

PERANCANGAN BUKU SEBAGAI INFORMASI KULINER BERBAHAN DASAR UNGGAS DI JAKARTA TIMUR

Firyaal Luthfiana Salma¹, Paku Kusuma² dan Dimas Krisna Aditya³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
firyaalluthfianas@student.telkomuniversity.ac.id, masterpaku@telkomuniversity.ac.id,
deedeeaditya@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Unggas, sebagai bahan baku utama dalam industri kuliner Indonesia, menawarkan keunggulan mulai dari ketersediaan, nilai gizi, hingga status kehalalannya, menjadikannya pilihan favorit bagi pelaku usaha kuliner, termasuk di Jakarta Timur. Sebagai bagian integral dari ibu kota Jakarta, kawasan ini kaya akan aneka kuliner berbasis unggas seperti ayam, bebek, dan burung belibis, yang dihidangkan mulai dari warung sederhana hingga restoran mewah. Keberadaan kuliner ini telah menjelma menjadi magnet wisata di Jakarta Timur. Namun, terdapat kekurangan media informasi, khususnya buku, yang secara khusus membahas ragam wisata kuliner berbasis unggas di Jakarta. Oleh karena itu, perancangan buku ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut. Buku ini dirancang sebagai panduan komprehensif yang menyediakan informasi kuliner unggas di Jakarta Timur, dengan metode penelitian yang meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pelaku industri kuliner dan penunjangnya, serta studi literatur terkait. Menggunakan teori Desain Komunikasi Visual dan pendekatan kualitatif, buku ini diharapkan tidak hanya sebagai media informasi yang kaya akan data, tetapi juga sebagai panduan praktis bagi wisatawan yang ingin menjelajahi kekayaan kuliner di Jakarta Timur. Produk jadi dari desain ini dimaksudkan untuk memberikan pencerahan dan inspirasi bagi pecinta kuliner dan wisatawan yang ingin menjelajahi masakan unggas khas Jakarta Timur.

Kata kunci: Buku Rekomendasi Kuliner, Wisata Kuliner, Jakarta Timur, Kuliner Unggas

Abstract: *Poultry, as the main raw material in the Indonesian culinary industry, offers advantages ranging from availability, nutritional value, to halal status, making it a favorite choice for culinary businesses, including in East Jakarta. As an integral part of the capital city of Jakarta, the area is rich in various poultry-based cuisines such as chicken, duck, and grouse, which are served from simple stalls to luxurious restaurants. The existence of this culinary has been transformed into a tourist magnet in East Jakarta. However, there is a lack of information media, especially books, which specifically discuss the variety of poultry-based culinary tourism in Jakarta. Therefore, the design of this book aims to fill this void. This book is designed as a comprehensive guide that provides information on poultry Culinary in East Jakarta, with research methods that include field observations, interviews with culinary industry players and their supporters, and studies of Related Literature. Using Visual Communication Design Theory and a qualitative*

approach, this book is expected not only as a data-rich information medium, but also as a practical guide for tourists who want to explore the culinary riches in East Jakarta. It is intended that this design's finished product would enlighten and inspire foodies and travelers who want to discover East Jakarta's distinctive poultry cuisine.

Keywords: Culinary Recommendation Book, Culinary Tour, East Jakarta, Poultry Culinary

PENDAHULUAN

Ibu kota dan kota terbesar di Indonesia adalah Jakarta, wilayah metropolitan yang berfungsi sebagai pusat perdagangan, politik, ekonomi, dan budaya. Jakarta menjadi pusat bisnis dan ekonomi membuat masyarakat dari berbagai daerah datang untuk bekerja, tinggal dan juga untuk sekedar wisata. Hal tersebut membuat Jakarta memiliki berbagai aktivitas yang beragam, salah satunya bagi wisatawan. Jakarta menjadi salah satu destinasi pariwisata karena memiliki berbagai destinasi, memiliki berbagai macam wisata seperti wisata budaya, wisata religi, dan wisata kuliner. Adanya kegiatan pariwisata menjadi salah satu faktor peningkatan perekonomian Jakarta. Jakarta yang memiliki 5 bagian wilayah yaitu Jakarta pusat, Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta selatan dan Jakarta Timur, hal ini membuat persebaran makanan di Jakarta memiliki wisata yang luas.

