



## PENCIPTAAN BUKU REFERENSI MASAKAN SEMANGGI SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN KULINER TRADISIONAL SURABAYA

Abdul Aziz Akbar<sup>1)</sup> Achmad Yanu Alif Fianto<sup>2)</sup> Sutikno<sup>3)</sup>

SI Desain Komunikasi Visual

STMIK STIKOM Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya. 60298

Email: 1)lasahidoaziz@yahoo.co.id, 2)yanu@stikom.edu, 3)sutikno@stikom.edu

**Abstract:** *Surabaya has several one of which is a traditional food of semanggi Surabaya. However, over the times and technology make foreign food products such as ready meals (fast food) and foreign restaurant businesses thrive in big cities. Society makes a fast food restaurant and the foreign key option than traditional foods. The purpose of creation to create a book that discusses the focus of semanggi Surabaya can provide knowledge to the target audience of Semanggi Surabaya. The design is done by using qualitative methods, namely observation, interviews and literature studies to conclude the concept in the design process. Through the process of data analysis, found the keyword "Cultural Heritage Stories". The results of this book are expected to help increase public awareness of the importance of preserving traditional culinary Surabaya especially Semanggi Surabaya.*

**Keywords:** *Culinary, Preservation, Book, Reference*

Surabaya memiliki banyak peninggalan objek sejarah dan religi yang beberapa diantaranya dilindungi sebagai bangunan dan situs cagar budaya. Selain itu, perkembangan kota Surabaya sebagai kota metropolitan mengakibatkan bertumbuhnya pusat-pusat perbelanjaan modern yang juga menjadi suatu daya tarik wisata minat khusus yaitu minat belanja. Minat khusus lainnya yang ditawarkan oleh kota Surabaya adalah wisata kuliner. Tidak lengkap apabila berkunjung ke Surabaya tanpa menikmati kuliner khas Surabaya maupun masakan nusantara dan mancanegara (Direktori Pariswisata Surabaya, 2013: 11).

Surabaya memiliki beberapa makanan tradisional salah satunya adalah semanggi surabaya. Makanan tradisional ini terdiri dari dua macam sayuran yaitu daun semanggi dan kecambah yang direbus, disajikan bersama campuran petis dan bumbunya yang khas merupakan perpaduan ketela yang dikukus lalu ditumbuk bersama kacang gula merah, gula putih dan garam, serta dilengkapi kerupuk puli. Para penjualnya berjalan dengan menggendong

barang dagangannya dan berkata "Semanggi" dengan intonasi yang khas sehingga masyarakat sudah hafal dengan pedagang semanggi. Selain itu, ada penjual semanggi yang sudah memili tempat "ngetem" dengan kata lain berhenti di tempat yang biasa berjualan dan para pembeli yang menghampirinya. Harga dari semanggi hanya Rp. 6.000,00 untuk satu porsinya.

Sebagian besar penjual Semanggi Suroboyo berasal dari Desa Kendung, Benowo, wilayah pinggiran Kota Surabaya yang berbatasan dengan Gresik. Desa Kendung, Kecamatan Benowo, Surabaya, dikenal sebagai kampung semanggi. Warganya membudidayakan tanaman semanggi di lahan-lahan serta sebagian besar berprofesi sebagai penjual. Para penjual berkeliling dan keluar masuk kampung di Surabaya menjajakan semanggi secara berkelompok dan menyebar ke berbagai pelosok di Surabaya. Masyarakat Surabaya jaman dahulu yang menyukai semanggi sampai dibuatlah lagu kroncong yang berjudul Semanggi Suroboyo.

*“Semanggi Suroboyo. Semanggi Suroboyo, lontong balap wonokromo. Dimakan enak sekali, sayur semanggi, krupuk puli, Bung mari. Harganya sangat murah. Sepincuk hanya setali. Dijual serta diburu, masuk kampung, keluar kampung. Bung beli. Sedap benar bumbunya, dan enak rasanya. Sayur semanggi, cukulan dicampurnya, dan tak lupa tempenya. Mari Bung coba beli, sayur semanggi Suroboyo. Tentu memuaskan hati, sayur semanggi, krupuk puli, Bung beli.”*

Lagu ini telah menjadi bukti bahwa yang dinamakan sayur semanggi itu sudah melekat di hati masyarakat Surabaya. Namun, dengan banyak sawah-sawah yang digusur dibuat perumahan, maka penduduk semanggi pun mendekati kepunahan (Widodo, 2002: 90-91).

Selain itu, seiring perkembangan zaman dan teknologi membuat makanan produk asing seperti makanan siap saji (fast food) dan usaha-usaha restaurant asing berkembang di kota-kota besar. Masyarakat menjadikan makanan siap saji dan restaurant asing itu pilihan utama ketimbang makanan tradisional. Penyebab lain, kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kuliner tradisional khususnya semanggi Surabaya. Hal ini disebabkan karena minimnya informasi yang mendalam tentang kuliner tradisional Semanggi Surabaya. Dari permasalahan tersebut, sebuah buku referensi yang berisikan informasi tentang semanggi Surabaya perlu untuk dirancang sebagai upaya pelestarian kuliner tradisional Surabaya.

