

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kekayaan kebudayaan Indonesia sudah menjadi pengetahuan umum. Indonesia terbentang dari Sabang sampai Merauke dan terbagi dari 16.771 pulau (Direktorat Pendayagunaan Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil) dengan sejarah yang sangat panjang. Sebagai hasil karya, rasa dan cipta dari masyarakat yang menurut Selo Soemardjan dan Soelaiman Somardi (1964), kebudayaan patut untuk dilestarikan dan dikembangkan (Oda, 2012:3). Akan tetapi seiring adanya perkembangan teknologi, memunculkan kekhawatiran dari berbagai pihak sebagaimana globalisasi mampu mengubah masyarakat dalam segala aspek kehidupan (Scholte, 2000). Seperti halnya pada ungkapan “rumput tetangga lebih hijau dari rumput sendiri”, eksistensi kebudayaan lokal terancam dengan kehadiran kebudayaan asing (Mubah, 2011:302). Dalam dunia kuliner, William Wongso, sebagai sosok pakar kuliner Indonesia menyayangkan kuliner lokal kalah populer dengan kuliner asing (Wongso, 2015). Pada kenyataannya, menjamurnya *franchise* restoran cepat saji, kafe, serta toko retail yang menyajikan kuliner asing mendapat sambutan baik dari masyarakat yang mengubah gaya hidup masyarakat dalam perkembangannya (Oda, 2016:23).

Kuliner lokal masih dapat bersaing, bahkan beberapa waktu yang lalu sempat menjadi trend kembali (Tresnasih, 2014:317). Dengan kemudahan mengakses informasi bahkan perorangan mampu membuat kuliner lokal untuk konsumsi sendiri maupun bisnis. Berbeda halnya dengan penjaja jajanan tradisional. Penjaja sebagai pihak yang menjajakan jajanan tradisional atau makanan ringan yang diolah dan disajikan secara tradisional (Nursa'adah, 2016) kepada pembeli secara langsung, saat ini keberadaannya sudah jarang ditemui. Penjaja jajanan tradisional dengan karakteristiknya yang khas seperti warna dan bentuk gerobak yang didorong atau menetap sampai bakul yang dipikul sampai bunyi sehingga masyarakat dapat membedakan satu sama lain, merupakan bagian dari kebudayaan yang memiliki potensi tetapi tidak mendapat perhatian yang layak (Hendrassukma, 2020). Situasi saat ini juga tidak mendukung bagi eksistensi penjaja jajanan tradisional keliling maupun menetap seperti anggapan masyarakat bahwa mereka cenderung tidak menjaga

kebersihan sampai pertemuan dengan pihak-pihak tidak bertanggung jawab seperti pungutan liar atau yang sekedar menjalankan tugasnya yaitu Satpol PP serta pengguna kendaraan bermotor yang sangat tinggi sehingga membatasi area menjajakan bagi penjaja jajanan tradisional keliling.

Selain itu, di tengah persaingan di dunia kuliner yang cukup ketat, mayoritas penjaja jajanan tradisional tidak memanfaatkan kemajuan teknologi. Seperti memanfaatkan internet sebagai media untuk berpromosi atau sekedar menunjukkan eksistensi mereka. Apalagi menggunakan media cetak yang cenderung lebih mahal. Hal ini bisa dikarenakan latar belakang mereka yang berpendidikan rendah dan modal yang kecil (Achidayat, Waluyo, Sastrosuwondo & Mintosih, 1986:172). Sehingga mereka cenderung menjaga kualitas jajanan yang dijajakan atau membuat diri mereka unik untuk menarik pembeli.

Belum banyak data hitam di atas putih yang dapat ditemukan membahas seputar penjaja jajanan tradisional Indonesia, apalagi di Semarang. Sangat disayangkan apabila bahkan eksistensi para penjaja jajanan tradisional tidak diketahui oleh generasi-generasi selanjutnya dengan jasanya dalam perkembangan jajanan tradisional Indonesia. Sebagai bagian dari kebudayaan Indonesia, penjaja jajanan tradisional juga memiliki keunikan sendiri juga tidak ternilai harganya. Oleh karena itu, perlu diadakannya festival dengan Desain Komunikasi Visual dalam pemecahan masalah penjaja jajanan tradisional ini. Melalui media yang komunikatif serta efektif dalam penyampaian pesan kepada sasaran khalayak.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Eksistensi penjaja jajanan tradisional terancam.
2. Kurangnya pengetahuan dan usaha penjaja jajanan tradisional dalam berpromosi.

1.2.2 Batasan Masalah

1. Berfokus pada perancangan festival mengenai penjaja jajanan tradisional di Kota Semarang, yang menjajakan jajanan tradisional dengan cara yang tradisional yang masih populer di kalangan sasaran khalayak.
2. Lebih cenderung ke sosial daripada komersil atau penjaja jajanan tradisional secara umum bukan perorangan.

3. Mengedukasi, mengingatkan, memperkenalkan kembali mengenai penjaja jajanan tradisional melalui Desain Komunikasi Visual kepada remaja wanita dan pria berusia 17-22 tahun yang berdomisili di Kota Semarang.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang festival beserta media pendukungnya untuk menjaga eksistensi penjaja jajanan tradisional di Kota Semarang pada zaman modern?

1.4 Tujuan Perancangan

Untuk menemukan solusi rancangan festival beserta media pendukungnya untuk menjaga eksistensi penjaja jajanan tradisional di Kota Semarang pada zaman modern.

1.5 Manfaat Perancangan

Beberapa manfaat dari pembuatan penulisan ini untuk :

1.5.1 Masyarakat

Mengedukasi seputar penjaja jajanan tradisional, mengingatkan jasa sekaligus keberadaan penjaja jajanan tradisional dan memperkenalkannya kembali, serta secara tidak langsung meningkatkan kepekaan terhadap budaya Indonesia yang cukup untuk ikut berpartisipasi dalam melestarikannya.

1.5.2 Institusi

Menambah referensi dalam pembuatan festival berbasis Desain Komunikasi Visual.

1.5.3 Diri Sendiri

Perwujudan dari teori dan praktik yang telah didapat selama berada di bangku perkuliahan serta berkarya sekaligus melestarikan budaya Indonesia.

1.6 Metode Perancangan

Berikut metode yang dipakai dalam mengumpulkan data :

1.6.1 Data Primer

Data primer atau data yang didapat dari pihak pertama (Arikunto, 2013) yang dipakai untuk penulisan ini, yaitu observasi langsung untuk mendapati permasalahan di lapangan. Kemudian menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk menganalisis serta meringkas situasi sesuai data yang didapatkan dari penelitian di lapangan.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain yang dipakai dalam penulisan ini, yaitu : angket, literatur, dan jurnal sebagai sumber informasi dan data yang dibutuhkan dalam penulisan. Angket berupa pertanyaan dan pernyataan yang diberikan kepada masyarakat yang sesuai sasaran khalayak untuk mempelajari karakteristik sasaran khalayak yang kemudian akan diambil kesimpulan untuk memenuhi data (Sugiyono, 2017). Internet turut dipakai dikarenakan sedikitnya buku dan jurnal yang membahas penjaja jajanan tradisional. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan data menggunakan sumber internet yang terpercaya dan melakukan cek silang agar tidak mendapatkan data yang salah.