

JURNAL TUGAS AKHIR

PERANCANGAN BUKU INFOGRAFIS PENJAJA TENONGAN TOKO TRUBUS SEBAGAI ARSIP BUDAYA KULINER YOGYAKARTA



PERANCANGAN

Oleh:

**Nadia Ailsa Noviana
1712439024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2022**

Proposal Tugas Akhir Perancangan/Penciptaan berjudul:

PERANCANGAN BUKU INFOGRAFIS PENJAJA TENONGAN TOKO TRUBUS SEBAGAI ARSIP BUDAYA KULINER YOGYAKARTA diajukan oleh Nadia Ailsa Noxiana NIM 1712439024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 3 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual

Daru Tunggul Aji, S.Sn., M.A.,

NIP. 19870103 201504 1 002

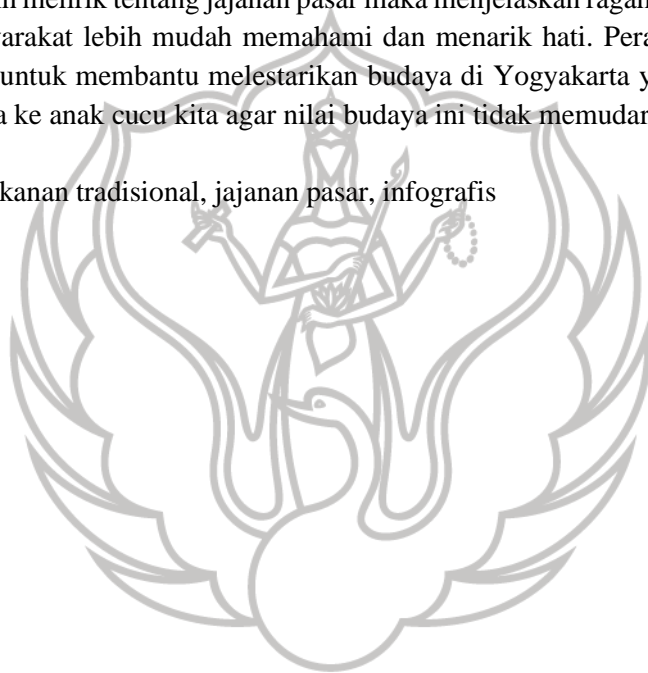
NIDN. 0003018706



ABSTRAK

Pesona kuliner memiliki sebuah daya tarik tersendiri bagi sebagian orang. Khususnya di Yogyakarta ini beragam kuliner tersedia menjadikan para pemburu kuliner lebih mengedepankan untuk memilih kuliner yang memiliki promosi yang baik. Para produsen makanan memikirkan berbagai cara yang dapat dilakukan untuk mempromosikan wisata dengan cara yang terbaik. Promosi makanan mulai dari media sosial hingga media-media cetak tersebar untuk menarik pelanggan. Namun kebanyakan makanan yang terpromosi dengan baik adalah makanan modern, jarang makanan tradisional yang memiliki promosi yang baik. Terlebih sekarang banyak generasi muda yang tidak tau tentang ragam makanan tradisional Yogyakarta yang memiliki nilai budaya tersendiri lama kelamaan akan lenyap jika tidak terpromosi dengan baik. Sebuah promosi dapat dilakukan dengan cara memberi informasi tentang ragamnya jajanan pasar yang ada di Yogyakarta agar masyarakat lebih melirik tentang jajanan pasar maka menjelaskan ragam jajanan pasar akan membuat masyarakat lebih mudah memahami dan menarik hati. Perancangan Infografis bertujuan juga untuk membantu melestarikan budaya di Yogyakarta yang nantinya harus dikenalkan juga ke anak cucu kita agar nilai budaya ini tidak memudar.

Kata kunci: makanan tradisional, jajanan pasar, infografis



ABSTRACT

Culinary charm has a special attraction for some people. Especially in Yogyakarta, a variety of culinary delights are available, making culinary hunters prioritize choosing dishes that have good promotions. Food producers think of various ways that can be done to promote tourism in the best way. Food promotions ranging from social media to print media are spread to attract customers. But most of the food that is well promoted is modern food, rarely is traditional food that has a good promotion. Especially now that many young people do not know about the variety of Yogyakarta's traditional foods, which have their own cultural values, which will eventually disappear if they are not properly promoted. A promotion can be done by providing information about the variety of market snacks in Yogyakarta so that people are more interested in market snacks then explaining the variety of market snacks will make it easier for people to understand and attract hearts. The design of the infographic also aims to help preserve the culture in Yogyakarta which later must also be introduced to our children and grandchildren so that this cultural value does not fade.

Keywords: traditional food, market snacks, infographics



A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta merupakan sebuah kota yang memiliki banyak keistimewaan. Banyak hal yang dapat kita lihat di kota Yogyakarta, dari segi wisata alamnya yang indah, unsur seni dan budayanya yang masih kental, hingga ragam kuliner di kota Yogyakarta yang tentunya membuat rindu. Dengan berbagai keistimewaan yang dimiliki kota Yogyakarta, membuat kota Yogyakarta ini memiliki potensial usaha yang besar. Segala bentuk usaha dari yang kecil hingga besar dapat kita temukan di Yogyakarta. Dari ragamnya usaha yang ada, usaha kuliner merupakan salah satu usaha yang cukup menjanjikan, jika ditilik dari potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada di kota Yogyakarta. Jadi, tidak heran jika banyak perusahaan produsen makanan yang terus bermunculan. Perusahaan produsen makanan di Yogyakarta ini semakin hari semakin kompetitif menuangkan ide-ide usahanya dalam membangun usaha kuliner yang beragam, unik, dan inovatif, sehingga tak jarang Yogyakarta memiliki surga kuliner yang bisa dinikmati.