Pelestarian dalam kamus Bahasa Indonesia (Eko, 2006:88) berasal dari kata dasar lestari, yang artinya adalah tetap selamanya tidak berubah. Maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud pelestarian produk lokal adalah upaya untuk mempertahankan agar produk lokal tetap dipertahankan sebagaimana adanya. Kesimpulannya yang dimaksud dengan pelestarian kuliner tradisional semanggi Surabaya adalah usaha untuk mempertahankan agar kuliner tradisional Semanggi Surabaya dapat bertahan sebagaimana adanya.

Dalam kasus ini buku yang dipilih adalah buku referensi. Buku referensi itu sendiri berarti suatu buku atau sejumlah publikasi kepada siapa orang berkonsultasi untuk mencari fakta-fakta atau informasi tentang latar belakang suatu objek, orang, dan atau peristiwa secara

cepat dan mudah (Trimo, 1997). Pemilihan buku referensi ini juga dipilih karena diketahui bahwa di Indonesia, khususnya di Surabaya belum ada buku yang membahas secara rinci tentang asal usul semanggi Surabaya, kandungan yang terkandung dalam semanggi Surabaya yang menjadi makanan tradisional dari kota Surabaya.

Didalam buku referensi semanggi surabaya ini menggunakan teknik fotografi sebagai visualnya. Kekuatan terbesar dari fotografi pada media, entah itu dari berita, iklan ataupun apapun, khususnya ada pada kemampuannya untuk memberikan kesan aktual dan “dapat dipercaya” (Rustan, 2008 : 54). Dalam pembuatan buku referensi yang membahas akan sejarah dan tradisi suatu daerah harus memiliki kekuatan yang dapat dipercaya sehingga tidak merubah yang sudah ada, maka dari itu penggunaan teknik fotografi untuk visual dan ilustrasi adalah hal yang tepat untuk penggarapan buku referensi semanggi surabaya.

Adanya buku referensi ini diharapkan dapat tersampaikan informasi yang lebih baik bagi masyarakat Surabaya yang gemar terhadap hal-hal yang berkaitan dengan sejarah, gemar akan kuliner, dan suka mencicipi makananan baru juga dapat dijadikan untuk penelitian selanjutnya.

## **METODE PERANCANGAN**

Metode yang akan digunakan dalam perancangan kali ini adalah metode kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengurai variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Tujuan dari pendekatan ini menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menemukan teori, menggambarkan realitas yang kompleks dan memperoleh pemahaman makna. Dalam kasus semanggi Surabaya ini merupakan salah satu permasalahan yang kompleks tentang perkembangan sejarah kuliner tradisional. Menurut Sugiyono (2013:25), sejarah perkembangan seseorang tokoh atau masyarakat akan dapat dilacak melalui metode kualitatif. Dengan menggunkan data dokumentasi, wawancara mendalam kepada pelaku atau orang yang dipandang tahu.

Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan data yang didapatkan dapat sesuai, terperinci dan menunjang kelanjutan

perancangan buku referensi masakan semanggi Surabaya ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Data Primer**

##### **1. Observasi lapangan secara langsung**

Dalam buku Sugiyono (2013:145), mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Jenis observasi yang dilakukan untuk penelitian kali ini adalah observasi berperan serta (*Participant Observation*) dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Melakukan pengamatan dan ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap dan tajam.

Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data yang dengan pengamatan secara langsung ke tempat ibu Sona, ibu Suhartini berjualan dan ibu Asiyah di sawah miliknya serta mengadakan pencatatan secara sistematis terhadap hal-hal yang dapat memberikan penjelasan secara jelas tentang aktifitas, perilaku, lingkungan dan gambaran umum tentang semanggi Surabaya sebagai bahan pertimbangan konsep pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya.

##### **b. Interview atau wawancara**

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada subyek yang diteliti. Wawancara memiliki sifat yang luwes, pertanyaan yang diberikan dapat disesuaikan dengan subyek, sehingga segala sesuatu yang ingin diungkap dapat digali dengan baik. Ada dua jenis wawancara berstruktur dan tidak berstruktur. Dalam wawancara berstruktur, pertanyaan dan alternative jawaban yang diberikan kepada subyek telah ditetapkan terlebih dahulu oleh pewawancara. Wawancara tidak berstruktur bersifat informal, pertanyaan tentang pandangan, sikap, keyakinan subyek, atau keterangan lainnya dapat diajukan secara bebas kepada subyek. Dengan cara ini, peneliti dapat mengetahui lebih detail dan jelas informasi yang dibutuhkan (Mulyana, 2002: 180).

