



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

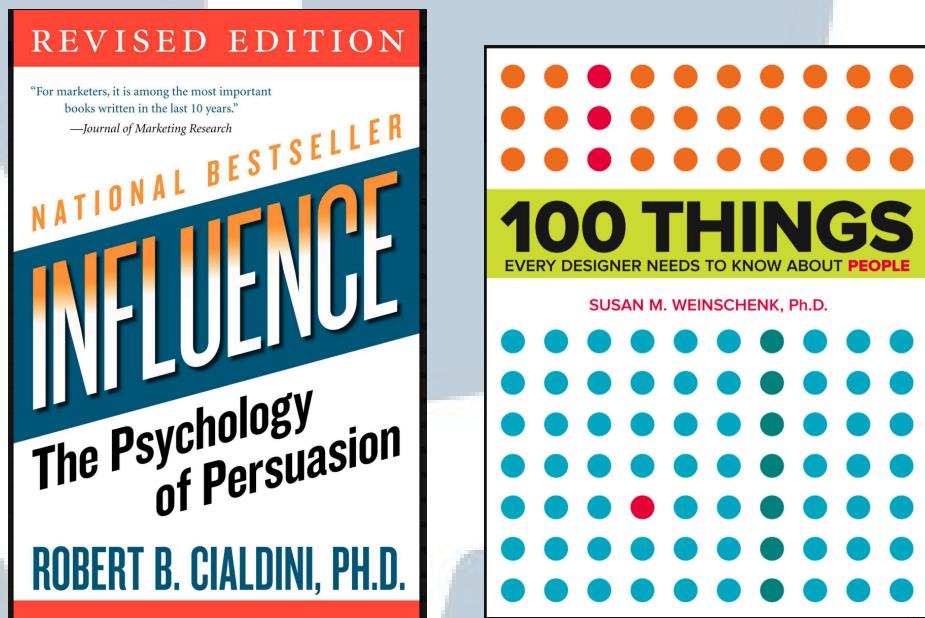
3.1. Data Penelitian

Metodologi pengumpulan data yang dilakukan oleh Penulis adalah metodologi campuran yang dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang menggunakan instrumen angka atau *numeric* sehingga pengelolaannya diperlukan analisa pengelompokan data untuk menghasilkan hipotesa. Metode kualitatif adalah metode yang mengedepankan eksplorasi jenis pertanyaan untuk mendapatkan uraian pernyataan mendalam akan topik yang diteliti. Dinamika metodologi penelitian kualitatif terpusat pada hubungan dan interaksi sosial yang diteliti. Artinya melalui metodologi penelitian kualitatif, sudut pandang tingkat partisipan adalah instrumen penting untuk menghasilkan hipotesa (Danim, 2002). Penulis menyadari bahwa metodologi penelitian campuran dapat saling terikat untuk mendukung data satu dan lainnya, maka dari itu Penulis menentukan cara survei sebagai metodologi penelitian kuantitatif dan cara observasi serta wawancara sebagai metodologi penelitian kualitatif.

3.1.1. Studi Pustaka

Studi pustaka dapat dilakukan dengan mencari referensi buku, jurnal atau penulisan ilmiah yang berkaitan dengan topik Tugas Akhir. Menurut Yusuf (2014), studi pustaka yang mempunyai fokus terhadap data atau dokumen merupakan sumber yang sangat berguna terhadap jenis penelitian kualitatif. Studi pustaka adalah studi yang menghimpun catatan

atau karya dari seseorang tentang sesuatu yang sudah dilalui seperti, teks tertulis, gambar, sejarah, biografi maupun karya seni. Penulis menggunakan referensi buku milik Robert B. Cialdini, Ph. D mengenai psikologi dalam persuasi dan buku milik Susan M. Weinschenk, Ph. D mengenai seratus hal yang harus dipahami oleh desainer mengenai manusia untuk mendukung informasi penulis mengenai Tugas Akhir.



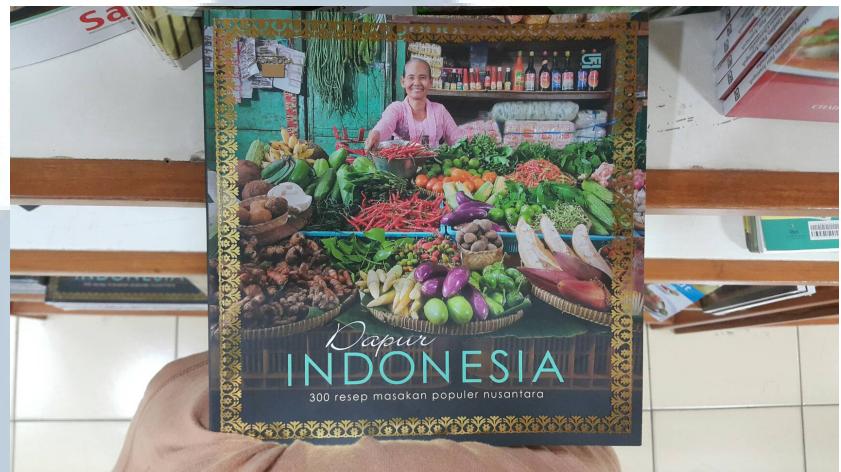
Gambar 3.1. Acuan Referensi Buku Dalam Penyusunan Konten

Lalu untuk menunjang konten dari pembuatan buku ilustrasi, penulis menggunakan referensi Buku Kuliner Masakan Palembang Tahun 2015 milik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kota Palembang. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Palembang pada tahun 2015 mendata sebanyak 189 jenis panganan yang merupakan kuliner khas Palembang.