Berbicara tentang kuliner makanan yang semakin inovatif pada saat ini, Yogyakarta tetap menyuguhkan keragaman kuliner tradisionalnya seperti jajanan pasar. Jajanan pasar yang berada di Yogyakarta ini tidak kalah enaknessnya dengan kuliner pada masa kini, jajanan pasar merupakan kudapan yang memiliki beraneka macam rasa, sebagai pemburu kuliner makanan pecinta manis, asin hingga yang pedas semua tersedia. Rasa yang ditawarkan pun tidak akan mengecewakan. Jajanan pasar juga biasa disebut makanan tradisional. Sebuah makanan dikatakan makanan tradisional karena memenuhi dari lima aspek, yaitu dibuat dari bahan pangan yang diproduksi dari daerah tempat tinggal masyarakat setempat, diolah dengan cara dan tahap yang dikuasai oleh masyarakat, cita rasa yang diterima oleh masyarakat, menjadi identitas masyarakat, serta lebih jauh membangun rasa kebersamaan yang kompak dari masyarakat. (Gardjito, 2018) Dengan begitu sebuah jajanan pasar merupakan budaya makan dalam sebuah kelompok masyarakat yang sudah dipastikan nikmatnya karena berasal dari selera masyarakat tersebut pula.

Jajanan pasar merupakan makanan ringan yang biasanya digunakan untuk suguhan tamu, dan camilan keluarga. Namun tidak hanya sekedar untuk

kudapan biasa, jajanan pasar sebenarnya memiliki nilai historis juga dalam budaya Jawa, karena biasanya jajanan pasar merupakan suguhan untuk tasyakuran. Pemilihan jajanan pasar yang dibeli pun tidak sembarangan, harus memiliki 7 macam jenis jajanan pasar yang berbeda. Symbolisme dari angka 7 dalam bahasa Jawa yang disebut angka *pitu* memiliki arti *pitulungan* atau pertolongan yang dimaksudkan untuk meminta pertolongan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa dalam acara tasyakuran.

Untuk menemukan jajanan pasar ini, biasanya dijual di pasar-pasar tradisional di Yogyakarta. Namun jika ingin menemukan jajanan pasar yang memiliki kualitas dan rasa terbaik, ada sebuah Toko spesialis jajanan pasar yang bernama Trubus. Sebuah Toko panganan legendaris yang masih konsisten dengan penjualannya sampai saat ini. Toko ini sudah dikelola sampai dua generasi yang berbeda. Sudah sejak tahun 1960-an terkenal menjual produk makanan bertemakan jajanan pasar. Toko Trubus menjual produknya tidak hanya pada tokonya saja, namun Trubus memaksimalkan penjualannya dengan penjaja keliling yang disebut dengan tenongan. Penjaja tenongan biasanya ramai ditemui di luar sebuah toko atau rumah sakit di Yogyakarta. Biasanya, tenongan merupakan penjual ibu-ibu yang sudah paruh baya. Penjaja ini dalam menjual produknya menggunakan caping dan berpakaian tradisional dengan menggendong tenong menggunakan selendang jarik. Tenong merupakan sebuah tampah makanan berbentuk silinder yang dianyam. Biasanya tenong diisi dengan beragam jajanan pasar. Dalam pemaksimalan penjualan menggunakan tenong ini sangat unik sehingga tidak menghilangkan kesan tradisional dari jajanan pasar Yogyakarta.

Jajanan pasar saat ini semakin terancam keberadaannya, pada Situs Open Rice memuat tulisannya yang berjudul “Jajanan Tradisional Indonesia” tahun 2013 menyatakan bahwa tampaknya jajanan kue tradisional Indonesia berada pada zona antara ada dan tiada. Dikatakan tiada, namun kenyataannya masih bisa ditemukan meskipun sangat jarang. Sebaliknya dikatakan ada tapi cukup sulit untuk mendapatkan jajanan tradisional tersebut. Karena itu jajanan tradisional merupakan sebuah warisan budaya yang harus dijaga ditengah maraknya makanan cepat saji yang kini kian menjamur. Disamping rasa jajanan tradisional

yang tidak kalah dari makanan cepat saji, jajanan pasar juga memiliki keotentikan rasa yang tidak akan ditemui di kue atau jajanan inovasi baru, selain itu jajanan pasar juga memiliki harga yang lebih ekonomis dan memiliki peran kebudayaan Jawa yang lengkat. Membeli jajanan tradisional sama saja seperti membantu mempertahankan tradisi kuliner leluhur yang merupakan warisan budaya dan jati diri bangsa kita serta menumbuhkan kecintaan kita pada tanah air.