Memiliki potensi besar dalam pengembangan, Jakarta Timur akan melakukan perubahan menjadi kawasan emas wilayah bisnis komersial, meninggalkan citranya sebagai wilayah industrial. Hal ini menjadi peluang Jakarta Timur untuk terus berkembang. (Kiki Safitri & Akhdi Martin Pratama, 2022)

Jakarta Timur merupakan bagian dari ibu kota Jakarta yang memiliki beragam kuliner khas Indonesia. Jakarta Timur memiliki beragam rumah makan yang menjual beragam makanan yang menarik dan mempunyai cita rasa yang khas. Kuliner yang berada di Jakarta Timur, seperti; Asinan betawi H. Mansyur, Bakso Malang Cak Su Kumis, Nasi uduk Ayam Goreng Mat Lengket, Nasi uduk Ayam Goreng Betawi.

Keberagaman Indonesia mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat, salah satu contohnya ialah kuliner yang juga sebagai salah satu pendukung pariwisata dalam hal budaya. Menurut Sandiaga Uno “Subsektor ekonomi kreatif yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB adalah industri kuliner” (Kompas, 2021). Dalam data Kemenparekraf, sekitar 41% subsektor kuliner menyumbang dari total PDB ekonomi kreatif (Kompas, 2021). Wisata kuliner memiliki daya tarik wisatawan saat berkunjung ke Jakarta, hal ini terlihat dari berbagai akun media sosial salah satunya akun Youtube Nexcarlos dan akun Instagram dari @haltekehalte membahas makanan yang mereka kunjungi, serta akun media sosial Feastin.id dimana selain membahas makanan dan minuman, mereka juga membuat berbagai buku serial petunjuk dan peta makanan. Dahulu, buku kuliner berawal dari buku “*The Jakarta Good Food Guide*” oleh Laksmi Pamuntjak dan buku “*Jalansutra*” oleh Bondan Winarno. Buku yang membahas tentang wisata kuliner masih sedikit dibandingkan dengan buku novel, sehingga kurangnya media informasi yang ada tentang wisata kuliner Indonesia.

Unggas seperti ayam, bebek, dan burung menjadi salah satu wisata kuliner yang dicari wisatawan. Olahan ayam dan unggas lainnya menjadi pilihan utama karena mudah diolah dan memiliki rasa yang lezat. Berdasarkan hasil survei aplikasi Gofood, olahan ayam menjadi pilihan utama masyarakat dalam memilih makanan. Olahan ayam menjadi *comfort food* oleh masyarakat sejak kecil karena rasa, tekstur, warna, dan karakter yang melekat dalam pikir yang menjadikannya identitas di dalam diri. *Comfort Food* sendiri memiliki arti makanan yang memberikan kenyamanan secara psikologis, serta makanan yang membawa nostalgia ketika masa kecil. (Kumparan, 2023) Hasil survei lain yang dilakukan pada aplikasi Grabfood, ayam goreng menjadi pesanan nomor tiga yang dipesan oleh masyarakat.

Manfaat ekonomi unggas peliharaan, antara lain ayam, bebek, burung puyuh, merpati, kalkun, dan burung unta, bagi manusia antara lain daging dan telur. Produk ini merupakan sumber protein hewani unggulan yang membantu pertumbuhan sumber daya manusia Indonesia, mulai dari anak kecil hingga orang tua. Bentuknya juga utuh, halal, murah, mudah didapat, dan mudah disiapkan. (Ngitung et al., n.d.)

Daging ayam merupakan produk hewani yang banyak dicari karena rasa, harga yang terjangkau, dan nilai gizinya. Sebagai pangan dengan kandungan gizi yang sangat baik, daging ayam dapat diterima oleh banyak suku dan agama. (Arifah Fauzi et al., 2021)

Dalam Jurnal Rahzani menunjukkan bahwa kandungan protein daging paha ayam broiler sebesar 13,6–14,5% dan kandungan protein daging dada sebesar 15,63–16,83% (Rahzarni et al.2023)

Buku menjadi salah satu sumber dari informasi-informasi yang bisa didapatkan dari isi buku tersebut. Membaca buku dapat memiliki berbagai manfaat bagi tubuh serta dapat menambahkan ilmu pengetahuan. Buku seperti buku fisik memiliki daya tarik sendiri dibandingkan buku e-book. Terdapat sensasi yang berbeda ketika memegang buku fisik, seperti sensasi ketika membolak-balikkan halaman, tekstur kertas, dan bau pada kertasnya. (Rezki et al., n.d.)

