

## **PEMBUATAN VIDEO MAKANAN KHAS JAWA TIMUR**

**Rapha Natanael**

Multimedia/Teknik Informatika/Fakultas Teknik

rapha.natanael@gmail.com

**Melissa Angga**

Teknik Informatika/Fakultas Teknik

melissa@staff.ubaya.ac.id

**Ongko Citrowinoto**

Teknik Informatika/Fakultas Teknik

ongko@staff.ubaya.ac.id

**Abstrak** - Makanan khas daerah adalah makanan yang biasa dikonsumsi di suatu daerah dan cocok dengan lidah masyarakat setempat. Kelestarian makanan khas daerah sangat penting bagi suatu daerah untuk mendongkrak sektor pariwisatanya. Gempuran modernisasi dan globalisasi mengancam kelestarian makanan khas, khususnya di daerah Jawa Timur. Lama kelamaan, makanan khas daerah semakin berpotensi terabaikan oleh generasi selanjutnya. Jika mereka tidak terbiasa mengonsumsi makanan-makanan tersebut, akibatnya makanan khas daerah akan berkurang bahkan hilang keberadaannya. Makanan khas daerah Jawa Timur perlu diperkenalkan kembali kepada generasi muda. Dengan masalah yang ada, dibuatlah video mengenai makanan khas Jawa Timur, untuk kembali menarik minat generasi muda. Melalui berbagai analisis yang dilakukan, ditemukan adanya beberapa makanan khas Jawa Timur yang mulai dilupakan oleh generasi muda. Selain itu, ditemukan beberapa analisis kebutuhan terhadap video yang akan dibuat. Video didesain dan dikonsept dengan tema *traveling*. Judul yang dipakai untuk seri video ini adalah "East Java Food Travel Journal". Video dibuat menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC 2017*. Setelah video ini selesai, dilakukan uji coba dan evaluasi dengan memperlihatkan video kepada masyarakat dengan usia muda. Respon yang didapatkan positif karena melalui video ini, generasi muda menjadi tahu dan kembali tergugah untuk mengonsumsi makanan tradisional khas Jawa Timur.

**Kata kunci:** video, makanan, tradisional, jawa timur

**Abstract** – Regional cuisines are commonly consumed food in an area and match the tongue of the local community. The sustainability of regional cuisines is very important for a region to boost its tourism sector. The onslaught of modernization and globalization threatens the preservation of regional cuisines, especially in East Java. Over time, these cuisines is increasingly potentially neglected by the next generation. If they are not used to eat these foods, consequently these cuisines will be reduced and even lost its existence. East Java cuisines need to be reintroduced to the young generation. With the problem mentioned, come an idea to make a video about East Java cuisines to re-appeal to the younger generation. Through various analyzes conducted, found some regional foods of East Java which began to be forgotten by the younger generation. In addition, some there are some requirements of the video to be made. Video is designed and conceptualized with the theme of traveling. The title used for this video series is "East Java Food Travel Journal". Video is created using Adobe Premiere Pro CC 2017 software. After this video is completed, it is tested and evaluated by showing the video to the community at a young age. Many positive responses have been obtained because through this video, the younger generation became aware and tempted to eat regional foods of East Java.

**Keywords:** video, regional cuisine, traditional, east java

## 1. PENDAHULUAN

Makanan khas daerah adalah makanan yang biasa dikonsumsi di suatu daerah dan cocok dengan lidah masyarakat setempat. Cita rasa yang dimiliki berbeda antara suatu daerah dengan yang lainnya (Halomuda, 2016). Makanan-makanan tersebut adalah salah satu kekayaan budaya daerah masing-masing. Misalnya, Soto Ayam dari Lamongan, Mie Ujung Pandang dari Makassar, Soto Betawi dari Jakarta, Soto Daging dari Madura, dan sebagainya. Kelestarian makanan tradisional sangat penting bagi suatu daerah sebagai pendongkrak sektor pariwisatanya. Menurut penelitian Boyne, William, dan Halls (2002), wisatawan menghabiskan hampir dari 40% anggaran mereka pada makanan saat bepergian.