Dalam penjualan produknya Trubus selalu mempertahankan kualitasnya bahkan lebih dari jajanan pasar yang ada di pasaran. Dalam wawancara saya pada (1 September 2021), yang diperantarai dengan media telepon kepada pemilik Trubus yang bernama Bambang mengatakan bahwa produk jajanan pasar yang mereka buat selalu mengedepankan kualitas dan rasa yang terbaik, karena jika tidak menggunakan bahan-bahan dasar yang berkualitas, dan teknik-teknik tertentu, rasa yang dihasilkan akan berbeda. Dengan begitu membuat sebuah jajanan pasar yang Trubus jual menjadi jajanan pasar dengan kualitas yang premium.

Trubus menjual sekitar 50 macam lebih jajanan tradisional yang bentuk, warna dan rasanya pun beragam, seperti lumpia, risoles, arem-arem, pastel, nogosari dsb. Namun selama ini Trubus kurang menjelaskan ragamnya jajanan pasar yang mereka jual. Keragaman jajanan pasar, beberapa memiliki bentuk yang serupa tapi memiliki nama yang berbeda seperti kue kukus dan putri ayu. Kue kukus terbuat dari tepung terigu dan telur cenderung memiliki rasa manis sedangkan putri ayu terbuat dari tepung beras telur dan parutan kelapa memiliki rasa yang gurih. Tidak hanya itu, keragaman jajanan pasar yang Trubus jual banyak yang asing terdengar ditelinga seperti putri mandi, songgo buono, legomoro, krasikan beberapa merupakan jajanan pasar yang sudah mulai sulit pula untuk ditemukan. Jajanan pasar yang mulai terasingkan dan sudah mulai sulit untuk ditemukan, lambat laun akan memberikan dampak kepada generasi yang akan datang, mereka tidak lagi mengenal dan melestarikan jajanan pasar ini. Jika itu sudah terjadi, jajanan pasar akan mudah tergantikan dengan jajanan masa kini. Padahal jajanan pasar merupakan warisan budaya yang Indonesia miliki yang tidak dimiliki oleh negara lain.

Perlunya untuk memperkenalkan kembali keragaman jajanan pasar pada masyarakat agar sejak dini memiliki ketertarikan untuk melestarikan jajanan pasar yang sudah mulai asing. Keragaman jajanan pasar memunculkan banyak informasi yang sebenarnya dapat di sampaikan juga kepada pembeli seperti namanya, bahan dasarnya, rasanya, hingga cara pemrosesannya yang berbeda. Sebuah informasi ini berguna untuk mengedukasi para pembeli sebelum memilih jajanan apa yang akan mereka inginkan sesuai keseleraan masing-masing sebelum memutuskan untuk membawa pulang.

Sudah banyak penelitian yang mengkaji tentang jajanan pasar namun masing-masing memiliki karakteristik tersendiri terkait tema tersebut. Baik dari siapa saja yang terlibat, konsep media dan fokus masalah yang dikaji. Fokus masalah yakni terkait jajanan pasar tenongan belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Penelitian ini lebih memfokuskan pada jajanan pasar yang ada di Tenongan Toko Trubus sebagai objek utamanya. Sejauh ini belum ada buku infografis yang mengenalkan Jajanan Pasar Tenongan Trubus, oleh karena itu perancangan ini dibuat. Perancangan menggunakan buku terutama Buku Infografis sebagai media pengenalan yang cukup representative. Pemilihan media Buku Infografis dikarenakan media ini cukup komunikatif dan juga atraktif. Selain itu, grafis informasi atau infografis adalah representasi visual data atau pengetahuan yang dimaksudkan agar pembaca dapat memperoleh informasi dengan cepat dan jelas (Newsom and Haynes, 2004, p: 236). Sebuah media kreatif visual infografis yang tersusun dari gambar ilustrasi, tipografi, dan info yang dapat membuat sebuah informasi rumit menjadi ringkas dan menarik untuk dibaca dan dilihat agar masyarakat dapat langsung mengerti dan lebih teredukasi. Infografis juga dapat dimanfaatkan untuk mempermudah dalam penyampaian informasi, 40% orang lebih mudah merespon informasi secara visual dibandingkan tekstual 12% (<http://www.erickazof.com/apa-ituininfografis/>, diakses 25 November 2021). Sebuah informasi yang di kreatif visualkan juga akan dapat menjadi media promosi yang efektif untuk kelangsungan sebuah perusahaan. Selain itu kelebihan sebuah infografis membuat data yang berkembang menjadi viral karena infografis mampu memberikan informasi terkini, teraktual dan bisa dipertanggungjawabkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif. Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis

secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrument utama dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan instrument atau objek penelitian

Dilihat dari latar belakang di atas, menjadikan perlunya membuat media alternatif, untuk penyampaian informasi yang tepat sesuai sasaran agar diharapkan dapat mengenalkan kembali dan menambah edukasi masyarakat tentang jajanan pasar Trubus, sehingga diharapkan masyarakat lebih mencintai kuliner tradisional dan menjaga agar jajanan pasar yang merupakan budaya leluhur terjaga keawetannya dan tidak tersaingi dengan kuliner-kuliner baru yang kini berdatangan. Perancangan ini diharapkan pula dapat digunakan untuk menambah wawasan mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam merancang sebuah media alternatif yang menarik untuk mendesain sebuah buku infografis.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang buku infografis penjaja tenongan toko Trubus sebagai arsip budaya kuliner Yogyakarta yang menarik dan mudah dipahami masyarakat?

3. Tujuan Perancangan

Merancang buku infografis penjaja tenongan toko Trubus sebagai arsip budaya kuliner Yogyakarta yang menarik agar memudahkan masyarakat memperoleh informasi tentang kuliner legendaris di kota Yogyakarta.

