

**PENCIPTAAN BUKU REFERENSI MASAKAN
SEMANGGI SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN
KULINER TRADISIONAL SURABAYA**

TUGAS AKHIR



**SEKOLAH TINGGI
MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
SURABAYA
2014**

**PENCIPTAAN BUKU REFERENSI MASAKAN
SEMANGGI SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN
KULINER TRADISIONAL SURABAYA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana Desain



**UNIVERSITAS
Dinamika**
Oleh :

Nama : ABDUL AZIZ AKBAR

NIM : 10.42010.0021

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**SEKOLAH TINGGI
MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
SURABAYA**

2014

Tugas Akhir
PENCIPTAAN BUKU REFERENSI MASAKAN
SEMANGGI SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN
KULINER TRADISIONAL SURABAYA

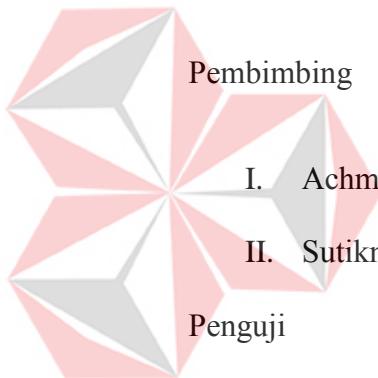
Dipersiapkan dan disusun oleh:

ABDUL AZIZ AKBAR

NIM : 10.42010.0021

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh dewan penguji
Pada : 18 Agustus 2014

Susunan Dewan Penguji



I. Achmad Yanu Alif Fianto, S.T., MBA. _____

II. Sutikno, S.Kom. _____

I. Karsam, MA., Ph.D. _____

II. Thomas Hanandry Dewanto, S.T., M.T. _____

UNIVERSITAS
Dinamika

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana

Pantjawati Sudarmaningtyas, S.Kom., M.Eng.
Pembantu Ketua Bidang Akademik

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA & TEKNIK KOMPUTER SURABAYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Abdul Aziz Akbar

NIM : 10.42010.0021

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir saya yang berjudul

Penciptaan Buku Referensi Masakan Semanggi sebagai Upaya Pelestarian

Kuliner Tradisional Surabaya yang dibuat pada bulan Februari 2014 hingga Agustus 2014, merupakan karya asli kecuali kutipan yang dicantumkan pada daftar pustaka saya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya tindak plagiat pada Tugas Akhir ini, maka saya bersedia untuk dilakukan pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian lembar pengesahan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Agustus 1014

Abdul Aziz Akbar
NIM : 10.42010.0021

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Abdul Aziz Akbar

NIM : 10.42010.0021

Menyatakan demi kepentingan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, menyetujui
bahwa karya Tugas Akhir yang berjudul **Penciptaan Buku Referensi Masakan
Semanggi sebagai Upaya Pelestarian Kuliner Tradisional Surabaya** untuk
disimpan, dipublikasikan atau diperbanyak dalam bentuk apapun oleh Sekolah
Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Agustus 1014

Abdul Aziz Akbar
NIM : 10.42010.0021

ABSTRACT

Surabaya has several one of which is a traditional food of semanggi Surabaya. However, over the times and technology make foreign food products such as ready meals (fast food) and foreign restaurant businesses thrive in big cities. Society makes a fast food restaurant and the foreign key option than traditional foods. The purpose of creation to create a book that discusses the focus of semanggi Surabaya can provide knowledge to the target audience of Semanggi Surabaya. The design is done by using qualitative methods, namely observation, interviews and literature studies to conclude the concept in the design process. Through the process of data analysis, found the keyword "Cultural Heritage Stories". The results of this book are expected to help increase public awareness of the importance of preserving traditional culinary Surabaya especially Semanggi Surabaya.

Keyword: Culinary, Preservation, Book, Reference



ABSTRAK

Surabaya memiliki beberapa makanan tradisional salah satunya adalah semanggi Surabaya. Namun, seiring perkembangan zaman dan teknologi membuat makanan produk asing seperti makanan siap saji (*fast food*) dan usaha-usaha rumah makan asing berkembang di kota-kota besar. Masyarakat menjadikan makanan siap saji dan rumah makan asing itu pilihan utama daripada makanan tradisional. Tujuan penciptaan untuk membuat suatu buku yang fokus membahas tentang semanggi Surabaya yang dapat memberikan pengetahuan kepada target audiens tentang semanggi Surabaya. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu observasi, wawancara dan studi literatur untuk menyimpulkan konsep dalam proses desain. Melalui proses analisis data, ditemukan keyword “Cerita Warisan Budaya”. Hasil dari buku ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya melestarikan kuliner tradisional khususnya semanggi Surabaya.

Keyword : Kuliner, Pelestarian, Buku, Referensi

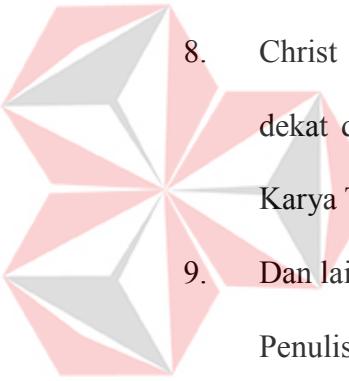


KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan Tugas Akhir dengan judul “Pembuatan Buku Referensi Masakan Semanggi sebagai Upaya Pelestarian Kuliner Tradisional” dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Proposal ini merupakan langkah awal untuk menyelesaikan serangkaian jadwal kegiatan yang telah disusun secara sistematik guna menghasilkan sebuah karya Tugas Akhir yang baik. Penyelesaian Proposal Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan masukan dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan jalan dan mujizat yang tiada henti-hentinya bagi penulis.
2. Mama dan Papa serta saudara yang senantiasa mendoakan dan mendukung selama proses penyusunan Karya Tugas Akhir.
3. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan kelancaran dalam studi maupun proses pengerjaan Tugas Akhir.
4. Achmad Yanu Alif Fianto, S.T., M.B.A selaku dosen pembimbing I yang senantiasa memberikan ilmu dan saran dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

- 
5. Sutikno, S.Kom selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan pencerahan untuk setiap permasalahan dalam proses penyusunan Karya Tugas Akhir ini.
 6. Tim PPTA (Pusat Pelayanan Tugas Akhir) STIKOM Surabaya yang senantiasa bersedia melayani mahasiswa dalam proses penyusunan Tugas Akhir.
 7. An'nisa Tiara Kurniasari selaku orang terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan moril kepada penulis untuk terus berkarya dan menyelesaikan Tugas Akhir.
 8. Christ Sindhu Adi Nugroho, Erlangga Yudha dan Aljuk Jafar selaku teman dekat dan rekan kerja yang akan bekerja sama dalam proses perancangan Karya Tugas Akhir ini.
 9. Dan lain sebagainya yang mungkin belum disebutkan satu persatu di sini.

Penulis menyadari bahwa Proposal Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima dengan senang hati saran dan kritik untuk penyempurnaan Proposal Tugas Akhir ini yang dapat dikirim di alamat email lasahidoaziz@yahoo.co.id. Atas segala perhatian dan maklumnya penulis ucapan terima kasih.

Surabaya, 18 Agustus 2014

Peneliti

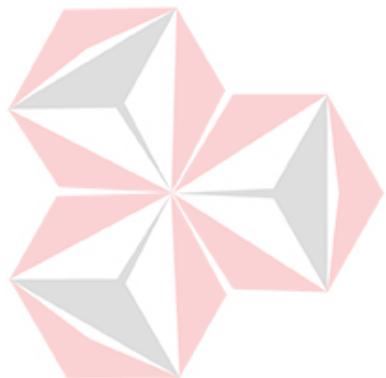
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

Hope, that's make us strong

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

*Karya ini penulis persembahkan untuk
Kedua Orang Tua, Orang-orang terkasih dan
Para pencinta kuliner semanggi Surabaya.*

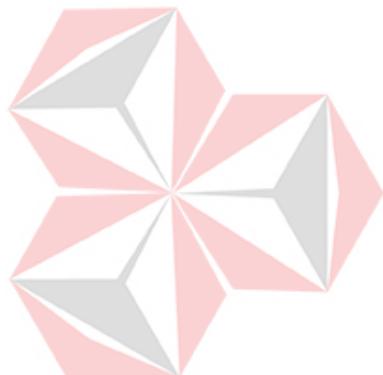
DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan	6
1.5 Manfaat.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kuliner Tradisional	7
2.2 Kota Surabaya	7
2.3 Semanggi Surabaya	8
2.4 Kajian Tentang Buku	8
2.4.1 Buku Referensi	9
2.4.2 Struktur Buku	9
2.5 Layout.....	15
2.6 Upaya Pelestarian	19
2.7 Warna.....	19
2.8 Proporsi.....	20
2.9 Tipografi	20
2.9.1 Keterbacaan Cetak.....	21
2.10 Prinsip Dasar Desain	22



BAB III METODE & PERANCANGAN KARYA	26
3.1 Prosedur Perancangan.....	26
3.2 Metodologi Penelitian	28
3.3 Sumber Data	29
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.5.1 Metode Analisis Deskriptif-Kualitatif	34
3.6 Hasil dan Analisis Data	35
3.7 Hasil Wawancara	35
3.8 Segmentasi, Targetting, Positioning (STP)	37
3.9 Analisis Kompetitor	39
3.10 Analisis SWOT.....	43
3.11 Unique Selling Preposition.....	46
3.12 Keyword	46
3.13 Deskripsi Konsep.....	49
3.14 Perancangan Karya.....	49
3.15 Perencanaan Kreatif.....	51
3.15.1 Tujuan Kreatif.....	51
3.15.2 Strategi Kreatif	52
3.16 Strategi Pemasaran	64
3.17 Perencanaan Media.....	65
3.17.1 Tujuan Media	65
3.17.2 Strategi Media.....	66
3.17.3 Program Media	68
3.17.4 Alternatif Desain	69
 BAB IV IMPLEMENTASI KARYA	76
4.1 Implementasi Karya.....	76
4.1.1 Implementasi Desain Buku Referensi Masakan Semanggi Surabaya	76
4.1.2 Implementasi Desain Media Pendukung	116

BAB V PENUTUP	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	121
BIODATA PENULIS	124
LAMPIRAN	125



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Prosedur perancangan	28
Tabel 3.2 SWOT.....	45
Tabel 3.3 Analisis keyword dari hasil pengumpulan data penelitian.....	48
Tabel 3.4 Perancangan	50
Tabel 3.5 Penentuan alternatif <i>headline</i> buku	53
Tabel 3.6 Penentuan alternatif layout	56
Tabel 3.7 Penentuan alternatif tipografi	58
Tabel 3.8 Penentuan alternatif warna	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Brosur seminar sehari Mavis & Monroe	22
Gambar 3.1	Cover buku “ <i>Chocology</i> ”	40
Gambar 3.2	Layout halaman 35 dari buku “ <i>Chocology</i> ”	41
Gambar 3.3	Isi dari halaman satu dari buku “ <i>Chocology</i> ”	41
Gambar 3.4	Halaman Resep Dekorasi Cokelat	42
Gambar 3.5	Halaman <i>Contents</i> (daftar isi) dari buku “ <i>Chocology</i> ”	42
Gambar 3.6	Alternatif <i>headline</i>	52
Gambar 3.7	Alternatif layout	55
Gambar 3.8	Contoh jumble layout	56
Gambar 3.9	Contoh circus layout	57
Gambar 3.10	Alternatif font	58
Gambar 3.11	Segoe Print font	59
Gambar 3.12	SMARTKID font	59
Gambar 3.13	Byington font	60
Gambar 3.14	Alternatif warna	62
Gambar 3.15	Warna primer yang telah terpilih	63
Gambar 3.16	Warna sekunder yang terpilih	63
Gambar 3.17	Sketsa alternatif sampul depan	69
Gambar 3.18	Sketsa alternatif punggung buku	69
Gambar 3.19	Sketsa alternatif sampul belakang	70
Gambar 3.20	Sketsa terpilih sampul depan	71
Gambar 3.21	Sketsa terpilih punggung buku	71
Gambar 3.22	Sketsa terpilih sampul belakang	71
Gambar 3.23	Sketsa alternatif poster	72
Gambar 3.24	Sketsa alternatif <i>flyer</i>	73
Gambar 3.25	Sketsa alternatif iklan majalah	73
Gambar 3.26	Sketsa terpilih <i>flyer</i>	74
Gambar 3.27	Sketsa terpilih iklan majalah	74
Gambar 3.28	Sketsa terpilih poster	75

Gambar 4.1	Desain Cover Depan	76
Gambar 4.2	Desain kover belakang	77
Gambar 4.3	Desain punggung buku	78
Gambar 4.4	Halaman Sub Judul	78
Gambar 4.5	Halaman Hak Cipta	79
Gambar 4.6	<i>Bodycopy</i> bahasa indonesia-inggris halaman persembahan	79
Gambar 4.7	Halaman pesembahan	80
Gambar 4.8	Halaman <i>bodycopy</i> bahasa indonesia-inggris ucapan terima kasih	81
Gambar 4.9	Halaman ucapan terima kasih.....	82
Gambar 4.10	Halaman <i>bodycopy</i> indonesia-inggris halaman pengertian semanggi	82
Gambar 4.11	Halaman Pengertian Semanggi.....	83
Gambar 4.12	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris halaman pengertian semanggi Surabaya	84
Gambar 4.13	Halaman pengertian semanggi Surabaya	84
Gambar 4.14	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris halaman mencari semanggi Surabaya	85
Gambar 4.15	Halaman mencari semanggi Surabaya	86
Gambar 4.16	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris halaman produksi semanggi Surabaya	87
Gambar 4.17	Halaman produksi semanggi Surabaya	88
Gambar 4.18	Proses pembuatan semanggi Surabaya	88
Gambar 4.19	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris penjual semanggi Surabaya	89
Gambar 4.20	Halaman penjual semanggi Surabaya	90
Gambar 4.21	<i>Bodycopy</i> halaman indonesia-inggris perjuangan penjual semanggi Surabaya	91
Gambar 4.22	Halaman perjuangan penjual semanggi Surabaya	92
Gambar 4.23	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris bahan dan manfaat Semanggi Surabaya	92
Gambar 4.24	Halaman bahan dan manfaat semanggi Surabaya	93

Gambar 4.25	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris Daun Semanggi	94
Gambar 4.26	Daun Semanggi	95
Gambar 4.27	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris kecambah	95
Gambar 4.28	Kecambah	96
Gambar 4.29	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris ketela	96
Gambar 4.30	Ketela	97
Gambar 4.31	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris kacang tanah	98
Gambar 4.32	Kacang tanah	99
Gambar 4.33	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris jahe	99
Gambar 4.34	Jahe	100
Gambar 4.35	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris gula jawa	101
Gambar 4.36	Gula Jawa	101
Gambar 4.37	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris gula pasir	102
Gambar 4.38	Gula pasir	102
Gambar 4.39	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris kemiri	103
Gambar 4.40	Kemiri	104
Gambar 4.41	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris bawang putih	104
Gambar 4.42	Bawang putih	105
Gambar 4.43	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris garam	106
Gambar 4.44	Garam	106
Gambar 4.45	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris petis	107
Gambar 4.46	Petis	107
Gambar 4.47	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris cabai rawit	108
Gambar 4.48	Cabai rawit	109
Gambar 4.49	<i>Bodycopy</i> indonesia-inggris halaman cerita tentang Semanggi Surabaya	110
Gambar 4.50	Halaman cerita tentang semanggi Surabaya	111
Gambar 4.51	Halaman bahan-bahan	111
Gambar 4.52	Halaman membuat semanggi Surabaya	112
Gambar 4.53	Pembatas bab satu	113
Gambar 4.54	Pembatas bab dua	113

Gambar 4.55	Pembatas bab tiga	114
Gambar 4.56	Pembatas bab empat	115
Gambar 4.57	Pembatas bab lima	115
Gambar 4.58	Implementasi desain <i>flyer</i>	116
Gambar 4.59	Implementasi desain poster	117
Gambar 4.60	Implementasi desain iklan majalah	117
Gambar 4.61	Implementasi desain cover facebook	118



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surabaya memiliki banyak peninggalan objek sejarah dan religi yang beberapa diantaranya dilindungi sebagai bangunan dan situs cagar budaya. Selain itu, perkembangan kota Surabaya sebagai kota metropolitan mengakibatkan bertumbuhnya pusat-pusat perbelanjaan modern yang juga menjadi suatu daya tarik wisata minat khusus yaitu minat belanja. Minat khusus lainnya yang ditawarkan oleh kota Surabaya adalah wisata kuliner. Tidak lengkap apabila berkunjung ke Surabaya tanpa menikmati kuliner khas Surabaya maupun masakan nusantara dan mancanegara (Direktori Pariswisa Surabaya, 2013: 11).

Surabaya memiliki beberapa makanan tradisional salah satunya adalah semanggi surabaya. Makanan tradisional ini terdiri dari dua macam sayuran yaitu daun semanggi dan kecambah yang direbus, disajikan bersama campuran petis dan bumbunya yang khas merupakan perpaduan ketela yang dikukus lalu ditumbuk bersama kacang gula merah, gula putih dan garam, serta dilengkapi kerupuk puli. Para penjualnya berjalan dengan menggendong barang dagangannya dan berkata “Semanggi” dengan intonasi yang khas sehingga masyarakat sudah hafal dengan pedagang semanggi. Selain itu, ada penjual semanggi yang sudah memiliki tempat “*ngetem*” dengan kata lain berhenti di tempat yang biasa berjualan dan para pembeli yang menghampirinya. Harga dari semanggi hanya Rp. 6.000,00 untuk satu porsinya.

Sebagian besar penjual Semanggi Suroboyo berasal dari Desa Kendung, Benowo, wilayah pinggiran Kota Surabaya yang berbatasan dengan Gresik. Desa Kendung, Kecamatan Benowo, Surabaya, dikenal sebagai kampung semanggi. Warganya membudidayakan tanaman semanggi di lahan-lahan serta sebagian besar berprofesi sebagai penjual. Para penjual berkeliling dan keluar masuk kampung di Surabaya menjajakan semanggi secara berkelompok dan menyebar ke berbagai pelosok di Surabaya. Masyarakat Surabaya jaman dahulu yang menyukai semanggi sampai dibuatlah lagu kroncong yang berjudul Semanggi Suroboyo.

*“Semanggi Suroboyo
Semanggi Suroboyo, lontong balap wonokromo.
Dimakan enak sekali, sayur semanggi, krupuk puli, Bung mari.
Harganya sangat murah.
Sepincuk hanya setali.
Dijual serta diburu, masuk kampung, keluar kampuang. Bung beli.
Sedap benar bumbunya, dan enak rasanya.
Sayur semanggi, cukulan dicampurnya, dan tak lupa tempenya.
Mari Bung coba beli, sayur semanggi Suroboyo.
Tentu memuaskan hati, sayur semanggi, krupuk puli, Bung beli.”*

Lagu ini telah menjadi bukti bahwa yang dinamakan sayur semanggi itu sudah melekat di hati masyarakat Surabaya. Namun, dengan banyak sawah-sawah yang digusur dibuat perumahan, maka penduduk semanggi pun mendekati kepunahan (Widodo, 2002: 90-91)

Selain itu, seiring perkembangan zaman dan teknologi membuat makanan produk asing seperti makanan siap saji (*fast food*) dan usaha-usaha restaurant asing berkembang di kota-kota besar. Masyarakat menjadikan makanan siap saji dan restaurant asing itu pilihan utama ketimbang makanan tradisional. Penyebab lain, kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kuliner tradisional

khususnya semanggi Surabaya. Hal ini disebabkan karena minimnya informasi yang mendalam tentang kuliner tradisional Semanggi Surabaya. Dari permasalahan tersebut, sebuah buku referensi yang berisikan informasi tentang semanggi Surabaya perlu untuk dirancang sebagai upaya pelestarian kuliner tradisional Surabaya.

Pelestarian dalam kamus Bahasa Indonesia (Eko, 2006:88) berasal dari kata dasar lestari, yang artinya adalah tetap selama-lamanya tidak berubah. Maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud pelestarian produk lokal adalah upaya untuk mempertahankan agar produk lokal tetap dipertahankan sebagaimana adanya. Kesimpulannya yang dimaksud dengan pelestarian kuliner tradisional semanggi Surabaya adalah usaha untuk mempertahankan agar kuliner tradisional Semanggi Surabaya dapat bertahan sebagaimana adanya.

Upaya pelestarian ini juga dilakukan karena adanya keinginan untuk membangun dan membangkitkan kembali kesadaran masyarakat Surabaya akan adanya makanan tradisional yaitu semanggi Surabaya yang diolah secara turum temurun, sebagai usaha yang dapat melestarikan makanan tradisional Indonesia khususnya daerah Surabaya, hal tersebut yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian. Oleh karena itu, peneliti membuat buku referensi semanggi Surabaya. Pemilihan sarana berupa buku, karena buku dapat menyampaikan informasi, cerita, pengetahuan, laporan, dan lain-lain. Buku dapat menampung banyak sekali informasi, tergantung jumlah halaman yang dimilikinya.

Di masyarakat, buku masih banyak digemari karena buku mempunyai keunikan tersendiri yang tidak tergantikan oleh media lain, seperti tekstur kertas

yang membawa nuansa tersendiri ketika orang sedang membawa buku itu dan buku juga memiliki bentuk yang lebih konkret karena sifatnya yang praktis, dapat dibaca kapan saja, dimana saja, dan mudah dibawa. Oleh karena itu, buku tidak pernah berhenti di konsumsi oleh publik. Buku selalu mengalami perkembangan, hingga pada akhirnya terdapat berbagai macam kategori buku dengan berbagai macam genre pula. Kemudahan dan kepraktisan dalam pemakaian, serta fungsi dari buku itu sendiri menumbuhkan keminatan masyarakat luas untuk “mengkonsumsinya” (Sumolang, 2013: 3- 4).

Dalam kasus ini buku yang dipilih adalah buku referensi. Buku referensi itu sendiri berarti suatu buku atau sejumlah publikasi kepada siapa orang berkonsultasi untuk mencari fakta-fakta atau informasi tentang latar belakang suatu objek, orang, dan atau peristiwa secara cepat dan mudah (Trimo, 1997). Pemilihan buku referensi ini juga dipilih karena diketahui bahwa di Indonesia, khususnya di Surabaya belum ada buku yang membahas secara rinci tentang asal usul semanggi Surabaya, kandungan yang terkandung dalam semanggi Surabaya yang menjadi makanan tradisional dari kota Surabaya.

Didalam buku referensi semanggi surabaya ini menggunakan teknik fotografi sebagai visualnya. Kekuatan terbesar dari fotografi pada media, entah itu dari berita, iklan ataupun apapun, khususnya ada pada kemampuannya untuk memberikan kesan aktual dan “dapat dipercaya” (Rustan, 2008 : 54). Dalam pembuatan buku referensi yang membahas akan sejarah dan tradisi suatu daerah harus memiliki kekuatan yang dapat dipercaya sehingga tidak merubah yang

sudah ada, maka dari itu penggunaan teknik fotografi untuk visual dan ilustrasi adalah hal yang tepat untuk penggarapan buku referensi semanggi surabaya.

Adanya buku referensi ini diharapkan dapat tersampaikan informasi yang lebih baik bagi masyarakat Surabaya yang gemar terhadap hal-hal yang berkaitan dengan sejarah, gemar akan kuliner, dan suka mencicipi makanan baru juga dapat dijadikan untuk penelitian selanjutnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka perumusan masalah ini adalah bagaimana membuat buku referensi masakan semanggi sebagai upaya pelestarian kuliner tradisional Surabaya ?

1.3 Batasan Masalah

Adanya batasan masalah dari perancangan buku referensi ini sebagai berikut:

1. Membuat perancangan buku referensi masakan semanggi.
2. Menggunakan teknik fotografi sebagai ilustrasinya.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk membuat buku referensi masakan semanggi sebagai upaya pelestarian kuliner tradisional Surabaya.

2. Untuk memberikan informasi yang lebih terperinci dan fokus kepada satu jenis makanan yaitu Semanggi Surabaya.

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis
 - a. Manfaat yang dapat diperoleh dalam bidang keilmuan khususnya Desain Komunikasi Visual adalah sebagai bahan referensi visual tentang Semanggi Surabaya.
 - b. Memberikan pemahaman masyarakat dalam mengenal lebih jauh tentang kuliner tradisional Surabaya, khususnya semanggi Surabaya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai bahan referensi para akademisi dalam meneliti tentang kuliner tradisional
 - b. Membantu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya dalam mempertahankan nilai-nilai tradisional yang terdapat pada Semanggi Surabaya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang konsep dan teori yang memperkuat perancangan. Dengan adanya referensi-referensi diharapkan perancangan ini dapat membawa hasil yang maximal.

2.1 Kuliner Tradisional

Makanan tradisional merupakan makanan yang biasa dimakan sejak beberapa generasi, terdiri dari hidangan yang cocok dengan selera, tidak bertentangan dengan agama, kepercayaan masyarakat setempat, dan terbuat dari bahan makanan serta bumbu-bumbu yang tersedia setempat (Sastroamidjojo, 1995).

2.2 Kota Surabaya

Nama "Surabaya" muncul di era Majapahit awal. Itu lokal diyakini berasal namanya dari kata Sura atau Suro (hiu) dan Baya atau Boyo (buaya), dua makhluk yang, dalam mitos lokal, berperang satu sama lain untuk mendapatkan gelar "terkuat dan paling kuat animal "di daerah sesuai dengan nubuatan Jayabaya. Sumber bersejarah lainnya menjelaskan bahwa simbol Sura (hiu) dan Baya (buaya) sebenarnya untuk menggambarkan peristiwa heroik terjadi di Ujung Galuh (nama masa lalu Surabaya), yang merupakan pertempuran antara pasukan

yang dipimpin oleh raden widjaja dan tentara pasukan Tar tar pada 31 Mei 1293. tanggal yang merupakan diperingati sebagai hari jadi kota.

2.3 Semanggi Surabaya

Semanggi Surabaya adalah makanan tradisional Surabaya yang terdiri dari dua macam sayuran yaitu daun semanggi dan kecambah yang direbus, disajikan bersama campuran petis dan bumbu yang khas yang merupakan perpaduan dari ketela rambat, kacang tanah dan gula merah, serta dilengkapi kerupuk puli.

2.4 Kajian Tentang Buku

Secara bahasa, buku berarti lembar kertas yang berjilid, baik itu berisi tulisan/ gambar maupun kosong (Depdiknas, 2001). Buku dapat berarti sekumpulan tulisan/ gambar yang dikumpulkan dan disusun sedemikian rupa hingga membentuk sebuah lembaran yang dijilid.

Buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangun watak bangsa (Muktiono, 2003:2). Buku dapat dijadikan pula sebagai sarana informasi untuk memahami sesuatu dengan mudah. Dalam masyarakat, buku anak-anak umumnya adalah buku bergambar, karena anak-anak lebih mudah memahami buku tersebut dengan banyak gambar daripada tulisan, sedangkan orang dewasa lebih fleksibel untuk memahami apa yang ada pada buku walaupun tanpa gambar sekalipun (Muktiono, 2003:76).

2.4.1 Buku Referensi

Buku Referensi adalah suatu buku atau sejumlah publikasi kepada siapa orang berkonsultasi untuk mencari fakta-fakta atau informasi tentang latar belakang objek, orang, dan atau peristiwa secara cepat dan mudah. Buku sumber ini bukan untuk dibaca secara menyeluruh, seperti kamus, ensiklopedi, handbook, direktori, guide books, almanak-almanak, peta, buku biografi, buku indeks dan abstrak, publikasi penelitian dan publikasi pemerintahan.

