

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Penciptaan karya Tugas akhir ini mengambil tema *Tuna Satak Bathi Sanak* dan telah berhasil mewujudkan karya video profil berdurasi 7 menit. Karya ini lahir dimulai dari pengamatan serta perenungan yang dalam terhadap objek kemudian di situ saya melihat suatu potensi, keberadaan objek tersebut telah menggugah batin dan hati untuk menjadikannya sebagai sumber kajian dalam penciptaan karya desain komunikasi visual. Secara umum bentuk visual dalam perwujudan karya ini adalah presentasi wisata kuliner yang ada di Bantul.

Kuliner Bantul memang mampu menarik perhatian masyarakat yang menyukai wisata kuliner. Sebelumnya di media sosial seperti *Youtube* ada beberapa yang meliput dan mendokumentasikan kuliner Bantul berupa video, namun video tersebut hanya berisi beberapa warung, dan bahkan hanya satu warung. Tentunya dengan satu warung belum mampu mewakili promosi Kabupaten Bantul untuk menarik perhatian wisatawan. Video profil legenda kuliner Bantul dirancang untuk merepresentasikan kuliner khas Bantul sebagai identitas sosial budaya, dan mampu mentransformasi nilai-nilai kearifan lokal pada generasi sekarang. Nilai-nilai kearifan lokal tersebut di wujudkan dalam konsep *Tuna Satak Bathi Sanak* yang memiliki arti untung sedikit tidak apa-apa yang penting untung persaudaraan. Dalam hal ini video profil legenda kuliner Bantul memperlihatkan suasana antara penjual dan pembeli kuliner yang akrab, dekat, hangat dan harmonis. Video profil legenda kuliner khas Bantul dirancang untuk

mendukung promosi wisata kabupaten Bantul dan diaplikasikan pada media sosial *Facebook* dan *Youtube*.

Personalitas warga Bantul dikenal sebagai penduduk yang ramah, bersahabat, murah senyum, dan hangat. Personalitas tersebut diwujudkan dalam adegan keakraban dan suasana harmonis antara penjual dan pembeli, dengan musik pendukung yang bernuansa Jawa menjadi tenang dan enak bila didengarkan. Semua adegan, *editing*, warna dan musik yang ditampilkan dalam video merupakan visualisasi dari konsep *Tuna Satak Bathi Sanak*.

Dari proses penciptaan yang dilakukan pesan telah tersampaikan, yaitu bagaimana menginformasikan kuliner khas Bantul sebagai identitas sosial budaya dan mampu mentransformasikan nilai kearifan lokal ke generasi sekarang.

Video profil yang mengangkat kuliner Bantul yang melegenda beserta para tokoh pembuatnya merupakan dukungan dalam kegiatan promosi pariwisata Bantul. Namun tidak cukup sampai di sini, kegiatan pelestarian terhadap tradisi lokal dan kebudayaan khususnya kebudayaan Jawa perlu dilestarikan juga dari sudut-sudut yang lainnya. Secara komunikasi video profil *Tuna Satak Bathi Sanak* jelas karena menghadirkan sosok narasumber untuk memberikan rasa percaya dan yakin terhadap audien sebagai modal utama penyampaian pesan dan informasi. Dan kata penutup pada video profil merupakan penegasan yang merangkumkan esensi cerita.

Perancangan ini dapat dipandang sebagai salah satu bentuk eksplorasi ide penciptaan karya Desain Komunikasi Visual baik dari segi bentuk (*form*), dan isi (*content/concept*). Perancangan ini menjadi sebuah diskursus budaya tradisi yang

secara tidak langsung jika terus berkembang dan dilakukan secara terus menerus akan membentuk kesadaran budaya di masyarakat. Secara sosiologis, eksistensi budaya tradisi sebagai karya seni rupa tentunya tidak lepas dari peran aparatus yang ada, seperti pelaku kuliner tradisional di Bantul, perajin/seniman, pelaku industri pariwisata, pemerintah kota, masyarakat pendukung, dan juga akademisi. Akademisi memegang peranan penting sebagai produsen diskursus tersebut, melalui penelitian-penelitian, diskusi publik, publikasi ilmiah, atau aktivitas akademik lainnya. Memperluas wawasan bagi khalayak seni maupun non-seni mengenai budaya tradisi, khususnya kuliner tradisional, baik itu dari segi cita rasa maupun nilai simbolik kearifan lokal. Dengan adanya video profil ini maka Masyarakat dan wisatawan lebih mudah mendapat informasi keberadaan kuliner Bantul melalui media sosial kemudian target audiens akan mengunjungi tempat-tempat kuliner khas Bantul.