Buku Kuliner dikemas dalam bentuk buku resep dengan membagi kuliner khas Palembang ke dalam tiga bagian yaitu, hidangan pembuka (*appetizer*), hidangan utama (*main course*), dan hidangan penutup (*dessert*). Buku ini menggolongkan jenis hidangan berdasarkan tata cara tradisi penyajian, misalnya pada tradisi *bolo sebatang* atau hidangan pembuka ringan dihadirkan roti rendang, roti goreng, apem gulo abang, kue cucur, ketan cengkarut, gunjing gemuk, kamer, lontong, sambel cenge, dudu anam, laksan kecil. Pada tradisi hidangan makan siang dihadirkan nasi minyak, malbi, kare kambing, opor ayam, sambel goreng, pentul daging, sambel nanas dan acar pelem. Lalu, pada tradisi *kambangan, beratib* atau hidangan penutup dihadirkan bolu lapis, bolu lapis abang putih, kue taar, ager polos, bolu kojo, bolu senting, lapis puan, engkak ketan, dadar jiwu, lapan jam, engkak medok, maksuba, engkak kicut, lemper, kue bugis, kelepon, kue mentu, sekayo, ketan, ragit dan kerupuk besar.



Gambar 3.2. Buku Kuliner Masakan Palembang Tahun 2015



Gambar 3.3. Buku Dapur Indonesia 300 Resep Masakan Populer

Selain itu, Buku Dapur Indonesia milik Hayatinufus A. L. Tobing dan Cherry Hadibroto berisikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis dalam melakukan penyusunan buku pengetahuan, seperti informasi mengenai bumbu, bahan khas dapur Indonesia dan tradisi makan orang Indonesia.



Gambar 3.4. Buku Kue-Kue Indonesia 165 Resep Pangangan Populer

Buku Kue-Kue Indonesia terbitan lainnya milik Hayatinufus A. L. Tobing dan Cherry Hadibroto juga berisikan konten informasi yang dapat dijadikan sumber acuan penulisan buku pengetahuan yang akan dirancang penulis. Seperti, bahan utama dan bahan pelengkap yang sering digunakan dalam pembuatan kue-kue Indonesia serta piranti dalam membuat kue-kue Indonesia.

Kedua buku seperti Dapur Indonesia dan Kue-Kue Indonesia dipilih oleh penulis karena konten buku memiliki relevansi dengan topik penulis. Kedua buku dapat mewakili konten kuliner secara umum sehingga penulis ingin menjadikan kedua buku milik Hayatinufus A. L. Tobing dan Cherry Hadibroto sebagai sumber acuan studi pustaka.

3.1.2. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah observasi partisipatif. Menurut Yusuf (2014), observasi partisipatif memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai peneliti yang tidak diketahui dan dirasakan oleh komponen penelitian lalu sebagai komponen penelitian yang berperan aktif dengan tugas yang dipercayakan (hlm. 384). Penulis melakukan pengamatan terhadap beberapa pasar tradisional ternama di kota Palembang dan kondisi wilayah di kota Palembang. Hasil dari observasi diimplementasikan ke dalam sebuah laporan dengan tujuan untuk memahami situasi secara lebih akurat dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Penulis melakukan observasi ke lokasi pasar tradisional mengacu pada hasil survei mengenai respon masyarakat kota Palembang yang memilih pasar tradisional sebagai tempat utama mereka dalam menjumpai kuliner khas kota Palembang. Menurut informasi yang dihimpun penulis melalui *palembang-tourism.com*, pasar Cinde dan pasar 16 Ilir merupakan beberapa pasar yang menjadi lokasi favorit masyarakat kota Palembang dalam berbelanja kebutuhan. Penulis juga menambahkan dua pasar lainnya yang letaknya cukup strategis di pusat kota yaitu, pasar Kuto dan pasar Buah Temenggung Palembang.

3.1.2.1. Observasi Pasar Cinde Palembang



Gambar 3.5. Observasi Pasar Cinde Palembang

Penulis mengunjungi pasar Cinde kota Palembang yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman pada tanggal 21 September 2017. Pasar Cinde merupakan pasar tradisional tertua di kota Palembang. Pasar Cinde menjual berbagai kebutuhan pokok seperti beras, gula, dan sayur-sayuran. Saat melakukan observasi, penulis menjumpai

beberapa pedagang kuliner khas yang menjual jajanan pasar yaitu kue maksuba, kue delapan jam dan engkak ketan.

3.1.2.2. Observasi Pasar Kuto Palembang



Gambar 3.6. Observasi Pasar Kuto Palembang

Penulis mengunjungi pasar Kuto kota Palembang yang beralamat di Jalan Slamet Riyadi pada tanggal 21 September 2017. Pasar Kuto merupakan salah satu pasar tradisional di kota Palembang yang mayoritas menjual olahan daging dan kebutuhan pokok.

Pada saat mengunjungi pasar Kuto, penulis minim menemui pedagang yang menjual kuliner khas kota Palembang, baik itu jajanan pasar maupun hidangan utama. Namun apabila menyusuri sekitar kawasan pasar Kuto, penulis menemui tiga lokasi rumah makan yang menjual kuliner khas kota Palembang, yaitu Warung Aba, Warung Kopi H. Madina dan Nasi Minyak H. Abuk. Menurut

informasi penduduk setempat, para pedagang usaha tersebut telah membuka bisnis rumah makan sedari 50 tahun yang lalu.

Kuliner khas Palembang yang dijajakan di kawasan pasar Kuto diantaranya celimpungan, burgo, lakso, ragit, nasi minyak, kue khas Palembang, nasi pindang tulang, pindang ikan, pindang udang, pepes ikan tempoyak dan nasi minyak.



Gambar 3.7. Rumah Makan Nasi Minyak H. Abuk



Gambar 3.8. Warung Aba Khas Palembang



Gambar 3.9. Warung Kopi H. Madina Khas Palembang

3.1.2.3. Observasi Pasar Buah Temenggung Palembang



Gambar 3.10. Observasi Pasar Buah Temenggung Palembang

Penulis mengunjungi pasar Buah Temenggung kota Palembang yang beralamat di Jalan Segaran, 17 Ilir pada tanggal 21 September 2017. Selain terkenal dengan pasar yang menjual aneka buah-buahan segar, pasar Buah Temenggung merupakan salah satu pasar tradisional di kota Palembang yang menjadi rekomendasi bagi penulis dalam melakukan observasi karena menjual beragam jenis kelengkapan rumah tangga.

