

**TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN KOMIK WISATA KULINER  
PADA UNCONVENTIONAL MEDIA  
UNTUK MERDESA RESTO YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN**

**Oleh:**

**Hariz Irfan Saniy**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2016**

**TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN KOMIK WISATA KULINER**  
**PADA UNCONVENTIONAL MEDIA**  
**UNTUK MERDESA RESTO YOGYAKARTA**



**KARYA DESAIN**

**Oleh:**

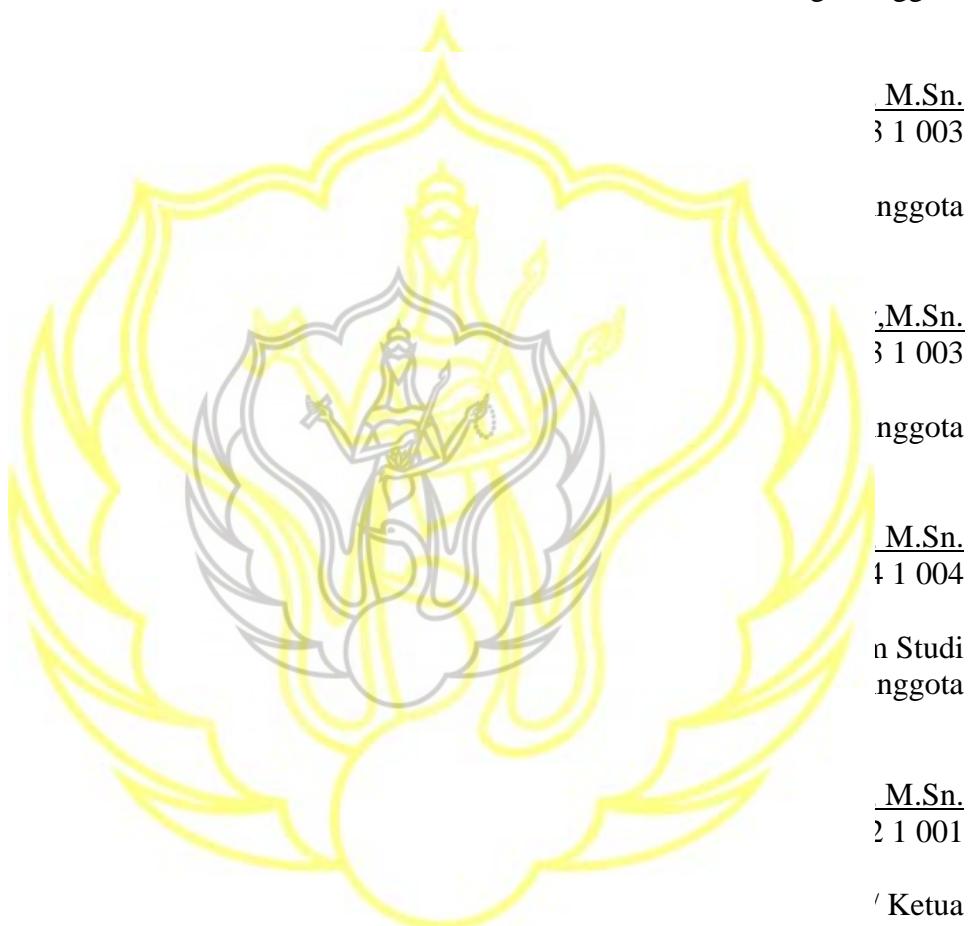
**Hariz Irfan Saniy**  
**NIM 0911889024**

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai  
Salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2016**

Tugas Akhir Desain berjudul :

**PERANCANGAN KOMIK WISATA KULINER PADA  
UNCONVENTIONAL MEDIA UNTUK MERDESA RESTO  
YOGYAKARTA** diajukan oleh Hariz Irfan, NIM 0911889024, Program Studi  
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia  
Yogyakarta, telah disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada 17 Februari 2016

Pembimbing I/Anggota



Drs. Baskoro S.B., M.Sn.  
NIP. 19650522 199203 1 003

Mengetahui  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.  
NIP. 19590802 198803 2 002

"Bakti Untuk Bapak dan Ibuku yang selalu mendukung,  
dan menyayangiku."



## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan nama :

Nama : Hariz Irfan Saniy  
NIM : 091 1889 024  
Fakultas : Seni Rupa  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tugas Akhir saya yang berjudul **PERANCANGAN KOMIK WISATA KULINER PADA UNCONVENTIONAL MEDIA UNTUK MERDESA RESTO YOGYAKARTA** yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya Asli hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari penulis sendiri, baik dari naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari Laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas.

Dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini

Yogyakarta, 8 Januari 2016

Hariz Irfan Saniy

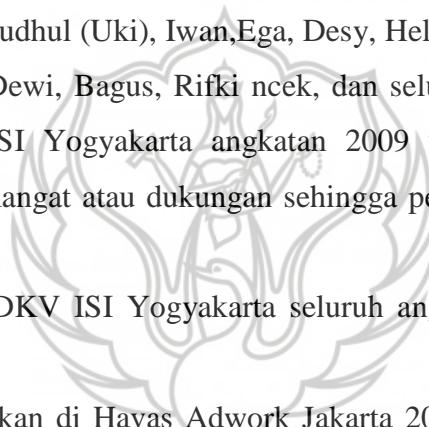
NIM. 0911889024

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang Maha Karya atas segala limpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini dengan baik dan lancar dimana menjadi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Kami juga berterima kasih atas bantuan dan dukungan segala pihak yang telah rela menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran demi terselesaiannya perancangan ini, terimakasih sebesar-besarnya kami ucapan kepada:

