

TINJAUAN VISUAL DALAM BUKU KULINER KHAS PEKALONGAN

Rizki Fitriani

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif,
Universitas Mercu Buana

e-mail: rizkifitriani15@gmail.com

ABSTRAK

Peranan buku kuliner merupakan salah satu media cetak yang masih memiliki eksistensi sampai saat ini sebagai media untuk memuat informasi, dengan berbagai macam elemen-elemen di dalam isian buku. Mengingat generasi muda saat ini kurang peduli terhadap warisan kebudayaan lokal di Indonesia. Penulis mencari sumber data melalui observasi dan studi literatur. Setiap daerah Indonesia memiliki ciri khas atau identitas sebagai citra dari kota itu sendiri. Beragam kulinerpun termasuk dalam kategori identitas kota yang beragam untuk dijadikan sebuah *icon* dari daerah tertentu. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah wisatawan dan generasi muda Indonesia yang nantinya akan menjadikan ini sebagai acuan visual untuk dilestarikannya. Sayangnya informasi tentang tempat-tempat kuliner khas Pekalongan belum banyak dan lengkap. Maka dari itu perlu perancangan promosi yang dapat diakses oleh wisatawan dan banyak diketahui kuliner-kuliner lainnya oleh generasi muda yang hendak berkunjung ke Pekalongan. Adanya peranan Buku Tinjauan Visual dalam Kuliner Khas Pekalongan ini mampu menjadi acuan bagi para wisatawan dan generasi muda Indonesia. Pemilihan promosi melalui media cetak Buku, dikarenakan media ini efektif bagi semua kalangan, dan pesan visual dapat tersampaikan dengan baik serta praktis dibawa kemana saja. Bagi para wisatawanpun tidak ragu untuk menentukan kuliner apa ketika tiba di Kota Pekalongan.

Kata Kunci: Buku Kuliner, Tinjauan Visual, Pekalongan

PENDAHULUAN

Keadaan geografis Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau dengan ratusan suku bangsa menjadikan negara ini memiliki kekayaan budaya dan sumber daya alam yang melimpah. Masing-masing daerah di Indonesia memiliki ciri khas dan cara tersendiri dalam menyikapi keadaan di tiap wilayah. Salah satu ciri khas dari daerah-daerah di Indonesia adalah dengan beragamnya kuliner tradisional yang menjadi *icon* suatu daerah tertentu. Berbagai macam keberagaman budaya yang dimiliki Indonesia seharusnya dapat membangkitkan bangsa ini ke gerbang kemandirian. Masyarakatnya sendiri harus memiliki rasa kepemilikan yang tinggi terhadap budaya masing-masing, bukan mengedepankan budaya bangsa asing, misalnya mengikuti kebiasaan orang asing, ini akan menyebabkan pudarnya kekuatan dan identitas bangsa Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, banyak sekali anak muda Indonesia yang tidak akrab dengan budayanya sendiri, kuliner Indonesia mulai dikenal oleh bangsa asing karena rasanya yang kaya akan rempah-rempah, hal tersebut yang membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang patut dijuluki sebagai surganya para penikmat kuliner. Corak