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan informasi-informasi tentang kuliner berbahan unggas yang terdapat di Jakarta Timur. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk perancangan buku sebagai media informasi kuliner berbahan dasar unggas di Jakarta Timur dan berguna untuk membantu menginformasikan masakan berbahan dasar unggas.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan metodologi kualitatif seperti:

Observasi

Metode observasi dilakukannya pengamatan secara langsung dengan mengunjungi rumah makan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan pada studi ini.

Wawancara

Untuk mendapatkan rincian lebih lanjut, wawancara dilakukan mengenai berdirinya rumah makan dan penjelasan tentang masakan yang dimilikinya. Wawancara akan dilakukan secara langsung kepada beberapa rumah makan.

Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk menambahkan data-data dalam penelitian ini. Studi pustaka diperoleh dari berbagai sumber yang tersedia saat ini, antara lain buku, jurnal, dan internet.

HASIL DAN DISKUSI

Konsep Pesan

Pada perancangan ini konsep pesan yang akan disampaikan bertujuan untuk mempromosikan kuliner berbahan dasar unggas di Jakarta Timur, kepada wisatawan. Konsep pesan yang akan disampaikan yaitu untuk memperkenalkan kuliner berbahan dasar unggas di Jakarta Timur yang jarang diketahui oleh wisatawan, sehingga dapat membantu memperkenalkan masakan Indonesia berbahan dasar unggas kepada wisatawan. Pada kota Jakarta Timur memiliki kuliner yang bermacam-macam tidak kalah dengan Jakarta lainnya. Sehingga wisatawan dapat mengenalkan dan merasakan rasa masakan Indonesia. Maka pada perancangan ini kata kunci yang digunakan, yaitu; "Jelajah, Cari Tahu , dan Icip."

Berdasarkan analisis dan observasi pada bab sebelumnya, maka target audiensnya yaitu usia 20-30 tahun. Konsep pesan yang akan digunakan akan dikemas dengan sederhana, namun informasinya tersampaikan sehingga diterima dan mudah di baca oleh target audiens.

Konsep Kreatif

Menggunakan kreativitas dalam desain ini adalah konsep berikut dengan mengemas informasi kuliner agar mudah di baca dan dimengerti, guna memudahkan pemahaman pembaca terhadap informasi yang disajikan. Pada perancangan ini pendekatan yang akan digunakan pada target sasaran yaitu menggunakan desain fotografi dan ilustrasi untuk menggambarkan bentuk makanan tersebut. Teknik yang digunakan dalam fotografi akan disesuaikan dengan target sasaran dan konsep pada perancangan ini.

Konsep Media

Media utama dalam desain adalah buku fisik. Pada perancangan ini buku akan diberi judul "Jelajah Kuliner Berbahan Unggas". Buku ini akan dibuat pada ukuran 21 cm x 14,8 cm agar mudah dibawa oleh wisatawan. Buku ini akan menjadi media utama dalam membantu wisatawan mendapatkan informasi-informasi mengenai tempat makan berbahan dasar unggas di daerah Jakarta Timur. Dalam mendukung perancangan ini terdapat media pendukung untuk menarik wisatawan dalam membeli buku. Media pendukung untuk perancangan ini, yaitu:

Media sosial

Perkenalkan ide materi buku yang ingin dikomunikasikan dengan menggunakan platform media sosial seperti Instagram sebagai media pendukungnya.

Merchandise

Merchandise sebagai media pendukung dan salah satu media pemasaran

buku. Merchandise yang akan digunakan, seperti:

1. Stiker
2. Postcard
3. Lanyard
4. Buku catatan jurnal perjalanan
5. Totebag
6. Kaos
7. Gantungan kunci
8. X-Banner

Konsep Komunikasi

Pada perancangan ini konsep komunikasi yang digunakan menggunakan metode AISAS.