1. Bapak Prof.Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Suastiwi T, M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Baskoro S.B., M.Sn., selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan Dosen Pembimbing I yang selalu sabar membimbing dan memberi arahan,
4. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Asnar Zacky, M.sn., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu sabar membimbing dan memberi masukan.
6. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Penguji Ahli dan Dosen Wali yang telah menuntun dari awal hingga akhir masa kuliah.
7. Keluarga besar Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya dan seluruh staff yang telah membantu.
8. Ketiga orang tua saya, Bapak Muhammad Affandi, Ibu Isnaini Handayani (Alm), dan ibu Andika Puspitaningsih yang selalu berjuang, berdoa, serta mendukung dan menyayangi. anakmu selalu berdoa dan berusaha untuk membahagiakan dan membanggakan keluarga

- 
9. Bapak Agus "Lephen" Purwanto, Seni Pertunjukan, atas masukan, dan motivasinya.
  10. Bapak Andry "Jepit", Owner dan Konseptor Merdesa Resto. Yang telah banyak memberi inspirasi dan motivasi.
  11. Keluarga besar mbah Kirmadji dan mbah Dikin yang selalu mendukung, memotivasi, dan bertanya: "*Gimana Kuliahnya ???*" .
  12. Sahabat-sahabat The Juckly: Aik, Ricky, Bejo, Uki, yang turut mewarnai dinamika kehidupan.
  13. Migunani Art Work Studio, Sir.Ariac dan seluruh Crew atas bantuannya.
  14. Riboet Loro Djwo Migunani beserta keluarganya yang banyak membantu.
  15. Sahabat Karib seperjuangan: Wana, Yongki,Dandy, Rony, Anisa (Icha), Nervilia, Azi, Raudhul (Uki), Iwan,Ega, Desy, Helen, Angga, Adi, Uza, Bram, Wisnu Locker, Dewi, Bagus, Rifki ncek, dan seluruh keluarga besar Nakula Sadewa DKV ISI Yogyakarta angkatan 2009 yang telah membantu dan memberikan semangat atau dukungan sehingga perancangan Tugas Akhir ini terselesaikan.
  16. Keluarga besar DKV ISI Yogyakarta seluruh angkatan baik senior maupun junior.
  17. Seluruh rekan-rekan di Havas Adwork Jakarta 2013 yang telah memberikan ilmu dan nasihat yang bermanfaat. Spesial untuk seorang gadis berkacamata di Selatan Ibukota.
  18. Pengikut "Komik Laknat" di alam semesta, terimakasih atas dukungannya.
  19. Seluruh pihak yang telah ikut membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga perancangan Tugas Akhir ini terselesaikan. Mohon maaf jika terdapat salah kata ataupun lupa disebutkan, Terima kasih banyak.

Yogyakarta, 8 Januari 2016

Hariz Irfan Saniy

## ABSTRAK

### PERANCANGAN KOMIK WISATA KULINER PADA UNCONVENTIONAL MEDIA UNTUK MERDESA RESTO YOGYAKARTA

Daerah Istimewa Yogyakarta atau Jogja, dengan predikatnya sebagai Kota Budaya, Kota Pelajar dan Kota Wisata, mempunyai daya tarik tersendiri sebagai tujuan destinasi. Para pendatang pun turut menambah hiruk-pikuk nya Jogja, baik itu untuk menimba ilmu atau sekedar berwisata. Julukan Kota Pelajar terbukti dengan banyaknya sekolah-sekolah maupun perguruan tinggi yang tersebar dimana tiap tahunya dapat menyedot anak didik baru dari berbagai daerah, faktor ini menjadikan Jogja banyak dihuni oleh anak muda. Sedangkan dalam hal pariwisata, banyak objek menarik yang tersebar di lima wilayahnya, baik itu wisata budaya, wisata alam, dan juga tak ketinggalan wisata kuliner, karena kuliner tak bisa dipisahkan dari kegiatan wisata.

Karena makan merupakan kebutuhan pokok manusia, maka hal ini merupakan peluang untuk membuka usaha dibidang kuliner. Ada sebuah tempat makan baru di Jogja selatan bernama Merdesa Resto. Tempat makan ini menyajikan hidangan *Halal* dengan konsep masakan *Java-Nusantara & Asian Fusion Cuisine*. *Image* yang ingin ditampilkan di masyarakat adalah sesuatu yang ber-tradisi, dengan mengangkat Budaya Kuliner Nusantara. Karena tempat ini masih baru, maka dalam strategi pemasarannya sangat diperlukan promosi beserta media pendukungnya. Hal ini guna menginformasikanya kepada masyarakat serta menarik minat.

Berangkat dari permasalahan tersebut maka dibuatlah komik strip dengan tema Wisata Kuliner yang diaplikasikan pada *unconventional* media dan diarahkan sebagai cinderamata sekaligus menjadi media pendukung promosi untuk Merdesa Resto. Selain itu, dalam versi digital komik ini nantinya juga akan dipublikasikan secara viral melalui media sosial di internet untuk menarik minat masyarakat. Membidik anak muda yang dekat dengan internet sebagai *target audience* nya, Komik dianggap mempunyai kekuatan tersendiri dalam menyampaikan pesan, dan komik yang berjenis strip mampu merangkum sebuah pembahasan dalam satu seri dengan sekali baca. Dengan perancangan Komik strip ini diharapkan dapat menyajikan sebuah hiburan yang didalamnya terdapat pengetahuan tentang Budaya Kuliner Nusantara guna menambah wawasan dan juga sebagai media pendukung promosi dari Merdesa Resto dengan menciptakan USP (*Unique Position Seling*).