4. Teori dan Metode

a. Teori Infografis

Infografis adalah sebuah teknik pemaparan informasi secara grafis/visual sehingga sebuah data yang rumit dapat di mengerti dengan mudah dan lebih ringkas dipahami oleh pembaca. (Saptodewo, 2014) Infografis merupakan solusi yang bagus untuk meringkas informasi pada data rumit yang penting dalam sebuah balutan visual yang menarik untuk dapat di pahami oleh para pembaca yang memiliki minat membaca yang rendah dan mudah jenuh dalam melihat dan

menelaah sebuah informasi rumit, banyak dan monoton. Untuk menyajikan informasi yang kompleks Infografis terdiri dari unsur teks dan ilustrasi, unsur teks merupakan ringkasan dari sebuah informasi dan data-data yang ada. Teks yang tertulis jika disajikan tanpa sebuah ilustrasi akan membuat pembaca kurang memahami. Dikatakan pula oleh redaktur infografik Tempo Yosep jika sebuah informasi teks biasa yang disajikan begitu saja tanpa sebuah gambar membuat kebanyakan pembaca hanya bisa mengingat 20 persen inti dari informasi yang terkandung. (kurniawan, 2018) Dalam sebuah infografis, unsur ilustrasi biasanya lebih mendominasi untuk meringkas sebuah data yang biasanya mencakup banyak kata-kata yang cukup membosankan jika dibaca begitu saja, dengan lebih banyaknya ilustrasi sehingga dapat meningkatkan 80 persen ingatan pembaca, selain itu ilustrasi membuat para pembaca tidak mudah jenuh dan lebih cepat menangkap apa maknanya, sehingga unsur ilustrasi adalah unsur yang dibuat semenarik mungkin.

b. Struktur Infografis

1) Menentukan Topik

Topik merupakan langkah awal untuk menentukan judul apa yang akan dibuat dan data yang akan dicari setelahnya. Memilih topik yang jelas dan bagus akan membuat sebuah infografis lebih menarik untuk dibaca.

2) Survey dan Research

Dalam metode survey dan research akan membutuhkan sumber data dari perpustakaan, internet dan beberapa jurnal untuk membuat sebuah data yang nantinya di tuliskan merupakan data yang benar.

3) Mengumpulkan Data

Beberapa data yang didapatkan dari metode Survey dan Research akan diringkas menjadi point-point penting yang nantinya akan dikumpulkan dalam metode pengumpulan data.

4) Analisis Data

Data yang diperoleh dari sumber Internet, jurnal, dan buku akan dianalisis, dipelajari, dan dibaca untuk diproses sebelum menulis narasi.

5) Menulis Narasi

Data-data yang diperoleh akan diparafrasekan dalam sebuah narasi, menulis narasi yang terstruktur dan jelas akan mempermudah dalam membangun sebuah ide cerita.

6) Menggambar Konsep Visual

Dalam pembuatan konsep visual memerlukan proses brainstorming untuk menentukan konsep visual yang menarik dan kreatif. Mencari beberapa referensi karya visual juga dapat di manfaatkan untuk mempermudah proses ini.

7) Mengedit Data

Data yang sudah terproses akan di proses lagi dengan mengedit beberapa data yang masih kurang sempurna, setelah itu mengedit format data lalu Menyusun tampilan data untuk dimuat dalam visualisasi.

8) Mendesain

Proses mendesain ini adalah penyesuaian gambaran visual dengan data-data yang telah disusun.

9) Melakukan Pengujian

Melakukan validasi terhadap data dalam sebuah karya visualisasi.

10) Penyempurnaan

Melakukan perbaikan dan penyempurnaan berdasarkan pengujian cobaan.

c. Unsur Visual Infografis

Sebuah unsur visual akan berkaitan dengan desain grafis, menurut (Anggarini, 2012) unsur visual terdiri dari:

1) Layout

Layout merupakan tata letak beberapa elemen visual dalam suatu bidang untuk mendukung konsep. Sebuah layout yang tersusun baik akan berpengaruh besar terhadap nilai visual dari karya yang nantinya akan dibuat.

2) Emphasis/penekanan

Penekanan yang dimaksud disini adalah penekanan sebuah objek yang ada dalam sebuah karya visual. Penekanan objek akan menimbulkan fokus pada pesan yang akan disampaikan. Penyusunan objek juga akan

memberikan efek urutan alur bacaan, sehingga pembaca akan dengan jelas mencerna pesan dan tidak kebingungan.

3) Balance/keseimbangan

Sebuah karya visual memerlukan sebuah keseimbangan agar memiliki keselarasan. Pemilihan letak sebuah objek yang berada dalam layout dapat memberikan efek keseimbangan dan ketidak seimbangan. Jika pemilihan objek tersusun berantakan dan tidak seimbang bagian kiri dan kanan akan kurang enak dilihat. Perlunya kepekaan seorang desainer dalam menyusun objek akan menentukan elemen simetris ataupun asimetris yang enak dipandang.

