

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki objek wisata yang sangat beragam, mulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata kuliner, hingga wisata religi. Adapun wisata yang berada di Provinsi DKI Jakarta salah satunya adalah toko es krim Ragusa Es Italia yang berada di Jakarta Pusat. Setiap daerah pasti mempunyai sejarahnya masing-masing. Begitu pula dengan toko es krim Ragusa Es Italia sebagai objek wisata kuliner sekaligus sebagai sejarah perkembangan kuliner manis di Jakarta.

Ragusa Es Italia merupakan toko es krim tertua yang masih bertahan hingga sekarang yang ada di Jakarta. Toko es krim ini menawarkan nuansa klasik tradisional ala Italia di era 70an. Ragusa Es Italia didirikan oleh dua bersaudara berkebangsaan Italia bernama Luigi Ragusa dan Vincenzo Ragusa sejak tahun 1932 di Batavia yang sekarang bernama Jakarta. Ragusa bersaudara pertama kali datang ke Batavia pada tahun 1930 untuk belajar menjahit di daerah Jakarta Pusat. Toko Ragusa pertama kali berada di Jalan Pos yang sekarang menjadi Jalan Naripan, Bandung oleh Ragusa bersaudara dibantu dengan satu orang temannya sewaktu sekolah menjahit bernama Jo Giok Siaw. Kemudian pada tahun 1932 Ragusa bersaudara memulai berjualan di Pasar Gambir, namun karena hanya diberlakukan setahun sekali akhirnya pada tahun 1947 mereka mendirikan toko di Jalan Citadelweg yang sekarang berubah nama menjadi jalan Veteran I No. 10, Gambir. Lokasi Ragusa berada di pusat kota yang sangat strategis dan dekat dengan Monumen Nasional Indonesia (MONAS).

Hj. Sias Mawarni dan Buntoro Kurniawan adalah suami istri yang sekaligus pemilik toko Ragusa Es Italia. Hj Sias Mawarni selaku penerus usaha es krim Ragusa adalah seseorang yang tak kenal menyerah dalam mengarungi kehidupan termasuk dalam menuntut ilmu, beliau adalah lulusan Sastra Mandarin dan S2 Perbandingan Agama di Universitas Islam Negeri. Hj Sias Mawarni juga masih sempat berkecimpung di organisasi Perhimpunan Indonesia Tionghoa Paguyuban Sosial Marga Tionghoa Indonesia (PSMTI). Selain aktif di dunia usaha dan organisasi, Hj. Sias Mawarni

juga dikenal aktif di bidang pelestarian budaya daerah, hingga pernah mengirimkan misi kebudayaan dengan mengirimkan tim tari asuhannya ke berbagai festival tari di Korea Selatan, Tiongkok dan, Singapura. Ia juga aktif di dunia pendidikan di tanah air yakni dengan menjadi dosen bahasa Mandarin di berbagai perguruan tinggi bahkan mengirimkan para mahasiswanya yang berprestasi untuk menuntut ilmu ke luar negeri seperti ke Tiongkok dan Hongkong.

Meski sudah berumur puluhan tahun, Ragusa Es Italia masih belum mencangkup seluruh kalangan masyarakat terutama generasi milenial karena mereka lebih tertarik dengan es krim modern yang memiliki banyak pilihan rasa yang unik. Seiring berkembangnya variasi dalam dunia es krim, Ragusa tetap mempertahankan ciri khasnya yaitu terlihat dari identitas visual yang diperlihatkan oleh Ragusa yang sejak tahun 1972 tidak berubah mengikuti perkembangan zaman. Untuk menjaga agar Ragusa tetap dapat bersaing dan berkembang maka dibutuhkan promosi berupa informasi agar dapat menunjukkan kepada masyarakat informasi tentang Ragusa, serta mengingatkan kembali nilai historis yang dimiliki oleh Ragusa agar dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.