2.4.2 Struktur Buku



Bagian-bagian dari buku tidak selalu sama antara satu buku dengan buku lainnya, tetapi pada dasarnya berkisar dari unsur-unsur berikut:

1. Kulit Buku

Kulit buku merupakan bagian buku yang paling luar atau biasa disebut juga sampul buku, kulit buku gunanya jelas, yaitu untuk melindungi isi dan untuk memperkokoh buku. Kulit buku banyak jenisnya, ada yang dari kertas tebal saja, ada yang dibuat dari karton kemudian dibalut dengan kain linen, kain biasa, bahkan buku-buku mahal ada yang memakai balutan kulit asli. Lebih bagus buku-buku untuk perpustakaan memiliki kulit buku yang tebal karena buku-buku yang ada di perpustakaan sering berganti tangan. Di beberapa Negara buku-buku yang dipergunakan untuk perpustakaan diberi kulit yang kuat, yang diberi nama “Library Binding” (penjilidan untuk perpustakaan). Pada kulit buku biasanya dimuat judul buku (Cover Title), kadang-kadang juga tidak ditemui judul. Judul pada kulit buku ini dalam katalogisasi tidak

terlalu penting. Dalam proses pengkatalogan dapat mengabaikannya, kecuali kalau judul tersebut berbeda dengan judul yang tercantum dalam halaman judul “Title Page” buku. Dalam hal demikian perlu dipertimbangkan apakah judul tersebut perlu dicatat dan diinformasikan kepada pembaca dalam katalog. Sebab sebagian pembaca memungkinkan akan menelusuri judul buku tersebut melalui judul dikulit tersebut.

2. Punggung Buku

Pada pungung buku biasanya terdapat judul buku. Seperti halnya judul yang terdapat pada kulit buku, judul punggung buku ini pun ada kemungkinan tidak sama dengan apa yang terdapat pada halaman judul.

3. Halaman Kosong (Fly Leaves)

Halaman kosong ini adalah halaman tanpa teks yang terletak setelah kulit buku di bagian depan dan bagian belakang. Halaman kosong ini ada yang menyebut juga halaman pelindung. Halaman ini berfungsi sebagai penguat jilid dan buku. Oleh karena itu biasanya halaman kosong ini terbuat dari kertas yang lebih kuat.

4. Halaman Judul Singkat (Half Title)

Halaman judul singkat ini ada yang menyebut juga halaman setengah judul ”Half Title Page“. Halaman judul singkat ini terletak setelah halaman kosong dan berisi judul singkat dari buku.

5. Judul Seri

Judul seri ini merupakan judul dari karya-karya berjilid yang saling berkaitan dalam subyek dengan satu judul mencakup judul-judul seri.

6. Halaman Judul (Title Page)

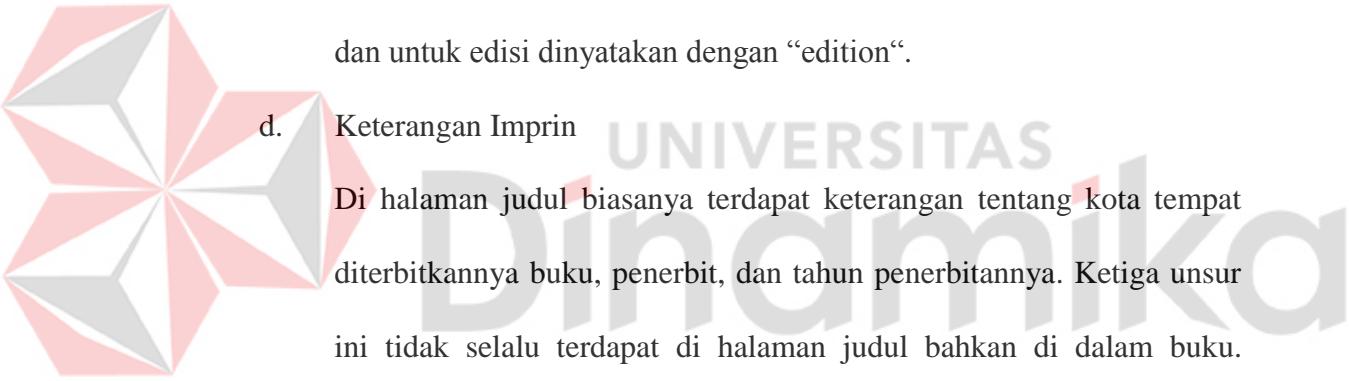
Halaman judul buku merupakan halaman yang berisi banyak data dan informasi yang diberikan penerbit , antara lain judul buku, nama pengarang dan pihak-pihak lain yang terlibat dalam kepengarangan seperti penerjemah, editor, dan illustrator. Di samping itu juga berisi informasi tentang kota tempat terbit, penerbit dan tahun terbit. Oleh karena itu, halaman judul buku merupakan halaman yang sangat penting diperhatikan dalam proses katalogisasi deskriptif. Halaman inilah yang menjadi sumber utama dalam mengumpulkan berbagai data dan informasi yang diperlukan dalam katalogisasi.

a. Judul Buku

Judul yang tercantum pada halaman judul merupakan judul resmi dari buku tersebut. Di samping judul pokok tercantum pula judul-judul lain seperti judul tambahan, judul alternatif dan judul paralel.

b. Nama Pengarang

Nama pengarang yang tercantum di halaman judul biasanya lengkap dengan gelar-gelarnya jika pengarang tersebut bersifat perorangan. Pengarang bisa juga berupa lembaga atau badan. Di samping nama pengarang, di halaman judul dicantumkan juga nama-nama berbagai pihak yang terlibat dalam kepengarangan buku seperti penerjemah, editor, dan penyadur



c. Keterangan Edisi

Pada halaman judul terdapat keterangan tentang edisi atau cetakan buku. Tetapi tidak selalu demikian karena sering kali keterangan edisi justru terdapat di halaman balik judul, di kulit buku atau di kata pendahuluan. Keterangan edisi penting dicantumkan dalam katalog karena menunjukkan tingkat kemutakhiran buku tersebut. Kata edisi mungkin berbeda dengan cetakan, jika yang dimaksud cetakan ialah pencetakan ulang dari buku tanpa revisi atau penambahan. Pencetakan ulang dengan bahasa Inggris biasanya dinyatakan dengan “Printing” dan untuk edisi dinyatakan dengan “edition”.

d. Keterangan Imprin

Di halaman judul biasanya terdapat keterangan tentang kota tempat diterbitkannya buku, penerbit, dan tahun penerbitannya. Ketiga unsur ini tidak selalu terdapat di halaman judul bahkan di dalam buku. Unsur-unsur ini kadang-kadang terdapat di halaman balik judul atau mungkin di halaman kulit luar bagian belakang buku. Di halaman judul biasanya juga dituliskan juga hak cipta “:Copyright“.

7. Halaman Balik Judul

Pada halaman balik judul sering kali terdapat banyak informasi penting, antara lain:

- a. Keterangan kepengarangan
- b. Judul asli dari karya terjemahan
- c. Kota tempat terbit dan penerbit

- d. Tahun terbit dan tahun copyright
 - e. Keterangan edisi
 - f. dan lain-lain
8. Halaman Persembahan (Dedication)

Halaman persembahan biasanya terletak sebelum halaman prakata. Dalam proses katalogisasi deskriptif tidak perlu memperhatikan halaman persembahan ini.

9. Kata Pengantar

Kata pengantar merupakan catatan singkat yang mendahului teks, berisi penjelasan-penjelasan yang diberikan si pengarang kepada para pembaca. Penjelasan-penjelasan itu dapat berupa tujuan dan alas an penulisan buku, ruang lingkup, dan pengembangan subyek yang dibahas. Sering pula kata pengantar berisi ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulisan buku tersebut dan penjelasan tentang cetakan.

10. Daftar Isi

Daftar isi biasanya terletak sesudah kata pengantar tetapi dapat juga terletak di bagian akhir dari buku. Daftar isi memuat judul-judul bab yang biasanya diikuti rincian berupa anak-anak bab, tetapi bisa juga tanpa bab. Dalam daftar isi ini juga bisa ditemukan daftar gambar, daftar peta, ilustrasi, dan lain-lain.

11. Pendahuluan

Pendahuluan biasanya mengikuti daftar isi dan merupakan bab pertama dari buku. pendahuluan memberikan wawasan tentang subyek yang dibahas,

baik pengembangannya maupun pengorganisasianya secara ilmiah. Pendahuluan ini sering kali tidak ditulis sendiri oleh si pengarang, melainkan oleh seseorang yang dianggap mempunyai nilai lebih tentang bidang yang dibahas.

12. Naskah (Teks)

Naskah atau teks buku, bahkan ada yang menyebut isi buku. Naskah ini disajikan dalam bab-bab secara sistematis mengikuti daftar isi. Banyak teks dibubuhinya berbagai jenis ilustrasi untuk penjelasan atau hiasan. Buku yang memuat ilustrasi akan lebih mudah menarik pembaca, terlebih buku anak-anak. Buku akan lebih menarik juga apabila memakai huruf yang bagus.

13. Indeks

Indeks merupakan daftar secara rinci dari sebuah terbitan atau buku tentang subyek, nama orang, nama tempat, nama geografis, dan hal-hal yang dianggap penting. Indeks ini disusun secara sistematis menurut abjad atau alfabetis. Indeks ini bertujuan agar lebih memudahkan para pembaca dalam menelusuri informasi. Indeks ini biasanya diletakkan di bagian akhir dari sebuah buku. Tetapi apabila buku itu dalam beberapa jilid, biasa saja indeks tersebut terpisah dalam satu jilid.

14. Bibliografi

Bibliografi merupakan daftar kepustakaan yang digunakan si pengarang dalam menulis buku. Biasanya buku-buku yang bersifat ilmiah selalu memuat bibliografi. Terkadang bibliografi disebut juga dengan Daftar Pustaka. Bibliografi biasanya terletak di bagian akhir.

15. Glossary

Glossary merupakan daftar kata-kata atau istilah-istilah yang dianggap masih asing bagi pembaca pada umumnya atau masih perlu dijelaskan. Glossary biasanya diletakkan di bagian akhir buku.

16. Nomor Pagina

Nomor pagina dari sebuah buku biasanya terdiri atas angka Romawi kecil dan angka Arab. Angka Romawi kecil biasanya digunakan pada penomoran halaman kata pengantar sampai dengan daftar isi, sedangkan untuk bab pendahuluan sampai akhir biasanya digunakan angka Arab.

2.5 Layout

Menurut Surianto Rustan dalam buku (Rustan, 2008: 0), pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/ pesan yang dibawanya.

Diperjelas oleh Tom Lincy dalam buku (Kusrianto, 2007: 277), prinsip layout yang baik adalah selalu memuat 5 prinsip utama dalam desain, yaitu proporsi, keseimbangan, kontras, irama dan kesatuan. Dalam pembuatan buku ini desain layout menjadi landasan dasar untuk menjadikan acuan dalam memberikan panduan dalam mendesain layout dari pembuatan buku makanan tradisional Surabaya. Untuk mengatur layout, maka di perlukan pengetahuan dan jenis-jenis layout. Berikut ini adalah jenis-jenis layout pada media cetak, baik majalah, iklan, koran maupun sebuah buku.

1. Mondrian Layout

Mengacu pada konsep seorang pelukis Belanda bernama Piet Mondrian, yaitu penyaji iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk square / landscape / portrait, dimana masing – masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian dan memuat gambar / copy yang saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual.

2. Multi Panel Layout

Bentuk iklan dimana dalam satu bidang penyajian dibagi menjadi beberapa tema visual dalam bentuk yang sama (square/double square semuanya).

3. Picture Window Layout

Tata letak iklan dimana produk yang diiklankan ditampilkan secara close up. Bisa dalam bentuk produknya itu sendiri atau juga bisa menggunakan model (public figure).

4. Copy Heavy Layout

Tata letaknya mengutamakan pada bentuk copy writing (naskah iklan) atau dengan kata lain komposisi layoutnya di dominasi oleh penyajian teks (copy).

5. Frame Layout

Suatu tampilan iklan dimana border/bingkai/ramanya membentuk suatu naratif (mempunyai cerita).

6. Shilouette Layout

Sajian iklan yang berupa gambar ilustrasi atau teknik fotografi dimana hanya ditonjolkan bayangannya saja. Penyajian bisa berupa Text- Rap atau

warna spot color yang berbentuk gambar ilustrasi atau pantulan sinar seadanya dengan teknik fotografi.

7. Type Specimen Layout

Tata letak iklan yang hanya menekankan pada penampilan jenis huruf dengan *point size* yang besar. Pada umumnya hanya berupa *Head Line* saja.

8. Circus Layout

Penyajian iklan yang tata letaknya tidak mengacu pada ketentuan buku. Komposisi gambar visualnya, bahkan kadang – kadang teks dan susunannya tidak beraturan.

9. Jumble Layout

Penyajian iklan yang merupakan kebalikan dari sircus layout, yaitu kompisisi beberapa gambar dan teksnya disusun secara teratur.

10. Grid Layout

Suatu tata letak iklan yang mengacu pada konsep grid, yaitu desain iklan tersebut seolah-olah bagian per bagian (gambar atau teks) berada di dalam skala grid.

11. Bleed Layout

Sajian iklan dimana sekeliling bidang menggunakan frame (seolah-olah belum dipotong pinggirnya). Catatan : Bleed artinya belum dipotong menurut pas cruis (utuh) kalau Trim sudah dipotong.

12. Vertical Panel Layout

Tata letaknya menghadirkan garis pemisah secara vertical dan membagi layout iklan tersebut.

13. Alphabet Inspired Layout

Tata letak iklan yang menekankan pada susunan huruf atau angka yang berurutan atau membentuk satu kata dan diimprovisasikan sehingga menimbulkan kesan narasi (cerita).

14. Angular Layout

Penyajian iklan dengan susunan elemen visualnya membentuk sudut kemiringan, biasanya membentuk sudut antara 40-7- derajat.

15. Informal Balance Layout

Tata letak iklan yang tampilan elemen visualnya merupakan suatu perbandingan yang tidak seimbang.

16. Brace Layout

Unsur-unsur dalam tata letak iklan membentuk letter L (L-Shape). Posisi bentuk L nya bisa terbalik, dan dimuka bentuk L tersebut dibiarkan kosong.

17. Two Morties Layout

Penyajian bentuk iklan yang penggarapannya menghadirkan dua inset yang masing-masing memvisualkan secara deskriptif mengenai hasil penggunaan/detail dari produk yang ditawarkan.

18. Quadran Layout

Bentuk tampilan iklan yang gambarnya dibagi menjadi empat bagian dengan volume/isi yang berbeda. Misalnya kotak pertama 45%, kedua 5%, ketiga 12%, dan keempat 38%. (mempunyai perbedaan yang menyolok apabila dibagi empat sama besar).

19. Cosmic Script Layout

Penyajian iklan yang dirancang secara kreatif sehingga merupakan bentuk media komik, lengkap dengan captionsnya.

20. Rebus Layout

Susunan layout iklan yang menampilkan perpaduan gambar dan teks sehingga membentuk suatu cerita.

2.6 Upaya Pelestarian

Pelestarian dalam kamus bahasa Indonesia (Eko, 2006:88) berasal dari kata lestari yang artinya adalah tetap selama-lamanya tidak berubah. Maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud “upaya pelestarian” produk lokal adalah upaya untuk mempertahankan agar produk lokal tetap dipertahankan sebagaimana adanya.

Dalam penelitian ini, upaya pelestarian perlu dilakukan untuk menjaga dan mengakui bahwa semanggi adalah makanan tradisional milik kota Surabaya. Dari sisi masyarakat, dapat meningkatnya kesadaran akan produk lokal yang sudah turun – temurun. Dikemas dalam bentuk buku referensi.

2.7 Warna

Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Karena warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis (Supriyono, 2010:58). Warna diyakini mempunyai dampak psikologis terhadap manusia.

Dampak tersebut dapat dipandang dari berbagai macam aspek, baik aspek panca indera, aspek budaya dan lain-lain.

Di dalam buku (Rustan, 2009: 72) disadari atau tidak, warna memainkan peran yang sangat besar dalam pengambilan keputusan saat membeli barang. Penelitian yang dilakukan oleh *Institute for Color Research* di Amerika (sebuah institut penelitian tentang warna) menemukan bahwa seseorang dapat mengambil keputusan terhadap orang lain, lingkungan maupun produk dalam waktu hanya 90 detik saja. Dan keputusan tersebut 90% didasari oleh warna.

2.8 Proporsi

Proporsi adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya (Kusrianto, 2007:277). Penerapan teori ini dalam pembuatan buku makanan tradisional di Kota Surabaya, sebagai salah satu media bagi visualisasi sebuah konsep dalam penerapan perbandingan ukuran yang digunakan untuk menentukan penataan visual, keseimbangan visual demi membentuk proporsi yang sesuai.

2.9 Tipografi

Secara tradisional istilah tipografi berkaitan erat dengan setting huruf dan pencetakannya. Pengaruh perkembangan teknologi digital yang sangat pesat pada masa kini membuat maknanya semakin meluas. Kini tipografi dimaknai sebagai segala disiplin yang berkenaan dengan huruf. Pada prakteknya, saat ini tipografi telah jauh berkolaborasi dengan bidang-bidang lain, seperti multimedia

dan animasi, web dan online media lainnya, sinematografi, interior, arsitektur, desain produk dan lain-lain (Rustan, 2011:16).

2.9.1 Keterbacaan Cetak

Dalam era teknologi komputer dewasa ini, ada satu aspek yang sering dilupakan oleh para penulis buku dan karya ilmiah, akademik, atau profesional yaitu aspek tipografis. Aspek ini sangat erat kaitannya dengan masalah keterbacaan (*readability*) cetakan karya tersebut. Keterbacaan yang dimaksud ini adalah tingkat kenyamanan visual cetakan sehingga pembaca cukup tahan lama membaca karena mata tidak mengalami kelelahan (*fatigue*). Keterbacaan cetakan ditentukan oleh format, susunan, jenis huruf, dan tata wajah cetakan. Moore (1995) menunjukkan aspek yang harus dipertimbangkan yaitu :

1. *Readability*
2. *Suitability*
3. *Producibility*
4. *Line width*
5. *Space*

Di bawah ini adalah salah satu contoh materi yang dimuat dalam brosur seminar sehari bertema Desktop Publishing Design yang diselenggarakan oleh Mavis & Moore. Materi yang dibahas adalah masalah rata kanan dan takrata kanan.

Clip-and-save desktop publishing quick-reference guide

Which to use: justified vs. ragged right . . .

by KRISTINE MOORE

WHENEVER YOU DESIGN a publication, a key decision is whether to set the text with justified or ragged right type. Justified type has uneven word spacing and even line widths. Ragged right type has even word spacing and uneven line widths. Justified type almost always is hyphenated. (Hyphenation occurs when a hyphen is used to break a word between two lines.) Justified type *without* hyphenation suffers from excessive word spacing. Ragged right type may or may not be hyphenated. Even when it is hyphenated, it is usually has fewer divided words than justified type. Here are five factors to consider when choosing which style to use.

1. READABILITY. According to one study, ragged right type is easier to read for about 7 out of 10 people. Other studies find little difference in readability between justified and ragged right type.

2. SUITABILITY. Which style will create the most suitable image

Kristine Moore is the creator and leader of the "Desktop Publishing Design" seminar as well as a partner in Mavis & Moore.

Copy set justified:

Justified type has even margins on both sides. To create lines of the same width, the space between words varies from line to line. Ragged right type has an even left margin and an uneven right margin. Although the line width varies, the space between words remains the same.

Copy set ragged right:

Justified type has even margins on both sides. To create lines of the same width, the space between words varies from line to line. Ragged right type has an even left margin and an uneven right margin. Although the line width varies, the space between words remains the same.

Copyright 1997 / Mavis & Moore / 1706 Cambridge Road / Ann Arbor, Michigan 48104-5210 / All rights reserved.

Point-Counterpoint

"One of the things that bugs me now is the huge amount of type set ragged right. That's an irritation to the eye. When we have to do a job over and over again, the only way we can do is rhythmically. Justified type makes that process easier. The eye does not have to adjust to a different sweep on each line. Now we have people who think ragged right type is the greatest invention since the zipper."

*EDMUND C. ARNOLD
Author and newspaper design consultant*

"Ragged-right reads better. In setting justified copy the typesetter (whether a person or a programmed machine) often has to spread out the space between words to make the lines come out the same length. The resulting uneven spacing affects the visual rhythm of each line and disturbs reading; it makes the eye stumble, as it tries to compensate for these imbalances. That is tiring work. Ragged-right overcomes the problem by simply doing away with it. Type appears the way it is supposed to: naturally spaced. It looks and reads best that way."

*JAN V. WHITE
Author and publications design consultant*

Gambar 2.1 Brosur seminar sehari Mavis & Monroe
Sumber: Suwardjono 2008 Jurnal Aspek tipografi

2.10 Prinsip Dasar Desain

Untuk menghasilkan desain yang berkualitas diperlukan pertimbangan yang cerdas dalam mengorganisasikan elemen-elemen grafis sesuai dengan prinsip-prinsip desain secara tepat dengan memperhatikan keterbatasan bahan. Untuk itulah diperlukan kreativitas untuk menghasilkan desain yang kreatif. Ciri-ciri desain yang kreatif adalah dapat menarik perhatian pembaca, tulisan di dalamnya

mudah dibaca dan dimengerti, informasi tulisan dilengkapi dengan informasi visual, dapat mengangkat intisari tulisan tersebut dan dapat menceritakan suasana setempat dan perasaan orang yang bersangkutan. Menurut Stephen McElroy, pada intinya adalah bagaimana caranya agar desain itu komunikatif dan persuasif.

Adapun prinsip-prinsip desain adalah:

1. Keseimbangan

Keseimbangan artinya halaman harus tampil seimbang dan harmonis. Untuk mendapatkan desain yang enak dilihat adalah dengan peletakan keseimbangan dan keharmonisan dari unsur-unsur desain. Karena prinsip yang mendasar dari komposisi yang mudah diidentifikasi dan terlihat jelas adalah keseimbangan. Bila kita melihat sebuah benda dengan berat yang sama diletakkan pada jarak yang sama di atas sebuah sumbu maka akan terlihat bahwa kedua belah sisi dari garis akan terlihat sama. Namun, bisa saja kedua benda yang seolah-olah dengan bentuk yang sama namun memiliki massa berbeda akan terlihat tidak seimbang apabila diletakkan pada timbangan dengan sebuah titik di tengahnya. Keseimbangan terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya:

- a. Keseimbangan Simetri, obyek-obyek yang disusun di sebelah kiri dan sebelah kanan sumbu khayal sama dalam bentuk, ukuran, bangun dan letaknya.
- b. Keseimbangan Asimetris, susunan keseimbangan asimetris diperoleh jika bentuk, bangun, garis, ukuran, volume diletakkan sedemikian rupa sehingga tidak mengikuti aturan keseimbangan simetris.

Keseimbangan asimetris banyak dipergunakan untuk desain modern atau kontemporer.

- c. Keseimbangan horizontal, keseimbangan yang diperoleh dengan menjaga keseimbangan antara bagian bawah dan bagian atas.
- 2. Keserasian atau harmoni.

Keserasian atau harmoni adalah prinsip desain diartikan sebagai keteraturan di antara bagian-bagian sebuah karya. Keserasian adalah suatu usaha untuk menyusun berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur, dan elemen-elemen lain dalam satu komposisi yang utuh agar nikmat dipandang. Serasi atau harmoni bisa dicapai dengan kesamaan arah, kesamaan bentuk dan bangun meskipun berbeda ukuran ataupun dengan tekstur yang bersifat sama. Keserasian bisa dicapai dengan berbagai variasi agar tidak membosankan.

- 3. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan antara satu bagian obyek dengan obyek lain atau dengan keseluruhannya. Proporsi berbeda dengan skala. Proporsi sangat terkait dengan obyek lain yang telah diketahui sebelumnya. Misalnya, ukuran gambar yang serasi untuk newsletter jelas kurang proporsional untuk baliho.

- 4. Skala

Skala merupakan ukuran relative dari suatu obyek yang akan terlihat setelah dibandingkan dengan obyek lainnya. Penggunaan skala dapat menciptakan keserasian dan kesatuan obyek dalam desain. Skala biasanya dinyatakan

dengan ukuran panjang dan lebar. Elemen-elemen yang digunakan memiliki hubungan dalam skala secara konsisten. Penerapan memberikan garis bantu (grid). Obyek maupun badan manusia dapat juga digunakan untuk skala, misalnya kaki, depa, hasta, dan lain-lain.

5. Irama atau Ritme

Irama atau ritme, biasanya terkait dengan kesan gerak yang ditimbulkan oleh pengulangan elemen. Didalam pengulangannya penulis sebagai desainer dapat memberikan akses atau penekanan tertentu. Ritme yang baik dapat memberikan kesan gerakan yang lembut dan berkesinambungan. Irama mampu mengarahkan perhatian dari bagian yang satu ke bagian yang lain. Irama dapat sederhana, namun dapat juga sangat kompleks. Gradasi merupakan jenis irama yang sering digunakan dengan melakukan perubahan secara bertahap terhadap elemen, baik dari segi warna, ukuran, atau nilai, yang diberikan bersamaan dengan pengulangan yang dilakukan.



BAB III

METODOLOGI DAN PERANCANGAN KARYA

3.1 Prosedur Perancangan

Dalam sebuah penelitian, perencanaan harus disusun secara logis dan sistematis akan menjadi bagian utama dari penelitian. Hal ini bertujuan agar hasil dari perancangan dapat turut melestarikan kuliner tradisional Semanggi Surabaya serta dapat dipertanggung-jawabkan. Kerangka Tugas Akhir harus disusun dengan jelas sehingga menghasilkan kemudahan dalam memecahkan masalah serta memperkecil kemungkinan terjadinya kesalahan dalam proses perancangan.

Prosedur perencanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Riset lapangan secara langsung

Riset lapangan yang dilakukan secara langsung ini adalah tahap awal untuk mendapatkan data dan infomasi yang berkaitan dengan cerita dan fakta tentang kuliner tradisional Semanggi Surabaya yang telah ditentukan oleh peneliti, yang akan dipakai sebagai data utama dalam proses perancangan karya. Riset lapangan secara langsung terdiri dari informasi yang dapat mengenalkan semanggi Surabaya, sejarah, produksi dan penjual, bahan & manfaat, harapan dan cara membuat semanggi Surabaya di rumah. Hingga wawancara kepada pihak yang berkompeten.

2. Program

Pada tahap program dilakukan identifikasi masalah berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil riset lapangan, sehingga menghasilkan data yang

dapat diajukan sebagai gagasan desain dan bahan perancangan untuk menceritakan sisi lain kuliner tradisional Semanggi Surabaya.

3. Gagasan Desain

Gagasan desain dibuat berdasarkan; mengenalkan semanggi Surabaya, sejarah, produksi dan penjual, bahan & manfaat, harapan dan cara membuat semanggi Surabaya di rumah yang akan diwujudkan melalui visual berupa foto dan *bodycopy* setiap halaman buku.