Kata Kunci : Komik strip, *Unconventional media*, Budaya Kuliner Nusantara

## **ABSTRACT**

### **DESIGN COMIC "CULINARY TRAVEL" WITH UNCONVENTIONAL MEDIA FOR MERDESA RESTO YOGYAKARTA**

*Special Region Yogyakarta or Jogja is well-known as Culture City, Student City and Tourism City has its own charms as a destination. The newcomer itself adding the hustle bustle in Jogja, whether it's just for study, or for traveling. The Student City nickname itself has proven with many schools or colleges lies in everywhere which is every year could take new students from various areas, this factor makes Jogja inhabited by young people. While in tourism things, many interesting objects that lie in Jogja area, whether it's culture travel, nature travel, or culinary travel that can't be part from travel activity.*

*Because food is one of human basic needs, that's why it becomes a chance to make culinary business. There is a new restaurant in South Jogja named Merdesa. This place serves halal food with Java-Nusantara and Asian Fusion Cuisine cook concept. The image that they want to show is something with tradition, by showing Nusantara Culinary Culture. Because it is a new place, that's why their marketing strategy needed promotion and supporting media. Not just to inform but also to attract the people.*

*Based on that problem, that's why comic strip with Culinary Travel theme applied to unconventional media and used as souvenirs also as the promotion supporting media for Merdesa Resto is made. Beside that, in its digital comic version will also be published by viral through social media in the internet to attract the people's interest. Targeting young people who are close to the internet as the audience, comic considered has its own power to deliver the message, and comic strip kind could embrace all problems in one series by reading once. With this design comic strip is expected to serve an amusement with useful education about Nusantara Culinary Culture inside and also as promotion supporting media from Merdesa Resto with create USP (Unique Position Selling)*

*Keywords:* Comic strip, Unconventional media, Nusantara Culinary Culture

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii

<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
--------------------------------	----------

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Lingkup Batasan Perancangan .....	6
D. Manfaat dan Tujuan Perancangan.....	6
E. Metode Perancangan .....	6
F. Skematika Perancangan .....	8

<b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>9</b>
----------------------------------------------------	----------

A. Landasan Teori .....	9
1. Tinjauan Komik .....	9
a. Definisi Komik.....	9
b. Sejarah Komik di Indonesia.....	11
1) Cikal Bakal Komik Indonesia.....	11
2) Komik Era 30'an.....	14
3) Komik Era 40'an.....	16
4) Komik Era 50'an.....	17
5) Komik Era 60'an.....	18
6) Komik Era 70'an.....	19
7) Komik Era 80'an.....	20
8) Komik Era 90'an.....	22
9) Komik Era 2000'an.....	24

10) Komik Era Modern (2010 keatas).....	25
11) Komik Memasuki Dunia Pendidikan .....	31
12) Ajang Penghargaan Komik Indonesia.....	33
c. Komunikasi Komik .....	36
d. Kategori Komik.....	38
e. Perkembangan Fungsi Komik .....	44
2. Tinjauan Kuliner .....	49
a. Definisi Kuliner.....	49
b. Sejarah Kuliner .....	50
c. Kuliner Nusantara .....	52
1) Ternate-Tidore/Maluku Utara .....	56
2) Aceh Besar .....	58
3) Payakumbuh/Sumatera Barat .....	60
4) Solo/Jawa Tengah .....	62
5) Toba Samosir/Sumatera Utara .....	65
6) Tomohon/Sulawesi Utara.....	67
7) Dayak/Kalimantan .....	70
3. Tinjauan Etnologi .....	72
a. Definisi Etnologi .....	72
b. Penggolongan Etnologi .....	73
c. Etnologi Budaya Kuliner Indonesia .....	73
4. Tinjauan Gastronomi .....	75
a. Definisi Gastronomi .....	75
b. Sejarah Gastronomi.....	76
c. Klasifikasi.....	76
d. Faktor Pengaruh .....	79
e. Gastronomi di Indonesia .....	80
B. Tinjauan Pustaka.....	83
1. Pustaka Komik.....	83
a. Komik strip kartun .....	83
b. Media komik .....	86
2. Pustaka Kuliner.....	91
a. Kuliner khas Nusantara .....	91
b. Wisata Kuliner .....	94
c. Kuliner Indonesia di mata Dunia .....	96
C. Identifikasi Data.....	101
1. Profil MERDESA RESTO .....	101
2. Habit anak muda di Jogja .....	106
D. Analisis .....	107

<b>BAB II KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>110</b>
A. Konsep Komunikasi .....	110
1. Tujuan Komunikasi .....	110
2. Strategi Komunikasi .....	111
B. Konsep Media.....	114
1. Target Audience.....	114
2. Tujuan Media.....	116
3. Strategi Media.....	117
C. Konsep Kreatif.....	119
1. Tujuan Kreatif.....	119
2. Strategi Kreatif.....	120
a. Isi pesan .....	120
b. Bentuk pesan.....	120
1) Tema komik .....	120
2) Persuasi .....	121
3) Sinopsis.....	121
4) Alternatif judul.....	122
5) Deskripsi tokoh utama .....	123
6) Gaya komik.....	125
a) Identitas komik .....	125
b) Panel .....	125
c) Balon kata .....	126
d) Caption.....	127
e) Narasi .....	128
f) Gaya visual .....	128
g) Tone dan teknik pewarnaan .....	129
h) Tipografi .....	130
c. <i>Story telling &amp; storyline</i> komik .....	131
<b>BAB IV VISUALISASI .....</b>	<b>140</b>
A. Studi Visual .....	140
1. Perancangan Karakter tokoh utama .....	140
2. Perancangan latar tempat.....	148
B. Studi Tipografi.....	152
C. Disain Komik.....	156
D. Penerapan pada Unconventional Media .....	178
E. Media Pendukung .....	188
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>192</b>
A. Kesimpulan .....	192
B. Saran.....	193
DAFTAR PUSTAKA .....	195
LAMPIRAN .....	199