Metode wawancara mendalam atau in-depth interview dipergunakan untuk memperoleh data dengan metode wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai (Umar, 2003: 56). Pada penelitian ini pedoman wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yang disusun secara terperinci dan dilakukan dengan secara langsung kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya, Ibu Sona dan Ibu Suhartini selaku penjual semanggi keliling yang berpengalaman, terakhir kepada Ibu Asiyah selaku petani semanggi.

#### **Data Sekunder**

##### **1. Metode kepustakaan**

Mengkaji informasi melalui media-media cetak seperti koran, buku, majalah, dan karya Tugas Akhir. Metode kepustakaan merupakan teknik observasi secara tidak langsung.

##### **2. Internet**

Penelitian data yang dilakukan melalui jaringan internet. Data tersebut untuk mencari artikel, referensi yang terkait dengan pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya.

##### **3. Dokumentasi**

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2010: 270).

Pada metode ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan berbagai macam potensi dan seluruh bahan tertulis yang berhubungan dengan penelitian yang nantinya akan dicatat dan digunakan untuk memperkuat masalah.

##### **4. Studi Pustaka**

Studi pustaka ini bertujuan untuk mendukung data penelitian yang diimplementasikan berupa buku referensi. Referensi ini diperoleh dari buku, jurnal, dan artikel yang terkait dengan proses pembuatan buku referensi semanggi Surabaya.

### **Teknik Analisis Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu mengumpulkan data berdasarkan faktor-faktor yang menjadi pendukung terhadap objek penelitian, kemudian menganalisa faktor-faktor tersebut untuk dicari peranannya (Arikunto,

2010: 151). Dalam penelitian ini desain metode yang digunakan adalah analisis kualitatif yang digunakan yaitu informasi yang diinterpretasikan berasal dari rangkuman sejumlah data besar yang masih mentah.

Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, dari metode wawancara, observasi dan telaah dokumen, maka data akan dianalisa menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif. Selanjutnya, dari hasil analisis data maka dapat dibuat beberapa rancangan yang sesuai dengan kriteria.

#### **Analisis Data Wawancara**

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Sona, Ibu Suhartini selaku penjual semanggi Surabaya keliling yang sudah berjualan lebih dari 25 tahun, Ibu Asiyah selaku petani semanggi dan Mbak wiwit selaku *tourism information* di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya dan observasi di perumahan prapen dan di taman bungkul tempat ibu Sona dan ibu Suhartini berjualan. Pengumpulan data ini dilakukan pada 11 April 2014, dan 16 Juni 2014, maka dapat disimpulkan bahwa Semanggi Surabaya tidak berubah dari dulu hingga kini, meskipun demikian semanggi Surabaya masih memiliki peminat. Peminatnya dimulai kelas dewasa 25-35 tahun hingga manula. Dinamakan semanggi Surabaya, karena makanan ini adalah makanan yang disukai anak Surabaya sampai dibuatkan lagu keroncong yang menandakan bahwa semanggi adalah makanan tradisional kota Surabaya.

Dari segi pembuatannya, untuk membuat semanggi Surabaya hingga layak untuk dimakan tidak perlu memakan waktu yang banyak. Cukup dengan menjemur lalu mengukus, membuat bumbu sudah disiap untuk disajikan. Selain harga yang hanya Rp 6.000,- /porsi. Bahan-bahannya pun mudah untuk dicari dan bermanfaat untuk tubuh karena menggunakan bumbu dapur seperti ketela, kacang tanah, jahe, gula putih, gula merah, kemiri, bawang putih, garam, petis, rawit dan kecambah. Namun, beberapa dari masyarakat kita tidak tahu akan kandungan dan manfaat dari bahan-bahan semanggi Surabaya ini.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi maka lahan seperti sawah digantikan dengan perumahan, perhotelan dan apartement. Selain itu, banyak produk asing seperti fast food dan restaurant asing lainnya

membuat semanggi Surabaya ditinggalkan. Masyarakat lebih memprioritaskan menu utama mereka kepada produk asing. Ini diakibatkan kurangnya sarana informasi tentang semanggi Surabaya.

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan kepada Wiwit selaku *tourism information* menyatakan bahwa belum ada buku yang membahas semanggi Surabaya secara terperinci sampai saat ini. Informasi tentang semanggi Surabaya hanya sebatas definisi. Sehingga tidak heran apabila masyarakat tidak tahu cerita tentang semanggi Surabaya. Dari hasil ini, maka diperlukan pembuatan buku referensi semanggi Surabaya untuk menambah informasi dan wawasan kepada masyarakat Surabaya agar dapat melestarikan kuliner tradisional Surabaya.

#### **Analisis Studi Kompetitor**

Sebagai kompetitor dalam perancangan ini diambil salah satu buku yang memiliki perbedaan objek dan isi yang dibahas tetapi memiliki kesamaan dalam hal tema dan pemikiran, yaitu buku "Chocology" yang dibuat oleh Louis Tanuhadi seorang *chocolatier* (ahli cokelat) pada tahun 2012.