Di pasar Buah Temenggung, penulis menjumpai beberapa pedagang yang menjajakan kue-kue khas tradisi. Sama halnya dengan pasar Cinde, penjualan kuliner khas lokal mayoritas hanya berupa jajanan pasar seperti kue.



Gambar 3.11. Pembeli Kue dan Aktivitas Penjualan di Pasar Buah

3.1.2.4. Observasi Pasar 16 Ilir Palembang



Gambar 3.12. Observasi Pasar 16 Ilir Palembang

Penulis mengunjungi pasar 16 Ilir kota Palembang yang beralamat di Jalan Pasar 16 Ilir pada tanggal 21 September 2017. Pasar 16 Ilir

merupakan pasar yang menjadi pusat perdagangan di Palembang. Pasar 16 Ilir merupakan pasar terbesar secara kawasan dan terlengkap. Walaupun lengkap, namun pasar tradisional mayoritas menjual kebutuhan sekunder seperti, baju, celana, tas sekolah. Penulis minim menjumpai lokasi yang menjual kuliner khas Palembang di daerah pasar 16 Ilir.

3.1.3. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan untuk mendapatkan informasi mengenai potensi kuliner khas Sumatera Selatan. Penulis mempersiapkan sejumlah pertanyaan terkait kuliner khas Sumatera Selatan, khususnya di kota Palembang agar memudahkan penulis dalam melakukan proses wawancara. Penulis juga melakukan wawancara dengan pihak Rumah Makan Sarinande Tempo Doeoe dan Toko Kue Harum yang menjual jajanan pasar khas kota Palembang untuk mendapatkan informasi mengenai latar belakang pengembangan usaha kuliner khas kedaerahan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.1.3.1 Wawancara Kepala Seksi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan



Gambar 3.13. Wawancara Kepala Seksi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan

1. Hasil Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan, khususnya Kepala Seksi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Ekonomi Kreatif pada tanggal 20 September 2017 pukul 09.55 s.d 10.24 WIB. Penulis mendatangi Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan di Jalan Demang Lebar Daun, Kav. 9, Lorok Pakjo, Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan dengan menyertakan surat izin wawancara dari Universitas Multimedia

Nusantara. Penulis diarahkan ke bagian administrasi, setelah selesai melakukan pendataan pengunjung, lalu penulis diarahkan oleh Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan untuk melakukan wawancara kepada Tiurma Yuliana I.S., S.H., M.H. selaku Kepala Seksi Sumber Daya Manusia (SDM) dan Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan. Saat itu, ibu Tiurma atau kerap disapa Tiur juga sedang melakukan pendataan mengenai kuliner khas Palembang guna menyambut Asian Games 2018 di kota Palembang. Dalam melakukan wawancara, penulis melakukan *listing* pertanyaan yang sudah dicatat di selembar kertas.

Menurut ibu Tiur, dari data tahun 2017 sebanyak 200 jenis kuliner di Provinsi Sumatera Selatan, khususnya kota Palembang sudah banyak yang tidak beredar lagi di pasar-pasar tradisional. Beberapa panganan khas Palembang saat ini harus melalui proses pemesanan terlebih dahulu baru kemudian diolah, artinya beberapa makanan dan minuman memang sulit ditemui dalam kesehariannya. Ditambah lagi tidak semua masyarakat dapat mengolah kuliner khas Palembang tersebut. Hanya ditemui beberapa misalnya di daerah 1 Ulu dan 2 Ulu yang memang mempunyai keahlian memasak kuliner khas

Palembang melalui tradisi turun-temurun dari orang tua diajarkan kepada anak-anak.

Beberapa faktor lainnya yaitu banyak dijumpai ragam kuliner lain yang lebih mengunggah selera, kelas atau status sosial kuliner khas daerah lebih rendah karena dijual di pasar tradisional dibanding dijual di *mall* atau pusat perbelanjaan modern menyebabkan pembuat kuliner khas tidak rutin membuat panganan tradisional tersebut. Logika pikirnya adalah permintaan pasar yang rendah menyebabkan semakin sulit pembuat kuliner untuk bertahan. Ibu Tiur menambahkan, ketika sebuah kuliner khas kedaerahan sulit ditemui, maka sedikit pula permintaan untuk mengolah panganan khas tersebut. Lalu apabila semakin sedikit juga masyarakat yang mengolah, maka sedikit juga yang dapat meneruskan tradisi pengolahan kuliner khas kedaerahan. Hal tersebut merupakan contoh mengkhawatirkan yang berimbang pada generasi yang akan datang.

Beliau juga menyebutkan hal lain yang menjadi penyebab kuliner khas kedaerahan sulit ditemui yaitu bahwa penanaman kuliner khas kedaerahan di kalangan orang tua masih kurang. Masih banyak orang tua di era modern ini memperkenalkan masakan-masakan ‘kekinian’ contohnya masakan Korea

sehingga kecintaan terhadap masakan lokal tidak tercipta di kalangan remaja.

Seharusnya kuliner khas Palembang yang beragam ini dapat ditanamkan sedari di rumah karena terdapat berbagai varian yang dapat disantap tidak hanya untuk cemilan, namun juga hidangan berat maupun hidangan penutup. Menurut beliau, faktor bahan yang sulit ditemui bukan menjadi kendala atau persoalan utama karena pembuatan kuliner khas Palembang menggunakan bahan-bahan olahan yang itu-itu saja; tepung, gula, santan dan lain-lain. Beliau mengatakan persoalan cara memasak mungkin dapat dikategorikan sebagai faktor sulitnya ditemui kuliner khas Palembang di masa sekarang. Misalnya, terdapat berbagai kuliner yang menggunakan arang dan kayu sehingga membuat pengolahannya menjadi bertahap. Lemang merupakan salah satu contoh kuliner khas Palembang yang menggunakan pengolahan kayu. Ia menganalisa bahwa pengolahan yang sulit tidak sebanding dengan untung dagang yang diperoleh oleh pembuat atau pedagang.