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Relief Lalitavistara tingkat 1 pada Candi Borobudur .....	11
Gambar 2. Wayang Beber dalam bentuk gulungan .....	12
Gambar 3. yang sudah terbuka .....	13
Gambar 4. Pertunjukan wayang beber oleh Gunakarya dari Gelaran, Gunung Kidul, di rumah Wahidin Sudirohusodo, untuk penelitian G.A.J.Hazeu, 1902.	
.....	13
Gambar 5. Wayang Purwa atau wayang kulit.....	14
Gambar 6. Komik Flippie Link .....	14
Gambar 7. Komik Flash Gordon .....	15
Gambar 8. Komik Put On .....	16
Gambar 9. Komik Garuda putih dan Putri bintang karya Johnlo.....	17
Gambar 10. . Komik Sri Dewi dan Sri Asih Karya R.A Kosasih .....	17
Gambar 11. Komik Kisah Pendudukan Jogja, karya Abdul Salam .....	18
Gambar 12. Ganes TH dan komik si Buta dari Gua Hantu.....	19
Gambar 13. Godam dan Gundala.....	20
Gambar 14. Seri komik petualangan Tintin Ke Jakarta .....	21
Gambar 15. Komik strip Panji Koming .....	22
Gambar 16. Komik Horor dan Komik Siksa Neraka .....	22
Gambar 17. Contoh komik fotokopi .....	23
Gambar 18. Contoh jenis Meme yang kerap beredar di internet .....	27
Gambar 19. Me Gusta .....	28
Gambar 20. Rape Rodent dan Troll Face .....	28
Gambar 21. Ekspresi Yao Ming dan Bitch Please .....	29
Gambar 22. Rage Guy .....	30
Gambar 23. Karakter Forever alone dan variasinya.....	30
Gambar 24. .“You Don’t Say?” .....	31
Gambar 25. Asnar Zacky .....	32
Gambar 26. Komik tugas akhir karya Iwank dan Gandhi.....	33
Gambar 27. Kosasih Award .....	35

Gambar 28. Festival Komik Nasional 2012.....	36
Gambar 29.Contoh komik strip bersambung di surat kabar Kompas,17,jan,2015 .....	39
Gambar 30.Contoh komik strip kartun/ komik intelektual yang menggunakan media online- karya Haryadi .....	40
Gambar 31.contoh komik strip kartun/ komik intelektual yang terbit di surat kabar- karya Beny&mice .....	40
Gambar 32. Contoh buku komik :Dragon ball, Onepiece, Naruto.....	41
Gambar 33.Contoh Novel Grafis. ....	41
Gambar 34.contoh komik kompilasi- Antologi Hujan, Karya Diskom comicclub.....	42
Gambar 35Contoh komik online "Grey & Jingga" karya Sweta Kartika....	43
Gambar 36.Contoh online "Si Juki karya" Faza Meonk .....	43
Gambar 37 .Contoh komik online "Komik Laknat" karya Aan Hariz.....	43
Gambar 38.Komik edukasi tertib berlalulintas dikeluarkan oleh DITLANTAS POLRI.....	45
Gambar 39.Komik mulai digunakan sebagai media dalam beriklan.....	46
Gambar 40.Iklan Blue band di Indonesia yang menggunakan komik sebagai media beriklan pada era tahun 1958an .....	46
Gambar 41.Komik jalanan, karya: Haryadi. Menyisipkan edukasi tentang keamanan memilih suku cadang kendaraan bermotor .....	48
Gambar 42.Komik jalanan, karya: Haryadi .....	49
Gambar 43.Pendiri Lembaga Kuliner Indonesia.....	52
Gambar 44.Contoh komik strip kartun "God you must be joking" [karya KJati].....	83
Gambar 45.Contoh komik strip kartun "Vespa Gembel" [karya Benny & Mice] .....	84
Gambar 46.Contoh komik strip kartun "KOSTUM - Kuliner" [karya Haryadhi] .....	84
Gambar 47. Contoh komik tentang Kuliner	

"Mulanya Lumpia" [karya Dyah Wahyu.S] .....	85
Gambar 48.Contoh komik mural di kampus ISI YK [karya Sony,Hasby]..	87
Gambar 49 : Contoh komik unconventional pada media asbak tentang bahaya merokok [karya Riski Bestary] .....	87
Gambar 50. Contoh komik unconventional pada media Caping tentang pepatah Jawa .....	87
Gambar 51. Contoh komik unconventional pada media kotak tisu-edukasi penggunaan tisu dengan bijak [karya Ryan A] .....	88
Gambar 52.Contoh komik unconventional pada media Gitar- tentang pembuat gitar ternama [karya Bram DKV ISI YK] .....	88
Gambar 53.Contoh komik unconventional media- Merchandaise "Komik Laknat" [karya Hariz] .....	89
Gambar 54.Contoh komik unconventional pada media cover album foto – [oleh Duta Foto] .....	90
Gambar 55.Contoh komik unconventional pada es krim sandwich – [oleh Adimas Bayu/ Masdimboy] .....	90
Gambar 56.30 Ikon kuliner Indonesia.....	94
Gambar 57.Penampilan Fransoa, dalam vidioklip “Aku Lapar .....	99
Gambar 58.Logo Merdesa Resto.....	101
Gambar 59.Contoh Panel yang digunakan secara umum .....	126
Gambar 60.Contoh Panel variasi .....	126
Gambar 61.Contoh Balon Kata yang digunakan secara umum .....	127
Gambar 62.Caption yang akan digunakan .....	127
Gambar 63.Layout Narasi .....	128
Gambar 64.Contoh Gaya Visual .....	128
Gambar 65.Contoh Gaya Visual .....	129
Gambar 66.Contoh Gaya Visual .....	127
Gambar 67.Contoh blok dan arsir .....	130
Gambar 68.Pendekatan karakter Ahmed.....	140
Gambar 69.Alternatif pemilihan karakter Ahmed .....	141
Gambar 70.Final Desain karakter Ahmed.....	141