Gambar 1 Cover buku *chocology*  
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 1 ditulis dengan dua gabungan kata Choco yang berarti cokelat dan Logy yang berarti ilmu. Buku ini menjelaskan tentang cokelat dari segi sejarahnya, perkembangannya, jenis-jenis cokelat, memilih coklat yang baik dan dekorasi-dekorasi cokelat. Buku ini memiliki kesamaan tema yang akan dibuat untuk perancangan kali ini.

Dapat dilihat dari segi cover, terdapat foto buah cokelat yang masih dalam bentuk buah yang diolah hingga membentuk cokelat siap dikonsumsi dan nama yang menarik. Hal ini membuat buku ini tidak dinilai sebagai buku resep saja tetapi buku yang memiliki pengetahuan yang membahas tentang cokelat.



Gambar 2 Layout halaman 35 dari buku “Chocology”

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 2 jika ditinjau dari segi layoutnya, buku ini masih kurang dalam hal memikirkan kenyamanan dalam membaca. Layout yang baik dan disesuaikan dengan konsep akan memberikan ketertarikan dan kenyamanan dalam membaca

### Unique Selling Proposition

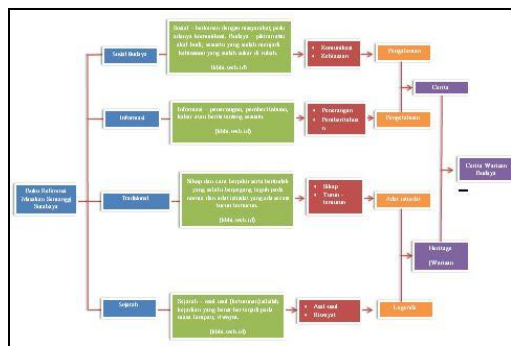
Sebagai salah satu kuliner tradisional kota Surabaya, semanggi Surabaya memiliki manfaat, sejarah, makna, perjuangan dan harapan dari tokoh yang melesterikan kuliner ini. Maka, diperlukannya membuat buku referensi masakan semanggi Surabaya dengan exposure fotografi yang dapat memberikan kesan terpercaya. Buku referensi semanggi memuat informasi dan wawasan baru kepada para pembacanya agar sadar pentingnya dalam melestarikan kuliner tradisional terutama semanggi Surabaya. Buku ini juga terdapat dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa inggris. Dengan menggunakan bahasa inggris dapat membantu memperluas segmentasi, selain itu membantu pembaca untuk membiasakan membaca bahasa inggris. Pentingnya belajar bahasa inggris karena dilihat dari sudut pandang bahwa bahasa inggris merupakan bahasa utama dalam berbagai aspek di seluruh dunia.

### Analisis Keyword/Konsep

Penentuan keyword diambil berdasarkan data yang sudah terkumpul dari observasi, wawancara dan dari analisis data SWOT dan Segmentasi Targetting Postioning.

Dari hasil analisis di atas pada akhirnya ditemukan beberapa kata kunci, yaitu sosial budaya dalam segi kuliner. Keyword kedua mendapat informasi dapat dilihat dari fungsi dari sebuah buku yaitu memberikan informasi, ketiga adalah tradisional dapat dilihat dari sisi jenis semanggi Surabaya yaitu kuliner tradisional. Keempat atau yang terakhir kata

kunci yang didapat yaitu sejarah dilihat dari perjalanan semanggi Surabaya dari dulu hingga sekarang.



Gambar 3 Proses Penentuan Final Keyword  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

### Deskripsi Konsep

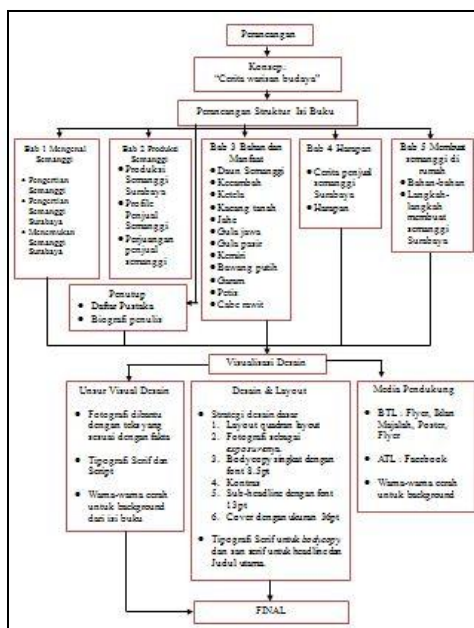
Dari analisis penentuan final keyword pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa konsep dari perancangan ini adalah “Cerita warisan budaya”. Deskripsi dari konsep “Cerita warisan budaya” merupakan peninggalan jaman dahulu yang masih bertahan. Definisi dari kata Heritage memiliki banyak pengertian, Menurut UNESCO heritage yaitu sebagai warisan (budaya) masa lalu, apa yang saat ini dijalani manusia, dan apa yang diteruskan kepada generasi mendatang. Pendek kata, heritage adalah sesuatu yang seharusnya diestafetkan dari generasi ke generasi, umumnya karena dikonotasikan mempunyai nilai sehingga patut dipertahankan atau dilestarikan keberadaannya.