Di tiap tahunnya juga, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan melakukan salah satu program Festival Kuliner dengan tujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat setempat bahwa provinsi Sumatera Selatan, khususnya kota Palembang mempunyai beragam jenis kuliner

atau masakan khas yang tidak hanya sekadar pempek, model, dan tekwan. Ibu Tiur menambahkan bahwa sekitar 3 s.d 4 tahun terakhir, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan sudah melakukan program Festival Kuliner tersebut. Selain itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan juga mengambil langkah promosi melalui pembuatan *booklet* yang disebarluaskan di kegiatan nasional, salah satunya seperti Festival Film Indonesia (FFI) 2014.

Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan menyebutkan bahwa potensi kuliner khas Kota Palembang sangat luar biasa, terutama pempek. Hal tersebut didukung dengan banyaknya ekspor pempek sejumlah ton saat kegiatan-kegiatan pekan olahraga lalu. Mereka juga memperkenalkan varian kuliner lain seperti kerupuk, pindang dan nasi minyak.

Menurut ibu Tiur, pembinaan kuliner khas kota Palembang tidak berhenti sampai upaya internasional bahkan nasional. Tim Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga melakukan cara observasi. Observasi dilakukan dengan interaksi langsung kepada kelompok masyarakat yang dapat mengolah panganan khas Palembang. Ia menambahkan, awal bulan September 2017 lalu tim Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan telah melakukan penelusuran ke 1 Ulu untuk bertemu

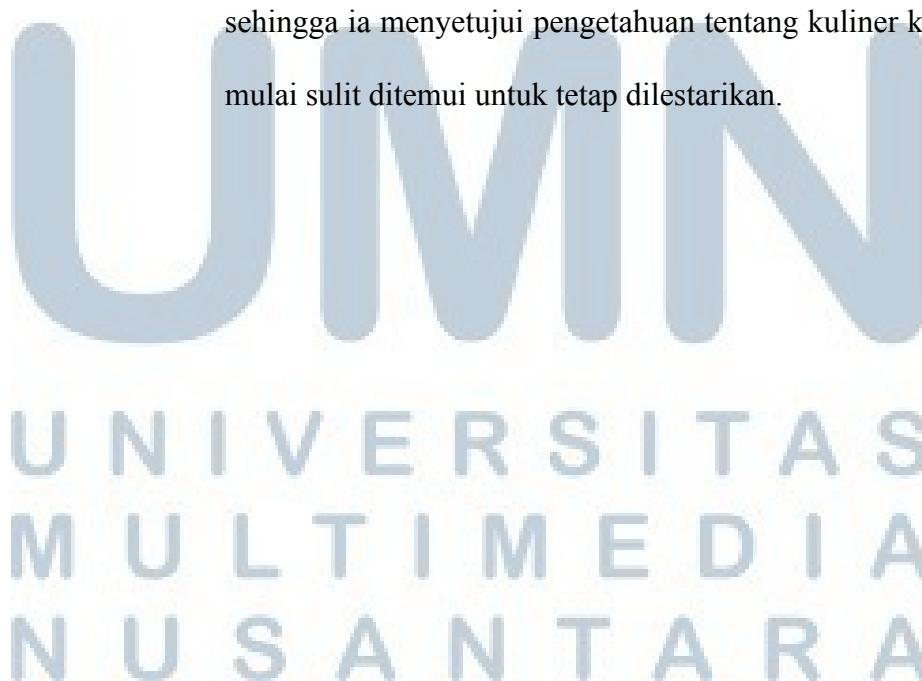
dengan salah satu wanita paruh baya bernama *Cek Ana*. Tujuan pertemuan tersebut adalah untuk meminta *Cek Ana* memasak panganan khas yang sudah tidak ditemui sehingga dilakukan upaya dokumentasi oleh pihak pemerintah. Upaya pemerintah tersebut disertai pula dengan data pendukung yang masih terus disusun seperti, informasi komposisi, bahan, cara membuat, dan lain-lain.

Apabila pempek memang dikenal sebagai kuliner khas Sumatera Selatan, maka bukan suatu hal yang mustahil pula untuk kuliner khas lainnya melejit dengan dukungan *packaging* menarik untuk mengatasi masalah remaja terhadap minat kuliner lokal yang semakin menurun.

Terakhir, ibu Tiur melanjutkan bahwa pengetahuan kuliner khas kedaerahannya sangat penting untuk diketahui oleh remaja muda terlebih di Palembang sebagai ibu kota. Beliau mengatakan bahwa remaja merupakan generasi penerus sehingga apabila pengetahuan tentang kuliner tidak dibudayakan sejak dini, maka akan punah. Ia juga menyarankan bahwa pendidikan di bangku sekolah mengenai kuliner perlu dikembangkan kembali agar minat remaja muda terhadap kuliner lokal tetap mengudara hingga nanti.

2. Kesimpulan Wawancara

Beberapa panganan kuliner khas Palembang mulai sulit ditemui dan diperlukan upaya pelestarian agar tidak menjadi punah. Beberapa penyebab beberapa kuliner khas Palembang mulai sulit ditemui adalah karena kurangnya transfer budaya yang dilakukan oleh orang tua kepada generasi muda sehingga terdapat peralihan minat dari hal-hal lokal ke hal-hal modern atau kekinian. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan telah mengambil langkah untuk melakukan kegiatan festival kuliner di tiap tahun agar beberapa panganan kuliner dapat dilirik oleh masyarakat setempat dan tetap berkembang. Menurut ibu Tiur, panganan kuliner khas Palembang selain pempek memiliki potensi tinggi untuk tetap dilestarikan dari segi cita rasa sehingga ia menyetujui pengetahuan tentang kuliner khas yang mulai sulit ditemui untuk tetap dilestarikan.