Gempuran modernisasi dan globalisasi mengancam kelestarian makanan khas, khususnya di daerah Jawa Timur. Banyak outlet-outlet *franchise* makanan bercita rasa asing mulai masuk dan menguasai pasar kuliner. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2013, sebesar 52,05% restoran di Jawa Timur menyajikan masakan asing sebagai masakan utama mereka. Masakan asing yang dimaksud adalah jenis masakan Amerika/Eropa, Cina, Jepang, dan lainnya. Dengan penyajian yang menarik dan label “kekinian”, tentunya makanan-makanan tersebut menghisap perhatian yang cukup besar dari remaja dan pemuda. Penelitian Adiasih dan Brahmana (2015) menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memilih makanan asing daripada tradisional dengan alasan rendahnya nilai gengsi masakan tradisional. Lama kelamaan, makanan khas daerah semakin berpotensi terabaikan oleh generasi selanjutnya. Jika mereka tidak terbiasa mengonsumsi makanan-makanan tersebut, akibatnya makanan khas daerah akan tersisih bahkan hilang keberadaannya.

Makanan khas daerah Jawa Timur perlu diperkenalkan kembali kepada generasi muda. Pendekatan yang dilakukan harus dengan cara yang mudah diterima oleh remaja dan pemuda. Menurut survey dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), terungkap bahwa 97,4% pengguna internet di Indonesia mengakses sosial media. Oleh karena itu digunakan media video sebagai konten yang mudah dibagikan melalui sosial media. Selain itu, media

video cocok digunakan karena dapat menampilkan gambar dan suara dalam waktu bersamaan sekaligus (Sukiman, 2012).

Dalam pembuatan video, makanan merupakan objek fotografi. Tujuan dari fotografi makanan adalah membuat makanan terlihat unik dan menarik (Tjiang, 2016). Makanan yang terlihat menarik dapat merangsang keinginan penonton. Dengan demikian penonton dapat terpuaskan secara visual sehingga ingin menonton lagi dan lagi. Video yang dibuat akan membahas makanan khas Jawa Timur serta sejarah dan fakta uniknya, proses pembuatan, ulasan, serta testimoni dari masyarakat. Target audiens dari tugas akhir ini adalah remaja dan pemuda.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian dilakukan dengan cara melihat keadaan saat ini, menganalisis aplikasi sejenis, dan mengidentifikasi kebutuhan dari video yang akan dibuat. Untuk menganalisis permasalahan, pertama kali dikumpulkan beberapa daftar makanan-makanan khas Jawa Timur yang dikenal masyarakat. Kemudian dilakukan survey kepada masyarakat dengan mayoritas usia 12 hingga 25 tahun yang berdomisili di Jawa Timur. Berdasarkan survei yang dilakukan, didapatkan adanya beberapa makanan khas Jawa Timur yang mulai dilupakan oleh generasi muda, di antaranya Rujak Soto, Nasi Tumpang, Nasi Krawu, Lontong Balap, dan Rujak Cingur

Selain itu, di dalam survey juga ditanyakan beberapa kebiasaan masyarakat sehubungan dengan media video dan faktor apa saja yang membuat mereka tertarik menonton sebuah video kuliner. Dari data-data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa responden lebih menyukai video-video yang singkat dan shot-shot yang menampilkan makanan secara jelas dan dekat. Selain itu, terdapat dua faktor penting yang menarik penonton untuk melihat video kuliner, yaitu tampilan visual dan tempat makannya.

Analisis media sejenis bertujuan untuk mempelajari solusi yang ditawarkan dalam menghadapi permasalahan yang sejenis. Berdasarkan hasil analisis tersebut akan dilihat format acara serta karakteristik yang ada dalam video-video yang dipelajari. Karakteristik tersebut kemudian akan dipilah untuk

diterapkan dalam video yang akan dibuat untuk menyelesaikan permasalahan yang telah dianalisis. Analisis dilakukan pada acara TV favorit responden, yaitu *Demem Makan* dari Trans7 serta pada channel YouTube favorit responden, yaitu Buzzfeed.

Hasil analisis permasalahan dan media sejenis tersebut kemudian akan disimpulkan menjadi analisis kebutuhan sistem. Kesimpulan dari analisis kebutuhan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- Video harus memiliki tampilan visual yang berkualitas tinggi dalam menampilkan makanan baik dari segi resolusi video, pencahayaan, serta sudut pengambilan gambar.
- Dalam menyajikan informasi, perlu diselingi *alternate shot* yang menarik agar tidak membuat penonton bosan.
- Format acara mengombinasikan antara *traveling* dan proses memasak.
- Perlu adanya pembawa acara yang seru dan menarik.
- Perlu ditampilkan informasi yang jelas dan lengkap mengenai makanan khas daerah.
- Dalam video, perlu mempertimbangkan tempat makan yang akan diulas apakah dapat memuaskan penonton secara visual.
- Berdasarkan data, daftar makanan yang masuk ke dalam tugas akhir ini adalah Rujak Soto, Nasi Krawu, dan Lontong Balap.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Desain yang dibuat untuk video ini adalah desain materi, desain konsep video, desain grafis visual, dan desain website. Video mengangkat tema “*east java food travel journal*”, yang bermakna catatan perjalanan kuliner. Video akan dibawakan seorang *host* yang menggunakan wardrobe *backpacker*. *Storyline* akan diawali dengan perjalanan *host* yang mengajak penonton, melihat proses pembuatan, menyicipi makanan, dan ditutup dengan mendengarkan testimonial dari pengunjung rumah makan. Untuk menambahkan dinamika dalam video, disisipkan *alternate shot* seperti *beauty shot* dan *establishing shot*. Video dibuat dengan menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC 2017*, *Adobe After*