Menurut Kamus Bahasa Besar Indonesia arti kata Story (cerita) sendiri adalah tuturan yg membentangkan bagaimana terjadinya suatu hal (peristiwa, kejadian, dsb). Jadi “Cerita Warisan Budaya” bertujuan untuk menuturkan/menceritakan warisan budaya yang dapat memberikan informasi dan wawasan baru kepada masyarakat akan pentingnya melestarikan kuliner tradisional semanggi Surabaya.

### Perancangan Karya

Konsep perancangan merupakan kerangka perancangan yang didasari melalui konsep yang telah ditemukan dan kemudian kerangka perancangan ini akan digunakan secara konsisten di setiap hasil implementasi karya.

Konsep perancangan karya merupakan rangka perancangan yang didasarkan melalui konsep yang telah ditemukan dan kemudian rangka perancangan ini akan digunakan secara konsisten di setiap hasil implementasi karya. Konsep perancangan buku ilustrasi batik Tuban dapat dilihat pada gambar 3.3.



Gambar 4 Konsep Perancangan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Perancangan ini membantu dalam merancang semua aspek yang terkandung dalam buku referensi semanggi Surabaya. Semua aspek seperti font, warna dan layout. Isi dari buku pada bab pertama membahas tentang pengenalan semanggi Surabaya untuk memperkenalkan kepada masyarakat bentuk dan pengertian dari semanggi Surabaya. Bab dua berisi informasi tahap-tahap dari memproses semanggi Surabaya dan menceritakan profile penjual semanggi keliling untuk memberikan informasi dan pengetahuan tentang pembuatan dan cara mengelola semanggi Surabaya. Bab ketiga membahas tentang kandungan dan manfaat bahan-bahan semanggi Surabaya untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa bahan-bahan dari makanan tradisional ini bermanfaat untuk tubuh. Pada bab 4 menceritakan harapan penjual dan petani semanggi agar masyarakat sadar akan perjuangan mereka dalam melestarikan kuliner tradisional semanggi Surabaya. Bab terakhir adalah bab 5

memberikan informasi ukuran berat dari bahan yang diperlukan untuk membuat semanggi Surabaya di rumah

### Strategi Kreatif

#### 1. Headline

Alternatif headline yang terpilih dari buku ini adalah “Sisi Lain Kuliner Tradisional Semanggi Surabaya”. Menurut kamus bahasa Indoensia online arti kata “Lain” adalah asing, beda, tidak sama. “Sis” adalah samping (kanan atau kiri); sebelah. Sehingga, buku ini menceritakan tentang sudut pandang yang berbeda dari kuliner tradisional semanggi Surabaya yang dimaksudkan adalah pembahasan tidak hanya sekedar pengertian luar saja tetapi bercerita tentang sejarah semanggi Surabaya, manfaat dan kandungan bahan semanggi Surabaya, cerita, harapan tokoh-tokoh yang telah melestarikan kuliner tradisional ini serta cara membuat semanggi Surabaya di rumah. Pemilihan headline memiliki arti bahwa semanggi Surabaya tidak hanya makanan kuliner tradisional biasa. Makanan tradisional ini memiliki makna, cerita, manfaat, dan perjuangan untuk tetap dilestarikan.

#### 2. Bahasa

Berdasarkan situasi pemakaiannya dalam buku ini menggunakan ragam formal dan informal agar pembaca dapat lebih mudah memahami sudut pandang yang berbeda dari semanggi Surabaya. Hal ini mendukung keyword “Cerita Warisan Budaya” sebelumnya. Selain gaya bahasa, bahasa yang digunakan buku ini adalah bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang diharapkan dapat memperluas target market. Selain itu dengan menggunakan bahasa inggris dapat memberikan informasi tentang semanggi Surabaya kepada wisatawan yang berkunjung ke kota Surabaya. Bahasa Indonesia dan bahasa inggris di dalam buku ini memakai ragam bahasa indonesia yang bersifat ilmiah karena membahas tentang warisan budaya. Namun, masih tetap bisa dipahami dengan mudah.

#### 3. Jenis Layout

Pada buku ini adalah dominan jumble layout dan sedikit circus layout. Jumble layout memiliki komposisi yang disusun secara teratur antara gambar dan teksnya. Dalam menceritakan sudut pandang berbeda dari semanggi Surabaya perlu diperlukannya layout yang teratur dan rapi untuk memberikan

kemudahan pembaca untuk memahami teks yang ada di dalam buku. Kemudian circus layout adalah layout kebalikan dari jumble layout, circus memiliki penyajiannya yang tata letaknya tidak mengacu pada ketentuan baku. Komposisi gambar visualnya, bahkan teks dan susunannya tidak beraturan bertujuan untuk mencegah kebosanan.