Merancang video profil ini bertujuan untuk merepresentasikan kuliner khas Bantul sebagai identitas sosial budaya yang mampu mentransformasi nilai-nilai kearifan lokal pada generasi sekarang. Video tersebut diaplikasikan pada media sosial *Facebook* dan *Youtube* untuk mendukung promosi wisata kabupaten Bantul. Selain itu tujuan perancangan video profil ini juga menciptakan sebuah karya komunikasi visual yang dapat mengasah sensitivitas dan kepekaan rasa terhadap kearifan lokal bernilai estetis yang terdapat pada masakan tradisional khas Bantul masakan khas Indonesia.

B. Saran

Setiap proses perancangan desain komunikasi visual, desainer perlu melakukan pemahaman atau pengkajian terhadap subjek yang hendak diinformasikan, oleh sebab itu metode pengumpulan data dan analisis sangat diperlukan bagi proses perancangan desain komunikasi visual. Tentu saja hal ini juga berlaku bagi perancangan video profil legenda kuliner Bantul. Agar target audiens dapat dengan mudah menerima informasi yang disampaikan.

Karya desain komunikasi visual perlu media yang tepat untuk mempublikasikan hasil rancangannya, karena media sangat mempengaruhi keberhasilan informasi yang akan disampaikan pada publik. Sebuah daerah pasti memiliki keunggulan dan keunikan yang perlu diketahui oleh calon wisatawan. Agar potensi wisata yang dimiliki daerah tersebut dikunjungi oleh wisatawan. Promosi merupakan salah satu cara agar calon wisatawan tertarik untuk mengunjungi daerah tersebut. Dan sebuah promosi harus memiliki strategi yang jitu agar tepat pada sasaran target audiens yang dituju. Maka dalam melakukan promosi sang desainer harus menyusun strategi promosi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Agustrijanto. 2001. *Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Alma, Buchari. 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hiper Semiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra

Arijanto, Janoe. 2013. *Lima Momentum Marcomm. Mix edisi Desember 2012*.

Ayatrohaedi. 1986. *Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius)*. Jakarta: Pustaka Jaya.

Bahar, Herman. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

Bentley, Ian. 1985. *Responsive Environments*. London : The Architectural Press

Danandaja, James. 2002. *Foklor Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama.

Dinas Kebudayaan Provinsi DIY. 2007. *Penyusunan Kebijakan tentang Kebudayaan Lokal dan Daerah melalui Penyusunan Kajian Tata Nilai Budaya Daerah Yogyakarta*. Yogyakarta: Dinas Kebudayaan.

Drever, James. 1971. *The Penguin Dictionary of Psychology*. United of State American: The Penguin Books.

Scott. David Meerman. 2008. *The Never Rules of Viral Marketing: How Word-of-Mouse Spreads Your Idea for Free*. e-Book.

Endah, Alberthiene. 2012. *Jokowi –Memimpin Kota Menyentuh Jakarta*. Solo: Tiga Serangkai

Endraswara, Suwardi. 2012. *Falsafah Hidup Jawa*. Jakarta: Gramedia.

Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books, Inc., Publishers.

Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.

Hakim, Budiman. 2005. *Lentur Tapi Relevan*. Yogyakarta: Penerbit Galang Press.

- Hardjowirogo, Marbangun. 1995. *Manusia Jawa*. Jakarta: Gunung Agung.
- Kasali, Rhenald. 2012. *Cracking Entrepreneurs – Inilah Para Crackers Lokal yang Tak Ada Matinya!*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Mardjono. 2004. *Dengan Budaya Jawa Menggarap Dunia Bagi Terwujudnya Indonesia yang Besar dan Jaya*. Makalah disampaikan dalam Dialog Kebudayaan Nasional Kerjasama Pusat Studi Budaya dan Puslit PKLH di Lembaga Penelitian UNY tanggal 8 desember 2004.
- Marwito, Tirun. 2004. *Kebudayaan Yogya dan Perspektifnya*. Makalah disampaikan dalam Dialog Kebudayaan Nasional Kerjasama Pusat Studi Budaya dan Puslit PKLH di Lembaga Penelitian UNY tanggal 8 Desember 2004.
- Mulder, Neilz. 1986. *Kepribadian Jawa dan Pembangunan Nasional*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosidakarya.
- Murbawono, Syafaruddin. (2009), *Monggo Mampir - Mengudap Rasa Secara Yogyakarta*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Mussry, Jacky. Handayani, Desy. dkk. (2012), *Branding With Character*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Mussry, Jacky. Nasution, Ryan F. dkk. (2012), *Selling With Character*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Piliang, Yasraf Amir. 1999. *Hiper-Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKIS.
- Purwadi dan Djoko Dwiyanto, 2009, *Filsafat Jawa, Ajaran Hidup Berdasarkan Nilai Kebijakan Tradisional*, Yogyakarta ; Panji Pustaka
- Rahyono, F. X. 2009. *Kearifan Budaya dalam Kata*. Jakarta: Wedatama Widyastra.
- Ridwan, N. A. 2007. *Landasan Keilmuan Kearifan Lokal*. *Jurnal Ibdā'–Jurnal Studi Islam dan Budaya*.
- Landa, Robin. 1996. *Graphic Design Solution*. New York: Delmar Publisher.
- Djaslim Saladin, Yevis Oesman. 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur Pemasaran*. Bandung: Lindakarya.
- Samidi Khalim, *Tradisi Lisan Masyarakat Jawa*, (Semarang: Prima Media Press, 2009)

Sartono Albes, 2010, *Pitutor Luhur Leluhur*, Yogyakarta: Tembi Rumah Budaya.