Gambar 71.Pendekatan karakter Zaen .....	142
Gambar 72.Alternatif pemilihan karakter Zaen .....	142
Gambar 73.Final Karakter Desain Zaen.....	143
Gambar 74.Pendekatan karakter Paman Andry .....	143
Gambar 75.Alternatif Pemilihan karakter Paman Andry.....	144
Gambar 76.Final Desain Karakter Paman Andry .....	145
Gambar 77. Pendekatan karakter Louis .....	145
Gambar 78.Alternatif Pemilihan karakter Lois .....	146
Gambar 79.Final Desain karakter Louis .....	147
Gambar 80.Foto Merdesa Resto.....	149
Gambar 81.Merdesa Resto dalam komik tampak depan.....	149
Gambar 82.Merdesa Resto dalam komik tampak samping.....	149
Gambar 83. Contoh Plengkung Gading dari utara .....	149
Gambar 84.Suasana Plengkung Gading dalam komik.....	150
Gambar 85.Contoh Suasana Bandara.....	151
Gambar 86.Contoh Suasana Bandara dalam komik.....	151
Gambar 87.Alternatif desain identitas komik dan desain terpilih.....	153
Gambar 88.Font comic sans .....	154
Gambar 89.Font Badaboom .....	154
Gambar 90.Font Komika Axis .....	154
Gambar 91.Font Death rattle.....	154
Gambar 92.Contoh Aplikasi huruf pada komik .....	155
Gambar 93.Komik- tempat yang layak .....	157
Gambar 94.Komik- kopi nusantara #1 .....	158
Gambar 95.Komik- Kopi Nusantara #2 .....	159
Gambar 96.Komik- Tempe #1 .....	160
Gambar 97. Komik-tempe #2.....	161
Gambar 98.Komik- tempe #3.....	162
Gambar 99.Komik- Menerima misi .....	163
Gambar 100.Komik- Dia datang .....	164
Gambar 101.Komik- ikon kuliner .....	165

Gambar 102.Komik- Tumpeng .....	166
Gambar 103.Komik- Beer pletok.....	167
Gambar 104.Komik- Minang.....	168
Gambar 105.Komik- Sarikayo .....	169
Gambar 106.Komik- Konspirasi Pala dan Cengkeh .....	170
Gambar 107.Komik- Gula dan Jawa.....	171
Gambar 108.Komik- Romantisme teh poci gula batu.....	172
Gambar 109.Komik- Rempah Aceh.....	173
Gambar 110.Komik- peleburan budaya Aceh.....	174
Gambar 111. Komik- Colombus tersesat.....	175
Gambar 112. Komik- Bajigur .....	176
Gambar 113. Komik- Songgobuwono .....	177
Gambar 114.Penerapan komik Merdesa pada <i>Paperbag</i> .....	178
Gambar 115.Penerapan komik Merdesa pada <i>totebag</i> .....	178
Gambar 116.Penerapan komik tentang kopi pada mug .....	179
Gambar 117.Penerapan komik tentang kopi pada tutup mug .....	179
Gambar 118.Penerapan komik tentang kopi padapackaging.....	180
Gambar 119.Penerapan komik tentang kopi untuk Merdesa .....	180
Gambar 120. Penerapan komik tentang kopi pada tempat totebag dan kaos .....	181
Gambar 121. Penerapan komik “gula” pada mug mini tempat gula.....	182
Gambar 122. Penerapan komik “gula” pada dompet handphone .....	182
Gambar 123. Penerapan komik edisi Aceh pada piring .....	182
Gambar 124. Penerapan komik edisi Minangkabau pada talenan .....	183
Gambar 125. Penerapan komik edisi Minangkabau pada kaos dan totebag .....	183
Gambar 126. Penerapan komik edisi pencarian rempah pada talenan.....	184
Gambar 127. Penerapan komik teh poci pada Mug. ....	184
Gambar 128 . Penerapan komik teh poci pada kaos dan totebag.....	185

Gambar 129 . Penerapan komik edisi tempe pada paperbag sebagai packaging di Merdesa Resto.....	186
Gambar 130. Penerapan komik edisi Beer Pletok pada packaging di Merdesa Resto.....	130
Gambar 131. Penerapan komik edisi Beer Pletok pada kaos dan totebag .... .....	187
Gambar 132. alternatif sketsa.....	188
Gambar 133. Desain poster komik.....	189
Gambar 134. Desain untuk media partner. ....	190
Gambar 135. Contoh Desain ketika di aplikasikan .....	190
Gambar 136. Contoh ketika tersebar secara viral, menarik perhatian dan memprovokasi.....	191



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Daerah Istimewa Yogyakarta atau yang lebih dikenal dengan Jogja mempunyai daya tarik tersendiri sebagai tujuan destinasi bagi orang-orang di kota lain dari skala domestik hingga mancanegara. Predikatnya sebagai Kota Budaya, Kota Pelajar dan Kota Wisata turut menambah hiruk-pikuknya Jogja dengan pendatang baik itu untuk menimba ilmu atau sekedar berwisata.

Salah satu hal yang tak bisa dilepaskan dari kegiatan pariwisata adalah kuliner. Jogja juga tak ketinggalan dengan Wisata Kuliner-nya, karena kota ini memiliki kekayaan kuliner khas yang beragam. Berbagai sajian kuliner itu merupakan wujud dari suatu budaya di masyarakat yang pastinya akan terkait suatu momen pada sejarah. Karena makan merupakan kebutuhan pokok manusia yang tak bisa dipisahkan ketika berwisata, pastinya secara langsung maupun tidak langsung hal itu akan menjadi tujuan. Hal ini merupakan peluang untuk membuka usaha di bidang kuliner guna meningkatkan perekonomian di masyarakat. Mulai dari tempat makan berskala kecil seperti pedagang kaki lima hingga yang dengan skala besar seperti restoran.

