

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Semarang merupakan sebuah kota yang terkenal akan akulturasi budayanya yang merupakan perpaduan dari budaya cina, arab, dan jawa. Perpaduan budaya tersebut disebabkan karena kota Semarang pada zaman dahulu disinggahi oleh orang-orang dari negara cina, arab, eropa, dan masyarakat jawa sendiri. Bahkan sampai saat ini, semarang tetap menjadi kota dengan masyarakatnya yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

Semarang terkenal sebagai kota Bandeng. Meskipun sebenarnya ikan bandeng berasal dari daerah Juwana, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Ikan bandeng cepat terkenal keseluruh penjuru Jawa Tengah karena rasanya yang enak. Sehingga pada masanya, banyak orang dari berbagai daerah di Jawa Tengah menjual ikan bandeng. Apalagi setelah ada masyarakat yang berinovasi membuat ikan bandeng presto, dimana ikan bandeng tersebut diolah dengan cara dikukus dengan uap yang panas, sehingga duri tulang ikan bandeng yang keras dapat menjadi lunak dan dapat dikonsumsi. Karena Semarang merupakan sebuah kota singgah yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, terlebih ikan bandeng presto merupakan makanan yang terkenal di Semarang, bahkan di Jawa Tengah, maka pendistribusian dan pemasaran dipusatkan di Kota Semarang. Dengan banyaknya pengunjung di Semarang dan terkenalnya ikan bandeng presto akan membuat pemasaran bandeng presto untuk penjual atau pemilik UKM menjadi meningkat. Selain itu, menurut Dokter Daniel Nugroho selaku pemilik usaha Bandeng Juwana Elrina, alasan yang membuat Semarang terkenal sebagai kota Bandeng adalah banyaknya toko bandeng yang berada di Semarang. Jika di Semarang hanya ada 1 toko bandeng saja, Semarang tidak akan menjadi kota bandeng dan bandeng tidak akan menjadi terkenal di Semarang.

Di Semarang, ada beberapa merek ikan bandeng yang terkenal. Beberapa diantaranya adalah bandeng Presto, bandeng Bonafide, dan yang paling terkenal adalah bandeng Juwana Elrina. Bandeng Juwana Elrina pertama kali didirikan oleh seorang Dokter Daniel Nugroho Setiabudhi bersama istrinya pada tahun 1981. Nama Bandeng Juwana sendiri merupakan sebuah nama daerah Juwana yang berada di Pati, Jawa Tengah. Daerah tersebut beliau gunakan sebagai nama merek karena selain bandeng merupakan ikan yang berasal dari juwana, istrinya juga berasal dari Juwana. Sehingga beliau memutuskan untuk memberi nama merek bandeng usahanya dengan nama Juwana. Namun, ketika mengajukan nama merek untuk dipatenkan, nama tersebut ditolak karena untuk membuat sebuah merek tidak diperbolehkan menggunakan nama daerah. Akhirnya Dokter Daniel menambahkan nama Elrina sebagai nama merek dari Bandeng Juwana Elrina. Elrina sendiri berasal dari singkatan ketiga nama putrinya, yaitu Elizabeth, Maria, dan Johana.

Ketika pengajuan merek, Dokter Daniel juga mengajukan logo sebagai identitas dari Bandeng Juwana Elrina. Tampilan logo yang diajukan pada tahun 1981an tersebut sampai sekarang masih dipergunakan dan dijadikan identitas visual dari Bandeng Juwana Elrina.