3.1.3.2 Wawancara Kepala Bidang Kebudayaan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Sumatera Selatan



Gambar 3.14. Wawancara Kepala Bidang Kebudayaan, Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan

1. Hasil Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan, khususnya Kepala Bidang Kebudayaan pada tanggal 22 September 2017 pukul 09.52 s.d 10.15 WIB. Penulis mendatangi Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan di Jalan Demang Lebar Daun, Kav. 9, Lorok Pakjo, Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Di kali kedua kunjungan wawancara, penulis diarahkan untuk mengisi buku pengunjung lalu dipersilahkan untuk naik ke bagian kebudayaan di lantai 3. Penulis menemui ibu Cayho Sulistyaningsih selaku Kepala Bidang Kebudayaan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Provinsi Sumatera Selatan. Dalam melakukan wawancara, penulis melakukan *listing* pertanyaan yang sudah dicatat di selembar kertas.

Menurut ibu Tiur, pengaruh kuliner khas Palembang dirunut dari peninggalan sejarah prasasti Talang Tuwo di masa Kerajaan Sriwijaya pada tahun 684 M. Secara singkat, prasasti tersebut menjelaskan bahwa terdapat taman bernama Sriksetra yang dibuat di bawah kepemimpinan Sri Baginda Sri Jayanasa. Baginda berniat untuk menanam pohon kelapa, pinang, aren, sagu, pohon dan tanaman lainnya di taman tersebut yang berfungsi secara positif untuk masyarakat setempat. Apabila dirunut kembali, Sumatera Selatan dengan kondisi geografis berupa sungai dan rawa-rawa sangat kaya dengan jenis ikan air tawar, maka tercipta beragam jenis olahan kuliner khas Sumatera Selatan yang dikenal sekarang seperti pempek, model, tekwan, dan jajanan khas pasar lainnya seperti kue.

Pada jaman dahulu pula, terkenal jenis makanan khas Sumatera Selatan bernama kelesan. Kelesan merupakan olahan ikan yang dicampur bersama sagu. Dalam distribusi penjualan, ditemui mayoritas orang-orang Tionghoa yang menjual kelesan tersebut sehingga muncul kata “pek” untuk memanggil istilah “om” atau “paman” kepada orang etnis Tionghoa. Seiring perkembangannya, akhirnya pempek lebih sering digunakan

dibanding penyebutan nama kelesan. Tidak hanya berhenti sampai disana, masyarakat mengakali pengolahan lainnya yaitu bahan aren yaitu *cuko* atau cuka sebagai ‘teman’ dalam menyantap olahan pempek. Di era sekarang pun, pempek tidak hanya dibuat dalam satu varian bentuk namun ditemui pempek dengan ragam bentuk dan olahan isi. Seperti berisikan telur, keju dan sosis. Hal tersebut menyebabkan olahan ikan pempek masih terus terjaga eksistensinya.

Dari segi makanan lain, misalnya kue delapan jam yang merupakan bagian dari kuliner khas Sumatera Selatan juga berkembang hingga sekarang. Tidak menjadi keseharian namun sebuah keseharusan dalam perayaan adat maupun hari-hari besar keagamaan untuk menghadirkan ragam kue seperti delapan jam, maksuba dan engkak ketan. Ibu Cahyo menyebutkan kue-kue tersebut sudah ada sejak dahulu dan merupakan makanan ‘kebesaran’ di era kesultanan. Selain kue, makanan pokok atau inti seperti pindang ikan, lalu nasi minyak dengan lauk malbi dan sambal nanasnya merupakan kuliner khas yang dihidangkan di era kesultanan setiap hari kumpul bersama.

Secara spesifik, provinsi Sumatera Selatan juga memiliki kuliner khas lain yang unik yaitu tempoyak, rusip dan bekasem. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat setempat

memanfaatkan keahlian, pengetahuan dan sumber daya untuk menyiasati kekayaan alam yang ada. Contohnya saja, tempoyak yang menggunakan pengolahan buah durian menunjukkan bahwa masyarakat ingin ‘menyimpan’ keterbatasan buah durian yang cepat basi dengan cara diolah menjadi tempoyak. Sama halnya dengan rusip dan bekasem yang difermentasi sehingga dapat bertahan lama.

Menurut ibu Cahyo, kurangnya transfer budaya dari generasi satu ke generasi lainnya menjadi penyebab hilangnya beberapa kuliner khas Sumatera Selatan. Ibu Cahyo juga tidak menampik bahwa keterbatasan bahan baku menjadi salah satu dari sekian faktor. Selain itu, beliau juga menyetujui bahwa pengolahan kuliner khas yang lama dan membutuhkan waktu khusus menjadi faktor bahwa pemasaran kuliner khas untuk keseharian menjadi berkurang. Akibatnya, beberapa kuliner khas tersebut hanya ditemui di hari-hari perayaan saja, seperti saat pernikahan adat, acara resmi dan acara keagamaan.

Beliau menambahkan bahwa terdapat dua kuliner khas Sumatera Selatan yang telah diakui sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO, yaitu pempek pada tahun 2014 dan kue delapan jam pada tahun 2015. Pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Sumatera Selatan terus melakukan pendataan kuliner khas lain sehingga ragam masakan lokal

menjadi diakui secara internasional. Ibu Tiur mengatakan bahwa terlepas dari kuliner lainnya yang belum terdata sebagai warisan tak benda oleh UNESCO, bukan berarti masyarakat setempat menjadi acuh tak acuh untuk terus mengembangkan kuliner khas lainnya. Sebagai masyarakat lokal yang memiliki kekayaan alam dan budaya berlimpah, seharusnya masyarakat tetap menjaga, melestarikan dan mengembangkannya agar tetap *exist.*

Ketika ditanyai mengenai potensi kuliner khas lainnya selain pempek, beliau mengatakan bahwa kuliner khas Sumatera Selatan bernilai sangat potensial. Contohnya seperti nasi minyak yang tidak didapati di daerah lain dan pindang yang rasanya tidak kalah saing dengan sup tomyam milik Thailand. Menurut beliau, potensi kuliner khas Sumatera Selatan memiliki tingkat sejajar dengan olahan kuliner internasional dari segi ragam rasa. Ditambah hal menarik lainnya yaitu, tempoyak yang dapat disantap dengan nasi putih atau olahan jenis ikan sehingga menambah leburan rasa di lidah. Ibu Tiur sangat optimis dengan potensi kuliner khas Sumatera Selatan bahkan untuk tingkat internasional.