4. Alternatif Desain

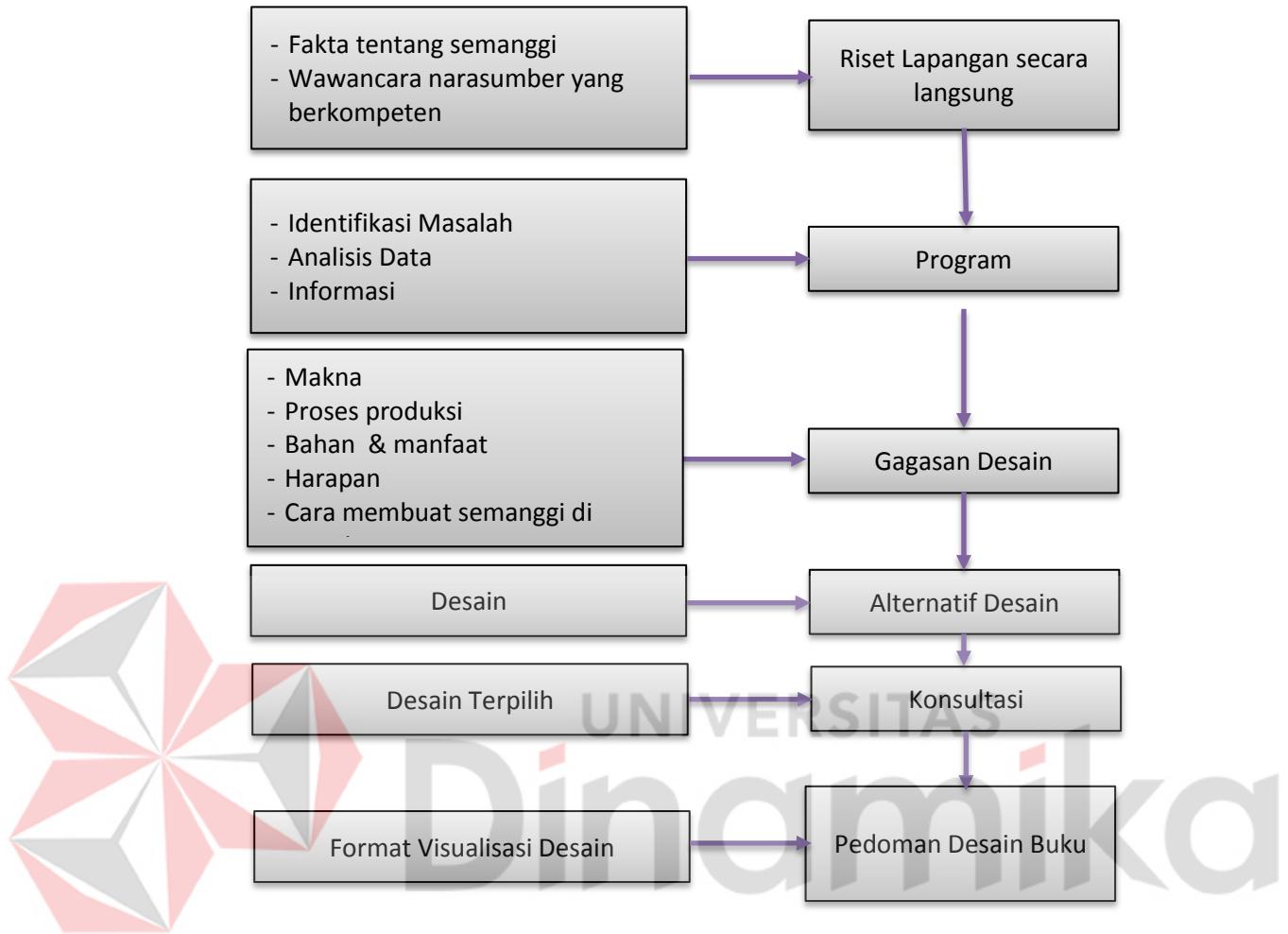
Perancang membuat beberapa alternatif desain yang dianggap sesuai berdasarkan hasil *bodycopy* yang telah disusun sebelumnya.

5. Konsultasi

Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat, maka selanjutnya dikonsultasikan kepada pihak-pihak terkait untuk mendapatkan desain terpilih.

6. Pedoman Desain Buku

Dari alternatif desain yang telah dikonsultasikan kepada pihak yang terkait, dapat dilakukan beberapa revisi yang dianggap dapat memberikan kesesuaian dari segi komunikasi, teknologi, ekonomi, teknis hingga pada proses visualisasi yang akan diimplementasikan pada buku. Prosedur perancangan digambarkan dalam bagan seperti tampak pada gambar 3.1



Tabel 3.1 Prosedur Perancangan
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

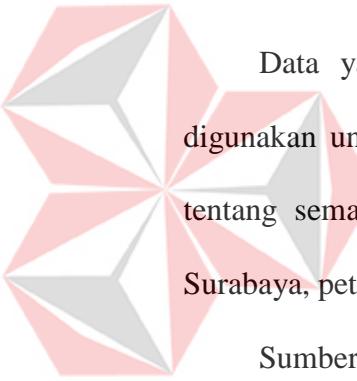
3.2 Metodologi Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam perancangan kali ini adalah metode kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk mengurai variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Tujuan dari pendekatan ini menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menemukan teori, menggambarkan realitas yang kompleks dan memperoleh pemahaman makna. Dalam kasus semanggi Surabaya ini merupakan salah satu permasalahan yang

kompleks tentang perkembangan sejarah kuliner tradisional. Menurut Sugiyono (2013:25), sejarah perkembangan seseorang tokoh atau masyarakat akan dapat dilacak melalui metode kualitatif. Dengan menggunakan data dokumentasi, wawancara mendalam kepada pelaku atau orang yang dipandang tahu.

Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan data yang didapatkan dapat sesuai, terperinci dan menunjang kelanjutan perancangan buku referensi masakan semanggi Surabaya ini.

3.3 Sumber Data



Data yang diperoleh dapat membantu menemukan konsep yang akan digunakan untuk merancang buku kuliner tradisional Semanggi Surabaya. Data tentang semanggi Surabaya diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya, petani semanggi, dan ibu penjual semanggi keliling

Sumber dari penelitian ini terdiri atas data primer yang merupakan data utama dan data sekunder sebagai data pendukung.

1. Data Primer

Data ini diperoleh langsung melalui responden yang telah telah ditentukan untuk mendapatkan informasi mengenai semanggi Surabaya, data ini diperoleh dari hasil wawancara kepada orang yang ahli dan mengetahui tentang semanggi Surabaya.

2. Data Sekunder

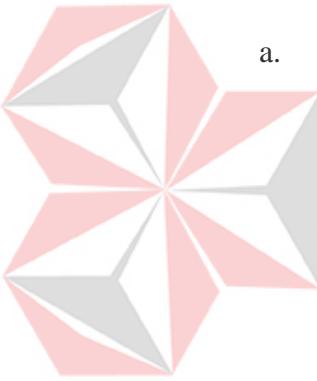
Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui

dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet. Data tidak langsung berasa dari sumber-sumber data pendukung hasil observasi, jurnal, data literatur, buku dan artikel yang terkait dengan pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya.

3.4 Teknik Pengambilan Data

1. Data Primer

a. Observasi lapangan secara langsung



Dalam buku Sugiyono (2013:145), mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Jenis observasi yang dilakukan untuk penelitian kali ini adalah observasi berperan serta (*Participant Observation*) dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Melakukan pengamatan dan ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap dan tajam.

Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data yang dengan pengamatan secara langsung ke tempat ibu Sona, ibu Suhartini berjualan dan ibu Asiyah di sawah miliknya serta mengadakan

pencatatan secara sistematis terhadap hal-hal yang dapat memberikan penjelasan secara jelas tentang aktifitas, perilaku, lingkungan dan gambaran umum tentang semanggi Surabaya sebagai bahan pertimbangan konsep pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya.

b. Interview atau wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada subyek yang diteliti. Wawancara memiliki sifat yang luwes, pertanyaan yang diberikan dapat disesuaikan dengan subyek, sehingga segala sesuatu yang ingin diungkap dapat digali dengan baik. Ada dua jenis wawancara berstruktur dan tidak berstruktur. Dalam wawancara berstruktur, pertanyaan dan alternative jawaban yang diberikan kepada subyek telah ditetapkan terlebih dahulu oleh pewawancara. Wawancara tidak berstruktur bersifat informal, pertanyaan tentang pandangan, sikap, keyakinan subyek, atau keterangan lainnya dapat diajukan secara bebas kepada subyek. Dengan cara ini, peneliti dapat mengetahui lebih detail dan jelas informasi yang dibutuhkan (Mulyana, 2002: 180).

Metode wawancara mendalam atau in-depth interview dipergunakan untuk memperoleh data dengan metode wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai (Umar, 2003: 56).

Pada penelitian ini pedoman wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yang disusun secara terperinci dan dilakukan dengan secara langsung kepada Dinas Kebudayaaan dan Pariwisata Surabaya, Ibu Sona dan Ibu Suhartini selaku penjual semanggi keliling yang berpengalaman, terakhir kepada Ibu Asiyah selaku petani semanggi.

2. Data Sekunder

a. Metode kepustakaan

Mengkaji informasi melalui media-media cetak seperti koran, buku, majalah, dan karya Tugas Akhir. Metode kepustakaan merupakan teknik observasi secara tidak langsung.

b. Internet

Penilitian data yang dilakukan melalui jaringan internet. Data tersebut untuk mencari artikel, referensi yang terkait dengan pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2010: 270).

Pada metode ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan berbagai macam potensi dan seluruh bahan tertulis yang berhubungan dengan penelitian yang nantinya akan dicatat dan digunakan untuk memperkuat masalah.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka ini bertujuan untuk mendukung data penelitian yang diimplementasikan berupa buku referensi. Referensi ini diperoleh dari buku, jurnal, dan artikel yang terkait dengan proses pembuatan buku referensi semanggi Surabaya.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

Dalam penelitian ini dalam buku Prof. Sugiyono (2013: 246), mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktifitas dalam analisis data, yaitu reduksi data (*data reduction*), Penyajian (*data display*) dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Tahap pertama reduksi dilakukan dengan cara merangkum, mengambil data yang pokok

dan penting, membuat kategori, berdasarkan huruf besar, huruf kecil dan angka. Data yang tidak penting dibuang karena dianggap tidak penting. Tahap kedua, setelah melakukan reduksi data, maka selanjutnya adalah mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

Tahap ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan untuk mencari penjelasan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis untuk dijadikan acuan dalam pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya.

3.5.1 Metode Analisis Deskriptif-Kualitatif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu mengumpulkan data berdasarkan faktor-faktor yang menjadi pendukung terhadap objek penelitian, kemudian menganalisa faktor-faktor tersebut untuk dicari peranannya (Arikunto, 2010: 151).

Dalam penelitian ini desain metode yang digunakan adalah analisis kualitatif yang digunakan yaitu informasi yang diinterpretasikan berasal dari rangkuman sejumlah data besar yang masih mentah.

Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, dari metode wawancara, observasi dan telaah dokumen, maka data akan dianalisa menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif. Selanjutnya, dari hasil analisis data maka dapat dibuat beberapa rancangan yang sesuai dengan kriteria.

3.6 Hasil dan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:147) mengatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Data yang diperoleh dari hasil wawancara lapangan, dan bahan-bahan lain disusun secara sistematis sehingga dapat mudah dipahami.

3.7 Hasil Wawancara

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Sona, Ibu Suhartini selaku penjual semanggi Surabaya keliling yang sudah berjualan lebih dari 25 tahun, Ibu Asiyah selaku petani semanggi dan Mbak wiwit selaku *tourism information* di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya dan observasi di perumahan prapen dan di taman bungkul tempat ibu Sona dan ibu Suhartini berjualan. Pengumpulan data ini dilakukan pada 11 April 2014, dan 16 Juni 2014, maka dapat disimpulkan bahwa Semanggi Surabaya tidak berubah dari dulu hingga kini, meskipun demikian semanggi Surabaya masih memiliki peminat. Peminatnya dimulai kelas dewasa 25-35 tahun hingga manula. Dinamakan semanggi Surabaya, karena makanan ini adalah makanan yang disukai anak Surabaya sampai dibuatkan lagu kerongcong yang menandakan bahwa semanggi adalah makanan tradisional kota Surabaya.

Dari segi pembuatannya, untuk membuat semanggi Surabaya hingga layak untuk dimakan tidak perlu memakan waktu yang banyak. Cukup dengan menjemur lalu mengkukus, membuat bumbu sudah disiap untuk disajikan. Selain

harga yang hanya Rp 6.000,- /porsi. Bahan-bahannya pun mudah untuk dicari dan bermanfaat untuk tubuh karena menggunakan bumbu dapur seperti ketela, kacang tanah, jahe, gula putih, gula merah, kemiri, bawang putih, garam, petis, rawit dan kecambah. Namun, beberapa dari masyarakat kita tidak tahu akan kandungan dan manfaat dari bahan-bahan semanggi Surabaya ini.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi maka lahan seperti sawah digantikan dengan perumahan, perhotelan dan apartement. Selain itu, banyak produk asing seperti *fast food* dan restaurant asing lainnya membuat semanggi Surabaya ditinggalkan. Masyarakat lebih memprioritaskan menu utama mereka kepada produk asing. Ini diakibatkan kurangnya sarana informasi tentang semanggi Surabaya.

Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan kepada Wiwit selaku *tourism information* menyatakan bahwa belum ada buku yang membahas semanggi Surabaya secara terperinci sampai saat ini. Informasi tentang semanggi Surabaya hanya sebatas definisi. Sehingga tidak heran apabila masyarakat tidak tahu cerita tentang semanggi Surabaya. Dari hasil ini, maka diperlukan pembuatan buku referensi semanggi Surabaya untuk menambah informasi dan wawasan kepada masyarakat Surabaya agar dapat melestarikan kuliner tradisional Surabaya.

3.8 Segmentasi, Targetting, Positioning (STP)

1. Segmentasi dan Targetting

a. Demografi

Usia : 19 - 24 tahun (dewasa lanjut)

Status hidup keluarga : Belum menikah, menikah belum mempunyai anak, menikah punya anak.

Jenis Kelamin : Pria dan wanita

Profesi : Mahasiswa, eksekutif muda, ibu rumah tangga, pegawai negeri/swasta, wirawisata.

Status Sosial : Keluarga menengah

Penghasilan : Rp 1.500.000,- 2.600.000,- per bulan.

Pengeluaran : Rp 100.000 – 200.000,- per hari

Usia antara 19–21 tahun adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian lima hal, yaitu :

- a) Minat yang makin mantap terhadap fungsi fungsi intelek.
- b) Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang – orang lain dan dalam pengalaman – pengalaman baru.
- c) Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
- d) *Egosentrisme* (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dan orang lain.

- e) Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan masyarakat umum (*the public*) (Sarwono, 2012; 29-31).

b. **Geografi**

Segmentasi pasar secara geografi dari perancangan

Wilayah : Surabaya

Ukuran Kota : Kota besar

c. **Psikografis**

Dalam kerangka Vals (*Values and Lifestyle Analysis*) – Analisis nilai dan gaya hidup. Pengukuran dan pengelompokan gaya hidup konsumen dibagi menjadi 8 kelompok yaitu : *Actualizer, Fullfields, Achievers, Experiencers, Believers, Strivers, Makers, Strugglers*. Kelompok yang disasar dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a) *Experiencer*, orang yang suka mencoba, muda, energik, bersemangat, impulsif dan suka memberontak. Suka membelanjakan penghasilannya dalam proporsi yang besar untuk pakaian, makanan cepat saji, musik, film – video.
- b) *Believers*, konsumen yang menganggap segalanya baik/benar. Mereka orang konservatif, konvensional dan tradisional. Mereka yang menyukai produk-produk umum dan merek yang telah mapan.

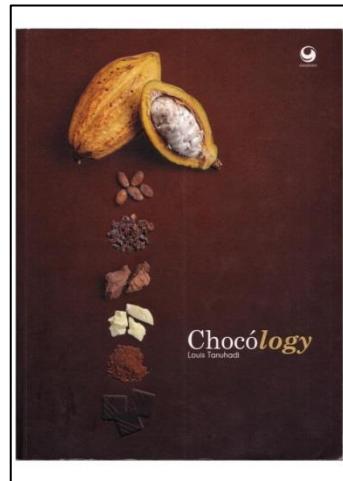
- c) *Makers*, konsumen yang membuat, praktis, swasembada, tradisional, berorientasi pada keluarga. Mereka yang menyukai pembelian produk untuk keperluan bekerja-mempunyai fungsi tertentu.

2. *Positioning*

Menurut Hasan (2008: 200, 203-204), menjelaskan bahwa posisioning merupakan penempatan sebuah merek di bagian pasar di mana merek tersebut akan mendapatkan sambutan positif dibanding produk-produk saingan. Penempatan produk-merek dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai pendekatan. Strategi posisioning berusaha menciptakan *differensiasi* yang unik dalam benak konsumen. Buku referensi masakan semanggi menempatkan memposisikan dirinya sebagai sebuah media berbentuk buku yang dapat dijadikan referensi dengan *eksposure*-nya fotografi dengan menceritakan sisi lain dari kuliner semanggi Surabaya untuk memberikan informasi dan wawasan baru kepada pembaca.

3.9 Analisis Kompetitor

Sebagai kompetitor dalam perancangan ini diambil salah satu buku yang memiliki perbedaan objek dan isi yang dibahas tetapi memiliki kesamaan dalam hal tema dan pemikiran, yaitu buku “Chocology” yang dibuat oleh Louis Tanuhadi seorang *chocolatier* (ahli cokelat) pada tahun 2012 seperti pada gambar 3.1 sebagai berikut:



Gambar 3.1 Cover buku chocology

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 3.1 ditulis dengan dua gabungan kata *Choco* yang berarti cokelat dan *Logy* yang berarti ilmu. Buku ini menjelaskan tentang cokelat dari segi sejarahnya, perkembangannya, jenis-jenis cokelat, memilih coklat yang baik dan dekorasi-dekorasi cokelat. Buku ini memiliki kesamaan tema yang akan dibuat untuk perancangan kali ini.

Dapat dilihat dari segi cover, terdapat foto buah cokelat yang masih dalam bentuk buah yang diolah hingga membentuk cokelat siap dikonsumsi dan nama yang menarik. Hal ini membuat buku ini tidak dinilai sebagai buku resep saja tetapi buku yang memiliki pengetahuan yang membahas tentang cokelat seperti pada gambar 3.2 sebagai berikut:



Gambar 3.2 Layout halaman 35 dari buku
“Chocology”

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

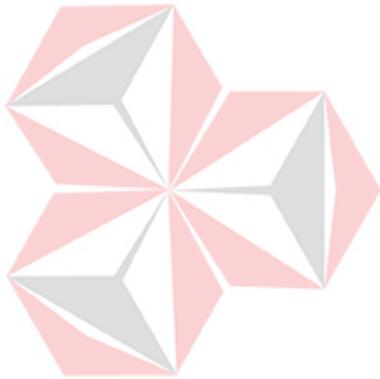
Pada gambar 3.2 jika ditinjau dari segi layoutnya, buku ini masih kurang dalam hal memikirkan kenyamanan dalam membaca. Layout yang baik dan disesuaikan dengan konsep akan memberikan ketertarikan dan kenyamanan dalam membaca seperti pada gambar 3.3 di bawah ini.



Gambar 3.3 Isi dari halaman satu dari buku
“Chocology”

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 3.3 di halaman sebelumnya dapat dilihat buku chocology ini menggunakan dua kolom yang bertujuan untuk memudahkan dalam membaca.



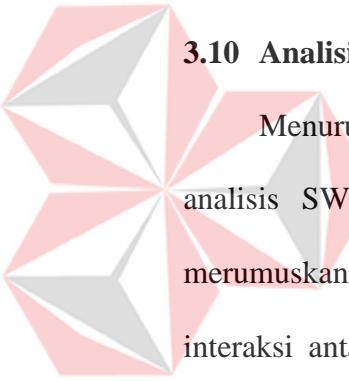
Gambar 3.4 Halaman Resep Dekorasi Cokelat
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Daftar Isi	
Kata Pengantar	iv
Ucapan Terima Kasih	
Dari Mana Cokelat Bersejul?	3
Perkembang Cokelat	3
Jenis-Jenis Kekasih	3
Dari Fermentasi Hingga ke Pengeringan Biji Kakao	3
Produksi Cokelat	8
Dari Pemotongan Kakao	11
Kakao Merinjat Cokelat	11
Bahan-Bahan di Dalam Cokelat	18
Mengenal Cokelat Berkualitas	18
Manfaat yang Harus Kita Pilih?	18
Cokelat	21
Geometri	24
Jenis-Jenis Cokelat	52
Begaimana Cara Memikimkan Cokelat yang Baik?	59
Persiapan Awal	59
Memikimkan Cokelat	63
Teknik Dasar Pengolahan Cokelat	64
Persiapan Cokelat	64
Menikmati Cokelat	65
Tempering Cokelat	67
Dekorasi Cokelat	
Cigarette Roll	62
Chocolate Fondant	64
Chocolate Molds	66
Chocolate Flower	68
Chocolate	
Chocolate Figure	70
Flower Chocolate	71
Chocolate Truffle	79
Raspberry Truffle	84
Chocolate Souffle	88
Tet-Bon-Bon	94
Name Chocolate	99
Kudapan	
Chocolate Financier	102
Chocolate Brownie	105
Chocolate Macaroon	109
Meringue Drop	113
Hidangan Penutup	
Oven	117
Chocolate Tiramisu	123
Raisin Chocolate Tart	131
American Chocolate Cose	138
Chocolate Souffle	142
Marcho Chocolate	144
Chocolate Vanille Latte	146
Tiramisu	148
Balon-Balon	149
Daffodil Pudding	151
Bisquit Singkhat	152

Gambar 3.5: Halaman *Contents* (daftar isi) dari buku
“Chocology”
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 3.5 dan gambar 3.4 pada halaman sebelumnya apabila berbicara tentang hal teknis, buku ini memiliki penjelasan yang detail tentang cokelat. Dapat dilihat dari daftari isi, buku ini memiliki kelengkapan informasi dan penggambaran resep cokelat yang tidak kalah lengkap juga. Di dalam halaman resep buku ini juga menuntun pembaca dalam pembuatan dekorasi cokelat, sehingga pembaca mudah untuk membuat makanan dan minuman berdasarkan resep dari buku chocology. Dari segi warna antara coklat tua dan hijau mudah sudah memiliki kecocokan tersendiri.

3.10 Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)



Menurut salah satu pakar SWOT Indonesia, Fredy Rangkuti mengatakan analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Setelah melakukan identifikasi antara unsur internal dan eksternal. Mulai dilakukan kesimpulan berdasarkan 4 faktor yang sebelumnya telah di analisis, yaitu:

1. Strategi kekuatan-kesempatan (S dan O atau maxi-maxi)

Strategi yang dihasilkan pada kombinasi ini adalah memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi. Misalnya bila kekuatan perusahaan adalah pada keunggulan teknologi, maka keunggulan ini dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmentasi pasar yang

membutuhkan tingkat teknologi dan kualitas yang lebih maju yang keberadaannya dan kebutuhannya telah diidentifikasi pada analisis kesempatan.

2. Strategi kelemahan-kesempatan (W dan O atau mini-maxi)

Kesempatan yang dapat diidentifikasi tidak mungkin dimanfaatkan karena kelemahan perusahaan.

3. Strategi kekuatan-ancaman (S dan T atau maxi-mini)

Dalam analisis ancaman ditemukan kebutuhan untuk mengatasi. Strategi ini mencoba mencari kekuatan yang dimiliki perusahaan yang dapat mengurangi atau menangkal ancaman tersebut.

4. Strategi kelemahan-ancaman (W dan T atau mini-mini)

Dalam situasi menghadapi ancaman dan sekaligus kelemahan intern, strategi yang umumnya dilakukan adalah “keluar” dari situasi yang terjepit tersebut. Keputusan yang diambil adalah “mencairkan” sumber daya yang terikat pada situasi mengancam tersebut dan mengalihkannya pada usaha lain yang lebih cerah (www.academia.edu). Tabel 3.2 SWOT dapat dilihat pada halaman berikutnya.



INTERNAL	Strengths (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
EKSTERNAL	<p>Strengths (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Indonesia & Inggris. Memiliki informasi yang rinci tentang semanggi Surabaya. Buku fokus hanya membahas semanggi Surabaya. Membahas tentang salah satu kuliner khas Surabaya. Menggunakan teknik fotografi untuk memberikan gambaran yang jelas dan terpercaya. 	<p>Weakness (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> Terbatasnya informasi tentang semanggi Surabaya. Masyarakat berfikir semanggi adalah makanan yang kuno.
Threat (Ancaman)	Strategi S-O	Strategi W-O
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ul style="list-style-type: none"> Masih banyak dari masyarakat yang mengkonsumsi semanggi Surabaya. Menggunakan dua bahasa yaitu bahasa indonesia dan bahasa inggris yang dapat memperluas target pembaca 	<p>Strategi S-O</p> <ul style="list-style-type: none"> Memberikan informasi deskriptif yang lengkap antara sejarah, manfaat & gizi serta resep semanggi Surabaya. Berkekuatan pada ilustrasi fotografi sebagai visualisasi yang dapat menarik minat masyarakat. 	<p>Strategi W-O</p> <ul style="list-style-type: none"> Memilih media buku referensi sebagai upaya pelestarian semanggi Surabaya.
Threat (Ancaman)	Strategi S-T	Strategi W-T
<p>Threat (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> Masyarakat kurang bisa membedakan antara buku resep atau buku yang mengulas sejarah Kurang mendapatkan respon dari pemerintah tentang perkembangan semanggi Surabaya 	<p>Strategi S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan fotografi yang terkesan aktual dan terpercaya sehingga dapat mudah dimengerti oleh audience. Membuat cover yang berbeda dari buku-buku resep. Cover divisualkan dengan elemen-elemen yang berhubungan dengan isi buku. 	<p>Strategi W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> Buku dibuat <i>colorfull</i> sehingga tidak membosankan. Didalam buku terdapat buku resep dan manfaat-gizi yang terkandung dalam semanggi sehingga bagi pencinta kuliner dan senang memasak dapat membeli buku ini.

Tabel 3.2 SWOT
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Dari tabel analisis SWOT yang ada pada tabel 3.2 maka dapat disimpulkan bahwa ilustrasi semanggi Surabaya perlu menggunakan teknik fotografi untuk menggambarkan makna, proses produksi semanggi, bahan dan manfaat, harapan

dan cara membuat semanggi di rumah. Disertai dengan teks atau *bodycopy* yang membantu memahami gambar. Buku dibuat *colorfull* supaya menjadi daya tarik konsumen sehingga dapat memberikan informasi dan wawasan kepada audience.

3.11 Unique Selling Preposition

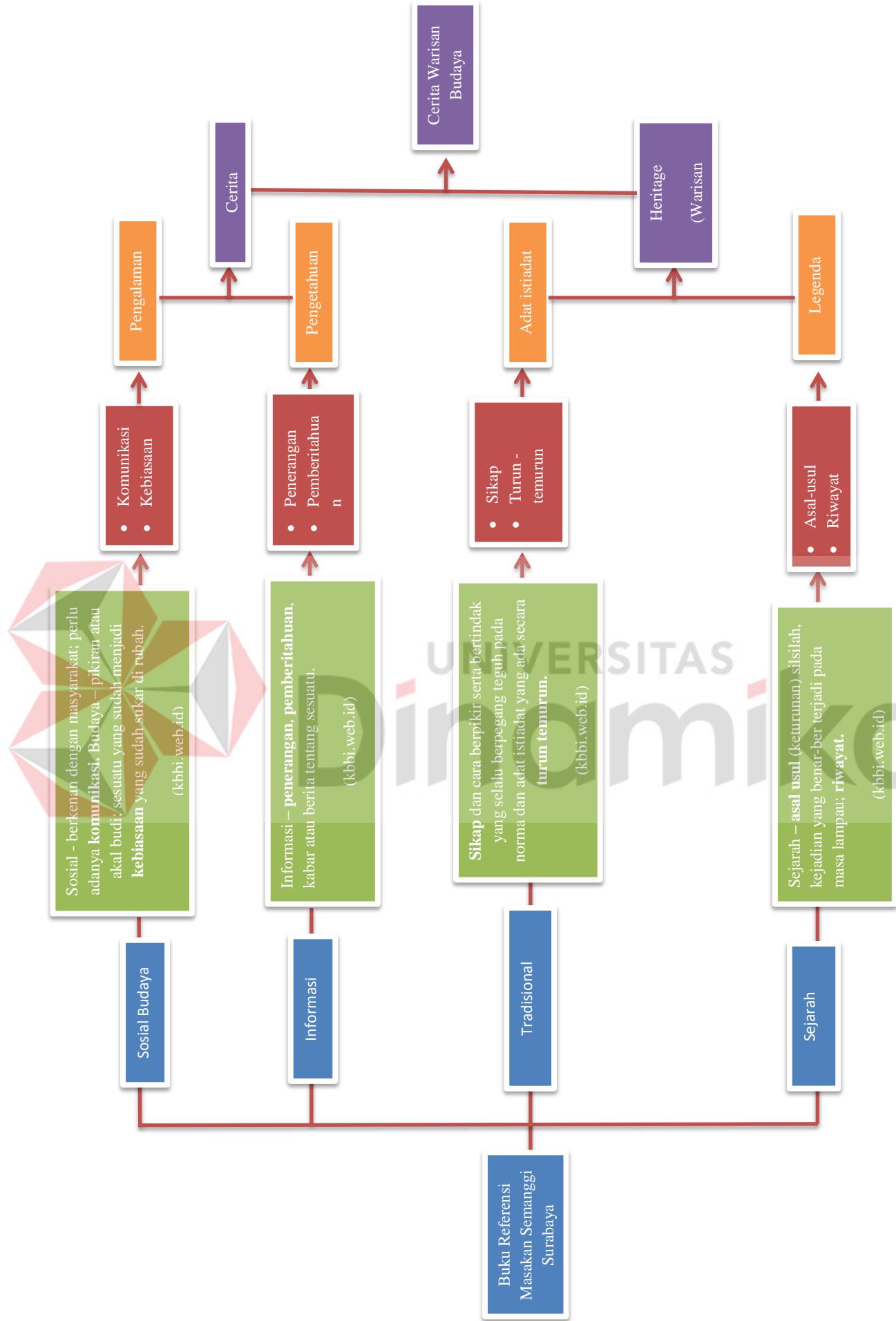
Sebagai salah satu kuliner tradisional kota Surabaya, semanggi Surabaya memiliki manfaat, sejarah, makna, perjuangan dan harapan dari tokoh yang melesterikan kuliner ini. Maka, diperlukannya membuat buku referensi masakan semanggi Surabaya dengan *eksposure* fotografi yang dapat memberikan kesan terpercaya. Buku referensi semanggi memuat informasi dan wawasan baru kepada para pembacanya agar sadar pentingnya dalam melestarikan kuliner tradisional terutama semanggi Surabaya. Buku ini juga terdapat dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa inggris. Dengan menggunakan bahasa inggris dapat membantu memperluas segmentasi, selain itu membantu pembaca untuk membiasakan membaca bahasa inggris. Pentingnya belajar bahasa inggris karena dilihat dari sudut pandang bahwa bahasa inggris merupakan bahasa utama dalam berbagai aspek di seluruh dunia.