Beberapa bulan terakhir, bandeng Juwana Elrina mulai memasukkan logo dan slogan pariwisata kota Semarang kedalam kemasannya sebagai bagian dari promosi dinas budaya dan pariwisata kota Semarang yang saat ini sedang gencar dalam mempromosikan budaya Semarang. Oleh karena itu, penulis menawarkan solusi untuk membuat sebuah identitas visual berupa kemasan untuk Bandeng Juwana Elrina agar kemasan tersebut dapat tampil beda dari kemasan bandeng yang lain, memiliki nilai sekaligus menjadi daya tarik tersendiri di mata masyarakat maupun wisatawan sehingga selain karena ikan bandeng Juwana Elrina yang dicari oleh konsumen, namun bandeng Juwana Elrina juga dapat menarik banyak wisatawan dan sekaligus memperkenalkan kota Semarang kepada masyarakat lainnya.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditarik beberapa identifikasi masalah:

1. Identitas Bandeng Juwana Elrina berupa kemasannya sudah ada sejak tahun 1980 dan belum pernah dilakukan pembaharuan sampai saat ini.
2. Dibutuhkan perancangan identitas visual berupa kemasan Bandeng Juwana Elrina.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana cara merancang kemasan Bandeng Juwana Elrina?
2. Bagaimanakah proses merancang kemasan Bandeng Juwana Elrina?

## **1.3 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi oleh beberapa batasan, diantaranya:

1. Perancangan hanya untuk kemasan merek Bandeng Juwana Elrina Semarang.
2. Studi penelitian dibatasi lingkup kota Semarang.
3. Lokasi penelitian dilakukan ke Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Semarang dan Toko Bandeng Juwana Elrina di Semarang.
4. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-April 2019.

## **1.4 Tujuan Perancangan**

Dalam perancangan ini ada tujuan yang ingin dicapai:

1. Merancang kemasan Bandeng Juwana Elrina dikarenakan kemasan tersebut sudah ada sejak tahun 1981.
2. Membuat kemasan Bandeng Juwana Elrina dengan tujuan estetika dan agar identitas tersebut dapat relevan dengan perkembangan zaman saat ini.

## **1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

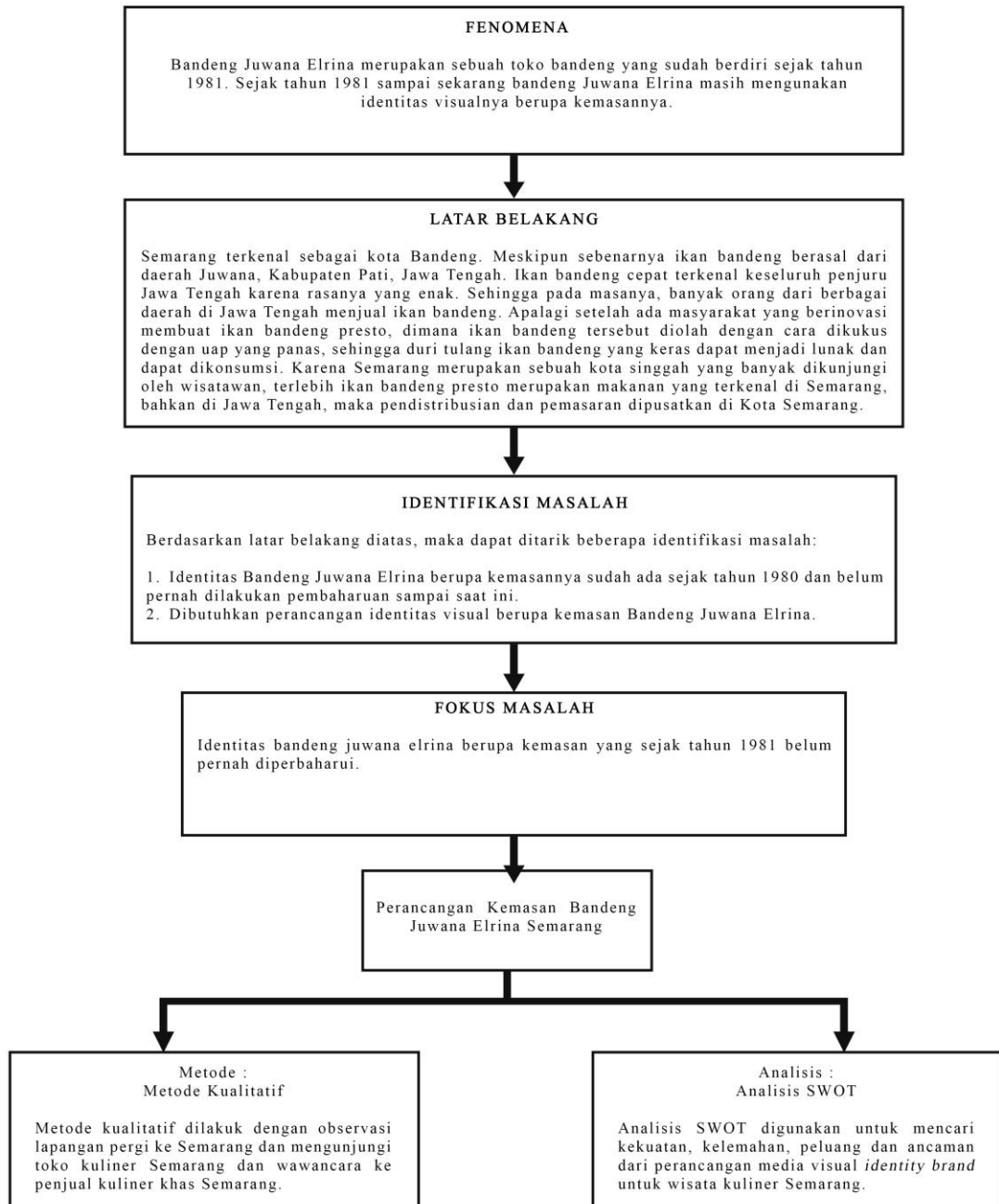
### **1. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode metode kualitatif. Menurut Patton (Dalam Asep Saeful, 1998:41) metode kualitatif sendiri merupakan penelitian dengan mengumpulkan data secara alamiah atau natural dari fenomena yang sedang terjadi. Dimana subyek dari data kualitatif adalah peneliti atau penulis sendiri. Dari metode kualitatif, penulis akan melakukan observasi lapangan dan wawancara ke toko Bandeng Juwana Elrina di kota Semarang.