dan macam bahan-bahan mentah untuk makanan dan minuman yang terdapat dalam suatu masyarakat dipengaruhi oleh corak dari lingkungan fisiknya. Namun masyarakat Indonesia sendiri tidak banyak yang mengenal kuliner khas Indonesia terutama kuliner Pekalongan yang berada di Pulau Jawa, ketidaktahuan tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai kuliner khas Indonesia. Banyak sekali pengaruh-pengaruh luar yang menjadi faktor eksternal yang menyebabkan pudarnya ciri khas tersebut. Jika hal ini terus berlangsung, maka kebudayaan kuliner khususnya di Pekalongan semakin lama akan semakin terkikis oleh kebudayaan asing. Hilangnya masakan warisan tradisional sekaligus menghilangkan identitas bangsa berkaitan dengan masakan khas nusantara sebagai suatu produk budaya yang bernafaskan kearifan lokal diwarisi secara turun menurun. Kota Pekalongan sendiri mewarisi kuliner dari berbagai jenis-jenis kuliner yang ada, yaitu khas kuliner Pekalongan dibagi menjadi dua kategori besar, yaitu makanan berat dan makanan ringan. Melestarikannya memang menjadi tanggung jawab kita bersama, namun untuk menyadarkan diri masing-masing merupakan hal yang sangat sulit. Tidak semua orang paham dan mengerti betapa pentingnya nilai warisan budaya asli bangsa kita. Adanya penjabaran ini kita mengetahui bahwa, masih rendah strategi promosi yang dibentuk dan kurangnya peran media promosi yang disebar luaskan untuk mengangkat sebuah kuliner khas Pekalongan itu sendiri agar wisatawan lebih tertarik untuk berkunjung.

KAJIAN TEORI

Desain Grafis

Dalam buku Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi (*Rahmat Supriyono, 2010*) Ada beberapa elemen visual yang perlu diketahui dan ditata dalam penataannya sehingga dapat menghasilkan komposisi desain yang harmonis, menarik, dan komunikatif. Elemen-elemen dasar grafis tersebut terdiri dari:

- Garis, tanda yang dibuat oleh alat untuk menggambar melewati permukaan. Garis dapat juga merupakan potongan di permukaan yang keras yang biasa disebut grafis. Garis juga didefinisikan sebagai titik-titik yang bergerak. Selain itu, garis juga disebut sebagai jalur terbuka. Wujud garis sangat bervariasi, tipe garis merujuk pada gerakan garis awal hingga akhir. Garis lurus mempunyai kesan kaku dan formal. Garis lengkung memberi kesan lembut dan luwes. Garis zigzag terkesan keras dan dinamis. Garis tak beraturan punya kesan fleksibel dan tidak formal.
- Bidang, segala bentuk apa pun yang memiliki dimensi tinggi dan lebar disebut bidang. Bidang dapat berupa bentuk-bentuk geometris (lingkaran, segitiga, segiempat, *ellips*, setengah lingkaran, dan sebagainya) dan bentuk-bentuk yang tidak beraturan. Bidang geometris memiliki kesan formal. Sebaliknya, bidang-bidang yang tidak geometris memiliki kesan tidak formal, santai dan dinamis.
- Warna, merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan provoaktif. Warna juga salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian *audience*. Dalam penggunaan warna perlu diperhatikan komposisinya agar tidak merusak citra. Warna-warna halus dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantis. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberi kesan dinamis, cenderung meriah. Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:
 1. *Hue* – Pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti

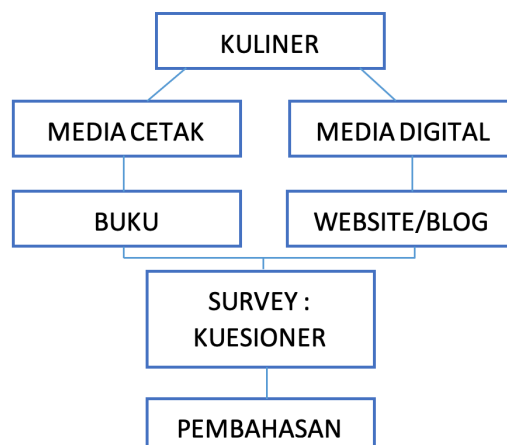
- merah, kuning, hijau dan seterusnya.
- 2. *Value* – Terang gelapnya warna.
- 3. *Intensity* – Tingkat kemurian atau kejernihan warna.
- Gelap-terang, kontras *value* bersifat relatif, sangat dipengaruhi oleh *background* dan elemen-elemen lain di sekitarnya. Dalam desain komunikasi visual dapat digunakan untuk memperkuat pesan atau informasi, sekaligus menciptakan citra.
- Tekstur, merupakan kualitas permukaan atau kualitas papan atau pun kualitas kertas. Di dalam seni, tekstur dikategorikan menjadi dua, yaitu tekstur *tactile* dan tekstur visual. Tekstur *tactile* adalah nyata, sehingga teksturnya dapat dirasakan permukaannya.
- Ukuran, besar- kecilnya elemen visual perlu diperhitungkan secara tepat sehingga desain komunikasi visual memiliki nilai kemudahan baca yang tinggi. Dengan membuat skala prioritas merupakan langkah awal untuk mempermudah penyusunan elemen-elemen desain.