3.12 Keyword

Penentuan keyword diambil berdasarkan data yang sudah terkumpul dari observasi, wawancara dan dari analisis data SWOT dan *Segmentasi Targetting Positioning*.

Dari hasil analisis di atas pada akhirnya ditemukan beberapa kata kunci, yaitu sosial budaya dalam segi kuliner. Keywod kedua mendapat informasi dapat dilihat dari fungsi dari sebuah buku yaitu memberikan informasi, ketiga adalah tradisional dapat dilihat dari sisi jenis semanggi Surabaya yaitu kuliner tradisional. Keempat atau yang terakhir kata kunci yang didapat yaitu sejarah dilihat dari perjalanan semanggi Surabaya dari dulu hingga sekarang. Tabel keyword dapat dilihat pada tabel 3.3.





Tabel 3.3 Analisis Keywords dari hasil pengumpulan data penelitian
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

3.13 Deskripsi Konsep

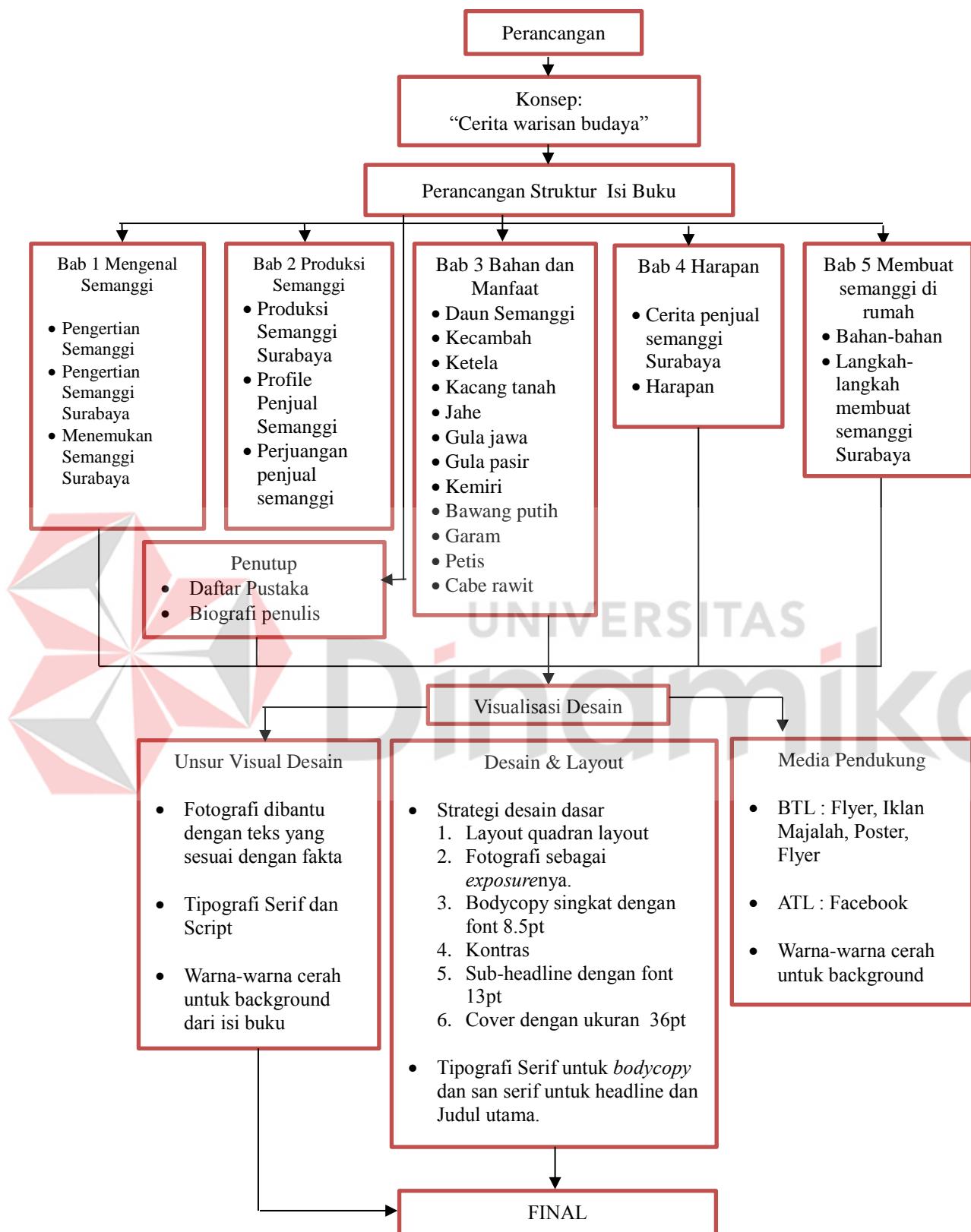
Dari analisis penentuan final keyword pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa konsep dari perancangan ini adalah “Cerita warisan budaya”. Deskripsi dari konsep “Cerita warisan budaya” merupakan peninggalan jaman dahulu yang masih bertahan. Definisi dari kata Heritage memiliki banyak pengertian, Menurut UNESCO heritage yaitu sebagai warisan (budaya) masa lalu, apa yang saat ini dijalani manusia, dan apa yang diteruskan kepada generasi mendatang. Pendek kata, heritage adalah sesuatu yang seharusnya diestafetkan dari generasi ke generasi, umumnya karena dikonotasikan mempunyai nilai sehingga patut dipertahankan atau dilestarikan keberadaannya.



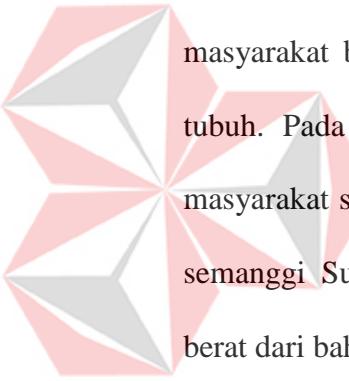
Menurut Kamus Bahasa Besar Indonesia arti kata *Story* (cerita) sendiri adalah tuturan yg membentangkan bagaimana terjadinya suatu hal (peristiwa, kejadian, dsb). Jadi “Cerita Warisan Budaya” bertujuan untuk menuturkan/menceritakan warisan budaya yang dapat memberikan informasi dan wawasan baru kepada masyarakat akan pentingnya melestarikan kuliner tradisional semanggi Surabaya.

3.14 Perancangan Karya

Konsep perancangan merupakan kerangka perancangan yang didasari melalui konsep yang telah ditemukan dan kemudian kerangka perancangan ini akan digunakan secara konsisten di setiap hasil implementasi karya. Perancangan buku referensi makanan semanggi Surabaya dapat dilihat dari tabel 3.4 pada halaman selanjutnya.



Tabel 3.4 Perancangan
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014



Perancangan ini membantu dalam merancang semua aspek yang terkandung dalam buku referensi semanggi Surabaya. Semua aspek seperti font, warna dan layout. Isi dari buku pada bab pertama membahas tentang pengenalan semanggi Surabaya untuk memperkenalkan kepada masyarakat bentuk dan pengertian dari semanggi Surabaya. Bab dua berisi informasi tahap-tahap dari memproses semanggi Surabaya dan menceritakan profile penjual semanggi keliling untuk memberikan informasi dan pengetahuan tentang pembuatan dan cara mengelolah semanggi Surabaya. Bab ketiga membahas tentang kandungan dan manfaat bahan-bahan semanggi Surabaya untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa bahan-bahan dari makanan tradisional ini bermanfaat untuk tubuh. Pada bab 4 menceritakan harapan penjual dan petani semanggi agar masyarakat sadar akan perjuangan mereka dalam melestarikan kuliner tradisional semanggi Surabaya. Bab terakhir adalah bab 5 memberikan informasi ukuran berat dari bahan yang diperlukan untuk membuat semanggi Surabaya di rumah.

3.15 Perencanaan Kreatif

3.15.1 Tujuan Kreatif

Untuk membuat sebuah media yang memberikan informasi yang rinci tentang makanan tradisional Semanggi Surbaya kepada masyarakat Indonesia yang sesuai dengan hasil analisis data dan keyword sehingga diharapkan akan didapatkan visualisasi yang sesuai dengan konsep perancangan. Dengan keyword “Cerita warisan budaya”, diharapkan visualisasi dapat memberikan informasi tentang sisi lain dari Semanggi Surabaya yang mudah dipahami dan dimengerti.

3.15.2 Strategi Kreatif

1. Headline

Dalam pembuatan sebuah buku diperlukannya headline (judul) yang menarik. Selain itu, judul dari buku diharapkan mampu mewakili isi dari buku tersebut, maka dibuatlah alternatif headline berdasarkan konsep yang telah dibuat seperti pada gambar 3.6 di bawah.



Berdasarkan gambar 3.6 di atas alternatif *headline* diatas maka perlu dilakukan wawancara seperti pada proses pemilihan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya untuk memilih satu *headline* yang sesuai dengan konsep dan kriteria dari judul, yaitu singkat, asli, inspiratif, dan persuasif. Singkat agar mudah dingat oleh pembaca, inspiratif dan inovatif mendeskripsikan bahwa judul harus mampu memuat isi buku meskipun hanya sekilas juga judul buku harus berbeda dengan judul-judul buku yang telah ada. Syarat judul buku ketiga adalah asli. Judul itu berasal dari kemurnian hati penulisnya. Judul buku itu tidak menjiplak judul buku yang telah ada. Jika ditemuka kesamaan, itu munri tidak disengaja. Syarat

terakhir adalah persuasif, judul buku yang baik harus mengandung nilai ajakan yang cukup tinggi dan ajakan itu hendaknya berisi ajakan ke arah kebaikan (<http://edukasi.kompasiana.com>). Sehingga didapatkan hasil seperti pada tabel 3.5 di bawah.

Subjek/No	1	2	3
Singkat	v	v	v
Asli	v	v	v
Inspiratif		v	
Persuasif	v	v	

Tabel 3.5 Penentuan alternatif *Headline* Buku
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Berdasarkan table 3.5 diatas dapat diketahui bahwa *headline* (judul) yang memenuhi kriteria yang lengkap ada pada nomer dua, hal ini didasarkan atas kriteria dan kesesuaian dengan konsep “Cerita Warisan Budaya”. Pada nomor satu dan ketiga tidak sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Alternatif *headline* yang terpilih dari buku ini adalah “Sisi Lain Kuliner Tradisional Semanggi Surabaya”. Menurut kamus bahasa Indoensia online arti kata “Lain” adalah asing, beda, tidak sama. “Sisi” adalah samping (kanan atau kiri); sebelah. Sehingga, buku ini menceritakan tentang sudut pandang yang berbeda dari kuliner tradisional semanggi Surabaya yang dimaksudkan adalah pembahasan tidak hanya sekedar pengertian luar saja

tetapi bercerita tentang sejarah semanggi Surabaya, manfaat dan kandungan bahan semanggi Surabaya, cerita, harapan tokoh-tokoh yang telah melestarikan kuliner tradisional ini serta cara membuat semanggi Surabaya di rumah. Pemilihan headline memiliki arti bahwa semanggi Surabaya tidak hanya makanan kuliner tradisional biasa. Makanan tradisional ini memiliki makna, cerita, manfaat, dan perjuangan untuk tetap dilestarikan.

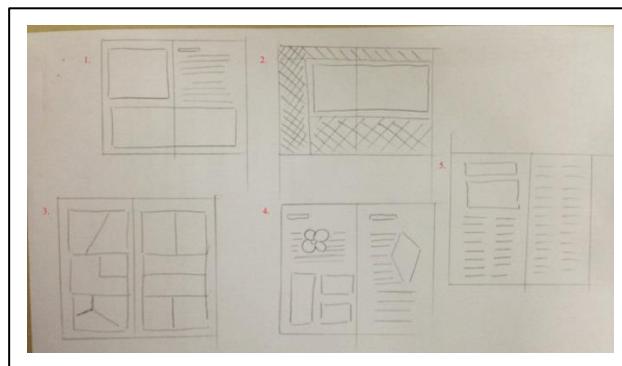
2. Bahasa

Berdasarkan situasi pemakaianya dalam buku ini menggunakan ragam formal dan informal agar pembaca dapat lebih mudah memahami sudut pandang yang berbeda dari semanggi Surabaya. Hal ini mendukung keyword “Cerita Warisan Budaya” sebelumnya. Selain gaya bahasa, bahasa yang digunakan buku ini adalah bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang diharapkan dapat memperluas target market. Selain, itu dengan menggunakan bahasa Inggris dapat memberikan informasi tentang semanggi Surabaya kepada wisatawan yang berkunjung ke kota Surabaya. Bahasa Indonesia dan bahasa Inggris di dalam buku ini memakai ragam bahasa Indonesia yang bersifat ilmiah karena membahas tentang warisan budaya. Namun, masih tetap bisa dipahami dengan mudah.

3. Jenis Layout

Layout atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tata letak adalah pengaturan tulisan-tulisan dan gambar-gambar (<http://faculty.petra.ac.id>). Layout yang dipilih akan mendukung judul yang dipilih. Maka dibuatlah

alternatif berdasarkan konsep yang telah dibuat seperti pada gambar 3.7 di bawah



Gambar 3.7 Alternatif layout
Sumber hasil olahan peneliti,2014

Berdasarkan gambar 3.7 alternatif di atas kemudian dilakukan pemilihan sesuai dengan isi buku. Untuk menentukan layout yang sesuai berdasarkan kriteria dasar layout yang baik menurut (faculty.petra.ac.id) yaitu *It Work* (mencapai tujuannya), *It Organizes* (ditata dengan baik) dan *It Attracts* (menarik bagi pengguna) dan ditambahkan komunikatif yang sesuai dengan konsep sehingga layout dapat membantu pembaca untuk memahami isi dari buku.

Subjek/No	1	2	3	4	5
It Work	v	v		v	v
It Organizes	v	v	v	v	v
It Attracts	v		v	v	v
Communicative With Concepts	v			v	

Tabel 3.6 Penentuan alternatif layout

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Layout yang terpilih pada nomor satu, jumble layout dan nomor empat, circus layout. Pada nomer satu dan empat sesuai dengan kriteria dan konsep, pada alternatif nomor dua, tiga dan lima tidak memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Contoh jumble layout dapat dilihat seperti pada gambar 3.8 pada halaman berikutnya.



Gambar 3.8 Contoh Jumble Layout

Sumber http://kkcdn-static.kaskus.co.id/images/3228424_201203040

Pada buku ini adalah dominan jumble layout dan sedikit circus layout. Jumble layout memiliki komposisi yang disusun secara teratur antara gambar dan teksnya. Dalam menceritakan sudut pandang berbeda dari semanggi Surabaya perlu diperlukannya layout yang teratur dan rapi untuk memberikan kemudahan pembaca untuk memahami teks yang ada di dalam buku. Contoh jumble layout dapat dilihat seperti pada gambar 3.8 di bawah.



Gambar 3.9 Contoh Circus Layout

Sumber

<http://www.enricodesign.com/newsletters/design->

Kemudian circus layout adalah layout kebalikan dari jumble layout, circus memiliki penyajiannya yang tata letaknya tidak mengacu pada ketentuan baku. Komposisi gambar visualnya, bahkan teks dan susunannya tidak beraturan bertujuan untuk mencegah kebosanan.

4. Tipografi

Pada cover dalam perancangan ini dibutuhkan dua elemen yaitu gambar dan tipografi (tulisan). Font yang digunakan untuk memberikan *headline* pada cover buku, sub *headline* dan *bodycopy*. Pada sampul depan ditentukan font jenis script yang seperti tulisan tangan yang memberikan kesan luwes agar

tidak menampilkan kesan kaku dalam buku sehingga didapat alternatif seperti pada gambar 3.10 di bawah.



Gambar 3.10 Alternatif Font
Sumber hasil olahan peneliti. 2014

Berdasarkan gambar alternatif di atas untuk penentuan font diperlukan wawancara kepada pihak *client* yang didasari kepada kriteria tipografi, sehingga didapatkan hasil seperti pada tabel 3.7.

Subjek/No	1	2	3	4
Legability	v	v	v	
Readability	v	v	v	
Komunikatif	v	v		v

Tabel 3.7 Penentuan alternatif tipografi
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Berdasarkan tabel 3.7 diatas terpilih alternatif nomer pertama dan kedua dengan pertimbangan kesesuaian dengan kriteria tipografi yang baik, komunikatif atau sesuai dengan keyword “cerita warisan budaya” yang

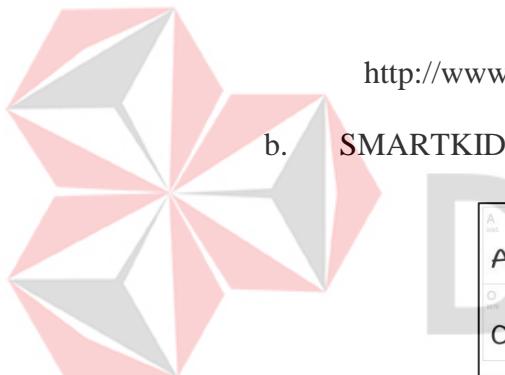
mewakili karakter tradisional dan menarik. Judul utama buku menggunakan font, seperti pada gambar 3.11 dan gambar 3.12.

a. Segoe Print dan SMARTKID



Gambar 3.11 Segoe Print Font
Sumber

<http://www.911fonts.com/files/911fonts/4/2/8/42835.jpg>



b. SMARTKID



Gambar 3.12 SMARTKID font
Sumber <http://www.dafont.com/smartkid.font>

Kedua font ini memiliki kelas *script* yang memiliki fungsi untuk menarik perhatian pembaca karena bentuknya yang luwes seperti tulisan tangan cocok untuk diaplikasi pada *headline*. Selain itu, font tipe script ini memiliki kesan bijaksana, penuh pemikiran, dan serius (Rustan, 2011: 109). Pemilihan font script karena keseriusan dalam

menceritakan sudut pandang lain tentang semanggi Surabaya. Memilih dua font yang berbeda untuk membedakan antara fokus pembahasan (Semanggi Surabaya) dan jenis pembahasan (Sisi Lain Kuliner Tradisional).



ABCDEFIGHJKLMNO
PQRSTUWVXYZÀÅ
ÉÍÖØÜabcdefghijklm
nopqrstuvwxyzàåéíöø
&1234567890(\$£€.!?)

Gambar 3.13 Byington font
Sumber <http://www.dafont.com/byington.font>

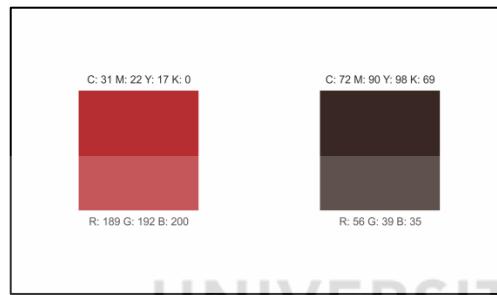
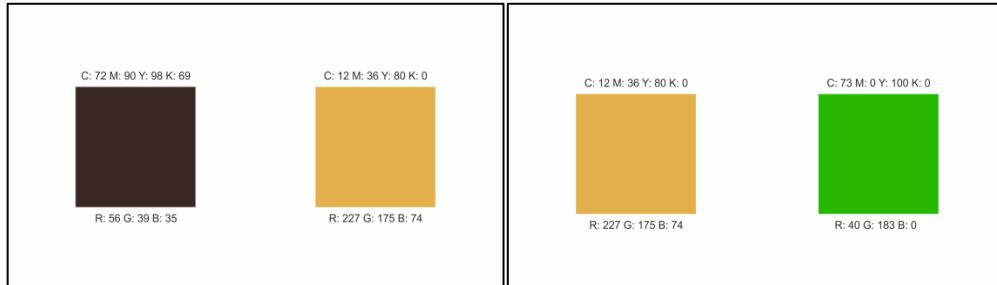


Pada gambar 3.13 diatas adalah pemilihan tipografi untuk subbab dari buku menggunakan font bold “Byington” untuk membedakan dari *bodycopy*. *Bodycopy* memakai font yang sama “Byington” tetapi tidak dibold (reguler). Font ini memiliki kelas serif yang menambah perbedaan antar karakter sehingga lebih mudah untuk dikenali (Rustan 2011: 54).

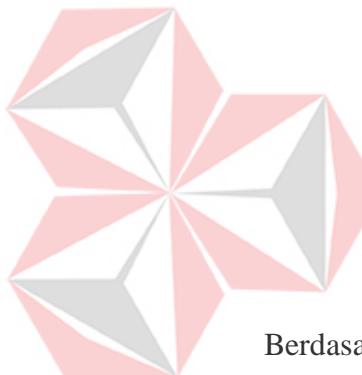
5. Warna

Pemilihan warna sampul, tulisan judul dan *bodycopy*. Warna memiliki peran penting salah satunya untuk menarik perhatian. Warna yang dipilih adalah warna tradisional berdasarkan konsep “cerita warisan budaya”. Maka, dipilih alternatif warna merah bata (merah marun), warna tanah (coklat tua dan muda) dan warna natural seperti hijau muda. Dalam penelitian ini

menggunakan dua warna yang berbeda agar dapat membedakan antara warna background dan tipografi.



Gambar 3.14 Alternatif Warna
Sumber olahan peneliti, 2014



Berdasarkan gambar 3.14 untuk memilih alternatif perlu dilakukan wawancara kepada pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya sebagai pihak *client*. Pemilihan warna berdasarkan kriteria yang tepat seperti kesesuaian dengan konsep, kontras yang dapat menimbulkan *legability* (dapat dibaca) antara background dan tipografi. Penentuan warna dapat dilihat pada tabel 3.8 sebagai berikut:

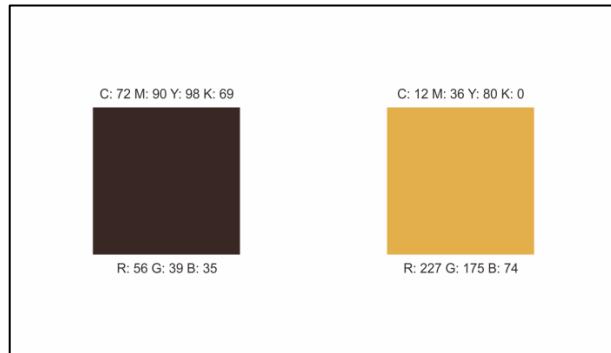
Subjek/No	1	2	3
Kontras	v	v	
Kesesuaian dengan konsep	v		v
Legability	v	v	

Tabel 3.8 Penentuan alternatif tipografi

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

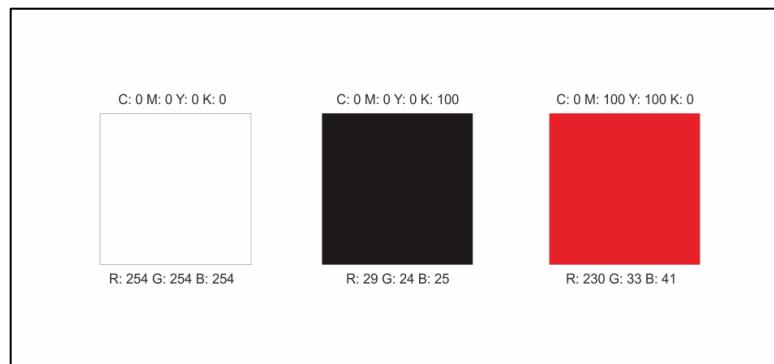


Berdasarkan arti dari warisan budaya (*heritage*) berhubungan adat istiadat dan tradisional sehingga mendapatkan karakter warna tradisional dan kokoh. Warna yang dipakai untuk buku referensi masakan semanggi Surabaya ini adalah coklat untuk memberikan kesan tradisional (thesis.binus.ac.id), sehingga warna utama yang dipilih coklat tua dan coklat muda dengan kalibrasi (C: 72 M: 90 Y: 98 K: 69) (R: 56 G: 39 B: 35). Coklat muda dengan kalibrasi (C: 12 M: 36 Y: 80 K: 0) (R: 227 G: 175 B: 74). Warna ini digunakan untuk background warna sampul dan warna font dari *headline*. Pada pembatas setiap bab pada buku, warna yang digunakan adalah coklat muda. Warna yang dipilih ditunjukkan pada gambar 3.15 sebagai berikut:



Gambar 3.15 Warna Primer yang terpilih
Sumber olahan peneliti, 2014

Warna sekunder digunakan pada isi buku untuk memberikan kemudahan dalam membaca. Warna yang dipilih yaitu putih dengan kalibrasi (C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0) (R: 254 G: 254 B: 254) untuk background dari buku bertujuan memberikan kesan ringan (Darmaprawira 2002:47) dan teks/*bodycopy* berwarna hitam dengan kalibrasi (C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100) (R: 29 G: 24 B: 25) sehingga kontras dengan background dan visual foto. Warna merah dengan kalibrasi (C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0) (R: 230 G: 33 B: 41) digunakan untuk halaman penting dari halaman buku. Ditunjukkan pada gambar 3.16.



Gambar 3.16 Warna sekunder yang terpilih
Sumber hasil olahan peneliti, 2014

6. Visual dan *Bodycopy*

Pada visualisasi, akan menonjolkan ilustrasi fotografi sehingga terlihat lebih terkesan terpercaya dan aktual untuk kemudian mudah dimengerti oleh pembaca. Selain itu, buku ini memiliki penjelasan yang berupa teks atau *bodycopy* yang akan membantu menjelaskan lebih jelas tentang bab yang akan dibahas. Hal ini bertujuan untuk membantu menjelaskan makna dan foto yang ada di dalam buku. Pesan yang disampaikan memiliki bobot yang ringan karena *bodycopy* yang panjang diharapkan dapat lebih mudah untuk dipahami oleh pembaca.

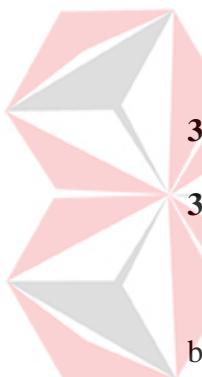
3.16 Strategi Pemasaran

Aktivitas online menjadi salah satu bagian yang tak terpisahkan bagi sebagian besar masyarakat dunia, termasuk di Indonesia. Melihat kondisi itu, para pebisnis mau tak mau harus mengikuti jejak gaya hidup masyarakat modern, agar pangsa pasar yang mereka kuasai tetap bertahan, atau bahkan bertambah.