Shimp, Terence, A. 2007. *Integrated Marketing Communication in Advertising*. USA: Thomson-Southwestern.

Soedarso Sp. 2006. *Trilogi Seni Penciptaan, Eksistensi dan Kegunaan Seni*. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta.

Soenarto. 2004. *Kebudayaan Jawa dan Perspektifnya*. Makalah disampaikan dalam Dialog Kebudayaan Nasional Kerjasama Pusat Studi Budaya dan Puslit PKLH di Lembaga Penelitian UNY tanggal 8 Desember 2004.

Sri Harti Widyastuti. *Reaktualisasi Ungkapan Tradisional Jawa Sebagai Sumber Kearifan Lokal dalam Masyarakat untuk Penguat Kepribadian Bangsa*. Makalah dalam Kongres Bahasa Jawa ke-5 dikutip dalam <http://ki-demang.com/kbj5>, diunduh 14 September 2012.

Strinati, Dominic. (2007), *Popular Culture – Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Terjemahan Abdul Mukhid. Cet. Ketiga. Yogyakarta: Jejak

Sumardjo, Jakob. 2000. *Filsafat Seni*. Bandung: Penerbit ITB.

Suratno, Astiyanto. 2009. *Gusti Ora Sare*. Jakarta: Kompas.

Susanto, Azhar. 2002. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Linggah Jaya.

Tinarbuko, Sumbo. (2008), *Matahati Video profil Indonesia – Esai Sosial Budaya Pervideo profilan Indonesia*. Yogyakarta: Dini Mediapro

Wagiran, dkk. 2010. *Pengembangan Model Pendidikan Kearifan Lokal di Wilayah Provinsi DIY dalam Mendukung Perwujudan Visi Pembangunan DIY menuju Tahun 2025 (Tahun Kedua)*. Penelitian. Yogyakarta: Biro Administrasi Pembangunan.

Wibowo. 2011. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Wurianto, Arif Budi. 2008. *Pemberdayaan Keberagaman Sosial Budaya Lokal Melalui BIPA*. Makalah dalam Seminar Regional. Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing di Regent's Park Hotel. Malang 18 Juli 2008.

Yoeti, Oka. 2002. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Angkasa Bandung.

Rusyana, Yus. 2000. *Memperlakukan Sastra Berbahasa Indonesia dan Sastra Berbahasa Daerah sebagai Sastra Milik Nasional*. Makalah dalam Pertemuan Ilmiah Nasional XI Himpunan Sarjana Kesusastraan Indonesia: Solo 2-4 Oktober 2000.

Internet

<http://wisatakuliner.com/kuliner/tempat-makan/item/mangut-lele-bu-is.html>

<http://www.anneahira.com/rumah-tradisional-jawa.html>

<http://www.wacananusantara.org/>

<http://aworldoftweets.frogdesign.com/>

<http://www.kotaYogyakarta.com/berita/index/1124>

<http://wisatasejarah.wordpress.com/2010/01/20/filosofi-rumah-tradisional-jawa/>

<http://kulineronline.com/2010/09/20/sambal-belut-pak-sabar/>

<http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/kejawen/2012/06/25/591/Rumah-Energi-ne-Wong-Jawa/>

<http://www.quintly.com/blog/2013/03/facebook-country-statistics-march-2013>

<https://www.youtube.com/watch?v=emTJZKbf6Cc>

<http://www.youtube.com/watch?v=4q9P24N-cug>

<http://www.youtube.com/watch?v=uew5Rd4QwJE>

http://www.youtube.com/watch?v=OU_bp_I1pY0

Narasumber (Wawancara)

Bu Is, penjual dan pemilik Mangut Lele.

Bupati Kabupaten Bantul, Ibu Hj. Sri Surya Widati

Butet Kertaredjasa, Seniman dari Yogyakarta.

Mbah Giyah, penjual dan pemilik Pecel.

Mbah Mo, penjual dan pemilik Bakmi.

Mbah Nggeneng, penjual dan pemilik Mangut Lele.

Mbah Somorejo, penjual dan pemilik Sate.

Mbok Tumpuk, penjual dan pemilik Geplak & Peyek.

Pak Jono, penjual dan pemilik Sate Klathak.

Pak Nano, penjual dan pemilik Sate Petir.

Pak Sabar, penjual dan pemilik Sambel Welut.

Suwarno Wisetrotomo, Kritikus Seni.

Wisatawan kuliner Bantul.