Usaha pemerintah tanpa dukungan masyarakat akan dinilai mustahil. Maka menurut ibu Tiur, muatan lokal sejak sekolah untuk menunjang pengetahuan mengenai kuliner sangat penting

dilakukan agar tidak punah. Walaupun sekarang beberapa kuliner telah sulit ditemui, ia sangat menyayangkan apabila suatu karya budaya hilang begitu saja nantinya. Seharusnya beberapa mata kuliah atau mata pelajaran mulai dilakukan implementasi pengenalan budaya lokal kuliner agar generasi penerus dapat secara bangga mengakui milik dirinya, bangsanya.

2. Kesimpulan Wawancara

Menurut Kepala Dinas Kebudayaan Provinsi Sumatera Selatan, pengaruh kuliner khas Palembang dapat dirunut dari Prasasti Talang Tuwo, dimana prasasti tersebut berisikan informasi mengenai kekayaan alam yang ada di daerah Sumatera Selatan dengan dibuatnya sebuah taman berisi beragam jenis tumbuhan dan pohon bermanfaat. Masyarakat setempat memanfaatkan kekayaan alam tersebut untuk mengolah kuliner khas seperti kelesan atau lebih dikenal dengan sebutan pempek. Siasat masyarakat untuk mengolah kuliner agar dapat disimpan dalam waktu yang lama dan membuat varian bentuk menjadi indikator penting sebuah kuliner khas dapat bertahan lama serta diminati oleh masyarakat hingga sekarang.

Selain kurangnya transfer budaya kepada generasi muda, ibu Cahyo selaku Kepala Dinas Kebudayaan Provinsi Sumatera

Selatan mengatakan bahwa pengolahan kuliner yang membutuhkan waktu ekstra menjadi salah satu faktor kurangnya ditemui panganan khas di pasaran dalam keseharian. Masyarakat di era sekarang lebih menekankan nilai praktis dan efisiensi. Ibu Cahyo menyebutkan bahwa kuliner khas kedaerahannya merupakan asset warisan budaya tak benda yang penting untuk dilestarikan terutama bagi generasi muda.

3.1.3.3 Wawancara Pemilik Rumah Makan Khas Palembang

Sarinande Tempo Doeloe



Gambar 3.15. Wawancara Pemilik Rumah Makan Khas Palembang

Sarinande Tempo Doeloe

1. Hasil Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada *owner* Rumah Makan Khas Palembang Sarinande Tempo Doeloe pada tanggal 20 September 2017 pukul 12.35 s.d 12.40 WIB. Penulis mendatangi Rumah

Makan Khas Palembang Sarinande Tempo Doeloe di Jalan Mayor Ruslan No. 966, 20 Ilir D.I, Ilir Timur I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Penulis menemui bapak Yusuf Rhandy yang merupakan *owner* atau pemilik usaha Rumah Makan Khas Palembang Sarinande Tempo Doeloe. Dalam melakukan wawancara, penulis melakukan *listing* pertanyaan yang sudah dicatat di selembar kertas.

Menurut bapak Yusuf, semua ragam jenis makanan atau minuman yang dijual di Rumah Makan Khas Palembang Sarinande Tempo Doeloe merupakan makanan yang unik dan khas dari Palembang. Beberapa diantaranya merupakan makanan favorit pengunjung yaitu, pindang, malbi, nasi minyak, sate pentul dan olahan ikan lainnya.

Ia memahami bahwa fenomena kuliner khas Palembang mulai sulit ditemui, sehingga rumah makan yang menjual makanan atau minuman khas daerah seperti Sarinande menjadi landasan untuk tetap terus dikembangkan ditengah banyaknya rumah makan yang menjual makanan atau minuman kekinian. Yusuf juga menambahkan alasan pengembangan usaha kuliner khas lokal ini untuk membantu menghadirkan kembali cita rasa daerah kepada masyarakat setempat yang mulai jarang mengolah makanan khas Palembang.