Layout

Tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu, untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawa oleh perancang agar dapat tersampaikan dengan baik kepada pembaca (Suriyanto Rustan, 2009). Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan. Serta prinsip-prinsip layout dapat diartikan sebagai suatu cara untuk membuat suatu layout yang baik. Cara ini akan bekerja dan memberikan hasil yang maksimal bila diterapkan dengan seksama ditambah dengan mengeksplorasinya.

METODOLOGI

Berdasarkan jenis data yang peneliti ambil, metode yang digunakan adalah kualitatif, kemudian pengambilan data riset berdasarkan kuantitatif. Pengolahan data penelitian ini menggunakan metode deskriptif, menjelaskan bagaimana media cetak yang ada sebelumnya, kemudian menyimpulkan bagaimana tinjauan visual pada media cetak yang sesuai dengan jenis tema kuliner yang ada pada daerah Pekalongan, Jawa Tengah.



Bagan 1. Alur Metodologi. (Sumber: Pribadi)

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini diawali dengan pengamatan lingkup wilayah mengenai sudah tersebar luaskah kuliner khas Pekalongan ini, dan peneliti memulai menganalisa dengan beberapa analisa visual penerangan visual pada kuliner yang ada di Pekalongan. Data yang diperoleh akan berkaitan dengan objek yang akan peneliti bahas.

Data Kuesioner

Peneliti melakukan *survey* dengan penyebar kuesioner, dengan 100 responden yang sudah terlibat dalam pengisian kuesioner ini melalui google form. Isi kuesioner ini membahas tentang informasi yang akurat mengenai analisa dalam melakukan promosi kuliner daerah Pekalongan.

Tabel 1. Analisis hasil survei melalui kuesioner. (Sumber: Pribadi)