1. Mobile Marketing

Mobile Marketing adalah salah satu strategi pemasaran di dunia maya. Mobile marketing adalah strategi pemasaran yang mengarah pada calon-calon konsumen yang menggunakan internet dengan perangkat mobile, seperti handphone dan tablet (www.ciputraentrepreneurship.com). Dengan adanya paradigma seperti itu, maka dalam perancangan ini menggunakan mobile marketing untuk memasarkan buku referensi masakan semanggi Surabaya melalui dunia internet yang dapat diakses menggunakan

gadget. Sosial media adalah media yang tidak luput dengan penggunaan internet, sosial media yang dipilih facebook, twitter dan blog. Pemilihan media ini karena mampu memuat tulisan yang cukup banyak untuk memberikan informasi yang bersifat persuasif tentang sebagian isi dari buku referensi masakan semanggi Surabaya. Selain, itu sosial media ini dapat diakses melalui *gadget*, keuntungan menggunakan strategi pemasaran ini karena Indonesia menduduki posisi 5 besar dengan pengguna ponsel aktif sebanyak 47 juta, atau sekitar 14% dari seluruh total pengguna ponsel (<http://inet.detik.com>).



3.17 Perencanaan Media

3.17.1 Tujuan Media

Menurut Hermawan, (2012:72) faktor kunci utama periklanan adalah bahwa iklan harus menggugah perhatian calon konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Para konsumen potensial dibuat untuk memerhatikan dan peduli terhadap produk yang memberikan manfaat bagi mereka yang akan memberikan alasan bagi mereka untuk membeli. Maka dibutuhkan media untuk melakukan periklanan. Beberapa media sesuai dengan STP dari buku referensi masakan semanggi Surabaya sehingga pesan komunikasi visual mampu diterima oleh target market.

3.17.2 Strategi Media

Media yang akan dipilih akan cenderung pada media yang dapat memuat informasi mendalam dan terperinci mengenai sisi lain dari kuliner tradisional Semanggi Surabaya. Media promosi akan menggunakan media brosur, poster A2, iklan majalah yang akan mendukung promosi dari buku dan sosial media seperti facebook. Pemilihan media promosi tersebut berdasarkan kriteria media iklan yang baik dan tepat. Menurut Hermawan, (2012:74) faktor-faktor kunci dalam memilih media iklan yang baik yaitu jangkau (*reach*) menyangkut proporsi target konsumen/konsumen sasaran yang akan didorong perhatiannya kepada iklan. Kedua intensitas (*frequency*) berapa kali target konsumen didorong ke arah pesan iklan. Ketiga dampak media (*media impact*) dimana, jika konsumen sasaran melihat iklan, hal apa yang paling berdampak ?. Terakhir waktu penanyangan, beberapa produk secara khusus sangat tepat diiklankan di televisi, produk lain dapat ditempatkan sepanjang tahun melalui media surat dan majalah khusus.

1. Media Promosi

Dirancangnya media promosi pendukung dirancang guna mendukung publikasi dari buku referensi masakan semanggi. Media yang terpilih yaitu :

- a. Flyer, sesuai dengan kriteria media promosi yang baik flyer memiliki jangkauan (*reach*) yang luas karena dapat disebarluaskan di mana saja. Media *flyer* ini memiliki dampak (*media impact*) yang khusus karena informasi yang ada pada media ini mendalam tentang produk yang diiklankan, sehingga dapat membantu konsumen mengerti akan buku referensi masakan semanggi Surabaya ini. Paling penting adalah

biaya produksi yang relatif murah. Selain itu, Flyer memiliki ukuran A5 yaitu 14,8 cm x 21 cm dengan menggunakan kertas 150 gsm.

- b. Poster, media ini dipilih media ini terpilih karena poster memiliki intensitas (*frequency*) yang kuat apabila di tempatkan dengan tepat. Poster akan ditempatkan pada toko-toko buku baik di dalam maupun di luar sehingga masyarakat yang berkunjung ke toko buku akan melihat promosi dari buku semanggi Surabaya ini. Selain itu, poster bisa menarik perhatian bila didesain dengan strategi kreatif dan komunikasi yang baik, poster sangat didominasi oleh fungsinya. Bisa juga oleh segi kreatifnya dan mengandung pesan-pesan yang dalam (Rustan 2008:108). Dari pernyataan ini, maka poster memiliki dampak (*media impact*). Poster didesain dengan ukuran 42 cm x 59,4 cm, berwarna. *Budget* yang dikeluarkan untuk poster A2 Rp 38.000,-/poster.
- c. Iklan Majalah, media ini terpilih karena dapat dimuat secara *fullcolor* dan dapat direproduksi kembali dengan kualitas kertas uang baik, pemilihan *target market* lebih selektif dan iklan yang dimuat lebih lama (Supraptini, 2006:36). Iklan majalah memiliki waktu penanyangan yang panjang dan lama sesuai dengan kriteria pemilihan media promosi. Meskipun sedikit memiliki harga yang mahal tetapi iklan majalah memiliki intensitas (*frequency*) yang lama sehingga target market dapat menemukan informasi secara terus-menerus tentang buku semanggi Surabaya. Iklan majalah di desain dengan

ukuran 21,4 cm x 28,4 cm disesuai dengan majalah yang terpilih yaitu, women health.

3.17.3 Program Media

Perancangan media akan dimulai setelah proses pembuatan layout dasar yang sesuai dengan konsep perancangan. Untuk media brosur akan didesain dengan memberikan informasi tentang jadwal event launching buku referensi masakan semanggi Surabaya dan diaplikasikan pada saat ada event launching di mall atau di toko buku. Pertama yang harus dilakukan adalah menentukan event launching sebaiknya pada minggu pertama diharapkan masyarakat masih memiliki sisa dari penghasilan bulanan mereka, mencetak brosur tiga minggu sebelum event dimulai kemudian pada dua minggu berikutnya mulai membagikan kepada masyarakat di lampu merah yang sesuai dengan kondisi jalan yang seharusnya. Membagikan kepada masyarakat yang melewati depan toko buku maupun yang memasuki toko buku.

Media poster dapat membantu event launching buku dengan menambahkan informasi singkat yang mewakili isi dari buku memiliki tujuan membantu masyarakat untuk memahami pembahasan dari buku. Sama dengan *flyer* poster lebih dipasang dua minggu sebelum event dimulai. Poster akan diletakkan pada di dalam dan luar dari toko buku yang terletak di mall maupun yang tidak.

Iklan Majalah dari buku semanggi ini di letakkan pada majalah wanita, majalah kesehatan dan majalah remaja. Periode yang ditentukan adalah awal bulan tepatnya pada minggu pertama.

3.17.4 Alternatif Desain

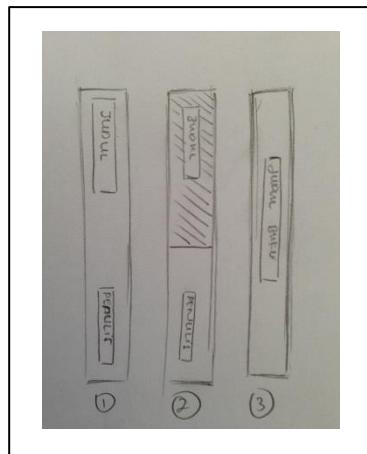
Adapun sampul depan dan belakang dan media promosi (*flyer*, poster, dan iklan majalah) dibuat dalam bentuk alternatif desain seperti pada gambar 3.17 di bawah ini.

1. Sampul depan



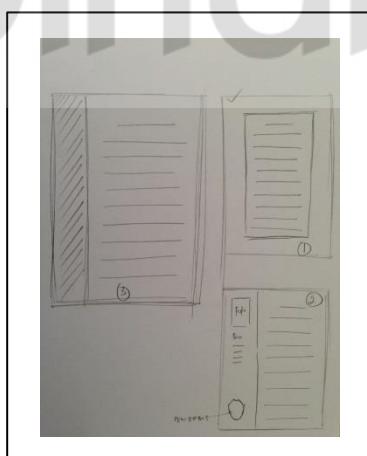
Gambar 3.17 Sketsa alternatif sampul depan
Sumber hasil olahan peneliti, 2014

Berdasarkan gambar 3.17 di atas sketsa alternatif untuk sampul depan terdapat tiga macam desain. Beberapa alternatif sketsa yang dibuat merupakan suatu gambaran hasil akhir serta membantu peneliti untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan proses desain secara digital.



Gambar 3.18 Sketsa alternatif punggung buku
Sumber hasil olahan peneliti,2014

Pada gambar 3.18 sketsa alternatif punggung buku sama halnya dengan sketsa sampul depan, terdapat tiga alternatif desain untuk punggung buku. Desain yang digunakan menggunakan elemen yang menyesuaikan dengan sampul depan buku.



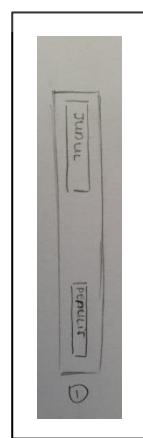
Gambar 3.19 Sketsa alternatif sampul belakang
Sumber hasil olahan peneliti,2014

Pada gambar 3.19 di atas terdapat tiga alternatif desain untuk sampul belakang buku. Desain yang digunakan juga menggunakan elemen yang sesuai dengan sampul depan serta cocok dengan punggung buku.

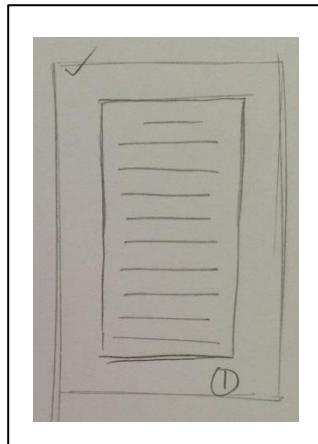
Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat maka terpilihlah satu desain dari keseluruhan bagaian sampul buku berdasarkan pertimbangan komposisi, konsistensi desain, dan komunikatif yang dimaksudkan adalah sesuai dengan konsep cerita warisan budaya. Desain yang terpilih seperti pada gambar 3.20, gambar 3.21 dan gambar 3.22.



Gambar 3.20 Sketsa terpilih sampul depan
Sumber hasil olahan peneliti,2014



Gambar 3.21 Sketsa terpilih punggung buku
Sumber hasil olahan peneliti,2014

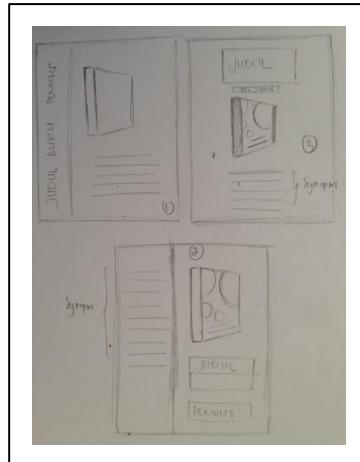


Gambar 3.22 Sketsa terpilih sampul belakang
Sumber hasil olahan peneliti,2014

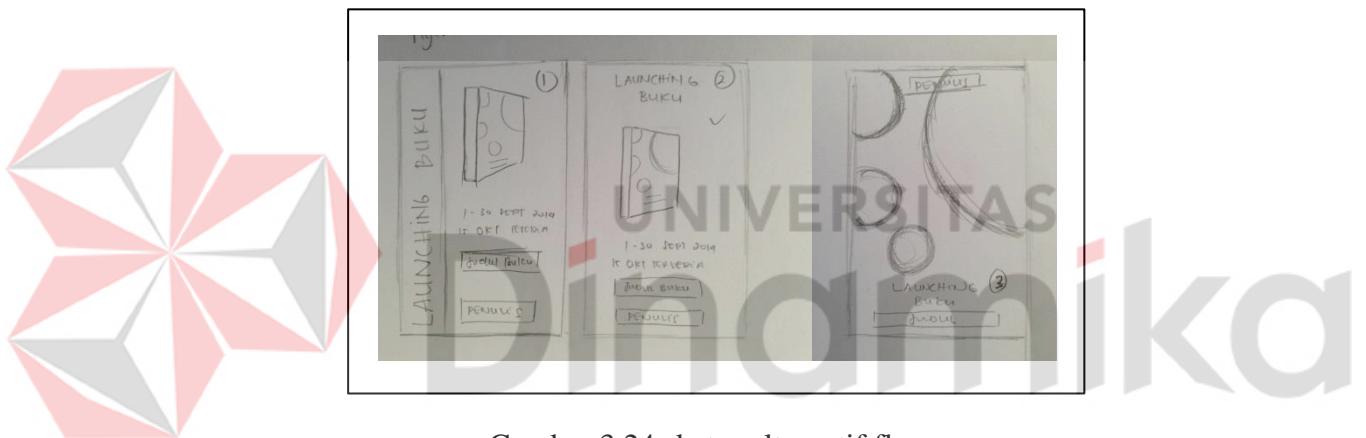
2. Media Promosi

Dalam pengaplikasian media promosi dibutuhkan media yang mampu mengenalkan buku referensi masakan semanggi Surabaya agar membantu dalam memasarkan kepada calon pembeli. Diantara berbagai media promosi yang ada, maka dipilih beberapa media promosi yang dianggap efektif diantaranya adalah *flyer*, iklan majalah dan poster.

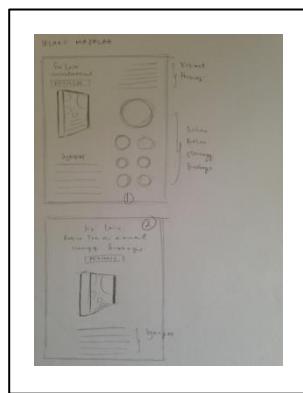
Konsep yang akan digunakan dalam setiap desain media promosi adalah “*show off*” yang dalam bahasa Indonesia adalah pamer. Pamer dalam kamus bahasa indonesia online berarti menunjukkan sesuatu yang dimiliki kepada orang lain dengan maksud memperlihatkan kelebihan atau keunggulan untuk menyombongkan diri. Sehingga dalam desain media promosi ini desainnya memamerkan bentuk dari buku masakan referensi semanggi Surabaya dan kelebihan buku ini yang memiliki cerita dengan sudut pandang lain tentang semanggi Surabaya. Alternatif media promosi ditunjukkan pada gambar 3.23, gambar 3.24 dan gambar 3.25.



Gambar 3.23 sketsa alternatif poster
Sumber hasil olahan peneliti,2014



Gambar 3.24 sketsa alternatif flyer
Sumber hasil olahan peneliti,2014

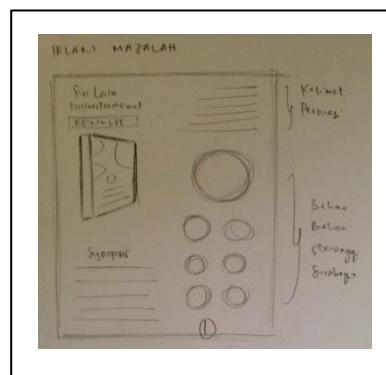


Gambar 3.25 sketsa alternatif iklan majalah
Sumber hasil olahan peneliti,2014

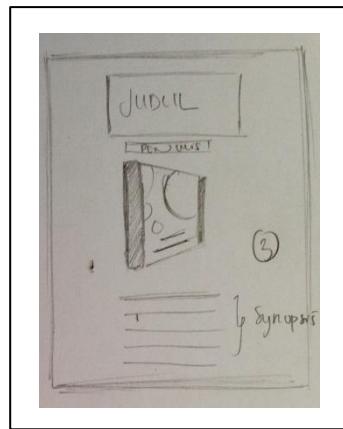
Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat pada media promosi, maka tahap selanjutnya adalah memilih salah satu desain dengan pertimbangan desain yang baik yaitu komposisi yang baik serta desain yang konsisten dengan desain yang telah dibuat pada media sebelumnya. Hasil dari masing-masing desain terpilih seperti pada gambar 3.26, gambar 3.27 dan gambar 3.28 sebagai berikut:



Gambar 3.26 sketsa terpilih *flyer*
Sumber hasil olahan peneliti, 2014



Gambar 3.27 sketsa terpilih iklan majalah
Sumber hasil olahan peneliti,2014



Gambar 3.28 sketsa terpilih poster
Sumber hasil olahan peneliti,2014



BAB IV

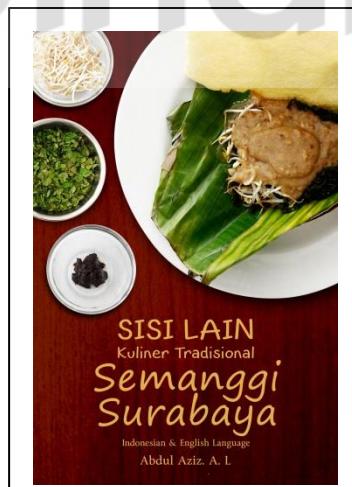
IMPLEMENTASI KARYA

4.1 Implementasi Karya

4.1.1 Implementasi Desain Buku Referensi Masakan Semanggi Surabaya

1. Buku

Buku dirancang sesuai dengan konsep perancangan, ukuran dari buku 15,5 cm x 23 cm. Ukuran tersebut adalah aturan ukuran standard minimal untuk buku referensi (www.unsoed.ac.id) sehingga dapat meminimalkan biaya produksi. Diharapkan dengan ukuran buku tersebut informasi dan visual yang disajikan dapat tersampaikan kepada masyarakat. Final desain cover depan dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini.

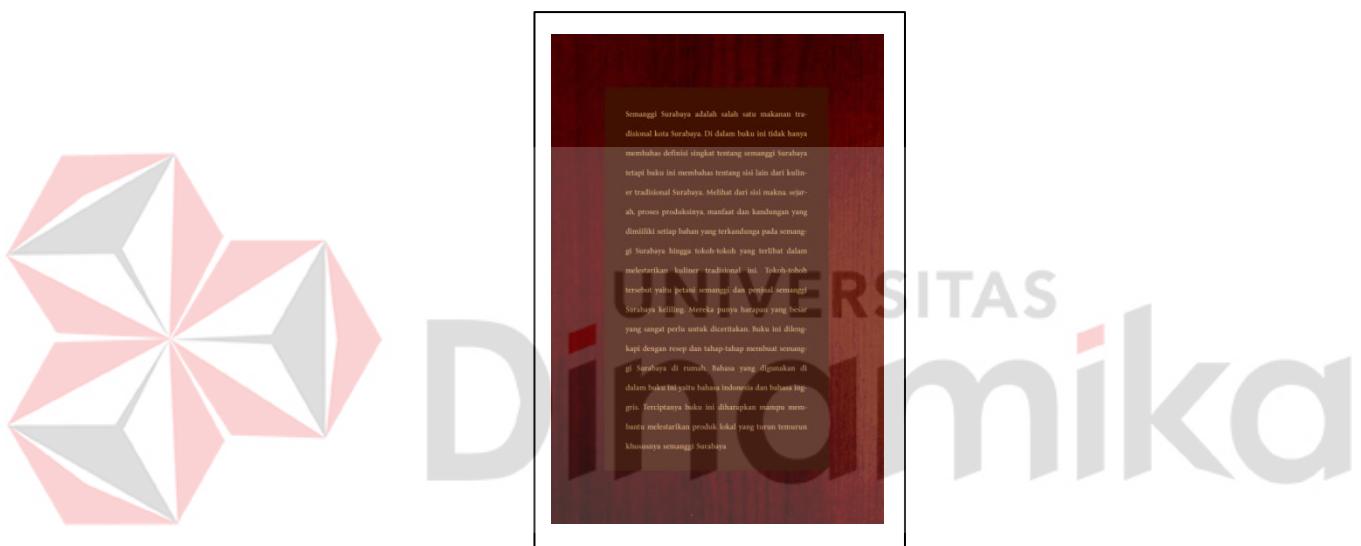


Gambar 4.1 Desain Cover Depan
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Desain cover depan menggunakan foto semanggi Surabaya lengkap dengan krupuk puli dilengkapi dengan tiga bahan utama dari semanggi Surabaya

menunjukkan bahwa buku ini fokus terhadap satu pembahasan saja yaitu semanggi Surabaya. Kemudian headline (judul) buku “Sisi Lain Kuliner Tradisional Semanggi Surabaya” mempunyai warna coklat muda memberikan kesan tradisional. Background dari buku ini adalah tekstur kayu yang berwarna coklat tua dapat memberi kesan tradisional.

2. Cover Belakang



Gambar 4.2 Desain Cover Belakang
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.2 di atas desain kover belakang buku menjelaskan tentang rangkuman dari isi buku. Warna background disesuaikan dengan kover depan. Membantu audience untuk mendapatkan informasi tentang pembahasan singkat dari buku ini.

3. Desain Punggung Buku



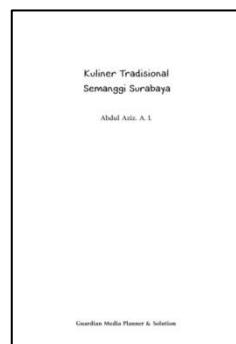
Gambar 4.3 Desain Punggung Buku

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.3 di atas desain punggung buku ini berisikan judul dan nama pengarang dari buku ini. Memberikan manfaat mudah untuk dicari apabila buku ini diletakkan berdiri atau tidur dan terhimpit oleh buku-buku lain.

Warna dari background coklat tua yang memberikan kesan tradisional.

4. Sub Cover



Gambar 4.4 Halaman Subjudul

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.4 halaman sub judul adalah halaman setelah judul menjelaskan kembali isi dari judul, nama penulis dan nama penerbit.

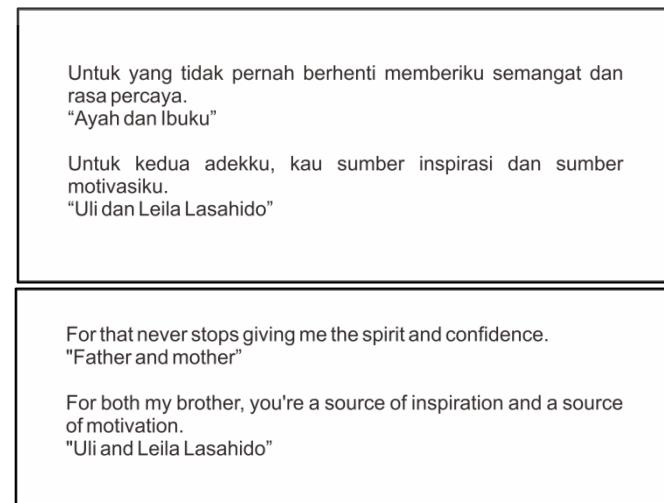
5. Halaman Hak Cipta



Gambar 4.5 Halaman Subjudul
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.5 halaman hak cipta menjelaskan identitas buku dari penerbit dan peraturan perundangan-undangan.

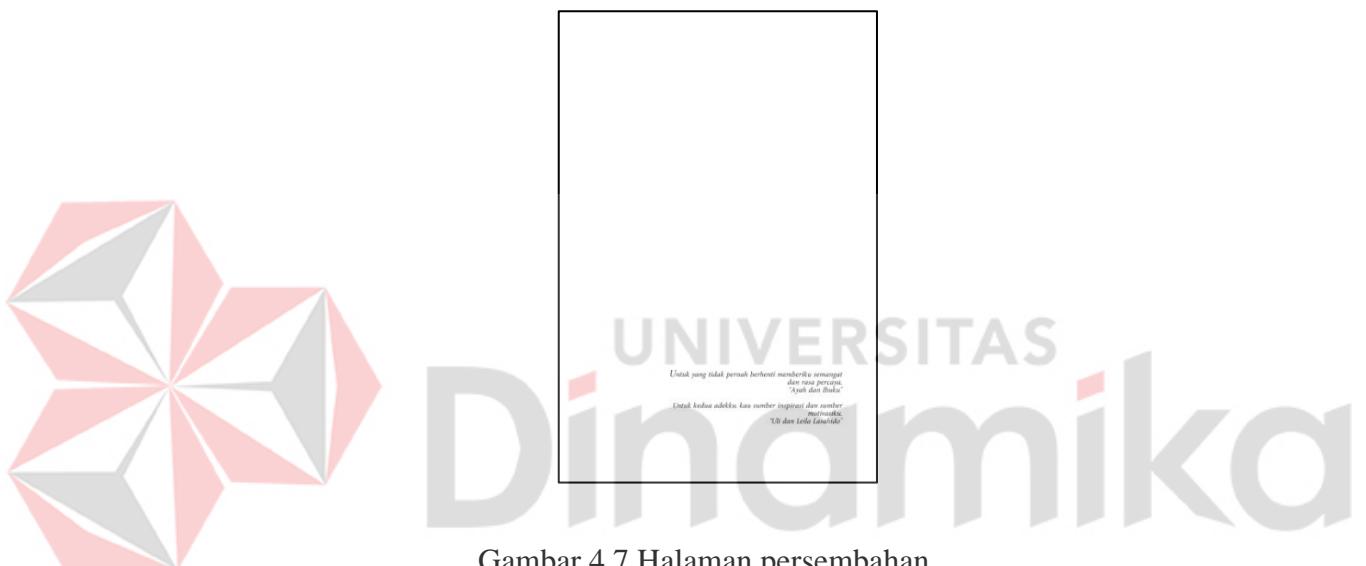
6. Bodycopy halaman persembahan



Gambar 4.6 Bodycopy bahasa indonesia-inggris halaman persembahan
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.6 menjelaskan isi dari halaman persembahan. Halaman persembahan digunakan untuk memberikan persembahan atas terciptanya buku ini kepada individu yang dianggap penting. Bodycopy hanya membutuh 1/3 dari bagian halaman. Sehingga peletakkannya di pojok kanan halaman.

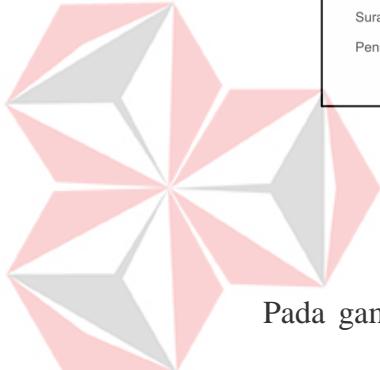
7. Halaman Persembahan



Gambar 4.7 Halaman persembahan
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.7 di atas halaman persembahan ini font dibuat *italic* yang diharapkan memberikan kesan dramatis karena berhubungan dengan individu yang dianggap penting.

8. Bodycopy Ucapan Terima Kasih



<p>Buku yang membahas tentang kuliner tradisional semanggi Surabaya ini bertujuan untuk memberikan dokumentasi dan wawasan yang penting terhadap kuliner tradisional yang dimiliki oleh negara Indonesia. Dengan bahasa yang disusun secara sederhana diharapkan buku ini bisa digunakan dan mudah dipahami oleh pembaca. Diharapkan pula dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat Surabaya bahwa kuliner tradisional semanggi punya manfaat dan nilai-nilai yang tidak boleh dilupakan.</p> <p>Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.</p> <p>Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta kemudahan atas "rampung" buku ini, terutama kepada:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Hanif dan Hera Lasahido orang tuaku, atas dukungan dan kepercayaannya yang tiada hentinya. 2.Bpk. Achmad Yanu Aliffanto S.T., M.B.A, sebagai dosen pem bimbing pertama yang tidak bosan untuk membagi ilmunya. 3. Bpk. Sutikno, S.Kom., sebagai dosen pembimbing kedua. 4.Bpk. Muhammad Bahruddin, selaku dosen yang mengajarkan tentang menulis sebuah buku. 5. Ibu Soehartini, ibu Sona dan anaknya, penjual dan anaknya 6. Ibu Asiyah, petani semanggi 7.An'nisa Tiara Kurniasari, sahabat yang selalu siap untuk membantu dalam keadaaan apapun. 8.Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya, atas pinjaman dan pemberian buku-buku tentang kota Surabaya. <p>Di akhir kata kuponjatkan segala puja dan puji syukur serta kehadiran-Mu ya Allah. Terima kasih atas petunjuk dan kemudahan-kemudahan yang telah Engkau berikan kepadaku.</p> <p>Surabaya, Juli 2014</p> <p>Penulis</p>	<p>Buku yang membahas tentang kuliner tradisional semanggi Surabaya ini bertujuan untuk memberikan dokumentasi dan wawasan yang penting terhadap kuliner tradisional yang dimiliki oleh negara Indonesia. Dengan bahasa yang disusun secara sederhana diharapkan buku ini bisa digunakan dan mudah dipahami oleh pembaca. Diharapkan pula dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat Surabaya bahwa kuliner tradisional semanggi punya manfaat dan nilai-nilai yang tidak boleh dilupakan.</p> <p>Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.</p> <p>Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan serta kemudahan atas "rampung" buku ini, terutama kepada:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Hanif dan Hera Lasahido orang tuaku, atas dukungan dan kepercayaannya yang tiada hentinya. 2.Bpk. Achmad Yanu Aliffanto S.T., M.B.A, sebagai dosen pem bimbing pertama yang tidak bosan untuk membagi ilmunya. 3. Bpk. Sutikno, S.Kom., sebagai dosen pembimbing kedua. 4.Bpk. Muhammad Bahruddin, selaku dosen yang mengajarkan tentang menulis sebuah buku. 5. Ibu Soehartini, ibu Sona dan anaknya, penjual dan anaknya 6. Ibu Asiyah, petani semanggi 7.An'nisa Tiara Kurniasari, sahabat yang selalu siap untuk membantu dalam keadaaan apapun. 8.Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya, atas pinjaman dan pemberian buku-buku tentang kota Surabaya. <p>Di akhir kata kuponjatkan segala puja dan puji syukur serta kehadiran-Mu ya Allah. Terima kasih atas petunjuk dan kemudahan-kemudahan yang telah Engkau berikan kepadaku.</p> <p>Surabaya, Juli 2014</p> <p>Penulis</p>
---	---

Gambar 4.8 Halaman *bodycopy* bahasa indonesia
inggris ucapan terima kasih
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.8 *bodycopy* halaman ucapan terima kasih ini menjelaskan tentang rasa terima kasih atas bantuan yang diberikan dari berbagai pihak. Bodycopy ini memfokuskan kepada *readable* yaitu teks yang keseluruhannya mudah untuk dibaca.