Tabel 1 Konsep Komunikasi

Strategi	Konsep Tujuan	Media
Attention	Menarik perhatian audiens dengan promosi yang dibuat dengan menarik	Poster Media sosial
Interest	Menarik perhatian audiens dengan cara membuat media sosial Instagram dan mempromosikannya	
Search	Target audiens akan mencari tahu di toko buku atau media sosial terkait dengan penjualan buku	Media Sosial Media Cetak
Action	Audiens akan mulai mencari dan membeli buku	
Share	Audiens akan membagikan pengalaman setelah membaca buku dan mempromosikannya kepada teman-teman dan keluarganya	

Sumber: Dokumentasi penulis

Konsep Visual

Rencana Perancangan

Tabel 2 Rencana Perancangan

Cover Depan	Gambar	Kolofon	Daftar Isi
Kata Pengantar	Jakarta Timur	Kuliner Berbahan unggas	Ayam Goreng Mat Lengket
Ayam Goreng Mat	Ayam Goreng "Ibu	Ayam Goreng "Ibu	Ayam Betutu Khas

Lengket	Haji''	Haji''	Gilimanuk
Ayam Betutu Khas Gilimanuk	Mie Ayam Bangka Asan	Mie Ayam Bangka Asan	Sate Blora Cirebon
Sate Blora Cirebon	Bebek Kaleyo	Bebek Kaleyo	Bebek Gantung 10 BKT
Bebek Gantung 10 BKT	Nasi Bebek Ma' Isa	Nasi Bebek Ma' Isa	Data Penulis
Gambar	Cover Belakang		

Sumber: Dokumentasi penulis

Warna

Pada perancangan ini akan ada tiga warna yang digunakan yaitu: Warna merah, kuning dan hijau.



Gambar 1 Warna

Sumber: Dokumentasi penulis

Tipografi

Sampul dan isi buku akan menggunakan gaya font yang berbeda dalam desain ini. Jenis tipografi pada cover akan menggunakan font duper dan pada isi buku akan menggunakan font fillip.

ABCDEFGHIJKLMNOPQR
 STUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyzabcdefghijklmnop

Gambar 2 Font fillip

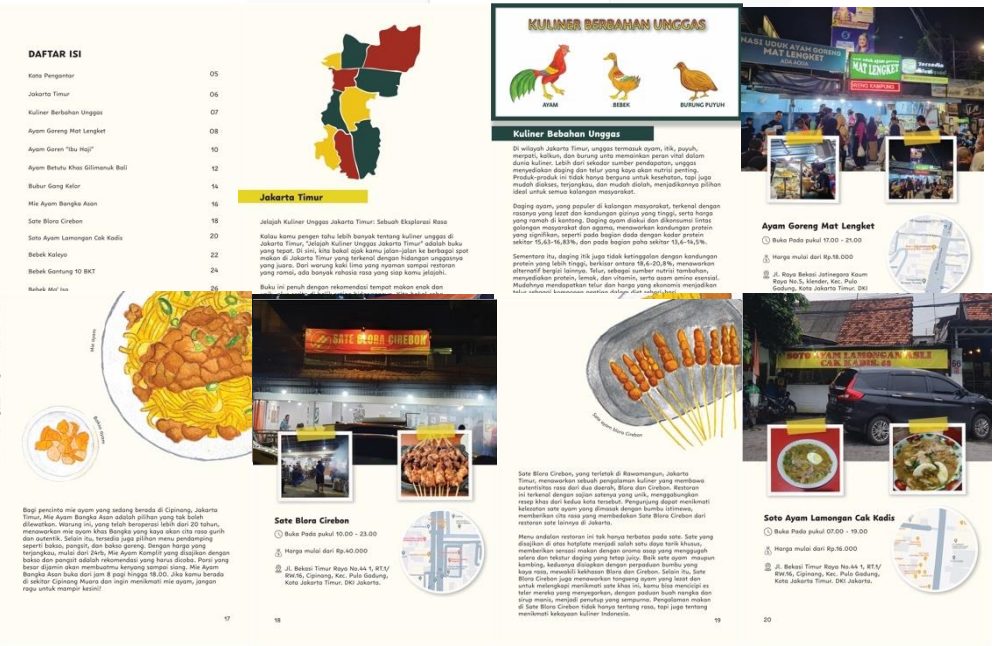
Sumber: <https://fonts.adobe.com/fonts/fillip>