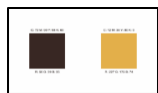
#### 4. Tipografi

Segoe Print dan SMARTKID, kedua font ini memiliki kelas script yang memiliki fungsi untuk menarik perhatian pembaca karena bentuknya yang luwes seperti tulisan tangan cocok untuk diaplikasi pada headline. Selain itu, font tipe script ini memiliki kesan bijaksana, penuh pemikiran, dan serius (Rustan, 2011: 109). Pemilihan font script karena keseriusan dalam menceritakan sudut pandang lain tentang semanggi Surabaya. Memilih dua font yang berbeda untuk membedakan antara fokus pembahasan (Semanggi Surabaya) dan jenis pembahasan (Sisi Lain Kuliner Tradisional).

Pemilihan tipografi untuk subbab dari buku menggunakan font bold "Byington" untuk membedakan dari bodycopy. Bodycopy memakai font yang sama "Byington" tetapi tidak dibold (reguler). Font ini memiliki kelas serif yang menambah perbedaan antar karakter sehingga lebih mudah untuk dikenali (Rustan 2011: 54).

#### 5. Warna

Berdasarkan arti dari warisan budaya (heritage) berhubungan adat istiadat dan tradisional sehingga mendapatkan karakter warna tradisional dan kokoh. Warna yang dipakai untuk buku referensi masakan semanggi Surabaya ini adalah coklat untuk memberikan kesan tradisional, sehingga warna utama yang dipilih coklat tua dan coklat muda dengan kalibrasi (C: 72 M: 90 Y: 98 K: 69) (R: 56 G: 39 B: 35). Coklat muda dengan kalibrasi (C: 12 M: 36 Y: Y: 80 K: 0) (R:227 G: 175 B:74). Warna ini digunakan untuk background warna sampul dan warna font dari headline. Pada pembatas setiap bab pada buku, warna yang digunakan adalah coklat muda. Warna yang dipilih ditunjukkan pada gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5 Warna primer terpilih  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

#### 6. Visual & Bodycopy

Pada visualisasi, akan menonjolkan ilustrasi fotografi sehingga terlihat lebih terkesan terpercaya dan aktual untuk kemudian mudah dimengerti oleh pembaca. Selain itu, buku ini memiliki penjelasan yang berupa teks atau bodycopy yang akan membantu menjelaskan lebih jelas tentang bab yang akan dibahas. Hal ini bertujuan untuk membantu menjelaskan makna dan foto yang ada di dalam buku. Pesan yang disampaikan memiliki bobot yang ringan karena bodycopy yang panjang diharapkan dapat lebih mudah untuk dipahami oleh pembaca.

#### Strategi Pemasaran

Aktivitas online menjadi salah satu bagian yang tak terpisahkan bagi sebagian besar masyarakat dunia, termasuk di Indonesia. Melihat kondisi itu, para pebisnis mau tak mau harus mengikuti jejak gaya hidup masyarakat modern, agar pangsa pasar yang mereka kuasai tetap bertahan, atau bahkan bertambah.

##### 1. Mobile Marketing

Mobile Marketing adalah salah satu strategi pemasaran di dunia maya. Mobile marketing adalah strategi pemasaran yang mengarah pada calon-calon konsumen yang menggunakan internet dengan perangkat mobile, seperti handphone dan tablet ([www.ciputraentrepreneurship.com](http://www.ciputraentrepreneurship.com)). Dengan adanya paradigma seperti itu, maka dalam perancangan ini menggunakan mobile marketing untuk memasarkan buku referensi masakan semanggi Surabaya melalui dunia internet yang dapat diakses menggunakan gadget. Sosial media adalah media yang tidak luput dengan penggunaan internet, sosial media yang dipilih facebook, twitter dan blog. Pemilihan media ini karena mampu memuat tulisan yang cukup banyak untuk memberikan informasi yang bersifat persuasif tentang sebagian isi dari buku referensi masakan semanggi Surabaya. Selain itu sosial media ini dapat diakses melalui gadget, keuntungan menggunakan strategi pemasaran ini karena Indonesia menduduki posisi 5 besar dengan pengguna ponsel aktif sebanyak 47 juta, atau sekitar 14% dari seluruh total pengguna ponsel (<http://inet.detik.com>).

#### Perencanaan Media

Pemilihan media promosi berdasarkan kriteria media iklan yang baik dan tepat.

Menurut Hermawan, (2012:74) faktor-faktor kunci dalam memilih media iklan yang baik yaitu jangkauan (reach) menyangkut proporsi target konsumen/konsumen sasaran yang akan didorong perhatiannya kepada iklan. Kedua intensitas (frequency) berapa kali target konsumen didorong ke arah pesan iklan. Ketiga dampak media (media impact) dimana, jika konsumen sasaran melihat iklan, hal apa yang paling berdampak ?. Terakhir waktu penayangan, beberapa produk secara khusus sangat tepat diiklankan di televisi, produk lain dapat ditempatkan sepanjang tahun melalui media surat dan majalah khusus.