Di sisi lain, Julukan ‘Kota Pelajar’ bagi kota ini terbukti dengan banyaknya sekolah-sekolah maupun perguruan tinggi yang tersebar dimana-mana. Tempat-tempat pendidikan itu tiap tahunnya mampu menyedot anak didik baru dari berbagai daerah. Jika jumlah pelajar dan mahasiswa dari berbagai daerah, ditambah jumlah penduduk lokal usia muda, maka menyebabkan Jogja banyak dihuni oleh anak muda. Dengan kebutuhan dasar manusia; *sandang, pangan, dan papan*, hal ini juga turut membuka peluang usaha guna memenuhi kebutuhan mereka yang sekaligus menjadi target pasarnya. Sedangkan dampak ekonominya adalah merebaknya kos-kosan dimana-mana, toko baju anak muda (lebih dikenal dengan *Distro*), dan juga tempat-tempat makan. Berbagai tempat makan tersedia disini, dari sekedar

memenuhi kebutuhan makan harian seperti warung *burjo* dan kaki lima, hingga kebutuhan gaya hidup seperti cafe dan resto. Karena kegiatan makan tak terlepas dari gaya hidup, hal ini dilihat jeli oleh para pengusaha kuliner yang mengincar anak muda di Jogja sebagai target pasarnya. Mereka mengikuti *Insight* anak muda di jogja, memilih segmen tertentu dan mengaplikasikannya pada usaha kulinernya. Seperti tak hanya untuk memenuhi kebutuhan perut, kebutuhan untuk bersosialisasi pun turut disediakan oleh para pemilik usaha kuliner seperti tempat yang nyaman untuk nongkrong, atau desain yang bagus untuk berfoto ria. Hal ini biasanya diperuntukan bagi segmen kelas menengah ke atas seperti cafe, *bistro*, dan *casual dining*.

Berbagai cara dilakukan guna menarik minat pengunjung, dan media sosial di internet turut berperan aktif disini. Kebanyakan dari anak muda yang mengunjungi tempat makan sekelas cafe atau yang kelas menengah ke atas memiliki kebiasaan memposting pengalamannya di tempat tersebut ke media sosial internet agar diketahui orang-orang dalam lingkupnya. Inilah salah satu *Insight* anak muda, *eksistensi* sebagai wujud ‘pengakuan’ dalam pergaulan. Ada rasa kepuasan tersendiri yang didapat ketika semakin banyak yang merespon media sosialnya, dan juga secara tak langsung ini dapat menjadi “promosi gratis” bagi tempat tersebut. Karena Semakin banyak yang membicarakan, maka semakin “nge-Hits” lah suatu tempat, yang akan membuat orang berbondong-bondong mengunjunginya.

Diantara berbagai cara yang dilakukan guna menarik pengunjung, banyak yang mengandalkan menu, event tertentu, hingga menjual *view* yang bagus untuk memenuhi kebutuhan pengunjung berfoto, dan juga bermacam bentuk media pendukung promosi. Dalam hal ini, di Jogja belum ada tempat yang menggunakan komik sebagai media pendukung promosi dan juga sarana komunikasi untuk menjembatani anak muda dengan pengetahuan tentang kuliner.

Sebuah kelompok usaha “BANYUMILI GROUP Yogyakarta-Sidoarjo-Malang-Surabaya” hendak membuka sebuah Resto Keluarga sekaligus Toko Bahan Pangan ber-nama “MERDESA”. Berlokasi di Jl.DI Panjaitan No.10, Kumendaman, Yogyakarta. Lokasinya dekat dengan alun-alun selatan dan plengkung gading yang merupakan *heritage* Jogja. Dengan komoditas makanan dan minuman *Halal* berbahan baku alami dari sumber lokal, Merdesa menggunakan slogan “Lokal-Sehat-Barokah” dan konsep sajian berbahan lokal, *Comford Food, Java-Nusantara & Asian Fusion Cuisine*. Ciri khas dari sajian Resto ini adalah *Java-Asian Spicy*, penuh rempah, berbahan segar dan sehat, menu ‘Kampungan’ dengan penyajian bergaya Alternatif *Elga-tarian* (kesetaraan). Image yang ingin ditampilkan di masyarakat adalah sesuatu yang alami, natural, sederhana, ber-tradisi, dan ‘biasa’ namun berkualitas, dengan penggarapan yang totalitas sehingga mempunyai nilai lebih didalam benak masyarakat. Di resto ini costumer juga akan diajak menikmati hidangan melalui cara makan dengan menggunakan tangan langsung tanpa menggunakan mekanika sendok, garpu, ataupun pisau. Hal ini sengaja dikondisikan walaupun nantinya tetap disediakan alat makan. Di resto ini disarankan untuk makan bersama atau berkelompok, karena menu akan disajikan dengan porsi besar dan untuk lebih dari satu orang.

Hal ini bukan tanpa alasan, tapi karena ingin mengangkat adanya budaya-budaya di Indonesia yang *multicultural* ini dengan inti yang hampir sama, yaitu makan bersama. Seperti *Kembul bejono* di Jawa, *Botram* di Sunda, *Dinandak* di Sulawesi Utara, *Patita* di Maluku, *Megibung* di Bali, *Saprahan* di sambas, *Bajamba* di Minang, *Ngeruit* di Lampung, dan masih banyak lagi. Pendekatan Antropologi, Etnologi, dan Gastronomi juga diterapkan di resto ini, salah satunya dengan membandingkan suatu budaya dengan budaya lain, terutama dalam menu. Beberapa menu makanan dari luar negeri sengaja dilokalkan disini, dengan maksud untuk mengedukasi agar kita paham sebenarnya ini hanyalah menu biasa jika di tempat asalnya. “*Makanan mereka masuk kesini (Indonesia) salah satunya dibawa oleh merek, dan merek-lah yang mempengaruhi kultur dan sudut pandang kita*” kata bapak Andri, Owner

dari Merdesa Resto yang diwawancarai pada 7 oktober 2014 lalu. Beliau juga menambahkan, enak atau tidaknya suatu kuliner adalah buah persepsi, dimana nantinya melalui resto ini kita akan diajak untuk lebih mengenal dan memahami kuliner lokal sehingga bisa lebih mencintainya.