No	Diagram	Keterangan
1	<p>Gambar 1. Data gender pada pembaca media mengenai kuliner (sumber: Data Kuesioner)</p>	Berdasarkan jenis kelamin yang di data menunjukkan angka 70,6% perespon yang dimana perempuan menunjukkan angka tertinggi dibandingkan laki-laki 29,4% perespon. Dapat disimpulkan secara garis besar bahwa perempuan memiliki ketertarikan mengenai dunia kuliner.
2	<p>Gambar 2. Data umur pada perespon pembaca media mengenai kuliner (sumber: Data Kuesioner)</p>	Berdasarkan usia terlihat 24,7% perespon tersebut adalah berusia 17-25 tahun, 56,2% perespon tersebut berusia 26-30 tahun sedangkan usia 31-40 tahun dan 41-55 tahun menunjukkan angka dibawah 20%. Disimpulkan peminat media bertema kuliner saat ini dalam range umur 17-25 tahun.
3	<p>Gambar 3. Peminat kuliner Pulau Jawa (sumber: Data Kuesioner)</p>	Berdasarkan data yang telah didapatkan, peminat kuliner di pulau Jawa terbanyak berada di Jawa Barat 45,6% Jawa Timur 33,9%, dan Jawa Tengah memiliki peminat 20,5%. Dimana hasil tersebut menunjukkan adanya kurangnya peminat kuliner di bagian Jawa Tengah, salah satunya Pekalongan ini.
4	<p>Gambar 4. Media yang paling efektif dalam pelestarian kuliner kota Pekalongan (sumber: Data Kuesioner)</p>	Dengan hasil data yang diperoleh, menunjukan ke efektifan dari media cetak dan media online dengan selisih 8%, penggunaan pada media online diakui lebih praktis, menjangkau luas informasi, membaca e-book dengan mudah.
5	<p>Gambar 5. Berdasarkan apa para pembaca dengan ketertarikannya (sumber: Data Kuesioner)</p>	Berdasarkan data yang telah diperoleh, masyarakat Indonesia terlebih khususnya perempuan lebih memilih informasi pada media online, dengan konten/tema yang menarik dengan 68,4%, 20% pemilihan visual tersendiri, 3% dipergunakan sebagai referensi bahan didik dan 8% yang memang memiliki daya tarik tersendiri oleh wisata kuliner.
6	<p>Gambar 6. Berdasarkan jenis makanan yang disukai oleh masyarakat Indonesia (sumber: Data Kuesioner)</p>	Dengan hasil yang diperoleh masyarakat masih menyukai makanan fast food sebesar 61,3% secara kesimpulan masyarakat, walaupun masih menyukai makanan instan siap santap perolehan data penyuka makanan nusantara unggul dengan hasil 38,7%.
7	<p>Gambar 7. Berdasarkan seberapa paham mengenai kuliner Jawa Tengah (sumber: Data Kuesioner)</p>	Hasil dari kuesioner ini menempatkan kurangnya dari 50% pemahaman kuliner Jawa Tengah 45,2% dan kurang dari 35% yaitu 35,1% dan terakhir bagi yang tidak mengetahui sama sekali berada di 4,3%.
8	<p>Gambar 8. Berdasarkan seberapa Banyak kuliner pekalongan yang Anda ketahui (sumber: Data Kuesioner)</p>	Dengan hasil data berdasarkan seberapa banyak masyarakat mengetahui kuliner Pekalongan ini, masih banyak yang kurang dari 15 jenis makanan yang diketahui dengan angka 75,3% dan sisanya lebih dari 15 jenis makanan yang diketahui 20,4% dan yang tidak mengetahui sama sekali berada di angka 4,3%.

Analisis Elemen Visual dalam tema Kuliner

Sebagaimana data yang telah di dapatkan dari pembahasan landasan teori, bahwa desain grafis dalam bentuk promosi dari berbagai media memiliki fungsi yang sama pada dasarnya, sebagai media atau alat penjelas (Informasi) dari suatu kalimat atau objek yang ditawarkan. Dengan adanya promosi ini sebuah rangkuman informasi bacaan atau gambar, foto, dan visual lainnya bisa dikatakan lebih hidup dan pembaca bisa lebih mendapatkan gambaran akan suatu yang ditawarkan dalam penyajian dari media tersebut. Promosi yang dipadukan dengan media cetak maupun online akan menimbulkan suatu kekuatan tersendiri dalam komunikasi visual, perbedaan kesan dan variasi dalam setiap rangkuman informasi yang ditangkap oleh mata pembaca dapat menjadikan pembaca tertarik atau tidaknya dan ikut memberikan dukungan melestarikan budaya Indonesia dalam segi kuliner secara ringkas.

Pada bagian ini peneliti akan mengkhususkan analisis dari 3 buku dan 2 web kuliner bernuansa Nusantara, diantaranya adalah buku : Kuliner Khas Tionghoa Di Indonesia, Periuk Nusantara, dan Bubur Nusantara Manis&Gurih. Untuk *website*

peneliti menganalisa dari situs: Anakjajan.com dan Eatandtreats.com. Peneliti menggunakan 2 teori yaitu, Teori Desain Grafis dan Teori Warna Pemilihan 3 buku dan 2 website tersebut dikarenakan memiliki unsur serupa terkait riset yang peneliti pilih yaitu tema kuliner Nusantara, dan adanya unsur melestarikan kuliner Nusantara didalamnya.