4) Unity/kesatuan

Pentingnya sebuah kesatuan dalam karya visual, kesatuan merupakan gabungan segala elemen yang ada. Dalam sebuah kesatuan memainkan efek kontras dalam sebuah karya akan sangat penting. Efek dari kontras yaitu meminimalisasi efek terlalu ramai, atau jika tidak memiliki kontras akan menimbulkan efek yang kurang dinamis dalam sebuah karya.

d. Metode data yang dibutuhkan:

- 1) Primer: wawancara dengan narasumber utama pemilik Trubus.
- 2) Sekunder: referensi desain buku infografis produk makanan serta buku tentang informasi infografis sebagai acuan dalam membantu pembuatan buku infografis.

e. Metode Pengumpulan Data

- 1) Data ini diperoleh dengan mencari referensi dari buku dan artikel di internet.
- 2) Penelitian lapangan dilakukan dengan cara pengamatan langsung di lapangan.
- 3) Wawancara kepada pemilik Trubus yang nantinya akan digunakan sebagai acuan untuk mendapatkan informasi tentang ragam jajanan Trubus dan prinsip pembuatan jajanan Trubus, yang pada akhirnya informasi tersebut akan dibahas visualkan dalam sebuah media alternatif sebuah buku infografis jajanan pasar Trubus.

f. Instrumen Pengumpulan Data

1) Observasi: Mengamati perusahaan Trubus, yang nantinya akan ditemukan sebuah informasi-informasi yang digunakan datanya untuk melanjutkan perancangan.

2) Wawancara:

a) Buku catatan: berfungsi mencatat pertanyaan dan hal-hal penting yang nantinya didapatkan saat dilakukannya wawancara dengan pemilik Trubus.

b) *Handphone*: Nantinya akan digunakan untuk merekam semua percakapan saat wawancara dan akan digunakan sebagai alat dokumentasi untuk memotret saat peneliti melakukan pembicaraan dengan narasumber pemilik Trubus.

5. Analisis Media (5W+1H)

Metode analisis yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah 5W + 1H (*What, Where, When, Who, Why + How*) untuk mengkaji, membahas, dan menelaah data-data yang telah diperoleh sebelumnya.

1) *What*: Apa yang menjadi masalah dalam perancangan ini?

Jajanan pasar yang merupakan warisan tradisional bangsa Indonesia merupakan kudapan yang harus dilestarikan, jajanan pasar yang sangat beragam, ragamnya kurang terpublikasikan dengan jelas, seiring berkembangnya zaman, banyak makanan modern yang bermunculan, membuat ragam jajanan pasar satu persatu mulai tersingkirkan, sangat disayangkan jika generasi muda tidak mengerti ragamnya jajanan pasar, perlu sebuah media promosi kreatif agar ragam jajanan pasar lebih dikenal luas oleh masyarakat.

2) *Where*: Dimana permasalahan itu terjadi?

Di Yogyakarta, karena orang-orang Yogyakarta yang kaya dengan budaya tradisionalnya, seharusnya juga harus lebih familiar dengan ragam jajanan pasar tradisionalnya.

3) *When*: Kapan permasalahan itu terjadi?

Semenjak berkembangnya zaman modern tahun 2012 hingga sekarang, masyarakat lebih tertarik dengan sorotan media tentang makanan kekinian yang lebih modern.

4) *Who*: Siapa target sasaran dalam perancangan ini?

Target sasaran dari perancangan ini adalah laki-laki dan perempuan yang berusia 17-60 tahun. Rentang usia ini dipilih untuk menyasar pelajar dan mahasiswa, juga agar generasi muda yang lebih mudah mendapatkan informasi tentang ragam jajanan pasar.

5) *Why*: Mengapa permasalahan itu terjadi?

Karena berkembangnya zaman modern banyak competitor makanan yang bermunculan dari dalam bahkan luar negeri. Semakin banyaknya pembaharuan makanan, membuat makanan tradisional yang sudah ada sejak zaman dulu ini semakin lama tersingkirkan keberadaannya, apalagi media kebanyakan lebih menyorot makanan modern yang kian banyak bermunculan. Sedangkan ragam jajanan pasar Trubus tidak kalah berkualitas dibandingkan makanan modern masakini. Ragam jajanan pasar tradisional yang merupakan makanan khas Indonesia semakin lama akan semakin redup keberadaannya jika tidak di promosikan. Sebuah warisan budaya akan sangat disayangkan jika semakin lama hilang, perlu usaha untuk melestarikannya.

6) *How*: Bagaimana solusi untuk mengatasi masalah tersebut?

Diperlukannya media komunikasi visual tentang ragam jajanan pasar secara Informatif, menarik, dan lengkap untuk mempromosikan ragam jajanan pasar Trubus, agar target audiens bisa mendapatkan pemahaman tentang ragam jajanan pasar terutama ragam jajanan pasar Trubus, tentang nama-nama jajanan pasar, kualitas jajanan pasar yang Trubus tawarkan, proses pembuatannya, dan bentuk-bentuk jajanan pasar. Media komunikasi visual Infografis diharapkan dapat mengkomunikasikan pesan tersebut secara efektif dan menarik, karena infografis solusi kreatif yang dapat mempromosikan secara ringkas dan jelas. Dengan visualisasi yang kreatif dan diharapkan membuat audiens tertarik dengan hasil perancangan dan dapat mempersuasif audiens untuk lebih melirik jajanan pasar.