9. Halaman Ucapan Terima Kasih

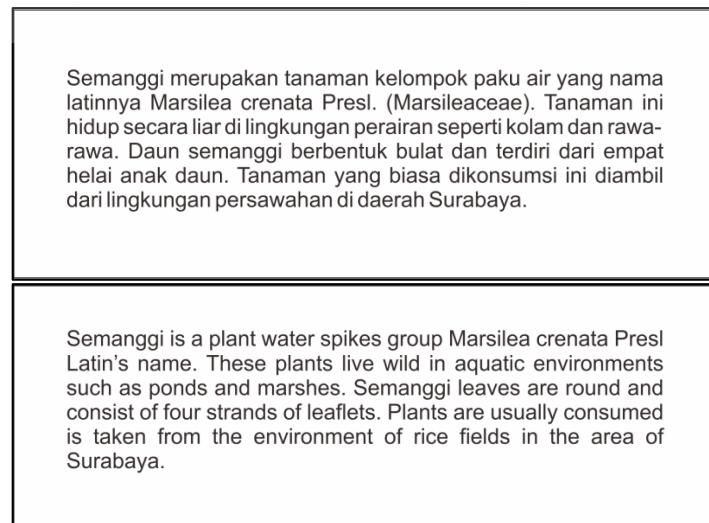


Gambar 4.9 halaman ucapan terima kasih

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.9 di atas judul dan *bodycopy* dibuat *center point* untuk komposisinya atau berada tepat pada tengah halaman untuk membantu meningkatkan *readability* pada halaman ini karena teks yang banyak.

10. Bodycopy Halaman Pengertian Semanggi



Gambar 4.10 Bodycopy indonesia-inggris halaman pengertian semanggi

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.10 *bodycopy* menjelaskan pengertian dari semanggi, penggolongan tanaman semanggi dan bentuk dari daun semanggi.

11. Halaman Pengertian Semanggi (halaman 2)



Gambar 4.11 Halaman Pengertian Semanggi

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.11 halaman pengertian semanggi menggunakan circus layout yang menggabungkan *body copy* dan gambar semanggi karena bertujuan untuk memberikan kesatuan antara gambar dan teks. Alur dari *bodycopy* mengikuti bentuk dari gambar daun semanggi sehingga harus memerhatikan tiap pemotongan kata agar dapat dibaca dengan baik. Ditambahkan foto daun semanggi yang masih utuh untuk memberikan informasi dari bentuk dan tekstur semanggi utuh yang belum siap panen dan yang siap untuk dipanen.

12. *Bodycopy* halaman pengertian semanggi Surabaya

Semanggi Surabaya

Daun semanggi yang telah dipanen, dikukus dan diberi bumbu itu dinamakan semanggi surboyo (Surabaya). Semanggi Surabaya itu sendiri adalah makan tradisional yang terdiri dari dua macam sayuran yaitu daun semanggi yang dikukus dan kecambah yang direbus, disajikan bersama campuran pelis dan bumbunya yang khas merupakan perpaduan ketela yang dikukus lalu ditumbuk bersama kacang gula merah, gula putih dan garam, serta dilengkapi kerupuk puli.

Semanggi Surabaya ini sangat melekat dihati masyarakat atau arek Surabaya sampai-sampai dibuatkan lagu kroncong yang berjudul :

Semanggi Suroboyo
Semanggi Suroboyo, lontong balap wonokromo
Dimakan enak sekali,
sayur semanggi, krupuk puli, Bung mari.
Harganya sangat murah
Sepicuk hanya setali
Dijual serta diburu, masuk kampung,
keluar kampung, Bung beli
Sedap benar bumbunya, dan enak rasanya.
Sayur semanggi, cukulan dicampurnya,
dan tak lupa tempe nya.
Mari bung coba beli, sayur semanggi Suroboyo.
Tentu memuaskan hati,
Sayur semanggi, krupuk puli, Bung beli.

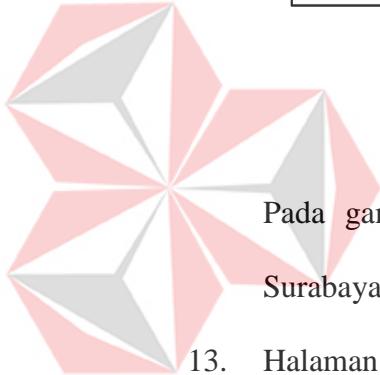
Menurut bpk. Dukut Imam Widodo dalam bukunya Soerabaia Tempoe Doloe. Lagu ini memang asli lagu Soerabaia Tempoe Doloe (Surabaya Tempo Dulu). Sebutan atau panggilan "Bung" itu, memang pernah ngetrend disini. Para sesepuh Surabaya pasti tahu dan ingat benar dengan lagu kroncong tersebut.

Leaf Semanggi that has been harvested, steamed and seasoned it called Semanggi Suroboyo (Surabaya). Semanggi Surabaya itself is a traditional meal consisting of two kinds of vegetables that leaf Semanggi sprouts steamed and boiled, served with a mixture of paste and typical marinade is a blend of steamed and mashed potatoes with beans brown sugar, white sugar and salt, and equipped puli crackers.

Semanggi Surabaya is deeply embedded in the hearts of the public or to the point Arek Surabaya made a kroncong song titled:

Semanggi Suroboyo
Semanggi Suroboyo, lontong balap wonokromo
Dimakan enak sekali,
sayur semanggi, krupuk puli, Bung mari.
Harganya sangat murah
Sepicuk hanya setali
Dijual serta diburu, masuk kampung,
keluar kampung, Bung beli
Sedap benar bumbunya, dan enak rasanya.
Sayur semanggi, cukulan dicampurnya,
dan tak lupa tempe nya.
Mari bung coba beli, sayur semanggi Suroboyo.
Tentu memuaskan hati,
Sayur semanggi, krupuk puli, Bung beli.

According Mr. Dukut Imam Widodo in his Soerabaia Tempoe Doloe. This song is the original song Tempoe Soerabaia Doloe (Formerly of Surabaya). Designation or call "dude", it was never famous here. Surabaya elders must know and remember correctly with this kroncong song.



Gambar 4.12 Bodycopy halaman pengertian Semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.12. *Bodycopy* membahas tentang pengertian Semanggi Surabaya beserta sejarahnya.

13. Halaman Pengertian Semanggi Surabaya (halaman 3)

Semanggi Surabaya

Daun semanggi yang telah diolah, dikukus dan diberi bumbu itu dinamakan semanggi surboyo (Surabaya). Semanggi Surabaya itu sendiri adalah makan tradisional yang terdiri dari dua macam sayuran yaitu daun semanggi yang dikukus dan kecambah yang direbus, disajikan bersama campuran pelis dan bumbunya yang khas merupakan perpaduan ketela yang dikukus lalu ditumbuk bersama kacang gula merah, gula putih dan garam, serta dilengkapi kerupuk puli.

Semanggi Surabaya ini sangat melekat dihati masyarakat atau arek Surabaya sampai-sampai dibuatkan lagu kroncong yang berjudul :

Semanggi Suroboyo
Semanggi Suroboyo, lontong balap wonokromo
Dimakan enak sekali,
sayur semanggi, krupuk puli, Bung mari.
Harganya sangat murah
Sepicuk hanya setali
Dijual serta diburu, masuk kampung,
keluar kampung, Bung beli
Sedap benar bumbunya, dan enak rasanya.
Sayur semanggi, cukulan dicampurnya,
dan tak lupa tempe nya.
Mari bung coba beli, sayur semanggi Suroboyo.
Tentu memuaskan hati,
Sayur semanggi, krupuk puli, Bung beli.

Menurut bpk. Dukut Imam Widodo dalam bukunya Soerabaia Tempoe Doloe. Lagu ini memang asli lagu Soerabaia Tempoe Doloe (Surabaya Tempo Dulu). Sebutan atau panggilan "Bung" itu, memang pernah ngetrend disini. Para sesepuh Surabaya pasti tahu dan ingat benar dengan lagu kroncong tersebut.

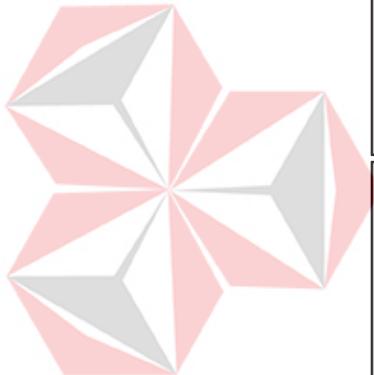
81

Gambar 4.13 Halaman Pengertian Semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.13 layout yang dipakai adalah jumble layout, komposisi foto dan teks ditata secara teratur bertujuan untuk memudahkan audience untuk membaca teks dan visualnya. Sejarah dari semanggi ditunjukkan melalui lagu kroncong ciptaan *arek Suroboyo* yang ditulis secara *italic*.

14. *Bodycopy* halaman mencari semanggi Surabaya



Mencari Semanggi Surabaya

Apabila ingin mencari semanggi Surabaya ya tentu saja harus datang ke kota Pahlawan alias Surabaya. Penjual semanggi Surabaya berkeli ling di perumahan-perumahan dan kampung, ada juga yang ngetem di tempat tertentu, seperti di taman bungkul, masjid agung. Tetapi semanggi Surabaya juga bisa ditemukan di restaurant, depot, pujasera seperti Gwalk Citraland, D'Kampoeng Sutos, Tjap Toenjoengan, dan masih banyak lagi yang menjual masakan Semanggi Suroboyo ini. Namun, rasanya lebih mantap dan sedap apabila makan semanggi dari penjual semanggi keliling mungkin karena suasana penyajian nya.

Looking Semanggi Surabaya

If you want to look for Semanggi Surabaya yes of course have to come to the city of Surabaya as City of Heroes. Seller Semanggi in Surabaya around estates and villages, there is also a stand by in certain places, such as in Bungkul parks , Masjid Agung. But Semanggi Surabaya can also be found in the restaurant, depots, such as the food court Gwalk Citraland, D'Kampoeng Sutos, Tjap Toenjoengan, and many more that sell these dishes Semanggi's Suroboyo. However, it feels more stable and delicious when eaten Semanggi itinerant of the Semanggi's seller may be due to the atmosphere, presentation.

UNIVERSITAS
Dinamika

Gambar 4.14 *bodycopy* indonesia-inggris halaman
mencari semanggi Surabaya
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.14 *bodycopy* membahas tentang tempat-tempat dimana bisa menemukan semanggi Surabaya dan menjelaskan perbedaan antara semanggi yang dijual oleh ibu semanggi keliling dan semanggi yang dijual di depot atau restoran. Agar dapat memberikan informasi tentang perbandingan rasa.

15. Halaman mencari semanggi Surabaya (halaman 4)

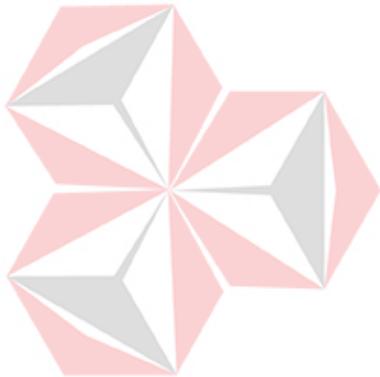


Gambar 4.15 halaman mencari semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.15 ini memakai satu kolom karena hanya menjelaskan singkat tentang tempat yang menjual semanggi Surabaya. Juga perbandingan rasa antara semanggi yang dijual oleh penjual keliling dan semanggi Surabaya yang dijual di depot atau restaurant.

16. *Bodycopy* halaman produksi semanggi Surabaya.



Produksi Semanggi Surabaya

Memproduksi semanggi agar dapat dinikmati oleh masyarakat, memiliki langkah-langkah, daun semanggi harus ditanam di sawah yang berair dan disinari oleh matahari. Akar dari semanggi yang sudah pernah tumbuh dipindah ke sawah yang masih kosong. Menunggu selama 2 minggu baru bisa dipanen. Setelah panen, daun semanggi bisa dipetik tetapi tidak sampai ke akarnya. Akar tersisa di sawah diratakan dengan menginjaknya supaya daun baru bisa tumbuh lagi dengan bagus. Kemudian, ibu petani menjual hasil panennya kepada ibu penjual semanggi surabaya keliling. Harga yang dijual untuk satu kantong plastik besar antara 30 - 40 ribu rupiah.

Ibu penjual keliling memasak semanggi dan membuat bumbu di rumah masing-masing. Dengan dapur dan peralatan yang sederhana mereka mampu membuat masakan semanggi surabaya sejumlah 100 porsi. Langkah pertama untuk mengolah semanggi yaitu menjemur daun semanggi selama 10-15 menit untuk menghilangkan kandungan airnya. Setelah dijemur semanggi dikukus selama 5 menit. Kemudian beralih ke bumbu, untuk mengolah bumbu diperlukan alat seperti ember besar, alat tumbuk dan sendok. Bumbu yang diperlukan: ketela, garam, gula merah, gula putih, kacang tanah dan petis dimasukkan ke dalam ember lalu di tumbuk hingga merata. Semanggi dan bumbu siap untuk dijual, tidak lupa penjual semanggi membuat sambel yang direbus lalu diblender dan menyiapkan petis tambahan untuk para pelanggan yang menginginkan rasa pedas. Setelah semuanya siap para penjual semanggi surabaya keliling mulai menjajakan jualannya ke perumahan-perumahan dan kampung-kampung. Mereka memulainya dari jam 06,30 WIB berkumpul di satu tempat lalu mereka berpisah arah sesuai dengan tempat tujuannya. Pada jam 5 sore mereka bersiap untuk pulang.

Producing Semanggi Surabaya

Producing Semanggi that can be enjoyed by the public, have measures. Leaf Semanggi should be planted in rice fields watery and irradiated by the sun. The roots of Semanggi that had been transferred to rice fields growing is empty. Wait for 2 weeks can only be harvested. After harvesting, the leaves can be picked Semanggi but not up to the roots. Roots left in the fields leveled by step on that new leaves can grow again with the great. Then, farmers sell their crops to Semanggi's Surabaya seller. Price sold to a large plastic bag between 30-40 thousand rupiah.

Semanggi seller cooking semanggi and make seasoning in each home.simple equipment that they are able to make a number of dishes Semanggi surabaya 100 servings. The first step is to cultivate Semanggi leaf Semanggi drying for 10-15 minutes to remove water content. Once dried Semanggi steamed for 5 minutes, then switch to herb, spices necessary tools to process such a large bucket, tools and spoon mashed. Seasoning required: sweet potatoes, salt, brown sugar, white sugar, peanut paste and put in a bucket and then in mashed it flat. Semanggi and herbs ready for sale, do not forget seller Semanggi make sauce boiled and then blended and prepared paste in addition to those customers who want a spicy flavor. Once everything is ready to sellers itinerant Semanggi Surabaya began peddling wares to the estates and villages. They start at 06.30 hours pm gather at one place and the They split up in accordance with the direction of the goal. At 5 pm they

Gambar 4.16 *Bodycopy* indonesia-inggris halaman produksi semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.16. Bodycopy diletakkan pada sisi kiri dari gambar untuk memberikan himbauan kepada pembaca untuk membaca dulu dari teks yang ada di kiri halaman lalu setelah itu melihat foto yang ada pada halaman ini.

17. Halaman Produksi Semanggi Surabaya (halaman 6-9)



Gambar 4.17 Halaman produksi semanggi Surabaya
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.17 halaman ini menggunakan jumble layout. Foto diatas menunjukkan semua dari penjelasan teks. Produksi awal semanggi berawal dari perkebunan semanggi lalu pembuatan semanggi berada di dapur yang terlihat sederhana. Lalu tahap-tahap prosesnya akan ada pada gambar 4.18.



Gambar 4.18 Halaman proses produksi semanggi Surabaya
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.18 halaman ini menampilkan foto sesuai dengan *bodycopy* dari halaman sebelumnya. Foto disini menjelaskan tahap-tahap proses produksi semanggi dari menjemur hingga siap makan. Menggunakan modular grid yang menambah kesan estetis dan kerapihan pada layout secara keseluruhan.

18. *Bodycopy* Halaman Penjual Semanggi Surabaya



Penjual Semanggi Surabaya

Penjual semanggi surabaya keliling ini bisa ditemukan di perumahan dan kampung. Jam 05.30 ibu penjual semanggi ini merapikan dagangan yang dijual sampai jam 06.00 mereka keluar rumah untuk naik bemo sesuai dengan jurusannya masing-masing. Setelah sampai tujuan jam 06.30, para penjual semanggi ini berjalan dengan tanpa lelah demi mendapatkan pembeli, biasanya mereka berucap "Semanggiiiiii ..." dengan nada yang khas juga mudah untuk dikenali yang berhenti disuatu tempat untuk menunggu para pembeli datang. Sekitar jam 13.00 mereka beristirahat untuk makan siang. Setelah itu berjualan lagi sampai fajar turun. Halangan yang dimiliki para penjual semanggi keliling ini adalah hujan, Ibu Sona salah satu penjual semanggi keliling berkata "lelah tidak menjadi masalah buat saya karena sudah terbiasa seperti ini dan sepanas-panasnya udara di surabaya, saya tidak berhenti untuk menjual semanggi tapi kalau sudah hujan, ya tidak berjualan. Kalau sudah reda baru saya berjualan lagi". Mereka menjual semanggi surabaya untuk 1 porsinya Rp. 6.000,- sudah dengan krupuk pulinya. Krupuk pulinya bisa dibeli sendiri dengan harga Rp 1.000,-. Rata-rata penghasilan mereka satu hari sekitar 100 - 150 ribu rupiah.

Seller Semanggi surabaya itinerant can be found in residential and village. At 05:30 am The semanggi's seller smoothed their merchandise sold until they leave the house at 06.00 a.m for minibus according to the respective department. After reaching the destination at 06:30 am, the seller is running Semanggi without getting tired to have buyers, usually them saying "Semanggiiiiii ..." with a typical tone is also easy to recognize there is also a stop at a place to wait for the buyers to come. Around 13:00 they break for lunch. After the sell down again until dawn.

Obstruction of the seller owned itinerant Semanggi is training, Mrs. Sona one seller Semanggi itinerant saying "tired is not a problem for me because it was used like this and as heat in Surabaya, I do not stop to sell Semanggi but when it rains, yes no selling. If I had stopped selling start again".

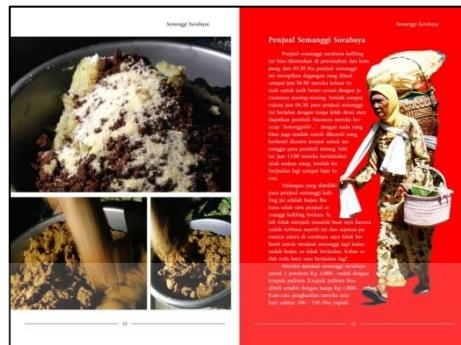
They sell Semanggi Surabaya for Rp 1 portion. 6.000,- already with puli crackers. Puli crackers can be purchased at a price of Rp 1,000,-. Average earning them one day about 100-150 thousand dollars.

Gambar 4.19 *bodycopy* indonesia-inggris penjual semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.19 *bodycopy* menceritakan tentang penjual keliling semanggi Surabaya. Memberikan informasi kepada audience waktu mereka mulai berjualan, ciri khas mereka dalam berjualan dan dapat ditemui dimana mereka berjualan.

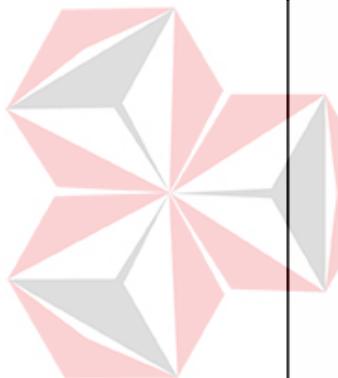
19. Halaman Penjual Semanggi Surabaya (halaman 10-11)



Gambar 4.20 halaman penjual semanggi Surabaya
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.20 sisi kiri gambar melanjutkan halaman proses pembuatan semanggi dan pada gambar sisi kanan halaman penjual semanggi Surabaya menggunakan circus layout. Menonjolkan foto ekspresi dari ibu penjual semanggi keliling dan menggabungkan teks yang mengikuti bentuk dari foto. Menggunakan background warna merah karena halaman ini dianggap penting karena penjual semanggi keliling ini adalah tokoh yang telah berjasa dalam melakukan pelestarian semanggi Surabaya.

20. *Bodycopy* Halaman Perjuangan Penjual Semanggi Surabaya



Perjuangan Penjual Semanggi Surabaya

Perjuangan yang dimiliki oleh salah satu penjual semanggi surabaya keliling. Ibu ini sudah selama 25 tahun berjualan semanggi. Para pembeli juga sudah ada yang berlangganan kepada ibu penjual semanggi Surabaya ini tetapi untuk berjualan ibu ini harus menaiki bemo tiga kali dan becak satu kali. Biaya transportasinya saja untuk naik bemo Rp 16.000,-, biaya becak Rp 10.000,-. Itu untuk berangkat, pulang juga melewati rute yang sama. Jadi semuanya Rp 52.000,- ditambah dengan makan siang Rp 8.000,-, total Rp 60.000,-. Keuntungan bisa Rp 100.000,-. tetapi ibu ini merasa kurang karena kebutuhan yang banyak tetapi beliau mau tidak mau menerima penghasilannya.

The struggle which is owned by one of the Semanggi Surabaya itinerant sellers . This mother has for 25 years selling Semanggi. The buyer also has no mother who subscribe to Surabaya Semanggi seller to sell this but it should be up by minibus mother three times and pedicab one time. The cost of transportation by minibus just for Rp 16,000, -, pedicab costs Rp 10,000, -. It was to leave, go home also pass through the same route. So everything is Rp 52.000, - plus lunch Rp 8.000, -, a total of Rp 60.000, -. Advantage can Rp 100.000, -. but this mother feel less because of the need that many but he would not want to receive income.

Gambar 4.21 *bodycopy* halaman indonesia-inggris
perjuangan penjual semanggi Surabaya
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.21 halaman ini *bodycopy* menceritakan perjuangan yang dihadapi oleh penjual semanggi keliling. Mengajak para pembaca untuk merasakan apa yang dirasakan oleh ibu penjual semanggi Surabaya keliling.

21. Halaman Perjuangan Semanggi Surabaya (halaman 12-13)



Gambar 4.22 Halaman perjuangan penjual semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.22 halaman ini *point of interestnya* foto-foto yang menggambarkan jerih payah penjual semanggi keliling. Dibantu dengan teks yang ada di kanan atas halaman. Perpaduan ini dapat membuat lebih mudah memahami maksud dari halaman ini.

22. *Bodycopy* Halaman Bahan & Manfaat Semanggi Surabaya

Bahan dan Manfaat Semanggi Surabaya

Semanggi Surabaya dari daun semangginya saja sudah memiliki kandungan yang baik untuk tubuh dan makanan tradisional khas Surabaya ini menggunakan bumbu dapur yang alami dan menyehatkan bagi tubuh. Bahannya terdiri dari : Bahan utama; daun semanggi, kecambah, kerupuk puli. Bumbu; ketela, kacang tanah, jahe, gula putih, gula merah, kemiri, bawang puti, garam, petis, cabai rawit. Bahan untuk membuat semanggi Surabaya mudah untuk dicari. Setiap pasar dan supermarket menjual bahan-bahan ini. Selain, mudah untuk dicari harga dari bahan ini terjangkau.

Gambar 4.23 *bodycopy* indonesia-inggris bahan daan manfaat Semanggi Surabaya
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.23 *bodycopy* ini menjelaskan tentang rincian dari bahan utama dan bumbu yang digunakan dalam membuat semanggi Surabaya. Selain itu, memberikan informasi tentang tempat menemukan semanggi Surabaya ini.

23. Halaman Bahan & Manfaat Semanggi Surabaya (halaman 15)



Gambar 4.24 halaman bahan dan manfaat semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.24 pada halaman sebelumnya foto mendeskripsikan tentang bahan-bahan semanggi secara menyeluruh dan *bodycopy* menjelas bahan-bahan dibutuhkan dalam membuat semanggi Surabaya.

24. Bodycopy Daun Semanggi

Contents and Benefits Semanggi Leaves				
Jenis gizi	Semanggi segar (%)		Semanggi kukus (%)	
	Basis basah (bh)	Basis kering (bk)	Basis basah (bh)	Basis kering (bk)
Air	89,02	0	87,92	0
Abu	2,70	14,2	0,53	4,38
Lemak	0,27	2,62	0,3	2,48
Protein	4,35	39,63	3,23	26,74
Serat kasar	2,28	20,77	1,12	9,27
Karbohidrat	1,38	22,78	6,9	57,13

comparison table of fresh semanggi and steamed semanggi

Clover leaves has a high water content and a small decline. Decrease in ash content after steaming suspected because of the dust, soil, silica and other impurities were measured as ash when the water is still fresh Semanggi as well as fiber content changed after the steaming process. Minerals contained in the Semanggi plants such as calcium, phosphorus, iron, sodium, potassium, copper, and zinc come out along with the release of water due to the steaming process.

The presence of the protein content in the water Semanggi which has a function as a fuel in the body also serves as a building block and regulators. Besides rich in protein and carbohydrates, water Semanggi contain vitamins, namely Vitamin C Semanggi fresh water for 66,58mg / 100g smaller when compared with the levels of vitamin C water steamed Semanggi 55,29mg / 100g. Deficiency of vitamin C causes thrush, which is characterized by weakness, bleeding in the skin, as well as abnormal bone development of children (Olson, ER, 1991). So that sufficient vitamin C is necessary for our body.

Kandungan dan Manfaat Daun Semanggi				
Jenis gizi	Semanggi segar (%)		Semanggi kukus (%)	
	Basis basah (bh)	Basis kering (bk)	Basis basah (bh)	Basis kering (bk)
Air	89,02	0	87,92	0
Abu	2,70	14,2	0,53	4,38
Lemak	0,27	2,62	0,3	2,48
Protein	4,35	39,63	3,23	26,74
Serat kasar	2,28	20,77	1,12	9,27
Karbohidrat	1,38	22,78	6,9	57,13

tabel perbandingan semanggi segar dan semanggi kukus

Daun semanggi memiliki kadar air yang tinggi dan terjadi penurunan yang kecil. Penerunan kadar abu setelah dikukus diduga karena adanya debu, tanah, silika dan kotoran lainnya yang terukur sebagai abu pada saat semanggi air masih segar begitu juga dengan kadar serat berubah setelah proses pengukusan. Mineral-mineral yang terkandung dalam tanaman semanggi seperti kalsium, fosfor, besi, natrium, kalium, tembaga, dan seng ikut keluar bersama dengan keluarnya air akibat proses pengukusan.