ABCDEFGHIJKLMN OP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrst
uvwxyz

Gambar 3 Font duper
Sumber:https://fonts.adobe.com/fonts/duper

Hasil Perancangan

Media Utama





Gambar 4 Media utama buku
Sumber: Dokumentasi penulis

Media Pendukung
Stiker



Gambar 5 Stiker
Sumber: Dokumentasi penulis

Stiker sebagai media pendukung dalam mempromosikan buku. Stiker juga membantu memperkenalkan makanan kepada pembaca. Stiker nantinya akan

didapatkan pembaca ketika membeli buku “Jelajah Kuliner Berbahan Unggas di Jakarta Timur”.

Postcard



Gambar 6 Postcard
Sumber: Dokumentasi penulis

Postcard sebagai media pendukung dalam memperkenalkan buku dan rumah makan kepada pembaca secara langsung. Postcard dapat dibeli pembaca ketika membeli buku “Jelajah Kuliner Berbahan Unggas di Jakarta Timur”.

Lanyard



Gambar 7 Lanyard
Sumber: Dokumentasi penulis

Penggunaan lanyard sebagai media pendukung berguna dalam menarik perhatian pembeli buku. Lanyard menjadi bagian promosi buku dan juga dapat menjadi merchandise untuk pembeli buku “Jelajah Kuliner Berbahan Unggas di Jakarta Timur.”

Buku catatan jurnal perjalanan



Gambar 8 Buku catatan Jurnal Perjalanan
Sumber: Dokumentasi penulis

Buku catatan jurnal perjalanan sebagai media pendukung yang berdampingan dalam pembelian buku “Jelajah Kuliner Berbahan Unggas di Jakarta Timur,” buku catatan ini berisikan jurnal catatan yang diisi pembeli ketika berkunjung ke rumah makan yang direkomendasikan.

Totebag



Gambar 9 Totebag
Sumber: Dokumentasi penulis

Totebag sebagai media pendukung adalah sebagai merchandise yang bisa didapatkan oleh pembeli ketika membeli sebuah buku.

Kaos



Gambar 10 Kaos
Sumber: Dokumentasi penulis

Kaos sebagai media pendukung adalah sebagai media pemasaran buku dan dapat juga sebagai merchandise.

Gantungan kunci



Gambar 11 Gantungan Kunci
Sumber: Dokumentasi penulis

Media pendukung gantungan kunci adalah sebagai merchandise yang bisa didapatkan oleh pembeli ketika membeli sebuah buku “Jelajah Kuliner Berbahan Unggas di Jakarta Timur.”

X-Banner



Gambar 12 X-Banner
Sumber: Dokumentasi Pribadi

X-Banner sebagai media pendukung dalam mempromosikan dan mengenalkan buku “Jelajah Kuliner Berbahan Unggas di Jakarta Timur,” kepada target konsumen.

KESIMPULAN

Dalam perancangan buku yang berjudul “Jelajah Kuliner Berbahan Unggas” tujuannya adalah bisa mengangkat kuliner Indonesia khususnya di daerah Jakarta Timur dan menjadikan Kota Jakarta Timur menjadi pilihan destinasi wisata kuliner bagi wisatawan, generasi milenial dan generasi Z, selain wilayah Jakarta lainnya. Perancangan ini juga diharapkan dapat membentuk kepercayaan dan pemikiran khususnya para wisatawan dengan rentang usia 20-30 tahun, generasi milenial dan generasi Z, akan kekayaan warisan kuliner yang berada di daerah Jakarta Timur. Tujuan ini penting karena melestarikan warisan kuliner adalah bagian dari