Tabel 2. Analisis Elemen Visual Pada Buku dan Web bertema kuliner.
(Sumber: Google Book, website kuliner)

BUKU KULINER NUSANTARA			WEBSITE/BLOG KULINER	
 <p>Gambar 9. Cover Buku Kuliner Khas Tionghoa Di Indonesia (sumber: Google Book)</p>	 <p>Gambar 15. Cover buku Pepes Nusantara (sumber: Google Book)</p>	 <p>Gambar 21. Cover buku Bubur Nusantara Manis & Gurih (sumber: Google Book)</p>	 <p>Gambar 18. Web Bermuana kuliner (sumber: eatandtreats.com)</p>	 <p>Gambar 12. Web Bermuana Kuliner (sumber: anakjajan.com)</p>

Secara ringkas hasil pembahasan mengenai analisa elemen visual seperti garis, bidang, warna, gelap terang, tekstur dan ukuran. Peneliti membahas satu-persatu berdasarkan elemen yang telah ditentukan, sebagai berikut:

Garis

Pada 3 buku yang telah dianalisa melalui beberapa sampel halaman yang mewakili isi keseluruhan buku ini memiliki kesimpulan, bahwa rata-rata dari garis yang digunakan memiliki jenis horizontal dan garis lengkung yang dimana dipergunakan sebagai pembatas antara konten 1 dengan yang lainnya pada 1 halaman sekaligus memberikan arti visual sendiri selain menambah elemen desain yang dirasa penting agar tidak terlihat *flat*. Pada 2 *website*, terlihat sangat minim dalam segi kebebasan berekspressi dalam membuat konten menarik, hal ini bisa dilihat dari tidak adanya objek-objek pada *background* dan gambaran memiliki keunikan disetiap sentuhan layarnya.

Bidang

Dengan adanya *element* bidang sebagai ukuran yang telah terbentuk dalam analisa data diatas, tidak terlalu di hiraukan untuk penting dipergunakannya atau tidak yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pada tahap desain.

Warna

Sisi warna pada buku-buku yang telah di analisis ini menerapkan warna asli pada kesan nyata, dimana tiap sisi warna memiliki kesan arti sendiri yang disesuaikan dengan tema yang ditampilkan. Serta adanya bagian-bagian warna yang menggunakan gradasi sebagai salah satu cover pada buku, beda halnya dengan penerapan pada web yang masing-masing kurang memiliki daya tarik.

Gelap Terang

Unsur gelap terang dirasa cukup penting dalam membawa para pembaca ikut larut dalam visual yang ditawarkan, sebagai contoh pada tabel dari 3 buku maupun 2 web

menggunakan konsep gelap terang pada pencahayaan foto dimana menggunakan cahaya *shadow* dan cahaya *highlight* untuk hasil foto yang maksimal.

Tekstur

Pada 3 buku dan 2 website, tidak terlihat spesifik yang dipergunakan dan rata-rata tidak adanya keunikan sendiri. Dapat ditinjau bahwa tekstur dari 3 buku cukup dilihat dengan kasat mata memiliki tekstur kertas ditiap halamannya licin dan mengkilap.

Ukuran

Penetapan objek foto atau visual lainnya dengan tipografi, secara keseluruhan masih terlihat kurangnya perhitungan yang konsisten antar keduanya, masih kurang *eye-catching* dan para pembaca dapat merasakan hilangnya fokus utama.

Dari inti pembahasan diatas dapat dikatakan bahwa dari ke 3 buku dengan 2 website memang sangat jauh bedanya dari segi desain yang mencakup elemen yang ada. Cara penyampaian informasi mengenai promosi memang lebih efektif menggunakan visual objek foto sebagai nilai utama yang ditampilkan untuk menarik target pembacanya selain unsur desain yang memang penting pada penerapan tersebut.