#### 1. Media Promosi

Dirancang media promosi pendukung dirancang guna mendukung publikasi dari buku referensi masakan semanggi. Media yang terpilih yaitu :

a. Flyer, sesuai dengan kriteria media promosi yang baik flyer memiliki jangkauan (reach) yang luas karena dapat disebar di mana saja. Media flyer ini memiliki dampak (media impact) yang khusus karena informasi yang ada pada media ini mendalam tentang produk yang diiklankan, sehingga dapat membantu konsumen mengerti akan buku referensi masakan semanggi Surabaya ini. Paling penting adalah biaya produksi yang relatif murah. Selain itu, Flyer memiliki ukuran A5 yaitu 14,8 cm x 21 cm dengan menggunakan kertas 150 gsm.

b. Poster, media ini dipilih media ini terpilih karena poster memiliki intensitas (frequency) yang kuat apabila di tempatkan dengan tepat. Poster akan ditempatkan pada toko-toko buku baik di dalam maupun di luar sehingga masyarakat yang berkunjung ke toko buku akan melihat promosi dari buku semanggi Surabaya ini. Selain itu, poster bisa menarik perhatian bila didesain dengan strategi kreatif dan komunikasi yang baik, poster sangat didominasi oleh fungsinya. Bisa juga oleh segi kreatifnya dan mengandung pesan-pesan yang dalam (Rustan 2008:108). Dari pernyataan ini, maka poster memiliki dampak (media impact). Poster didesain dengan ukuran 42 cm x 59,4 cm, berwarna. Budget yang dikeluarkan untuk poster A2 Rp 38.000,-/poster.

c. Iklan Majalah, media ini terpilih karena dapat dimuat secara fullcolor dan dapat direproduksi kembali dengan kualitas kertas uang baik, pemilihan target market lebih selektif dan iklan yang dimuat lebih lama

(Supraptini, 2006:36). Iklan majalah memiliki waktu penayangan yang panjang dan lama sesuai dengan kriteria pemilihan media promosi. Meskipun sedikit memiliki harga yang mahal tetapi iklan majalah memiliki intensitas (frequency) yang lama sehingga target market dapat menemukan informasi secara terus-menerus tentang buku semanggi Surabaya. Iklan majalah di desain dengan ukuran 21,4 cm x 28,4 cm disesuaikan dengan majalah yang terpilih yaitu, women health.

#### Program Media

Perancangan media akan dimulai setelah proses pembuatan layout dasar yang sesuai dengan konsep perancangan. Untuk media brosur akan didesain dengan memberikan informasi tentang jadwal event launching buku referensi masakan semanggi Surabaya dan diaplikasikan pada saat ada event launching di mall atau di toko buku. Pertama yang harus dilakukan adalah menentukan event launching sebaiknya pada minggu pertama diharapkan masyarakat masih memiliki sisa dari penghasilan bulanan mereka, mencetak brosur tiga minggu sebelum event dimulai kemudian pada dua minggu berikutnya mulai membagikan kepada masyarakat di lampu merah yang sesuai dengan kondisi jalan yang seharusnya. Membagikan kepada masyarakat yang melewati depan toko buku maupun yang memasuki toko buku.

Media poster dapat membantu event launching buku dengan menambahkan informasi singkat yang mewakili isi dari buku memiliki tujuan membantu masyarakat untuk memahami pembahasan dari buku. Sama dengan flyer poster lebih dipasang dua minggu sebelum event dimulai. Poster akan diletakkan pada di dalam dan luar dari toko buku yang terletak di mall maupun yang tidak.

Iklan Majalah dari buku semanggi ini di letakkan pada majalah wanita, majalah kesehatan dan majalah remaja. Periode yang ditentukan adalah awal bulan tepatnya pada minggu pertama.

#### IMPLEMENTASI KARYA

##### 1. Buku (Sampul Depan)

Buku dirancang sesuai dengan konsep perancangan, ukuran dari buku 15,5 cm x 23 cm. Ukuran tersebut adalah aturan ukuran standard minimal untuk buku referensi ([www.unsoed.ac.id](http://www.unsoed.ac.id)) sehingga dapat

meminimalkan biaya produksi. Diharapkan dengan ukuran buku tersebut informasi dan visual yang disajikan dapat tersampaikan kepada masyarakat. Final desain cover depan dapat dilihat pada gambar 6 di bawah ini.



Gambar 6 Sampul depan  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Desain cover depan menggunakan foto semanggi Surabaya lengkap dengan krupuk puli dilengkapi dengan tiga bahan utama dari semanggi Surabaya menunjukkan bahwa buku ini fokus terhadap satu pembahasan saja yaitu semanggi Surabaya. Kemudian headline (judul) buku “Sisi Lain Kuliner Tradisional Semanggi Surabaya” mempunyai warna coklat muda memberikan kesan tradisional. Background dari buku ini adalah tekstur kayu yang berwarna coklat tua dapat memberi kesan tradisional.