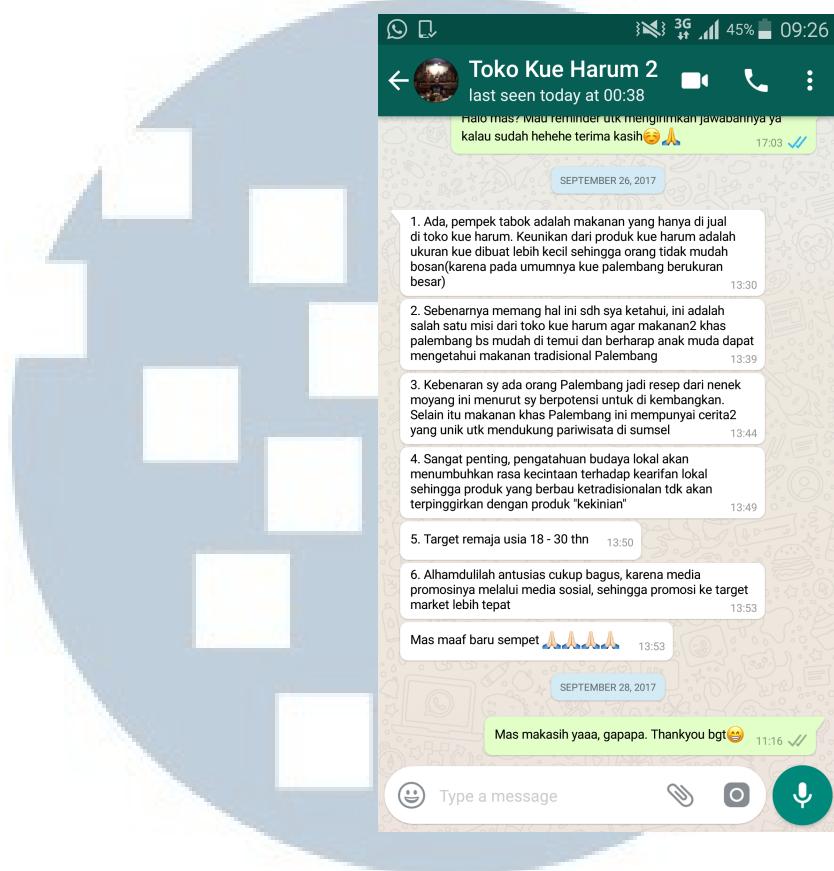
2. Kesimpulan Wawancara

Yusuf Rhandy yang merupakan *owner* Rumah Makan Khas Palembang Sarinande Tempo Doeloe menyebutkan bahwa fenomena kuliner khas Palembang mulai sulit ditemui dan dilestarikan oleh masyarakat setempat. Menurutnya, pengembangan kuliner khas Palembang harus tetap dilakukan karena karakteristik masyarakat setempat yang menginginkan sebuah kepraktisan sedangkan pengolahan makanan kuliner sendiri membutuhkan waktu khusus. Tak lain, ia ingin tetap menghadirkan cita rasa olahan khas kuliner lokal yang sesuai tradisi, baik dari pengolahan maupun penyajian tanpa adanya modifikasi. Hal tersebut menjadi latar belakang Yusuf Rhandy untuk tetap mengembangkan kuliner khas lokal ditengah menjamurnya kuliner kekinian di Indonesia.

3.1.3.4 Wawancara Pemilik Toko Kue Harum Khas Palembang



Gambar 3.16. Observasi ke Toko Kue Harum Khas Palembang



Gambar 3.17. Wawancara via *Whatsapp* ke Toko Kue Harum Khas Palembang

1. Hasil Wawancara

Untuk mendukung dan melengkapi data mengenai kuliner, penulis juga melakukan wawancara kepada pengolah dan penjual jajanan pasar khas Palembang, yaitu Toko Kue Harum Khas Palembang. Toko Kue Harum Khas Palembang beralamat di Jalan Merdeka Lorong Roda, No. 831 RT. 18 RW. 07, Talang Semut, 19 Ilir, Bukit Kecil, Kota Palembang. Wawancara dilakukan pada Jumat, 22 September 2017, via WhatsApp karena jadwal beliau yang padat. Namun di tanggal

21 September 2017, penulis telah melakukan observasi singkat ke Toko Kue Harum. Disana terjual jajanan khas seperti, kue kojo, kue ragit, dadar jiw, bluder, manan sahmin, engkak ketan, dan lain-lain. Jajanan tersebut diakui pengaja toko diolah secara mandiri oleh pemilik sehingga penulis tertarik untuk melakukan wawancara kepada Toko Kue Harum Khas Palembang.

Penulis melakukan komunikasi via *chatting* dengan bapak Mardho Tila yang merupakan *owner* Toko Kue Harum. Latar belakang beliau mengembangkan usaha kuliner khas Palembang adalah untuk mempertahankan resep dari nenek moyang dengan menggunakan bahan-bahan alami tanpa pengawet dan pemanis buatan. Ia menyadari fenomena pengembangan kuliner lokal mulai kurang diminati oleh masyarakat setempat, maka dari itu ia tak serta merta menjajakan jajanan pasar khas seperti pedagang lainnya. Ia justru menjual konsep *heritage* Palembang melalui arsitektur dan interior toko. Toko Kue Harum juga menempatkan dekorasi berupa bingkai foto-foto kota Palembang di masa lampau.

Hal tersebut ia lakukan demi menyiasati kebutuhan dan pola perilaku masyarakat jaman sekarang yang menginginkan keunikan atau biasa disebut ‘*kekinian*’. Dengan menjual konsep

Heritage, bapak Mardho berharap kecintaan masyarakat kota Palembang terhadap kebudayaan kuliner lokal dapat meningkat. Selain itu, bapak Mardho melakukan *resize* ukuran kue tradisional khas Palembang dengan ukuran yang lebih kecil agar panganan yang dijual bersifat praktis tidak seperti kue-kue tradisional khas Palembang pada umumnya. Beliau pun menambahkan bahwa konsep Toko Kue Harum memiliki target primer yaitu remaja berusia 18 s.d. 30 tahun sehingga ia melakukan strategi promosi melalui media sosial.

2. Kesimpulan Wawancara

Kuliner khas Palembang yang dijual oleh Toko Kue Harum merupakan jajanan pasar yang terdiri dari kue kojo, kue ragit, dadar jiw, bluder, manan sahmin, engkak ketan, dan lain-lain.

Kuliner tersebut diolah dan dijual secara mandiri oleh bapak Mardho dengan meneruskan resep nenek moyang; tanpa bahan pengawet dan pemanis buatan. Tidak hanya itu mengolah dan menjual kue, bapak Mardho juga menjual konsep adat Palembang sebagai siasat agar Toko Kue Harum dijadikan pusat jajanan yang dapat menemani kebutuhan aktivitas masyarakat.



Gambar 3.18. Interior Toko Kue Harum Palembang



Gambar 3.19. Bingkai-bingkai Foto di Toko Kue Harum

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.1.3.5 Wawancara dengan Editor Elex Media Komputindo



Gambar 3.20. Wawancara dengan Editor Elex Media Komputindo

1. Hasil Wawancara

Penulis memperoleh data mengenai proses perancangan dan produksi buku dengan melakukan wawancara kepada Ibu Retno Kristi selaku editor Elex Media Komputindo. Wawancara dilakukan di Jalan Kano Raya No. 56, Kelapa Dua yang merupakan kediaman ibu Retno pada tanggal 19 September 2017. Wawancara dimulai sekitar pukul 6.45 WIB dimana penulis terlebih dahulu menyiapkan *listing* pertanyaan di selembar kertas. Penulis juga menanyakan ketentuan buku

apabila ingin diterbitkan melalui penerbit Elex Media Komputindo.