B. Hasil dan Pembahasan

1. Konsep Media

a. Tujuan Media

Tujuan media perancangan ini adalah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas tentang jajanan pasar Trubus. Dalam perancangannya berfokus dalam memperkenalkan lagi nama-nama jajanan pasar yang mulai terlupakan oleh masyarakat. Perancangan ini juga akan memperlihatkan visual ilustrasi jajanan pasar Trubus masih terjaga keotentikannya secara turun temurun. Tidak hanya rasa dan bentuknya yang lezat, namun jajanan pasar juga memiliki ciri khas tersendiri dalam pengemasannya. Untuk menambah nilai rasanya dan aroma dari jajanan pasar yang dihidangkan, beberapa jajanan pasar dikemas dengan menggunakan helaian daun pisang. Bungkus daun pisang yang digunakan pun bentuknya beragam dan memiliki nama-nama bungkus tersendiri untuk ragam jajanan pasar yang berbeda. Daun pisang dibungkus berbentuk persegi empat dinamakan bungkus Tum biasanya digunakan untuk bungkus kopyor, bakmi dan bihun, bungkus daun pisang ada juga yang berbentuk pinjung atau limas yang biasanya digunakan untuk membungkus bothok, daun pisang yang dipotong melingkar yang dinamakan Samir digunakan sebagai alas makanan kue ku. Selain membahas nama dan pengemasannya, buku perancangan infografis ini nantinya juga akan membahas deskripsi ringan dari masing-masing visual jajanan pasar secara singkat dan informatif disertai dengan visual ilustrasi yang kreatif dan menarik. Perancangan infografis diharapkan dapat membuat para pembacanya memperoleh informasi tentang jajanan pasar yang nama dan bentuknya beberapa akan terasa asing dilihat, menjadi sebuah bentuk wawasan baru. Manfaat lain untuk Sebagian masyarakat umum atas perancangan ini adalah wawasan yang didapat dari perancangan untuk membantu melestarikan jajanan pasar yang mulai redup keberadannya, agar warisan kebudayaan leluhur dapat terus dipertahankan. Mengenai bentuk dari infografis ini akan dicetak secara digital. Media Infografis dipilih karena dapat memberikan informasi yang

dapat mempermudah masyarakat/wisatawan memperoleh informasi tentang kuliner tradisional legendaris khas Yogyakarta. Oleh karena itu, Infografis dipilih untuk digunakan sebagai platform media pada perancangan ini karena dianggap akan lebih mudah untuk dibaca dan dipahami masyarakat.

b. Strategi Media

1) Target Audience

a) Primer

Target audience pada perancangan ini adalah masyarakat dengan rentang usia 20-60 tahun. Pembeli jajanan Trubus Yogyakarta.

b) Sekunder

Para wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dan membeli oleh-oleh di Toko Trubus.

c) Demografis

(1) Usia

Target Audience pembaca dengan rentang usia 20-60 tahun, karena pada umur tersebut adalah rentang umur dewasa muda hingga peralihan menuju dewasa tua.

(2) Jenis Kelamin

Laki-laki dan Perempuan.

(3) Geografis

Penyebaran infografis dilakukan di Yogyakarta yang merupakan kota dengan warisan makanan tradisional Jawa.

(4) Kondisi Psikografis

Berbagai kalangan, namun untuk utamanya adalah untuk kalangan menengah keatas, karena untuk menikmati jajanan pasar ini, pembeli perlu merogoh kocek sedikit diatas harga pasar karena bahan yang Trubus gunakan menggunakan bahan yang lebih premium dan kebersihannya lebih terjamin dari jajanan pasar dipasaran.

2) Format dan ukuran infografis

Format yang digunakan untuk perancangan ini adalah format dengan ukuran persegi 18cm x 18 cm. Terdiri 10-20 halaman.

3) Isi dan tema buku infografis

Infografis ini memiliki tema visual makanan dan memuat isi tentang ragam Jajanan Pasar yang Trubus jual, disertai dengan ragam Namanya, dan bahan-bahan premium yang Trubus gunakan.

4) Gaya Visual

Infografis yang akan dibuat nanti menggunakan bentuk infografis dengan visual statis. Yang dimaksud dengan visual statis adalah menjelaskan suatu konten dalam tampilan berupa gambar dan ilustrasi sederhana dengan teks singkat. Gambar ilustrasi disertai dengan garis, diagram, dan lain sebagainya untuk memperjelas info yang terkandung dalam konten. Sebuah visual berupa ilustrasi, garis maupun diagram yang memuat sebuah informasi, dapat merangsang stimulus penglihatan pembaca lebih cepat dibanding melihat sebuah informasi dalam tulisan yang monoton. Otak pembaca akan lebih cepat mencerna sebuah visual dibanding sebuah tulisan karena otak dirancang lebih cepat mencerna apa yang yang kita lihat saat melihat sebuah visual yang berbeda.

5) Teknik visualisasi

Visualisasi dalam perancangan ini dilakukan dengan Teknik full digital. Dalam buku perancangan ini yang membedakan sebuah infografis yang akan dibuat nantinya dibanding buku biasa, tidak banyak informasi yang di tulis dengan teks panjang, informasi akan dituliskan dengan deskripsi yang ringkas dan singkat, disertai ilustrasi yang mendukung dan beberapa data yang berbentuk *chart*, diagram, ataupun garis yang tentunya akan membuat pembaca lebih mudah dalam memahami sebuah informasi yang ingin disampaikan dari penulis. Dalam pengerjannya menggunakan media elektronik pendukung seperti laptop pribadi, *pen tablet* mulai dari proses sketsa, layout, hingga *finishing*.