warisan budaya yang perlu dilestarikan yang mencerminkan kearifan lokal bagi suatu daerah. Nasi uduk Mat Lengket adalah salah satu dari beberapa nama tempat kuliner lainnya yang berkontribusi dalam melestarikan warisan kuliner yang ada di daerah Jakarta Timur. Tradisi turun temurun yang dibangun dengan tetap mempertahankan dan menjaga resep warisan leluhurnya, mengenalkan kita pada ke khasan citra rasa yang mewarnai keragaman warisan kuliner di Jakarta Timur. Strategi promosi yang di hadirkan penulis dalam bentuk buku catatan jurnal perjalanan, postcard, lanyard, kaos, totebag, stiker, gantungan kunci dan X-Banner Cocok untuk generasi Z dan generasi milenial yang menyukai hal-hal praktis, informatif dan kreatif, semua itu sangat relevan dengan preferensi generasi milenial dan generasi Z. Desain perancangan dari media promosi merah, kuning, dan hijau adalah tiga warna yang digunakan penulis yang memberikan dampak secara psikologis menarik perhatian dan mengunggah selera dengan paduan warna yang harmoni antara bahan dasar unggas, bumbu dan sayuran segar sebagai pendampingnya. Tipografi dan tata letak buku catatan jurnal perjalanan dipilih untuk menggabungkan unsur kesederhanaan, lugas, modern dan futuristic yang menarik bagi generasi milenial dan generasi Z, yang menyukai hal-hal yang praktis dan kreatif. Tujuan akhirnya adalah memastikan bahwa warisan budaya kuliner di daerah Jakarta Timur dapat di kenal, diapresiasi dan dilestarikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2020). *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.

- Dapowole, R. &. (2020). Pengaruh Pemberian Level Protein Berbeda terhadap Performans Produksi Itik Umur 2-10 Minggu di Sumba Timur. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 320-321.
- Fauzi, W. N. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging ayam Broiler di. *Jurnal Agrijati*, 69-72.
- Feastin. (t.thn.). *Feastin*. Diambil kembali dari Feastin : <https://www.feastin.id>
- Gofood Indonesia. (2022). *Tren dan Lanskap Kuliner Indonesia*. PT. GoTO Gojek Tokopedia Tbk.
- Grab Indonesia. (2022). *Laporan Grab: Tren Layanan Pesan Antar Online di Indonesia 2022*. PT. Grab Indonesia.
- Ngitung, R., Nurhayati, & Bahri, A. (2020). Daging Ayam Broiler Sehat dengan Pengaturan Ransum. *Jurnal Saintsmat*, 29-38.
- Rahzami, Zebua, & Elva Amurita: Trimedona, N. (2023). Hilirisasi Produk Pangan Berbasis Daging Ayam Di Nagari Koto Tengah Simalanggang, Kecamatan Payakumbuh, Kabupaten Limapuluh Kota. *Journal of Indonesian Social Society*, 60-65. Diambil kembali dari Journal of Indonesian Social Society.
- Siswanto, R. A. (2023). *Desain Grafis Sosial*. Yogyakarta: Kanisius.
- Santia, T. (2021, Maret 9). *Survei: 95 Persen Wisatawan Selama Liburan Mencari Makanan*. Diambil kembali dari Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/uang/survei-95-persen-wisatawan-selama-liburan-mencari-makanan.html>
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Utami, S. (2018). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kkbi) Buku Adalah Kumpulan Lembaran Kertas Yang Berisikan Tulisan Ataupun Kosong Yang Selanjutnya Dijilid. *Universitas Pancasila*.

- Info, R. (2023, Juli 22). *Jenis-Jenis Buku Berdasarkan Topik Bahasanya*. Diambil kembali dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/ragam-info/jenis-jenis-buku-berdasarkan-topik-bahasannya-20q2aSVlvE/full>
- Burch, J., & Grundnitski, G. (1986). *Information System Theory and Practice New York: John Wiley and Sons*.
- Putri, D. R., Kusuma, P., & Nugraha, N. D. (2023). Perancangan Grafis Lingkungan Kebun Raya Lemor Lombok NTB. *Telkom Univerisity*.
- Fathurrahman, I., Aditya, D. K., & Gumilar, G. (2022). Perancangan Media Edukasi Kreatif Sebagai Media untuk Memperkenalkan Jajanan Kuliner Tradisional Betawi untuk Anak Usia 9-12 Tahun Di Jakarta. *e-Proceeding of Art & Design*, 3176-3189.