Di bagian depan Merdesa Resto terdapat toko bahan pangan yang masih menjadi satu bagian dengan resto nya. Disini dijual bahan pangan berkualitas sekaligus bahan baku dari menu yang disajikan di resto, sehingga pengunjung bisa tahu dari apa sajian yang mereka makan dan bisa juga memilih sendiri bahan yang akan digunakan, bahkan bisa ikut meracik sendiri atau membeli dalam bentuk mentah. target pasar nya adalah wisatawan, keluarga dan anak muda baik domestik maupun mancanegara.

Karena Resto ini masih baru buka, maka dibutuhkan media promosi untuk menyampaikannya kepada masyarakat. Salah satu alternatif media yang dipilih sebagai pendukung promosi ini adalah komik. Karena komik merupakan bentuk dari komunikasi visual yang mudah dimengerti, fleksibel, *constain*, tidak terbatas durasi dan mempunyai kekuatan tersendiri yang tidak dimiliki media lain. Pesan-pesan yang disampaikan dalam komik dikomunikasikan secara bahasa verbal (tulisan) yang dipadukan dengan bahasa visual, sehingga dalam hal ini komik dianggap mampu untuk menyampaikan suasana, nuansa, rasa dan emosional yang dapat mempengaruhi pikiran kemudian dirasakan langsung oleh target audience. Komik yang dimaksudkan dalam perancangan ini berjenis komik strip, yang hanya menyampaikan suatu pembahasan hingga selesai, dan berganti pembahasan lainnya. Kemudian komik ini dicetak pada media yang tidak hanya di kertas seperti pada umumnya, namun juga pada media yang *unconventional* seperti kaos, *totebag*, papan kayu dan lain-lain yang kemudian bentuk *softcopy* nya disebar secara viral melalui internet. Sehingga jika ada yang melihat, membaca, dan suka suka, dia dapat memiliki dengan ketentuan tertentu. Maka komik ini dapat dijadikan sebuah cinderamata yang khas ketika orang berkunjung ke tempat ini

Materi yang dibahas dalam komik strip ini berisi tentang budaya, sejarah, asal mula, ataupun cara dan proses penyajian suatu jenis kuliner terentu mulai dari sebelum hingga siap dihidangkan.

Kemudian komik-komik macam ini dicetak per- satu set sesuai tema pada *unconventional* media, baik itu dapat berfungsi secara teknis, atau hanya sebagai karya instalasi. Dalam bahasan komik ini bisa saja makanan/ sajian itu sudah tersedia atau baru direncanakan. Komik ini menyoroti kepada budaya kuliner yang kebanyakan berasal dari menu yang ada di resto ini. Dalam komik ini juga disisipkan pesan-pesan yang bermaksud untuk menambah pengetahuan dan mengandung edukasi tentang kuliner beserta budayanya.

Komik kuliner ini nantinya dapat dijadikan cinderamata yang khas. Kontenya juga akan menghadirkan representasi dari Merdesa sebagai salah satu kegiatan branding. Tema cerita didalamnya yang membahas tentang beberapa makanan yang tertera dalam menu-menu disini (Merdesa) secara tidak langsung akan menjadi media promosi. walaupun tidak mengajak secara langsung, tapi disini brand images mulai terbangun “Sebuah destinasi tempat makan yang mengangkat budaya kuliner lokal, di kota jogja”. Diharapkan ketika komik edukasi kuliner yang dapat dijadikan cinderamata ini dihadirkan di tengah masyarakat, dengan efek berantai dari orang ke orang dan berintegrasi dengan media pendukung lain, maka akan menjadi daya tarik-tersendiri, dan informasi tentang kuliner lokal dapat tersampaikan dengan baik melalui komik.

## B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang komik Wisata kuliner untuk “Merdesa resto & Toko bahan pangan” dengan pendekatan Desain Komunikasi Visual, Antropologi dan Gastronomi yang diterapkan pada unconventional media dan sebagai cinderamata sekaligus alat bantu promosi?

### **C. Lingkup Batasan Perancangan**

1. Perancangan komik ini dibatasi sebagai media pendukung Promosi “MERDESA” melalui *Merchandise* atau cinderamata.
2. Pendekatan Gastronomi pada perancangan komik ini dibatasi pada sejarah kuliner lokal di suatu daerah, dan juga dengan metode perbandingan antara budaya kuliner daerah lainnya.
3. Sisi edukasi yang dimaksudkan disini terbatas pada penyampaian pengetahuan umum tentang budaya kuliner

### **D. Manfaat dan Tujuan Perancangan**

1. Bagi Merdesa Resto:
  - a. Sebagai media pendukung dari kegiatan branding dan promosi.
  - b. Sebagai media pembangun *brand images* dan *reminding* kepada masyarakat melalui cinderamata yang khas, dan juga komiknya.
  - c. Sebagai daya tarik bagi orang yang belum pernah mengunjungi Merdesa baik itu orang jogja sendiri atau wisatawan dari luar Jogja.
2. Bagi Masyarakat
  - a. Diharapkan dapat memunculkan pengetahuan baru tentang kuliner.
  - b. Memberi pengetahuan perbandingan antara budaya kuliner luar dengan budaya kuliner lokal sehingga diharapkan dapat lebih mencintai budaya sendiri.
  - c. Memberi pengetahuan tentang asal-usul, dan proses penyajian dari bahan baku mentah hingga siap dihidangkan, sekaligus manfaatnya.
  - d. Sebagai cinderamata yang khas, untuk kenang-kenangan atau oleh-oleh bagi wisatawan dari luar Jogja.