Tinjauan Visual Dalam Buku Kuliner Khas Kota Pekalongan

Dilihat sampai saat ini masih tinggi angka pecinta kuliner Nusantara terkhusus pada lingkaran Jawa tengah yang secara luas masih sangat banyak makanan tersembunyi yang wisatawan belum mengetahuinya, namun dalam sisi penyajian akhir dalam mengemas *topic* ini, masyarakat masih fiktif dalam memilih portal penyampaiannya dalam bentuk media cetak seperti buku atau dengan media online seperti ebook yang keduanya memiliki sisi positif dan kekurangannya. Dari segi desain yang menarik buku dapat menawarkan hal yang jauh lebih menarik dari website yang rata-rata memiliki kesan *classic* namun terlihat *flat* dan *layout* yang terkadang berantakan antara konten 1 dengan yang lainnya. Mengandalkan tema ataupun bahasan yang menarik menjadi salah satu nilai plus untuk peninjauan ini dalam melestarikan kuliner asal Pekalongan sebagai target utama yaitu perempuan dengan rata-rata umur 31- 40 tahun.

SIMPULAN & REKOMENDASI

Setelah peneliti melakukan pencarian data terkait informasi dalam tinjauan visual bertema kuliner Nusantara dapat diringkas bahwa, penulis menemukan informasi dalam sisi pendukung terkait akan terbentuknya perancangan Buku Kuliner Pekalongan, seperti bentuk dari komunikasi visual, prinsip dasar desain, unsur visual, persepsi visual, warna, dan layout. *Pengambilan konsep kuliner visual yang buku ini tampilkan untuk mendapatkan citra estetika yang sangat menarik bagi konsep kuliner.*

Adanya data akurat dari hasil *survey* serta analisis dari berbagai sumber, hasil akhir dari analisa ini adalah, bentuk perancangan Buku Kuliner Khas Pekalongan yang dimana dapat dipergunakan untuk wawasan luas dalam mewarisi citra kuliner Pekalongan kepada wisatawan, dapat dilihat bahwa masih minimnya angka masyarakat mengetahui luasnya kuliner tradisional ini yang pada akhirnya

kurang diminati, dengan berkembangnya kuliner inovasi dari luar kota Pekalongan maka akan cepat pula penurunan kuliner asli yang sudah mulai tidak diketahui oleh generasi kita seperti yang telah penulis observasi. Perancangan buku ini telah peneliti pertimbangkan dengan target khusus wanita dengan rata-rata usia 26-30 tahun, yang dimana sudah melewati tahap dari data analisa responden kuesioner serta analisis referensi media. Adanya analisa dengan target akhir perancangan Buku Kuliner Khas Pekalongan ini cocok untuk mengangkat nilai promosi sebagai pelestarian kota.

DAFTAR PUSTAKA

Rakhmat Supriyono. (2010). 'Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi.'

Maria Fitriah (2018). Media Komunikasi : Teori Media Visual. Diperoleh, [shorturl.at/bvBN2](https://doi.org/10.24127/bvbn2.v1i1.10000)

Nada Karimah (2011). *PERANCANGAN BUKU KULINER SEBAGAI BAGIAN PROMOSI WISATA KULINER SOLO*. Diperoleh, <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/23367/Perancangan-Buku-Kuliner-Sebagai-Bagian-Dari-Promosi-Wisata-Kuliner-Khas-Solo>

Nicholas molodysky (2019). Referensi Data, *Kuliner Khas Tionghoa Di Indonesia*.

Sarwono, Jonathan dan Hary Lubis. (2007). Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI

Saputra, Andianto (2009). Pengenalan kuliner dalam pulau Jawa. *BUKU DESAIN KULINER KERATON SURAKARTA*. Diperoleh, <https://repository.maranatha.edu/10736/>

J. Linschoten dan Drs. Mansyur (2014). Artikel: *Teori Warna Sebagai Unsur Penting Dunia*. Diperoleh dari <https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Warna-sebagai-Unsur-Penting-Dunia-Desain>