Adanya kandungan protein di dalam semanggi air yang memiliki fungsi sebagai bahan bakar dalam tubuh juga berfungsi sebagai zat pembangun dan zat pengatur. Selain kaya akan protein dan karbohidrat, semanggi air ini memiliki kandungan vitamin, yaitu Vitamin C semanggi air segar sebesar 66,58mg/100g lebih kecil jika dibandingkan dengan kadar vitamin C semanggi air kukus 55,29mg/100g. Defisiensi vitamin C menyebabkan sariawan, yang ditandai dengan kelelahan, pendarahan pada kulit, serta kelainan perkembangan tulang anak-anak (Olson, ER, 1991). Sehingga vitamin C yang cukup

Gambar 4.25 Bodycopy indonesia-inggris Daun Semanggi

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.25 halaman ini *bodycopy* mendeskripsikan tentang manfaat dan kandungan yang terkandung pada daun semanggi. Memberikan informasi dan wawasan baru kepada pembaca bahwa semanggi Surabaya tidak hanyalah sayur biasa tetapi makanan yang mempunyai manfaat seperti mengandung vitamin C, karbohidrat, kaya akan serat dan protein. Selain itu memberikan perbandingan antara semanggi kering dan semanggi basah yang sudah direbus.

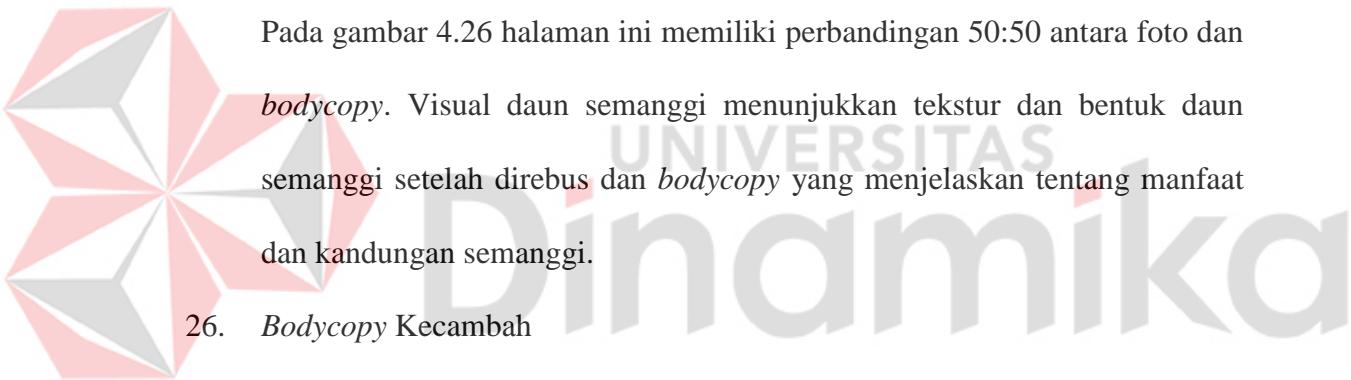
25. Daun Semanggi (halaman 16-17)



Gambar 4.26 Daun Semanggi
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.26 halaman ini memiliki perbandingan 50:50 antara foto dan *bodycopy*. Visual daun semanggi menunjukkan tekstur dan bentuk daun semanggi setelah direbus dan *bodycopy* yang menjelaskan tentang manfaat dan kandungan semanggi.

26. *Bodycopy* Kecambah



Contents & Benefits of Sprouts	Kandungan & Manfaat Kecambah (Tauge)
<p>Sprouts are the new small plants grown from seed nuts are sown or through germination. Sprouts are made from mung bean sprouts called (Astawan, 2005). Vitamins are found in sprouts is vitamin C, thiamin, riboflavin, niacin, pantothenik acid, vitamin B6, folate, choline, β-carotene, vitamin A, vitamin E (α-tocopherol), and vitamin K. Minerals found in the bean sprouts are calcium (Ca), iron (Fe), magnesium (Mg), phosphorus (P), potassium (K), sodium (Na), zinc (Zn), copper (Cu), manganese (Mn), and selenium (Se). Sprouts contain antioxidants that can counteract free radicals.</p>	<p>Kecambah adalah tumbuhan kecil yang baru tumbuh dari biji kacangkacangan yang disemaikan atau melalui perkembangan. Kecambah yang dibuat dari biji kacang hijau disebut tauge (Astawan, 2005). Vitamin yang ditemukan dalam tauge adalah vitamin C, thiamin, riboflavin, niasin, asam pantothenik, vitamin B6, folat, kolin, β-karoten, vitamin A, vitamin E (α-tokoferol), dan vitamin K. Mineral yang ditemukan dalam tauge adalah kalsium (Ca), besi (Fe), magnesium (Mg), fosfor (P), potassium (K), sodium (Na), zinc (Zn), tembaga (Cu), mangan (Mn), dan selenium (Se). Tauge mengandung antioksidan yang dapat menangkal radikal bebas.</p>

Gambar 4.27 *Bodycopy* indonesia-inggris kecambah
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.27 halaman ini *bodycopy* mendeskripsikan manfaat dan kandungan dari kecambah. Memberikan informasi kepada pembaca manfaat

yang terkandung dari kemcambah salah satunya contohnya kecambah mengandung antioksidan yang dapat menangkal radical bebas.

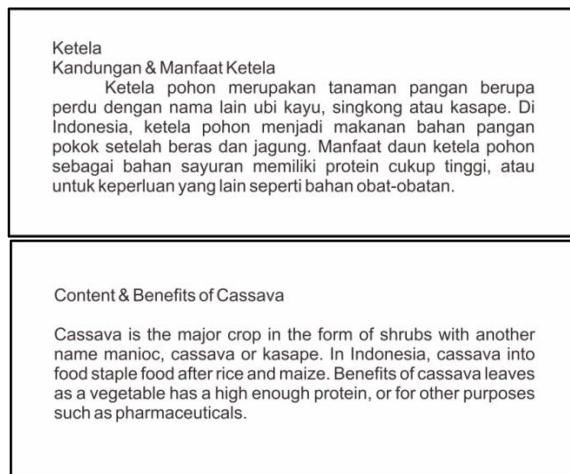
27. Kecambah (halaman 18-19)



Gambar 4.28 Kecambah
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.28 halaman ini memiliki perbandingan 50:50 antara foto dan *bodycopy*. Berdasarkan pertimbangan dari keyword dan *bodycopy*. Visual yang ada dapat membantu penjelasan *bodycopy* yang telah dirancang sebelumnya. Foto disini menunjukkan kecambah yang bertumpukan sehingga dapat melihatkan teksur yang jelas dari kecambah.

28. *Bodycopy* Ketela



Gambar 4.29 *Bodycopy* indonesia-inggris ketela
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.29 pada halaman sebelumnya *bodycopy* berdasarkan keyword menceritakan manfaat yang terkandung dalam ketela salah satu contohnya ketela dapat digunakan untuk keperluan obat-obatan. Cerita ini dapat menambah informasi kepada pembaca tentang manfaat dari bumbu semanggi Surabaya.

29. Ketela (halaman 20-21)

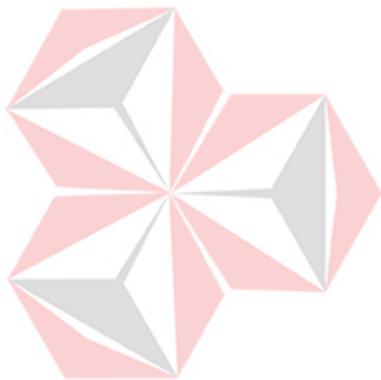


Gambar 4.30 Ketela

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.30 halaman ini memiliki perbandingan 50:50 antara foto dan *bodycopy*. Berdasarkan pertimbangan dari keyword dan *bodycopy*. Visual yang ada dapat membantu penjelaskan *bodycopy* yang telah dirancang sebelumnya. Foto disini menunjukkan ketela yang telah diiris dan ditata bertumpukan sehingga dapat melihatkan tekstur yang jelas. Diharapkan visual dapat membantu cerita yang ada di dalam *bodycopy*.

30. *Bodycopy* Kacang Tanah



Kacang Tanah
Kandungan dan Manfaat Kacang Tanah

Kacang tanah merupakan tanaman pangan berupa semak yang berasal dari Amerika Selatan, tepatnya berasal dari Brazilia. Penanaman pertama kali dilakukan oleh orang Indian (suku asli bangsa Amerika). Di Benua Amerika penanaman berkebang yang dilakukan oleh pendatang dari Eropa. Kacang Tanah ini pertama kali masuk ke Indonesia pada awal abad ke-17, dibawa oleh pedagang Cina dan Portugis.

Di bidang industri, digunakan sebagai bahan untuk membuat keju, mentega, sabun dan minyak goreng. Sebagai bahan pangan dan pakan ternak yang bergizi tinggi, kacang tanah mengandung lemak (40,50%), protein (27%), karbohidrat serta vitamin (A, B, C, D, E dan K), juga mengandung mineral antara lain Calcium, Chlorida, Ferro, Magnesium, Phosphorus, Kalium dan Sulphur. Manfaat kacang tanah bagi tubuh : 1) Kacang tanah dikenal sebagai lemak baik yang menurunkan resiko penyakit jantung dengan cara menurunkan kolesterol jahat (LDL) dalam tubuh, 2) Kandungan resveratrol, bermanfaat bagi kelancaran fungsi tubuh, 3) Mengandung folat niacin, mangan, protein, serta vitamin E yang melimpah, sangat baik untuk kelancaran fungsi usus, 4) Mengandung serat, membantu menurunkan resiko kanker usus besar dan pembentukan batu empedu, 5) Mengandung limpahan kalsium dan vitamin D, yang dapat membantu menjaga kesehatan tulang dan gigi. dan dalam jangka panjang mencegah serangan osteoporosis (Anonimous, 2012).

Contents and Benefits of Groundnuts

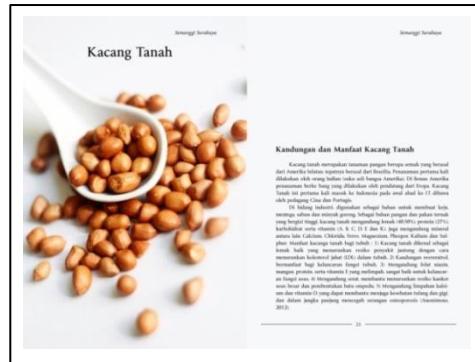
Groundnut is the major crop in the form of a shrub native to South America, precisely comes from Brazil. Planting was first performed by the Indians (indigenous Americans). In developing planting Americas conducted by immigrants from Europe. Peanut was first entered Indonesia in the early 17th century, brought by the Chinese and Portuguese traders.

In industry, it is used as an ingredient to make cheese, butter, soap and cooking oil. As food and animal feed are highly nutritious, peanut-containing fat (40.50%), protein (27%), carbohydrates and vitamins (A, B, C, D, E and K), also contain minerals such as Calcium, chloride, Ferro, magnesium, phosphorus, potassium and Sulphur. Benefits of peanuts for the body: 1) Groundnut are known as good fats that lower the risk of heart disease by lowering bad cholesterol (LDL) in the body, 2) content of resveratrol, beneficial to the smooth functioning of the body, 3) Contains folate niacin, manganese, protein, as well as vitamin E are abundant, very good for the smooth functioning of the intestine, 4) Contains fiber, helps lower the risk of colon cancer and gallstone formation, 5) contains an abundance of calcium and vitamin D, which can help maintain healthy bones and teeth. and in the long term to prevent osteoporosis attacks (Anonymous, 2012).

Gambar 4.31 *Bodycopy* indonesia-inggris kacang tanah
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.31 *bodycopy* berdasarkan keyword menceritakan manfaat yang terkandung dalam kacang tanah salah satu contohnya kacang tanah adalah lemak baik yang dapat menurunkan resiko penyakit jantung dengan cara menurunkan kolesterol jahat (LDL) dalam tubuh.

31. Kacang tanah (halaman 22-23)



Gambar 4.32 Kacang tanah
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.32 halaman ini memiliki perbandingan 50:50 antara foto dan *bodycopy*. Visual yang ada dapat membantu penjelasan *bodycopy* yang telah dirancang sebelumnya. Foto disini menunjukkan kacang tanah yang diletakkan dalam sendok dan disebar dibawahnya. Menjadikan *point of interest* dari halaman ini. Diharapkan visual dapat membantu cerita yang ada di dalam *bodycopy* yang membantu pembaca dalam memahami halaman ini.

32. Bodycopy Jahe

<p>Jahe Manfaat dan Kandungan Jahe</p> <p>Jahe (<i>Zingiber officinale</i> (L.) Rosc.) mempunyai kegunaan yang cukup beragam, antara lain sebagai rempah, minyak atsiri, pemberi aroma, ataupun sebagai obat (Bartley dan Jacobs 2000). Secara tradisional, kegunaannya antara lain untuk mengobati penyakit rematik, asma, stroke, sakit gigi, diabetes, sakit otot, tenggorokan, kram, hipertensi, mual, demam dan infeksi (Ali et al. 2008; Wang dan Wang 2005; Tapsell et al. 2006).</p> <p>Secara umum, ketiga jenis jahe tersebut mengandung pati, minyak atsiri, serat, sejumlah kecil protein, vitamin, mineral, dan enzim proteolitik yang disebut zingibain (Denyer et al. 1994).</p>	<p>Contents and Benefits of Ginger</p> <p>Ginger (<i>Zingiber officinale</i> (L.) Rosc.) Have utility are quite diverse, including as herbs, essential oils, flavor concentrates, or as a drug (Bartley and Jacobs 2000). Traditionally, its usefulness for treating diseases such as arthritis, asthma, stroke, tooth pain, diabetes, muscle pain, throat, cramps, hypertension, nausea, fever and infection (Ali et al., 2008; Wang and Wang 2005; TAPSELL et al. 2006). In general, three types of ginger contains starch, essential oils, fibers, small amounts of protein, vitamins, minerals, and enzymes called proteolytic zingibain (Denyer et al., 1994).</p>
--	--

Gambar 4.33 Bodycopy indonesia-inggris petis
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.33 *bodycopy* menjelaskan manfaat dan kandungan dari bumbu dapur jahe. Jahe memiliki kandungan pati, minyak, alsirin, serat dan sejumlah kecil protein dan lain-lain. Manfaat yang di dapat dari jahe dapat mengobati penyakit rematik, asma, stroke, sakit gigi, diabetes, sakit otot, tenggorokan. Diharapkan *bodycopy* pada halaman ini dapat memberikan wawasan baru tentang jahe kepada pembaca.

33. Jahe (halaman 24-25)



Gambar 4.34 Jahe
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.34 berdasarkan pertimbangan dari keyword dan *bodycopy*. Visual jahe yang memperlihatkan tekstur jahe secara detail dapat membantu menjelaskan *bodycopy* yang telah dirancang sebelumnya. Diharapkan visual dapat membantu cerita yang ada di dalam *bodycopy* yang membantu pembaca dalam memahami halaman ini.

34. *Bodycopy Gula Jawa*

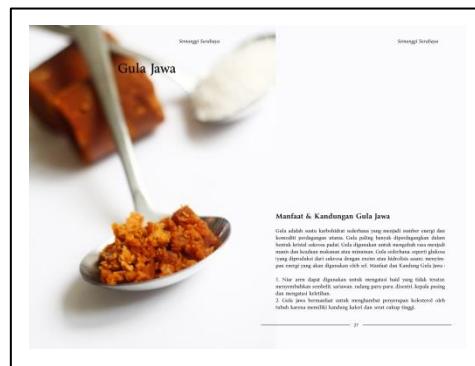
<p>Content & Benefits Brown Sugar</p> <p>Sugar is a simple carbohydrate that is a source of energy and a major trade commodity. The most heavily traded sugar in the form of crystalline solid sucrose. Sugar is used to change the flavor becomes sweeter and the state of food or drink. Simple sugars, such as glucose (which is produced from sucrose by enzymes or acid hydrolysis), storing energy that will be used by the cell. Benefits and Brown Sugar Ingredients:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niar palm can be used to cope with irregular menstruation, cure constipation, mouth sores, pneumonia, dysentery, headache and overcome fatigue. 2. Brown sugar helpful to inhibit the absorption of cholesterol by the body because it has a bladder enough calories and high fiber. 	<p>Manfaat & Kandungan Gula Jawa</p> <p>Gula adalah suatu karbohidrat sederhana yang menjadi sumber energi dan komoditi perdagangan utama. Gula paling banyak diperdagangkan dalam bentuk kristal sukrosa padat. Gula digunakan untuk mengubah rasa menjadi manis dan keadaan makanan atau minuman. Gula sederhana, seperti glukosa (yang diproduksi dari sukrosa dengan enzim atau hidrolisis asam), menyimpan energi yang akan digunakan oleh sel. Manfaat dan Kandungan Gula Jawa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niar aren dapat digunakan untuk mengatasi haid yang tidak teratur, menyembuhkan sembelit, sariawan, radang paru-paru, disentri, kepala pusing dan mengatasi kelelahan. 2. Gula jawa bermanfaat untuk menghambat penyerapan kolesterol oleh tubuh karena memiliki kandungan kalori dan serat cukup tinggi.
---	---

Gambar 4.35 *Bodycopy indonesia-inggris gula jawa*

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.35 diatas *bodycopy* menjelaskan kandungan dan manfaat yang dimiliki oleh gula jawa atau gula merah. Manfaat yang dimiliki oleh gula jawa salah satunya bermanfaat untuk menghambat penyerapan kolesterol oleh tubuh karena memiliki kandungan kalori dan serat cukup tinggi.

35. Gula Jawa (halaman 26-27)



Gambar 4.36 Gula Jawa

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.36 di atas *focus point* dari halaman ini yaitu visual dari gula jawa yang sudah ditumbuk diletakkan pada sendok terlihat pada bagian ini

yang *focus*. Hal ini bermanfaat untuk memperlihatkan tekstur dari gula jawa yang telah ditumbuk dan pada bagian belakang ada gula jawa yang masih dipadatkan tetapi memiliki efek *blur* untuk memberikan informasi bahwa gula jawa itu berbentuk padat. Foto ini dapat membantu menjelaskan *bodycopy* yang telah dirancang sebelumnya.

36. *Bodycopy* Gula Pasir

<p>Manfaat & Kandungan Gula Pasir</p> <p>Gula pasir, pemanis yang bertekstur lembut dan mengandung karbohidrat yang tinggi. Manfaat dan Kandungan Gula Pasir yaitu,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi sumber energi yang cepat 2. Mencegah lemas dan lethi 3. Memulihkan tenaga setelah bekerja keras atau bekerja berat. 	<p>Content & Benefits White Sugar</p> <p>Sugar, sweetener has soft texture and high in carbohydrates. Benefits and Sugar Content is,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Being a source of quick energy 2 Mincegan limp and weary 3 Recovering energy after working hard or working hard.
---	--



Gambar 4.37 *Bodycopy* indonesia-inggris gula pasir

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.37 *bodycopy* menjelaskan tentang kandungan dan manfaat gula pasir atau gula putih. Gula putih memiliki manfaat menjadikan sumber energi yang cepat dan mencegah lemas dan lethi.

37. Gula Pasir (halaman 28-29)

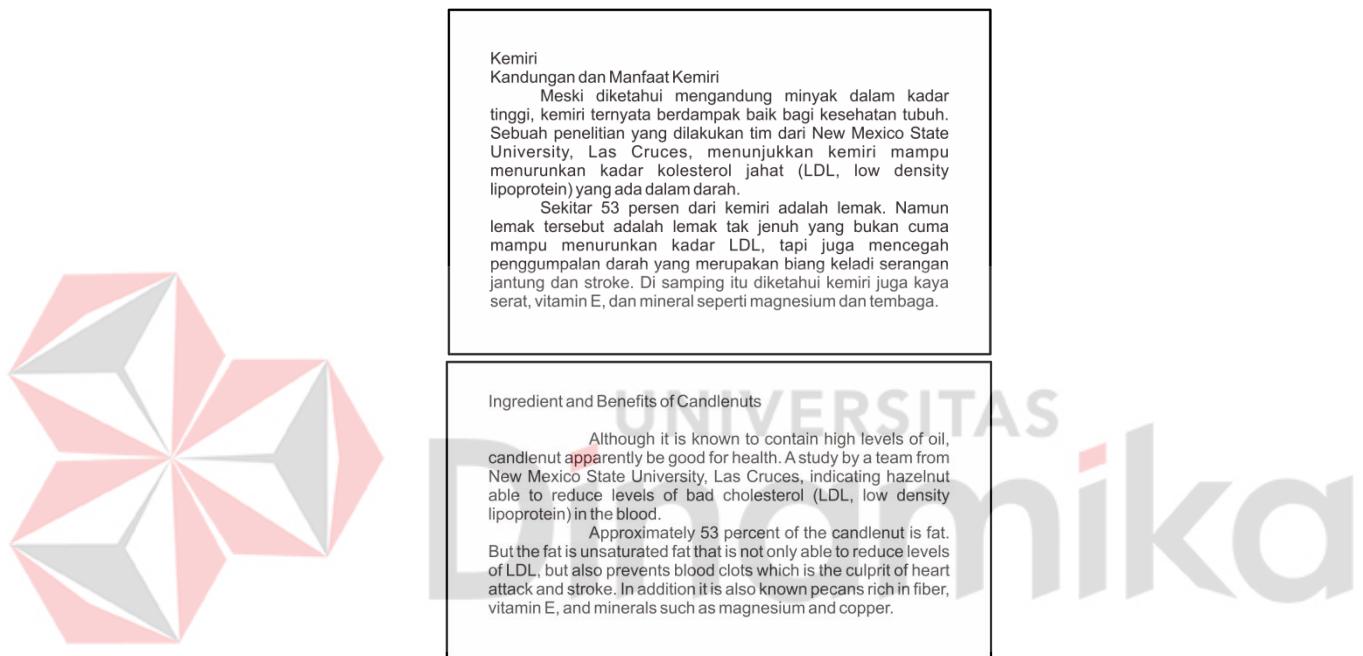


Gambar 4.38 Gula Pasir

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.38 halaman ini terdapat visual dari gula pasir yang diletakkan di atas sendok bertujuan untuk membedakan warna antara background dan gula pasir itu sendiri. Sehingga dapat memudahkan pembaca untuk melihat tekstur dari gula pasir.

38. *Bodycopy* Kemiri



Kemiri
Kandungan dan Manfaat Kemiri
 Meski diketahui mengandung minyak dalam kadar tinggi, kemiri ternyata berdampak baik bagi kesehatan tubuh. Sebuah penelitian yang dilakukan tim dari New Mexico State University, Las Cruces, menunjukkan kemiri mampu menurunkan kadar kolesterol jahat (LDL, low density lipoprotein) yang ada dalam darah.

Sekitar 53 persen dari kemiri adalah lemak. Namun lemak tersebut adalah lemak tak jenuh yang bukan cuma mampu menurunkan kadar LDL, tapi juga mencegah penggumpalan darah yang merupakan biang keladi serangan jantung dan stroke. Di samping itu diketahui kemiri juga kaya serat, vitamin E, dan mineral seperti magnesium dan tembaga.

Ingredient and Benefits of Candlenuts
 Although it is known to contain high levels of oil, candlenut apparently be good for health. A study by a team from New Mexico State University, Las Cruces, indicating hazelnut able to reduce levels of bad cholesterol (LDL, low density lipoprotein) in the blood.

Approximately 53 percent of the candlenut is fat. But the fat is unsaturated fat that is not only able to reduce levels of LDL, but also prevents blood clots which is the culprit of heart attack and stroke. In addition it is also known pecans rich in fiber, vitamin E, and minerals such as magnesium and copper.

Gambar 4.39 *Bodycopy* indonesia-inggris kemiri
 Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.39 *bodycopy* pada halaman ini menjelaskan kandungan dan manfaat dari kemiri. Kemiri termasuk salah satu jenis bumbu dapur yang memiliki beragam manfaat yang baik untuk tubuh dapat menurunkan kadar LDL dan mencegah penggumpalan darah yang merupakan penyebab serangan jantung dan stroke.

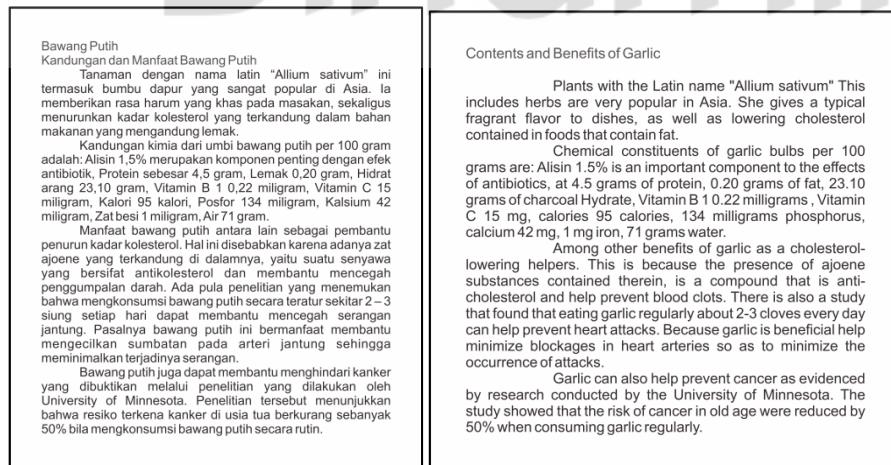
39. Kemiri (halaman 30-31)



Gambar 4.40 Kemiri
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.40 pada halaman *focus point* terdapat pada tekstur dari kemiri pada sisi kiri halaman. Bertujuan untuk mengenalkan kemiri dari segi bentuk dan teksturny. Visual yang ada mampu membantu menjelaskan *bodycopy* yang telah dirancang sebelumnya.

40. *Bodycopy* Bawang Putih



Gambar 4.41 *Bodycopy* indonesia-inggris
bawang putih
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.41 *bodycopy* halaman ini menjelaskan kandungan dan manfaat yang ada pada bawang putih. Selain itu, memberikan informasi berupa pengetahuan tentang manfaat penting dari bawang putih salah satunya dapat membantu menghindari kanker yang dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh University of Minnesota. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa resiko kanker di usia tua berkurang sebanyak 50% bila mengkonsumsi bawang putih secara rutin.

41. Bawang Putih (halaman 32-33)



Gambar 4.42 Bawang Putih
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.42 di atas *focus point*-nya terdapat pada tekstur dari bawang putih yang masih utuh dan yang sudah dikupas. Bertujuan untuk memberitahu bahwa halaman ini membahas bawang seutuh dari segi manfaatnya. Visual yang ada dapat membantu menjelaskan *bodycopy* yang telah dirancang.

