalah yang sudah penulis rangkumkan (Mardawani 2020:17)

1.7.1.4. Literatur.

Pemanfaatan sumber digital untuk mendapatkan data seputar jajanan pasar di era sekarang (Zed, 2004:1-2).

1.7.2. Strategi Pengumpulan Data.

1.7.2.1. Wawancara.

Penulis melakukan wawancara terhadap beberapa masyarakat tentang pamor jajanan pasar di era sekarang. Arti sebuah wawancara adalah pertemuan 2 orang yang tujuannya untuk bertukar ide atau informasi melalui tanya jawab, sehingga penulis dapat menyimpulkan lalu dikerucutkan menjadi kesimpulan atau makna dalam topik yang di angkat (Sugiyono, 2015 dalam Dimiyati & Aminah 2017: 2).Wawancara terstruktur dilakukan oleh penulis dengan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah di siapkan oleh penulis sebelum melakukan sesi tanya jawab atau sesi wawancara kepada masyarakat tentang pamor jajanan pasar kota Semarang di era sekarang.

1.7.2.2. Studi literatur.

Penulis melihat jurnal atau buku yang sebelumnya sudah ada untuk melakukan pengumpulan data melalui studi literatur. Macam sumber literatur ataupun dokumen diantaranya adalah jurnal, laporan hasil penelitian, laporan penelitian, majalah ilmiah, surat kabar, buku yang relevan, hasil-hasil seminar, artikel ilmiah yang belum dipublikasi, narasumber, surat-surat keputusan dan sebagainya (Sukardi 2004 dalam Pradana 2021: 2).

1.7.2.3. Observasi Daring.

Penulis mencari tahu jajanan pasar pada era milenial sekarang secara online menggunakan internet. Metode observasi daring ini proses pengamatan dan ingatan, maka dari itu observasi daring ialah hal yang paling kompleks (Sugiyono, 2013 dalam Ramdhani, Sapitri, & Rizkyansyah, 2018: 391).

1.7.3. Sumber Data.

1.7.3.1 Narasumber Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada beberapa responden pertanyaan terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan lalu dijawab oleh responden menggunakan aplikasi Google Meet:

- a) Narasumber 1: (Tempat penitipan jajanan pasar)
- b) Narasumber 2: (Pembuat jajanan pasar)
- c) Narasumber 3: (Remaja milenial)

1.7.3.2. Peristiwa

Peristiwa yang digunakan oleh penulis difokuskan kepada masyarakat milenial yang sekarang lebih sering menyantap jajanan modern atau lebih sering menyantap jajanan dari luar Indonesia di era sekarang (Mardawai, 2020: 17).

1.7.3.3. Rekaman (Audio dan Gambar).

Rekaman audio wawancara bersama narasumber dijadikan sumber data oleh penulis, sama dengan gambar berupa hasil referensi desain yang pernah dilakukan atau yang telah ada sebelumnya (Budiawan, 2019: 4-5).

1.7.3.4. Studi Literatur.

Penggunaan Jurnal, buku maupun Ebook dilakukan oleh penulis untuk mencari sumber data dari informasi jajanan pasara di era sekarang.

1.7.4. Populasi dan Sampel.

Populasi yang digunakan oleh penulis untuk perancangan ini bertempat tinggal di Kota Semarang (Zaim, Dr. M 2000: 2-6). Subjek penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat milenial (laki-laki atau perempuan) berusia 18-25 tahun,
2. Tinggal di perkotaan khususnya di Kota Semarang.

1.7.5. Analisis.

Analisis yang digunakan oleh penulis yaitu dengan analisis SWOT dan analisis Interaktif.

1.7.5.1. Analisis Interaktif.

Proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dilakukan penulis dalam metode analisis interaktif. Reduksi data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur akan di kumpulkan lalu diolah. Data yang tidak sesuai dengan topik penelitian akan diseleksi atau di buang lalu melalui proses penyusunan untuk disajikan. Tahap selanjutnya yaitu menarik kesimpulan dari proses analisis data yang telah dilakukan oleh penulis tentang jajanan pasar di kota Semarang (Miles & Huberman, 1992 dalam Rijali A., 2018: 82-83)

1.7.5.2. Analisis SWOT.

Metode untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), ancaman (threats) dalam spekulasi bisnis. Metode ini bertujuan untuk memudahkan untuk menemukan yang akan dicapai. Analisis SWOT merupakan analisis yang memberikan output berupa arahan dalam suatu masalah (Dwi F. N, 2020: 7-8).