Ragusa Es Italia selaku toko es krim rumahan tertua di Jakarta yang masih beroperasi hingga sekarang membuktikan bahwa mereka memiliki kestabilan pasar yang cukup baik walaupun semenjak pandemi hanya tersisa 1 toko yang beroperasi dari 3 toko sejak kerusuhan 1998, yang mulanya memiliki 20 cabang. Ragusa memiliki keunggulan yaitu berupa sejarah orisinalitas brand dan es krim yang sehat tanpa pengawet yang memiliki kelebihan dari kompetitornya, namun segmentasi pasar Ragusa masih cukup terbatas yaitu pelanggan lama yang datang untuk bernostalgia dengan mengajak keluarganya untuk menceritakan masa muda mereka bersama Ragusa. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengangkatnya sebagai tema tugas akhir agar dapat lebih mengenalkan Ragusa kepada kaum milenial tetapi tetap mempertahankan keasliannya agar semua pengunjung tetap dapat merasakan kenangan bersejarah yang dimiliki oleh Ragusa.

I.2. Identifikasi Masalah

Toko Ragusa Es Italia terkenal sebagai wisata kuliner bersejarah yang memiliki orisinalitas dan konsisten. Dapat dibuktikan bahwa penataan ruangan serta bahan dasar yang digunakan masih dipertahankan dengan kondisi awal. Namun demikian, ada beberapa permasalahan yang ada di Toko Ragusa Es Italia seperti:

- Kurang efektifnya cara untuk mempromosikan kedai es krim bersejarah tersebut sehingga informasi yang diperoleh kurang dapat menarik minat masyarakat diluar Jakarta maupun diluar kawasan Jakarta Pusat itu sendiri
- Penjualan Ragusa cukup stabil namun cenderung menurun karena segmentasi pasar yang kurang luas dikarenakan kaum milenial lebih tertarik kepada toko es krim modern yang memiliki banyak pilihan rasa yang baru dan unik.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dibahas diatas, oleh karena itu perumusan masalah sebahai berikut:

Bagaimana cara agar wisata kuliner bersejarah ini dapat lebih dikenal serta dapat menarik masyarakat luas agar lebih antusias untuk mencoba serta bagi pelanggan lama tetap dapat mengingat kembali kenangan masa lalu saat berkunjung ke Ragusa?

I.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat agar perancangan yang dilakukan tidak terlalu luas, lebih fokus, dan juga mendalam, yaitu dengan mempromosikan toko Ragusa Es Italia sebagai salah satu tujuan wisata kuliner bersejarah di Jakarta. Maka perancangan dibatasi pada pembahasan yang mencakup informasi:

- Perancangan dilakukan di kota Jakarta dari tahun 2020-2021. Kota Jakarta dipilih agar informasi yang dituju lebih tepat sasaran.
- Pembahasan mengenai Ragusa Es Italia meliputi sejarah, perkembangan, dan informasi terkini kepada masyarakat.
- Perancangan ditujukan kepada semua kalangan masyarakat yang berusia 13 sampai 40 tahun

I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1. Tujuan

- Meningkatkan kunjungan masyarakat ke toko Ragusa Es Italia khususnya kaum milenial.
- Mengingatkan lagi kepada pelanggan lama tentang kenangan Bersama Ragusa di masa lalu.
- Memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang destinasi wisata kuliner bersejarah yang ada di Jakarta.

I.5.2. Manfaat

Dengan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

- **Bagi keilmuan**

1. Meningkatkan pengetahuan perancangan metode promosi untuk wisata kuliner bersejarah melalui keilmuan Desain Komunikasi Visual.
2. Sebagai referensi dan informasi tambahan khususnya untuk mahasiswa yang akan menjalani tugas akhir.

- **Bagi masyarakat**

Penulis berharap masyarakat dapat lebih mengenal berbagai tempat bersejarah seperti kedai es krim tertua di Jakarta.