### **2. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan adalah metode penelitian menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu cara untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap karya visual yang akan dibuat nantinya. Kemudian dari hasil analisis SWOT akan dilakukan analisis melalui matriks analisis SWOT dan matriks perbandingan proyek sejenis agar dapat menentukan peluang dan solusi untuk perancangan identitas visual Bandeng Juwana Elrina.

## 1.6 Kerangka Perancangan



Gambar.1.1 Kerangka Perancangan Bab 1

## **1.7 Pembabakan**

### **BAB I Pendahuluan**

BAB I pendahuluan merupakan bagian awal tugas akhir yang berisi: latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, dan kerangka perancangan terkait wisata kuliner khas Semarang.

### **BAB II Dasar Pemikiran**

BAB II berisi dasar pemikiran atau teori-teori yang digunakan dalam perancangan identitas visual untuk Bandeng Juwana Elrina. Teori yang nantinya akan digunakan dalam penelitian ini mencakup teori desain komunikasi visual, warna, tipografi, branding seperti teori brand dan brand identity, teori logo, dan teori kemasan.

### **BAB III Data dan Analisis Masalah**

BAB III berisi tentang data dan analisis dari permasalahan wisata kuliner Semarang yang akan diambil sesuai dengan metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan penelitian dengan mengumpulkan data secara alamiah atau natural dari fenomena yang sedang terjadi. Selain menggunakan metode kualitatif, penulis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui letak kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari karya visual yang nantinya akan dibuat.

### **BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

BAB IV konsep dan hasil perancangan berisikan ide perancangan karya yang akan dibuat, konsep kreatif terhadap karya yang akan dibuat, media yang akan digunakan dalam perancangan karya ini, dan konsep visual dari karya yang akan dibuat.

### **BAB V Penutup**

BAB V berisi kesimpulan dan saran didalam penelitian yang penulis lakukan.