## 2. Cover Belakang



Gambar 7 Sampul belakang  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Pada gambar 7 di atas desain kover belakang buku menjelaskan tentang rangkuman dari isi buku. Warna background disesuaikan dengan kover depan. Membantu audience untuk mendapatkan informasi tentang pembahasan singkat dari buku ini.

## 3. Halaman Produksi Semanggi Surabaya (halaman 6-9)



Gambar 8 Halaman produksi semanggi Surabaya  
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Pada gambar 8 halaman ini menggunakan jumble layout. Foto diatas menunjukkan semua dari penjelasan teks. Produksi awal semanggi berawal dari perkebunan semanggi lalu pembuatan semanggi berada di dapur yang terlihat sederhana.

## 4. Halaman Penjual Semanggi Surabaya (halaman 10-11)



Gambar 9 halaman penjual semanggi Surabaya

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Pada gambar 9 sisi kiri gambar melanjutkan halaman proses pembuatan semanggi dan pada gambar sisi kanan halaman penjual semanggi Surabaya menggunakan circus layout. Menonjolkan foto ekspresi dari ibu penjual semanggi keliling dan menggabungkan teks yang mengikuti bentuk dari foto. Menggunakan background warna merah karena halaman ini dianggap penting karena penjual semanggi keliling ini adalah tokoh yang telah berjasa dalam melakukan pelestarian semanggi Surabaya.

## 5. Media Promosi Flyer, Iklan Majalah, Poster

Konsep yang akan digunakan dalam setiap desain media promosi adalah “show off” yang dalam bahasa Indonesia adalah pamer. Pamer dalam kamus bahasa Indonesia online berarti menunjukkan sesuatu yang dimiliki kepada orang lain dengan maksud memperlihatkan kelebihan atau keunggulan untuk menyombongkan diri. Sehingga dalam desain media promosi ini desainnya memamerkan bentuk dari buku masakan

referensi semanggi Surabaya dan kelebihan buku ini yang memiliki cerita dengan sudut pandang lain tentang semanggi Surabaya.



Gambar 10 (a) Poster, (b) flyer, (c) iklan majalah

Sumber: Hasil Olahan peneliti

## KESIMPULAN

Ada pun kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya ini adalah :

Dalam pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya, dilakukan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari observasi lapangan dan wawancara langsung kepada responden yang dirasa ahli dalam bidangnya, data sekunder di dapat dari studi literatur, internet dan dokumentasi. Ditambahkan dengan melakukan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) dan analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) untuk menemukan target segmentasi dari buku referensi ini.

Data yang telah terkumpul lalu dilakukan reduksi data untuk memisahkan data yang penting dan yang tidak penting. Data yang sudah direduksi dapat disajikan dan di ambil kesimpulannya. Kesimpulan dari data dapat dijadikan keyword perancangan. Keyword yang ditemukan dalam perancangan ini adalah “Cerita Warisan Budaya” yang memiliki arti menuturkan/menceritakan tentang warisan budaya yang turun dari generasi ke generasi. Dari keyword dapat melahirkan headline “Sisi Lain Kuliner Tradisional Semanggi Surabaya” yang menceritakan sudut pandang lain Semanggi Surabaya dari segi makna, sejarah, proses pembuatan, harapan dari tokoh yang melestarikan semanggi Surabaya dan cara membuat semanggi Surabaya di rumah serta melahirkan layout, font dan warna yang dipilih berdasarkan keyword. Ukuran buku yang dipilih adalah 15,5 cm x 23 cm yang menjadi

ukuran minimal sebuah buku referensi, hal ini untuk menyesuaikan target market yang menengah. Media yang digunakan untuk mempromosikan buku referensi ini adalah poster, flyer, iklan majalah dan facebook page. Diharapkan dengan melakukan dokumentasi yang dicurahkan lewat buku dapat membantu melestarikan kuliner tradisional semanggi Surabaya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber buku :

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya. 2013. *Direktori Pariwisata Surabaya*. Surabaya: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya.
- Eko, Endarmoko. 2006. *Tesaurus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Roadakarya.
- Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Suriyanto. 2011. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo, Dukut Imam. 2002. *Soerabaia Tempo Doeloe*. Surabaya: Dinas Pariwisata.

### Sumber Internet :

- <http://edukasi.kompasiana.com/2010/12/21/menulis-judul-buku-yang-menarik-326720.html> (diakses 30 Agustus 2014)
- <http://www.ciputraentrepreneurship.com/penjualan-dan-pemasaran/5-strategi-pemasaran-terbaru-di-bisnis-online> (diakses pada 15 Agustus 2014)
- <http://inet.detik.com/read/2014/02/03/171002/2485920/317/indonesia-masuk-5-besar-negara-pengguna-smartphone>