*Effects CC 2017, Adobe Illustrator CC 2017, dan Pro Tools M-Powered 9.*

Tampilan video dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Cuplikan-cuplikan Video Rujak Soto

Pada awal video, host menyampaikan satu *punchline* yang berkaitan dengan makanan yang akan diulas. Kemudian, bumper video akan muncul selama kurang lebih 10 detik. Setelah itu, *host* akan menerangkan makanan apa yang akan diulas hari ini sambil berjalan-jalan. Selanjutnya, diberikan *establishing shot* dari kota yang dimaksud bersamaan dengan *voice over* narasi mengenai kota tersebut.

*Host* tiba di lokasi dan memesan makanan. Kemudian, ditunjukkan proses mengolah dan memasak makanan. Saat makanan tersaji ditampilkan makanan shot-shot dari berbagai sudut. Kemudian, *host* memberikan ulasan dari rasa masakan sambil menceritakan pengalamannya. Setelah itu,

ditampilkan testimonial dari beberapa pengunjung. Di akhir video, *host* berpamitan, lalu ditutup dengan *fade away shot*.

Setelah video dibuat, video akan mengalami proses uji coba dan melalui dua tahap, yaitu tahap verifikasi dan tahap validasi. Verifikasi dilakukan untuk memastikan bahwa video telah berjalan dengan baik dan bebas dari kesalahan, sedangkan validasi dilakukan untuk memastikan video telah menjawab permasalahan serta untuk mendapat masukan dari pengguna. Pada tahap verifikasi, semua audio dan visual dapat terdengar dan terlihat dengan jelas. Pada tahap validasi, akan dilakukan validasi kuantitatif. Validasi kuantitatif dilakukan dengan cara melakukan uji coba terhadap responden terkait dengan video yang dibuat. Proses pemilihan responden memiliki perincian sebagai berikut:

- Jumlah responden : 31 Orang.
- Teknik pengambilan sampel : Acak dan tatap muka.
- Kisaran responden : Berusia 12 hingga 28 tahun.

Berdasarkan validasi kuantitatif yang dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- Banyak generasi muda yang tidak pernah lagi mengonsumsi makanan tradisional khas Jawa Timur, bahkan belum pernah mendengarnya. Dibuktikan dari rendahnya presentase responden yang pernah mencoba Rujak Soto (3,2%), Nasi Krawu (29%), dan Lontong Balap (45,2%).
- Setelah menonton video kuliner ini, sebagian besar responden tertarik untuk mencoba atau mengonsumsi makanan tradisional khas Jawa Timur ini lagi. Dibuktikan dari tingginya presentase responden yang mengaku ingin mengonsumsi Rujak Soto (93,5%), Nasi Krawu (100%), dan Lontong Balap (54,8%) setelah menonton video ini.
- Dari video yang ditunjukkan, responden menyukai cara pembuatan dan penyajian makanan yang ditampilkan secara detail.

#### **4. KESIMPULAN**

Kesimpulan yang dapat diambil dari seluruh proses pengerjaan video makanan khas Jawa Timur ini adalah video yang dibuat telah berhasil menarik minat generasi muda untuk mengonsumsi makanan khas Jawa Timur. Selain itu, aspek dari video makanan khas Jawa Timur yang dibuat seperti desain materi, desain konsep video, dan desain grafis pendukung dari video seperti *bumper* dan *lower third* telah diimplementasikan dengan baik, jelas.



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adiasih, P., & Brahmama, R. K., 2015. *Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur*. KINERJA , 112 - 125.
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat , 2013. *Statistik Restoran/Rumah Makan 2013*. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik.
- Boyne, S., Williams, F., & Hall, D., 2002. *The Isle of Arran Taste Trail*. Tourism and Gastronomy, 91-114.
- Halomuda, 2016. *Makanan Khas Jawa Timur yang Paling Enak dan Populer*.  
Message posted to <https://halomuda.com/makanan-khas-jawa-timur/>
- Sukiman, 2012. *Pengembangan Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Pedagogia.