2. Konsep Verbal

a. Judul buku infografis

Judul pada perancangan infografis ini adalah Ragam Jajanan Pasar Trubus.

Disesuaikan dengan isi dan tema perancangan ini, yaitu menjelaskan beberapa visual dan deskripsi jajanan pasar yang Trubus jual.

b. Isi konten buku

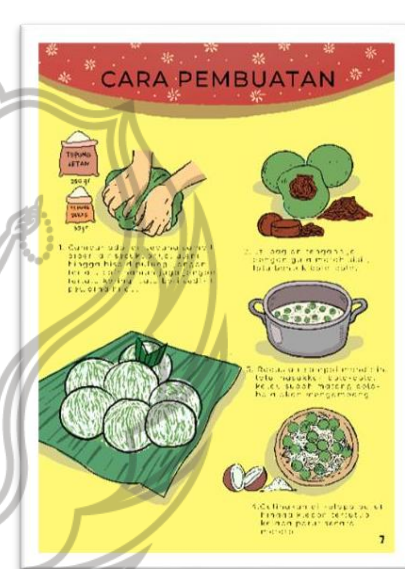
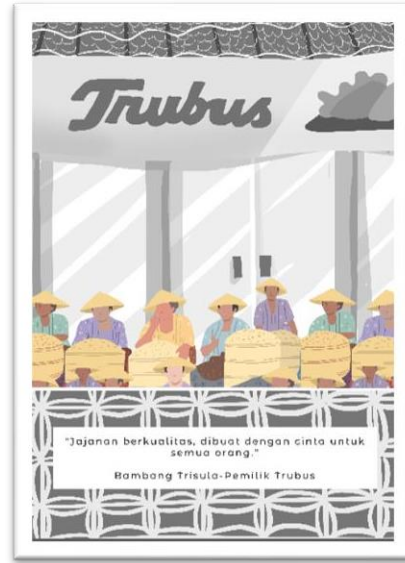
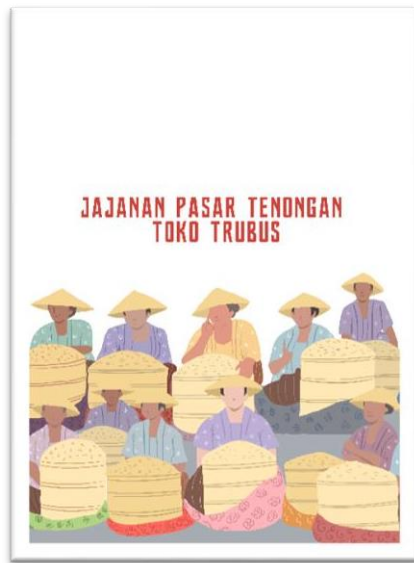
No	Sub Bab	Isi	Gambaran
1)	Kata Pengantar	Rasa syukur seorang penulis atau ucapan terimakasih dari penulis kepada pihak-pihak yang membantunya dalam menyelesaikan sebuah karya dan informasi singkat tentang karya yang dibuat penulis.	Terdiri dari bagian pembuka, isi dan penutup. Bagian pembuka biasanya berisi tentang ucapan terimakasih dan rasa syukur. Bagian isi berisi sedikit gambaran dari isi buku yang ditulis dan informasi singkat. Bagian penutup berisi tentang ucapan maaf dan kritik saran.
2)	Tentang Penulis	Pengenalan pihak penulis kepada para pembaca.	Berisikan tentang biodata penulis.
3)	Ragam Visual Jajanan Pasar Trubus	Ragam gambaran jajanan visual Trubus yang divisualkan dengan semi realis	Berisikan tentang gambaran visual disertai dengan nama-nama jajanan pasar yang Trubus jual, Ditambah pula dengan deskripsi singkat sebuah produk, dan menjelaskan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk.

c. Gaya tata letak

Gaya Layout yang digunakan pada perancangan ini adalah dalam satu halaman persegi panjang A4 yang berukuran 21cm x 29cm dapat memuat 1 objek makanan agar terlihat minimalis dan tidak bertumpuk.

3. Hasil Karya
a. Media Utama

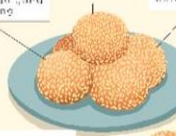




ONDE-ONDE

Kue tradisional berbentuk bola-bola.

Memiliki rasa manis.




Memiliki rasa manis.

Onde-onde adalah makanan tradisional yang terbuat dari beras ketan, gula, dan kacang hijau. Makanan ini memiliki rasa manis dan gurih. Makanan ini biasanya disajikan sebagai camilan atau dessert.

8

CARA PEMBUATAN

1. Siapkan bahan-bahan yang diperlukan.
2. Campurkan tepung ketan, gula, dan kacang hijau dalam wadah yang sesuai.
3. Masukkan adonan ke dalam cetakan dan masak di atas kompor.
4. Setelah matang, angkat dan sajikan.




9

KUE LUMPUR

Kue tradisional ini memiliki rasa manis.

Memiliki bentuk yang unik.