### **E. Metode Perancangan**

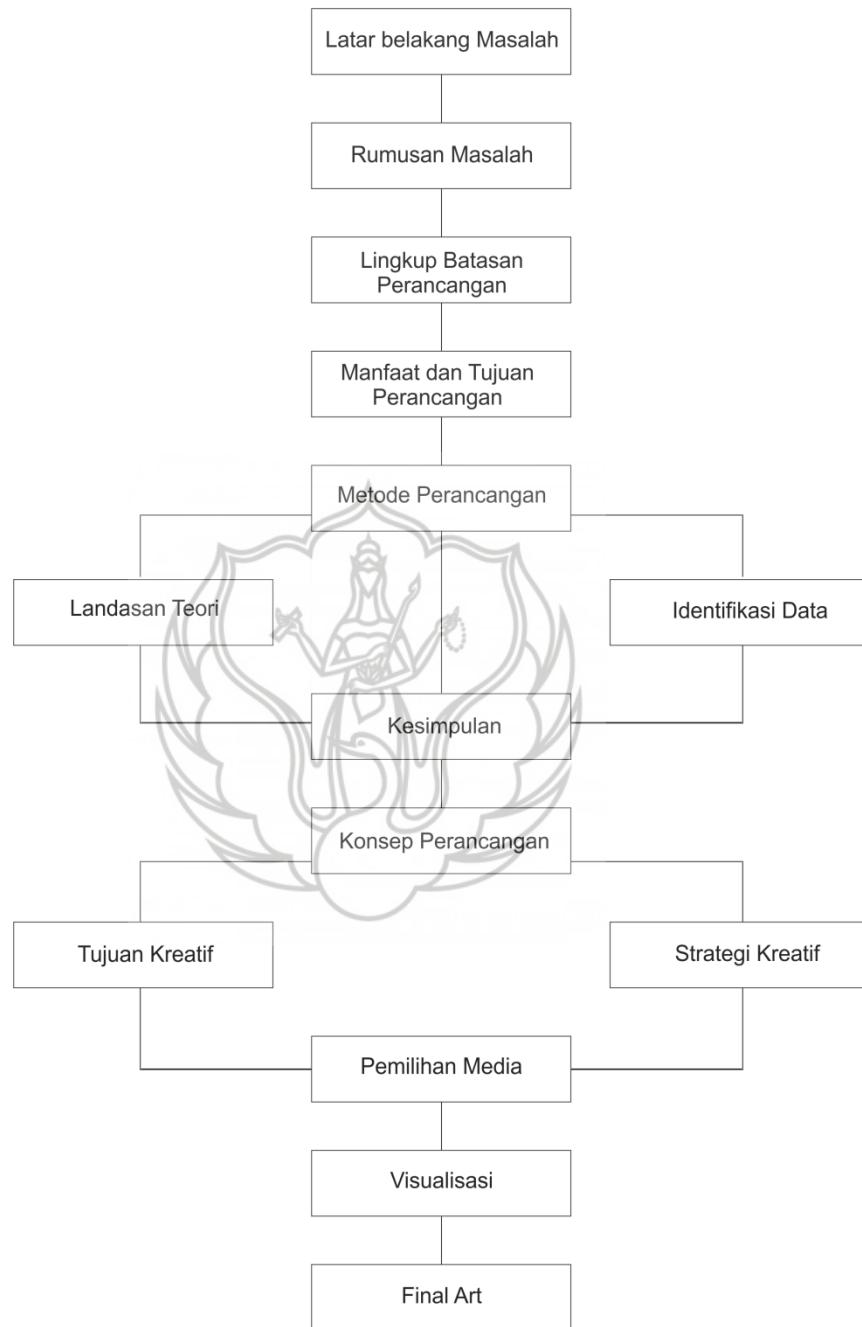
Agar perancangan ini bisa menyampaikan pesan dengan baik dalam proses komunikasi visual, maka diperlukan data-data pendukung yang valid sebagai landasan dan acuan. Metode perancangan yang digunakan pada perancangan ini adalah :

1. Metode pengumpulan data
  - a. Mencakup pencarian data kepustakaan: kepustakaan dari berbagai sumber pustaka dan literatur dari berbagai media baik cetak maupun internet yang dapat mendukung perancangan ini.
  - b. Wawancara : mewawancarai narasumber dari pihak-pihak terkait guna memperoleh data yang dibutuhkan.
  - c. Pengamatan : mengamati dan studi kasus dari tempat-tempat lain sebagai refrensi tema cerita yang akan di-Komik-kan
2. Metode analisis data

Analisis data disini menggunakan metode analisis 5W+1H sebagai dasar objek perancangan untuk menerangkan jenis kuliner apa, kapan, dimana, siapa, mengapa, dan bagaimana beserta kekuatan dan kelemahan yang kemudian akan diangkat dalam tema komik.

3. Tahap perancangan
  - a. Mencari informasi dan refrensi sebanyak-banyaknya guna mendukung proses perancangan.
  - b. Pengumpulan data visual dan verbal terkait tema perancangan.
  - c. Pembuatan konsep, alur cerita dan media planning yang sesuai untuk diaplikasikan.
  - d. Proses kreatif + olah data.
  - e. Sketsa kasar + paneling.
  - f. Produksi + *finishing*.

## F. Skematika Perancangan



Skema 1. Skematika Perancangan Tugas Akhir