42. *Bodycopy* Garam

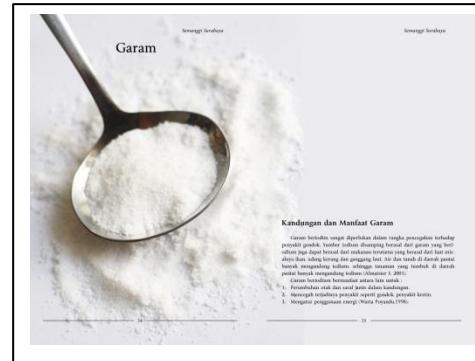
<p>Garam Kandungan dan Manfaat Garam</p> <p>Garam beriodium sangat diperlukan dalam rangka pencegahan terhadap penyakit gondok. Sumber iodium disamping berasal dari garam yang beriodium juga dapat berasal dari makanan terutama yang berasal dari laut misalnya ikan, udang kerang dan ganggang laut. Air dan tanah di daerah pantai banyak mengandung iodium, sehingga tanaman yang tumbuh di daerah pantai banyak mengandung iodium (Almatsier S, 2001).</p> <p>Garam beriodium bermanfaat antara lain untuk :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan otak dan saraf janin dalam kandungan. 2. Mencegah terjadinya penyakit seperti gondok, penyakit kretin, 3. Mengatur penggunaan energi (Warta Poyandu,1998). 	<p>Contents and Benefits of Salt</p> <p>Iodized salt is needed in order to prevent the mumps. Sources of iodine in addition to coming from that iodized salt can also be derived from foods, especially those from the sea such as fish, shrimp, shellfish and seaweed. Water and land in coastal area contains a lot of iodine, so that the plants that grow in coastal areas contain a lot of iodine (Almatsier S, 2001). Helpful iodized salt among others to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rapid growth rate of the brain and nerves of the fetus in the womb. 2. Prevent the occurrence of diseases such as mumps, cretin disease, 3. Set the use of energy (IHC News, 1998).
--	---

Gambar 4.43 *Bodycopy* indonesia-inggris garam

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.43 di atas *bodycopy* menjelaskan kandungan dan manfaat yang dimiliki bumbu dapur yaitu Garam. Manfaat dari mengkonsumsi garam baik untuk tubuh karena mengandung bahan yang disebut yodium. Garam beriodium salah satunya bermanfaat untuk mencegah terjadinya penyakit seperti gondok, penyakit kretin. Dapat menambah pengetahuan pembaca bahan yang dipakai untuk membuat bumbu semanggi Surabaya ini kaya akan manfaat.

43. Garam (halaman 34-35)



Gambar 4.44 *Bodycopy* indonesia-inggris garam

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.44 di halaman sebelumnya *bodycopy* visual dari garam diletakkan di atas sendok untuk membedakan antara objek dari garam dan background. Tekstur lebih ditonjolkan untuk membedakan antara garam dan gula pasir.

44. *Body Copy* Petis

<p style="text-align: center;">Kandungan dan Manfaat Petis Udang</p> <p>Petis adalah makanan yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Petis mengandung energi sebesar 345 kilokalori, protein 23,8 gram, karbohidrat 59,3 gram, lemak 1,4 gram, kalsium 221 miligram, fosfor 397 miligram, dan zat besi 3,8 miligram. Selain itu di dalam Petis juga terkandung vitamin A sebanyak 6 IU, vitamin B1 1,02 miligram dan vitamin C 0 miligram.</p>	<p style="text-align: center;">Content and Benefits of Petis</p> <p>Petis is a common food consumed by the people of Indonesia. Paste containing an energy of 345 kilocalories, 23.8 grams protein, 59.3 grams carbohydrates, 1.4 grams fat, 221 milligrams of calcium, 397 milligrams phosphorus, and 3.8 milligrams of iron. In addition, in the Petis also contained as many as 6 IU of vitamin A, vitamin B1 and 1.02 milligrams of vitamin C 0 milligrams.</p>
--	--

Gambar 4.45 *Bodycopy* indonesia-inggris petis
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.45 *bodycopy* berdasarkan keyword menceritakan manfaat yang terkandung dalam petis seperti protein, karbohidrat, lemak, kalsium yang baik untuk tubuh. Cerita ini dapat menambahkan informasi dan wawasan baru kepada pembaca.

45. Petis



Gambar 4.46 Petis
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.46 berdasarkan pertimbangan dari keyword dan *bodycopy*. Visual yang ada dapat membantu menjelaskan *bodycopy* yang telah

dirancang sebelumnya. Foto disini menunjukkan menonjolkan tesktur dari sambal petis. Menjadikan *point of interest* dari halaman ini. Diharapkan visual dapat membantu cerita yang ada di dalam *bodycopy* yang membantu pembaca dalam memahami halaman ini.

46. *Bodycopy Cabai Rawit*

Kandungan dan Manfaat Cabe Rawit

Sifat-sifat yang diberikan oleh zat capsaicin pada Cabai rawit adalah anti inflamasi , anti - alergi, anti jamur dan anti iritasi. Cabai rawit juga mengandung beberapa vitamin seperti vitamin A, vitamin B6 dan vitamin C, dan betakaroten. Mineral yang ada pada cabai rawit adalah, mangan dan kalium, yang semuanya baik untuk kesehatan. Cabe rawit ada yang dalam bentuk bubuk, namun yang segar tentu lebih baik jika dibandingkan dengan cabai rawit :

1. Mempercepat metabolisme tubuh
2. Membantu mencegah serangan jantung
3. Membantu Pertumbuhan Rambut
4. Membantu Meringankan rasa nyeri
5. Membantu menurunkan Berat Badan
6. Mencegah penyakit tertentu
7. Mencegah Tekanan Darah Tinggi
8. Membantu menyembuhkan Infeksi
9. Membantu menyembuhkan Luka usus
10. Mencegah Kanker

Manfaat yang paling penting dari mengkonsumsi cabai rawit adalah membantu mengurangi resiko kanker, serta dapat menghambat perkembangan sel kanker paru-paru dan kanker pankreas. Senyawa cabai rawit yang berkemampuan untuk ini tak lain adalah capsaicin yang memberikan rasa pedas. Proses ini dikenal dengan

Content and Benefit of Chili

The properties given by capsaicin in chili pepper is an anti-inflammatory, anti - allergic, anti-fungal and anti-irritants. Cayenne pepper also contains some vitamins such as vitamin A, vitamin B6 and vitamin C, and beta-carotene. Minerals that exist in cayenne pepper is, manganese and potassium, all of which are good for health. There is nothing in the chili powder, but fresh would be better if allowed to come. More benefits of chili pepper :

1. Speed up your metabolism
2. Helps prevent heart attacks
3. Help Hair Growth
4. Helps Relieve pain
5. Helps fight colds
6. Relieves sore throat
7. Prevent High Blood Pressure
8. Helps heal infection
9. Helps heal wounds intestine
10. Prevent Cancer

The most important benefit of taking cayenne pepper is to help reduce the risk of cancer, and can inhibit the development of lung cancer cells and pancreatic cancer. Compounds capable chili for this is none other than capsaicin that gives spicy taste. This process is known as apoptosis.

Gambar 4.47 *Bodycopy* indonesia-inggris cabai rawit

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.47 di atas menjelaskan tentang kandungan dan manfaat dari cabe rawit. Manfaat dari cabe rawit yaitu mempercepat metabolisme tubuh, membantu mencegah serangan jantung dan masih banyak lagi manfaat dari bumbu dapur satu ini. Hal ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada pembaca.

47. Cabai Rawit (halaman 38-39)

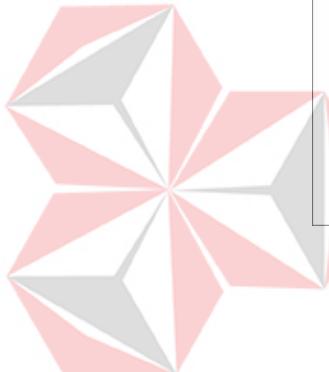


Gambar 4.48 Cabai rawit

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.48 halaman ini *focus point*-nya pada teksture dari cabe rawit karena jenis dari cabai beragam. Cabai yang dipakai berwarna merah untuk menggugah selera. Visual dapat membantu *bodycopy* yang telah dirancang sebelumnya.

48. *Bodycopy* Halaman Cerita tentang Semanggi Surabaya



<p>Cerita Penjual Semanggi Surabaya</p> <p>Ibu petani dan ibu penjual semanggi Surabaya kelling memiliki cerita yang patut untuk dicentarkan. Ibu Suhartini (foto kanan) seorang pedangang semanggi Surabaya. Ia sudah berjualan selama 28 tahun. Ibu Suhartini setiap Minggu dia menghabiskan waktunya berjualan di taman Bungkul Surabaya dan hari Selasa – Sabtu ibu ini berjualan di pedangang semanggi Surabaya. Semanggi yang ibu Suhartini jual Rp 6.000,-/ponsi sudah bersama dengan krupuk puluinya. Setiap harinya dia bisa laku antara Rp 100.000,- hingga Rp 150.000,-, sekitar 120-150 bungkus.</p> <p>Permasalahan yang dihadapi ibu Suhartini, faktor anaknya tidak ingin meneruskan ibunya untuk menjual semanggi dengan alasan karena terlalu berat pekerjaannya yang tidak sesuai dengan untung hanya Rp 1.000,-/ponsi. Kedua, yang harga semanggi satu keranjang semakin meningkat yang dulunya Rp 25.000 sekarang Rp 40.000,- belum lagi harga lontong yang dulunya sempat melonjak. Ketiga, lahan untuk menanam semanggi semakin berkurang karena pembangunan yang tidak memikirkan masyarakat kecil. Kalau realitanya seperti ini, tidak ada lagi semanggi, tidak ada lagi yang berjualan kelling seperti mereka</p> <p>Ibu Sona (foto bawah) sudah 25 tahun berjualan semanggi. Beliau memiliki satu anak yang memasak semanggi dan ibu Sona yang berkeliling untuk menjualnya. Permasalahan yang dihadapi oleh ibu Sona sama seperti ibu Suhartini tetapi dia masih memiliki masalah yang lebih kompleks, yaitu masalah transportasi. Ia berangkat memakai bemo oper sebanyak tiga kali dan naik becak becak satu kali itu saja menghabiskan Rp 26.000,- belum termasuk makan siang Rp 8.000,-. Sama disaat ia pulang, satu hari menghabiskan Rp 60.000. Sedangkan untung Rp 100.000,- hingga Rp 120.000,-. Keperluan yang perlu dibeli pun beragam. Ibu Sona apabila harga-harga kebutuhan semakin mahal, ia lebih memilih berkebutuhan saja dia tidak berjualan semanggi Surabaya.</p> <p>Ibu Assiyah yang bertempat tinggal di Desa Kendung 7 RT 5, Berumer 53 tahun dan sudah menjadi petani selama 30 tahun. Permasalahan yang dihadapi ibu Assiyah ini berhubungan dengan hal yang lain mengenang tanaman semanggi untuk tumbuh. Apabila tidak tumbuh, tidak memasok kepada tengkulak (ibu penjual semanggi) berarti tidak ada yang berjualan. Masalah yang kedua adalah faktor lahan untuk menanam semanggi semakin berkurang. Ia mengatakan "Sebenarnya menanam itu mudah sekali, perlu lahan yang berair dan matahari begitu saja tetapi apabila lahan saja tidak ada bagaimana mau menanam. Itulah cerita yang dimiliki oleh tokoh-tokoh yang sampai sekarang tetap berkontribusi dalam melestarikan kuliner tradisional Surabaya.</p>	<p>Mother farmer and Semanggi Surabaya itinerant sellers has a story that deserves to be told. Mother Suhartini (pictured right) a trader Semanggi Surabaya. She has been selling for 28 years. Mother Suhartini every Sunday he spent time at the Bungkul Surabaya's park selling semanggi Surabaya and Tuesday – Saturday is selling at Sepanjang residential. Suhartini sell semanggi Surabaya Rp 6.000,- /portion servin with puli crackers. Every day he could fetch between Rp 100.000,- to Rp 150.000,-. About 120-150 packs.</p> <p>The problem faced by mothers Suhartini, factors, her daughter not want to continue her mother to sell the Semanggi on the grounds that too much work is not in accordance with the profit only Rp 1.000,- / portion. Secondly, the price of a basket of Semanggi growing now formerly Rp 25.000 to Rp 40.000,- not to mention the price of chili that had surged. If the economy is not as stable as my better gardening village became farmers no longer trade Semanggi. Third, the land used to grow Semanggi dwindling because of development that does not think about the small community. If reality like this, no more Semanggi, nothing else itinerant like us. Sona's (pictured below) has 25 years of selling Semanggi. He has one child, who cooking Semanggi and her mother Sona is around to sell it. The problem faced by the same Suhartini as Sona but she is having a more complex problem, namely the problem transportation, she starts off wearing a minibus three times and one time it's pedicab ride spend Rp 26.000,- not including lunch Rp 8.000,-. Just when he got home, one day spent Rp. 60.000. While profit of Rp 100.000,- to Rp 120.000,-. Purposes which needs to be purchased were varied. Sona's mother when the prices of the more expensive needs, she prefers gardening course in the village do not sell Semanggi Surabaya.</p> <p>Secondly, the story of Mrs. Sona has 25 years selling Semanggi. He has one child and mother cooking Semanggi Sona is around to sell it. The problem faced by the same mother as the mother Suhartini Sona but she is having a more complex problem, namely the problem transportation. He starts off wearing a minibus oper sebanyak tiga kali dan naik becak becak satu kali itu saja menghabiskan Rp 26.000,- belum termasuk makan siang Rp 8.000,-. Sama disaat ia pulang, satu hari menghabiskan Rp 60.000. Sedangkan untung Rp 100.000,- hingga Rp 120.000,-. Keperluan yang perlu dibeli pun beragam. Ibu Sona apabila harga-harga kebutuhan semakin mahal, ia lebih memilih berkebutuhan saja dia tidak berjualan semanggi Surabaya.</p> <p>Assiyah who resides in the village kendung 7 RT 5. Aged 53 years and has become a farmer for 30 years. The problem faced Assiyah, 5. Berumor 53 tahun dan sudah menjadi petani selama 30 tahun. Permasalahan yang dihadapi ibu Assiyah ini berhubungan dengan hal yang lain mengenang tanaman semanggi untuk tumbuh. Apabila tidak tumbuh, tidak memasok kepada tengkulak (ibu penjual semanggi) berarti tidak ada yang berjualan. Masalah yang kedua adalah faktor lahan untuk menanam semanggi semakin berkurang. Ia mengatakan "Sebenarnya menanam itu mudah sekali, perlu lahan yang berair dan matahari begitu saja tetapi apabila lahan saja tidak ada bagaimana mau menanam. Itulah cerita yang dimiliki oleh tokoh-tokoh yang sampai sekarang tetap berkontribusi dalam melestarikan kuliner tradisional Surabaya.</p>
--	---

Gambar 4.49 *bodycopy* indonesia-inggris halaman cerita tentang semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.49 *bodycopy* menceritakan tokoh-tokoh yang terlibat dalam melestarikan semanggi Surabaya. Mereka punya keluh kesah akan penghasilannya, ekonomi yang tidak stabil dan lahan yang semakin lama semakin berkurang.

49. Halaman Cerita Tentang Semanggi Surabaya



Gambar 4.50 halaman cerita tentang semanggi Surabaya

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.50 visualisasi yang ditampilkan dengan teknik fotografi ini menjelaskan tokoh-tokoh yang memiliki cerita tentang semanggi Surabaya. Posisi foto berada $\frac{3}{4}$ dari halaman untuk menonjolkan sisi ekspresi tokoh-tokoh yang terlibat. Di lihat dari foto kiri yaitu penjual semanggi yang menunggu pelanggan untuk datang dan foto bawah penjual semanggi Surabaya keliling. Dan foto tengah dan kanan menggambarkan ekspresi dari petani semanggi. Bertujuan untuk menggambarkan *bodycopy* yang ada disebelah kiri halaman.

50. Halaman Bahan-bahan



Gambar 4.51 Halaman bahan-bahan

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.51 menjelaskan bahan-bahan dari semanggi Surabaya beserta takarannya dari tiap bahan. Visualisasi dibuat dengan perspektif atas sehingga pembaca dapat melihat dengan jelas bahan-bahan yang perlu untuk disiapkan beserta takarannya yang disampaikan oleh teks.

51. Halaman Membuat Semanggi Surabaya



Gambar 4.52 Halaman membuat semanggi Surabaya
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.52 halaman ini menjelaskan tahap-tahap dalam membuat semanggi Surabaya di rumah. Visual membantu pembaca dalam mempraktekkan untuk membuat semanggi. Adanya elemen tambahan dari halaman yaitu elemen garis, garis memiliki fungsi salah satunya sebagai elemen pengikat sistem desain supaya terjaga kesatuannya. Elemen garis di halaman memberikan kesatuan antara teks dan gambar.

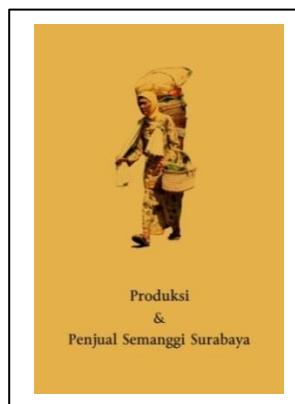
52. Pembatas Bab Satu (halaman 1)



Gambar 4.53 Pembatas bab satu
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.53 setiap bab baru dimulai akan ada halaman dimana berfungsi untuk memisahkan setiap bab yang ada. Berguna untuk memudahkan pembaca dalam menemukan setiap bab yang ada di dalam buku. Background dari pembatas bab ini adalah berwarna coklat muda yang diharapkan memberi kesan tradisional. Foto satu piring semanggi membantu teks untuk berbicara. Bahwa pada bab ini mengajak pembaca untuk mengenal semanggi Surabaya.

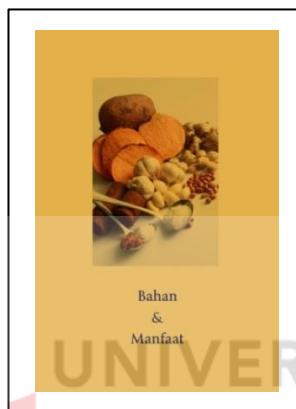
53. Pembatas Bab Dua (halaman 5)



Gambar 4.54 Pembatas bab dua
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.54 pembatas bab ini memakai background yang sama dan elemen visualnya adalah ibu penjual semanggi yang sesuai dengan teks dibawahnya. Pada bab ini isinya bercerita tentang produksi dan cerita penjual semanggi Surabaya.

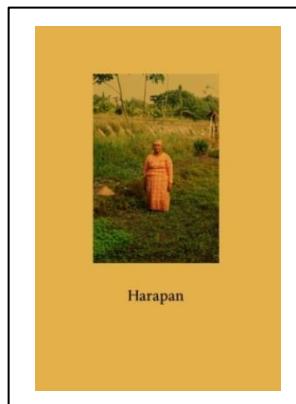
54. Pembatas Bab Tiga (halaman 14)



Gambar 4.55 Pembatas bab tiga
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.55 pembatas bab ini memakai background yang sama dan elemen visualnya adalah bahan-bahan yang dibutuhkan dalam membuat semanggi Surabaya yang sesuai dengan teks dibawahnya. Pada bab ini isinya bercerita segala manfaat dan kandungan yang terkandung di setiap bahan yang ada di semanggi Surabaya.

55. Pembatas Bab Empat (halaman 40)

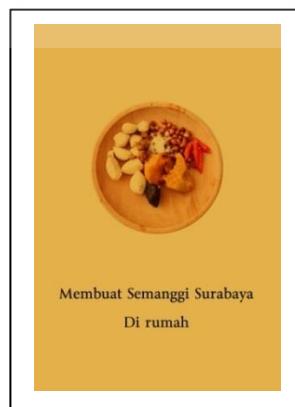


Gambar 4.56 Pembatas bab empat

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.56 pembatas bab ini memakai background yang sama dan elemen visualnya adalah petani semanggi yang sesuai dengan teks dibawahnya. Pada bab ini isinya bercerita tentang harapan-harapan dari tokoh-tokoh yang telah melestarikan makanan tradisional ini.

56. Pembatas Bab Lima (halaman 45)



Gambar 4.57 Pembatas bab lima

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.57 pembatas bab ini memakai background yang sama dan elemen visualnya adalah cobek dengan bahan-bahan yang sudah disiap

untuk diuleg yang disesuaikan dengan teks dibawahnya. Pada bab ini isinya memberikan petunjuk atau cara dalam membuat semanggi Surabaya di rumah.

4.1.2 Implementasi Desain Media Pendukung

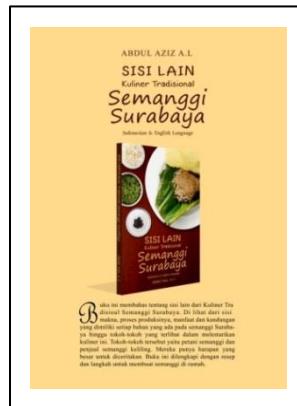
1. Flyer



Gambar 4.58 Implementasi desain *flyer*
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.58 *Exposure* dari desain *flyer* ini adalah ilustrasi dari bentuk buku “Sisi Lain Kuliner Tradisional Semanggi Surabaya”. Informasi dari *flyer* ini mengikuti event *books launching* atau launching buku. Mengajak audience untuk menghadiri event ini dan memberikan informasi tanggal buku ini dapat ditemui di toko buku. Ukuran *flyer* ini adalah 148 mm x 210 mm (A5) dan dicetak dengan art paper 150 gsm.

2. Poster



Gambar 4.59 Implementasi desain poster

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.59 konsep dari desain poster ini sama dengan *flyer*. Perbedaannya dari desain poster ini ditambahkan sinopsis dari buku. Hal ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi tentang rangkuman buku, guna untuk menarik minat konsumen untuk membeli buku ini. Poster dicetak dengan ukuran 42 cm x 59,4 cm dengan jenis kertas art paper 120 gsm.

3. Iklan Majalah

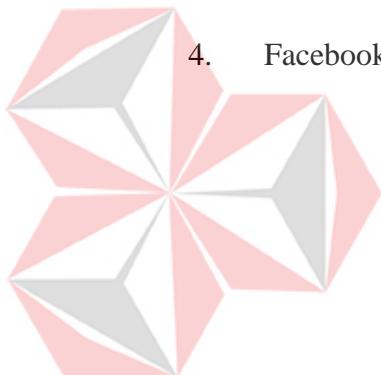


Gambar 4.60 Implementasi desain iklan majalah

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.60 pada halaman sebelumnya desain iklam majalah ini terdiri dari dua kolom. Kolom sebelah kiri serupa dengan desain poster. Untuk kolom yang kedua, memberikan visual dari bahan-bahan semanggi Surabaya secara lengkap dan adanya teks “Apa kamu tahu setiap bahan semanggi Surabaya memiliki kandungan & manfaat bagi tubuh kita ?”, teks ini diakhiri dengan tanda tanya. Bertujuan untuk membuat penasaran audience akan manfaat yang terkandung dari semanggi. Diharapkan dapat mengundang audience untuk membeli buku ini. Ukuran iklan majalah 21,4 cm x 28,4 cm sesuai dengan ukuran majalah “Women Health”.

4. Facebook



Gambar 4.61 Implementasi Desain Cover Facebook
Sumber: Hasil olahan peneliti, 2014

Pada gambar 4.61 sesuai dengan strategi pemasaran digital dan segmentasi, facebook adalah media yang tepat untuk melakukan pemasaran karena selain tidak membutuhkan biaya, pemasaran dapat dilakukan secara intens atau terus menerus. Sehingga akan menarik minat audience. Desain cover facebook di buat serupa dengan media poster dan flyer hanya saja di dalam facebook eksplorasi verbal bisa beragam.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Ada pun kesimpulan yang dapat diambil dari pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya ini adalah :

Dalam pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya, dilakukan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari observasi lapangan dan wawancara langsung kepada responden yang dirasa ahli dalam bidangnya, data sekunder di dapat dari studi literatur, internet dan dokumentasi. Ditambahkan dengan melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan analisis STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*) untuk menemukan target segmentasi dari buku referensi ini.

Data yang telah terkumpul lalu dilakukan reduksi data untuk memisahkan data yang penting dan yang tidak penting. Data yang sudah direduksi dapat disajikan dan di ambil kesimpulannya. Kesimpulan dari data dapat dijadikan keyword perancangan. Keyword yang ditemukan dalam perancangan ini adalah “Cerita Warisan Budaya” yang memiliki arti menuturkan/menceritakan tentang warisan budaya yang turun dari generasi ke generasi. Dari keyword dapat melahirkan headline “Sisi Lain Kuliner Tradisional Semanggi Surabaya” yang menceritakan sudut pandang lain Semanggi Surabaya dari segi makna, sejarah, proses pembuataan, harapan dari tokoh yang melestarikan semanggi Surabaya dan cara membuat semanggi Surabaya di rumah serta melahirkan layout, font dan

warna yang dipilih berdasarkan keyword. Ukuran buku yang dipilih adalah 15,5 cm x 23 cm yang menjadi ukuran minimal sebuah buku referensi, hal ini untuk menyesuaikan target market yang menengah. Media yang digunakan untuk mempromosikan buku referensi ini adalah poster, flyer, iklan majalah dan facebook page. Diharapkan dengan melakukan dokumentasi yang dicurahkan lewat buku dapat membantu melestarikan kuliner tradisional semanggi Surabaya.

5.2 Saran

Adapun saran dari pembuatan buku referensi masakan semanggi Surabaya ini adalah :

1. Memperdalam pembahasan tentang semanggi Surabaya yang sesuai dengan pandangan masyarakat kota Surabaya.
2. Memperkaya informasi tentang semanggi Surabaya sebagai objek dari pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik.* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.

Darmaprawira, Sulasmi. W.A.2002. *Warna : Teori dan Kreativitas Penggunaannya.* Bandung: ITB.

Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga).* Jakarta: Balai Pustaka.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya. 2013. *Direktori Pariwisata Surabaya.* Surabaya: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya.

Eko, Endarmoko. 2006. *Tesaurus Bahasa Indonesia.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Hasan, Ali, S.E.,M.M. 2008. *Marketing.* Yogyakarta: MedPress.

Hermawan, Agus.2012. *Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Hurlock, Elizabeth B.1980. *Psikologi Perkembangan.* Jakarta: Erlangga.

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual.* Yogyakarta: Andi.

Muktiono, Joko D. 2003. *Aku Cinta Buku, Menumbuhkan Minat Baca Pada Anak,* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Roadakarya.

Rustan, Surianto. 2008. *Layout Dasar & Penerapannya.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2011. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono. Sarlito. W. 2012. *Psikologi Remaja*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfatbeta.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.



- Sastroamidjojo, S. 1995. *Makanan Tradisional, Status Gizi, dan Produktivitas Kerja. Dalam Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional*. Jakarta: Kantor Menteri Negara Urusan Pangan.
- Trimo, Soejono. 1997. *Buku Panduan untuk Mata Kuliah Reference Work & Bibliography dengan Sistem Modular*. Jakarta: Bumi Aksara.
- DINAMIKA
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Widodo, Dukut Imam. 2002. *Soerabaia Tempo Doeloe*. Surabaya: Dinas Pariwisata.
- Widodo, Dukut Imam. 2002. *Monggo Dipun Badhog*. Surabaya: Dukut Publishing.

Sumber Jurnal :

- Sumolang, Milka Octivia. (2013). *Perancangan Buku Panduan Wisata Kuliner Makanan Tradisional Khas Makassar* , 3 – 4.

Sulitstino, Widi. (2009). *Analisis Mikroskopis dan Vitamin Semanggi Air*, 1, 45-53.

Sumber Internet:

<http://d42nkd.wordpress.com/> (diakses 16 Juli 2014)

<http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/227078-kelas-menengah-naik-7-juta-per-tahun>. (diakses 16 Juli 2014)

<http://www.ciputraentrepreneurship.com/penjualan-dan-pemasaran/5-strategi-pemasaran-terbaru-di-bisnis-online> (diakses pada 15 Agustus 2014)

<http://www.plainlanguagenetwork.org/type/utbo340.htm> (diakses pada tanggal 24 Agustus 2014)

<http://wallstreetenglish.co.id/en/news/articles/keuntungan-berbahasa-inggris> (diakses pada tanggal 24 Agustus 2014)

thesis.binus.ac.id/doc/Bab4/2011-2-00205-ds%20bab%204.pdf (diakses 24 Agustus 2014)

<http://edukasi.kompasiana.com/2010/12/21/menulis-judul-buku-yang-menarik-326720.html> (diakses 30 Agustus 2014)

http://kkcdn-static.kaskus.co.id/images/3228424_20120304035132.jpg (diakses 21 Agustus 2014)

<http://www.enricodesign.com/newsletters/design-principles4/images/circus%20example1.jpg> (diakses 21 Agustus 2014)

http://faculty.petra.ac.id/dwikris/docs/desgrafisweb/layout_design/layout_baik.html

<http://inet.detik.com/read/2014/02/03/171002/2485920/317/indonesia-masuk-5-besar-negara-pengguna-smartphone>

<http://www.911fonts.com/files/911fonts/4/2/8/42835.jpg>

<http://www.dafont.com/smartkid.font>

<http://www.dafont.com/byington.font>