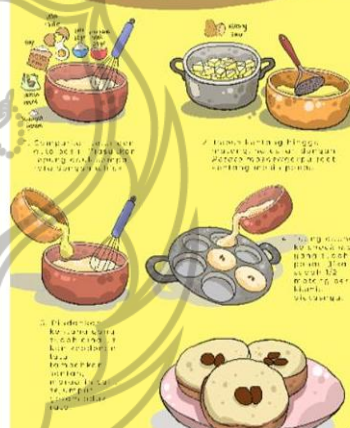
Memiliki bentuk yang unik.

Kue lumpur adalah makanan tradisional yang terbuat dari tepung beras, gula, dan telur. Makanan ini memiliki rasa manis dan gurih. Makanan ini biasanya disajikan sebagai camilan atau dessert.

10

CARA PEMBUATAN

1. Siapkan bahan-bahan yang diperlukan.
2. Campurkan tepung beras, gula, dan telur dalam wadah yang sesuai.
3. Masukkan adonan ke dalam cetakan dan masak di atas kompor.
4. Setelah matang, angkat dan sajikan.



11



Gambar 1. Media Utama
(Sumber: Nadia Ailsa)

b. Media Pendukung



Gambar 2. Desain Totebag
(Sumber Nadia Ailsa)



Gambar 3. Desain Gantungan Kunci
(Sumber Nadia Ailsa)



Gambar 4. Desain Stiker
(Sumber Nadia Ailsa)

C. Kesimpulan

Trubus Jogja adalah toko roti tradisional yang penjualannya tidak hanya ditoko saja namun masih menggunakan penjualan tradisional dengan mbok Tenong. Walaupun jumlah karyawan mbok Tenong sekarang terhitung jauh lebih sedikit dibanding dahulu, namun konsep yang Trubus miliki ini merupakan upaya yang bagus sekali dalam membudidayakan budaya Kota Yogyakarta. Maka dari itu Toko Roti Trubus ini memiliki sebuah peran penting baik dari segi kuliner tradisional hingga dalam mengangkat kebudayaan kota Yogyakarta. Berbagai informasi mengenai Jajanan Pasar Trubus yang akan disampaikan memerlukan sebuah media. Dalam penyampaian informasi ini melalui penelitian kualitatif yang dimulai dengan pengumpulan data dari berbagai literatur, wawancara, dan survey lokasi. Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis sebagai bahan acuan dari perancangan dalam tugas akhir ini yang berupa buku infografis.

Buku Infografis ini berisikan dua jenis informasi yaitu visual dan verbal. Pesan visual menggunakan ilustrasi agar pembaca tertarik dan tidak jenuh dalam melihat sebuah gambar yang tidak monoton. Buku infografis ini menggunakan gaya bahasa formal dan layout yang disesuaikan dengan target audience.

Buku infografis ini menggunakan font berjenis Montserrat dengan karakteristik font tersebut lebih sesuai dengan target audience yang terdiri dari berbagai kalangan usia.

Dalam perancangan Buku Infografis ini diharap dapat menambah wawasan dan ilmu dalam perencanaan dari sebuah proyek pengenalan dan pelestarian jajanan pasar dari kota Yogyakarta disebuah toko roti bernama Trubus.

Daftar Pustaka

Buku

Newsom, D. (2004). *Publik Relations Writing Form and Style*. Newsom, Doug and Haynes, Jim. 2004. *Public Relations Writing: Form and Style*, Nelson Education, Ltd, Canada.

Jurnal

(n.d.). Retrieved from [www.dinus.ac.id/ajar/Infografis\(teori\)](http://www.dinus.ac.id/ajar/Infografis(teori)).

Administrator. (2016, April). *Langkah membuat infografis*. Retrieved from [infografis itb: infografis.itb.ac.id](http://infografis.itb.ac.id)

Alam, J. S. (2016). *Perancangan Sign System dan Infografis Desa Wisata Bejiharjo, Gunungkidul Yogyakarta. Proposal*.

Gardjito, M. (2018). *Makanan Tradisional Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Ghifari, M. (2018). *Perancangan Infografis Kota Padangpanjang Sebagai Strategi Kreatif Promosi Wisata. Jurnal Warna*.

Graphie. (2019, agustus 8). Retrieved from <https://www.graphie.co.id/blog/36/9-jenis-infografis%2C-tips%2C-dan-kegunaannya>

langkah membuat infografis. (2016, april). Retrieved from [infografis itb: infografis.itb.ac.id](http://infografis.itb.ac.id)

Muthiah Nurul Miftah, E. R. (2016). Pola Literasi Visual Infografer dalam Pembuatan Informasi Infografis. *Jurnal Kajian*, 87.

Rahmawaty, U. (n.d.). Pelestarian Budaya Indonesia Melalui Pembangunan Fasilitas Pusat Jajanan Tradisional Jawa Barat. *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain*.

Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis sebagai Penyampaian Data yang Menarik. *Jurnal Desain*, 195.

Suryadi. (2008). *Ilustrator yang Ilustratif*

Anggarini, A. (2012). *Diktat Pengantar Desain Grafis*. Retrieved from issuu: https://issuu.com/anggi.anggarini/docs/pengantar_desain_grafis

Kurniawan, A. (2018, Juli Sabtu). *Sebelum membuat Infografis*. Retrieved from Kompas.com: edukasi.kompas.com

Nisa, A. (2021, September 22). *parapuan*. Retrieved from bobo: <https://bobo.grid.id/read/082903548/arsir-hingga-gosok-ini-5-teknik-menggambar-ilustrasi-dan-alat-yang-digunakan?page=all>