Menurut ibu Retno, hal penting yang harus diperhatikan dalam membuat buku adalah survei. Survei pasar perlu dilakukan untuk melihat dan menelaah tema buku, artinya penulis diharuskan mencari hal-hal unik yang dapat ‘dijual’ dan dibutuhkan informasinya oleh masyarakat. Selain melakukan survei, seorang desainer yang akan membuat buku juga perlu memperhatikan *layout*, penggunaan warna dan *font* dalam proses merancang. Ibu Retno menyarankan penggunaan warna yang tidak terlalu *soft*. Penggunaan warna yang terlalu *soft* membuat kualitas warna menjadi turun apabila akan dicetak. Ibu Retno juga tak menampik bahwa proses pembuatan buku memerlukan sebuah referensi secara desain dan konten, sebuah observasi sederhana untuk melihat jenis buku yang diminati pasaran dan kegiatan *mindmapping* per konten buku untuk memperkaya informasi.

Ia menginformasikan standar penetapan spesifikasi buku untuk dicetak di Elex Media Komputindo adalah 19 x 23 cm dengan kuantitas sebanyak 64 halaman. Elex Media Komputindo menetapkan standar tersebut untuk seluruh buku milik Universitas Multimedia Nusantara. Hal tersebut dilakukan agar buku jenis apapun memiliki porsi promosi sama

apabila dijual di pasaran, artinya buku dapat disejajarkan dalam satu rak walaupun hanya dicetak satu edisi. Buku juga sebaiknya dicetak menggunakan *soft cover* dengan isi buku yang memiliki gramatur ketebalan kertas 80 gsm.

Selain melakukan diskusi mengenai spesifikasi aturan buku yang ideal oleh penerbit Elex Media Komputindo, penulis juga melakukan diskusi mengenai konten desain dari buku. Penulis disarankan untuk menyertakan fotografi sebagai sandingan ilustrasi karena tema yang penulis angkat merupakan kuliner khas kedaerahan. Fotografi digunakan sebagai dokumen pendukung agar masyarakat umum (Indonesia) dapat mengetahui wujud dari panganan khas kedaerahan Palembang. Fotografi atau ilustrasi pada buku menjadi poin menarik dibandingkan buku yang berisikan teks secara penuh. Untuk pemilihan kertas, penulis disarankan menggunakan kertas dengan tekstur mengkilap agar warna dan wujud ilustrasi terlihat *stand out*.

Ibu Retno juga mengingatkan untuk menyertakan daftar pustaka dalam proses penyusunan buku. Ia mengatakan bahwa daftar pustaka merupakan komponen penting agar desainer dan penerbit tidak melanggar hak cipta produksi. Lalu, ia menyarankan penggunaan EYD yang tepat dalam mengisi konten buku dan penggunaan foto dari internet sebaiknya dapat

dilakukan *tracing* terlebih dahulu. Selain mendapatkan saran terhadap perancangan buku, penulis juga menanyakan standar pencetakan buku *landscape*. Buku *landscape* memiliki ketentuan spesifikasi minimal 120 halaman apabila ingin diterbitkan oleh penerbit Elex Media Komputindo, sedangkan hal tersebut tampaknya tidak cocok untuk dilakukan pada buku bertemakan kuliner khas kedaerahannya karena ongkos produksi yang terpaut tinggi dan tidak terjangkau.

Ibu Retno menjelaskan dua teknik penyusunan konten buku yang menarik yaitu, klimaks – anti klimaks dan desain kover. Dalam penyusunan buku, sebaiknya penulis dapat menetapkan tahap alur informasi sederhana seperti pengenalan, klimaks dan anti klimaks. Sebaiknya pengetahuan mengenai sejarah tidak menjadi poin utama informasi mengingat target buku pengetahuan budaya kuliner adalah remaja. Penulis disarankan untuk menginformasikan ciri khas kuliner berupa; pengolahan dan cara menyantap masyarakat setempat sebagai informasi utama, tempat jelajah kuliner khas Palembang sebagai informasi kedua dan informasi sejarah sebagai trivia atau sisipan. Setelah melakukan penyusunan terhadap isi konten buku, penulis baru dapat menentukan visualisasi dan judul yang akan tertera di kover buku. Ibu Retno menambahkan

bahwa proses pembuatan kover buku selalu menjadi tahapan terakhir yang dilakukan di Elex Media Komputindo.

Berbicara mengenai judul buku, sebaiknya penulis dapat melakukan *brainstorming* pemilihan judul dengan bahasa gaul, berjiwa muda, bersahabat dan tidak meninggalkan kesan formal. Hal tersebut dilakukan agar buku yang dijual dapat menjadi daya tarik pembeli.

Selain ukuran standar yang diberikan apabila ingin dicetak oleh penerbit Elex Media Komputindo, ibu Retno juga memberikan preferensi ukuran lain yaitu 17 x 18 cm dan 21 x 27,5 cm dengan kebutuhan yang dapat disesuaikan.

2. Kesimpulan Wawancara

Penulis menyimpulkan bahwa dalam membuat buku, desainer perlu memperhatikan tata letak desain, penggunaan warna dan tipografi. Warna yang digunakan sebaiknya tidak terlalu muda atau *soft*. Selain itu, perlu dipahami juga teknik penyusunan konten buku klimaks – anti klimaks dan pemilihan judul kover serta bahasa yang bersahabat dengan pembaca.

3.1.4. Kuesioner

Penulis membagikan kuesioner kepada target primer yaitu, remaja yang tersebar di wilayah kota Palembang dan memiliki minat terhadap budaya kuliner. Kuesioner ini dibagikan dengan tujuan untuk mendukung data bahwa pengetahuan mengenai kuliner khas Palembang yang sulit ditemui masih sangat minim.

Kecamatan	2010	2011	Jumlah Penduduk (Jiwa)			2015
			2012	2013	2014	
Ilir Barat II	64440	64779	64635	65505	65555	65991
Gandus	57887	58454	59382	61007	61813	62146
Seberang Ulu I	165236	165475	168510	167780	174945	176749
Kertapati	81014	81956	81790	83365	83784	84698
Seberang Ulu II	94227	93525	94910	97095	97898	99222
Plaju	79809	80688	80006	81142	81281	81891
Ilir Barat I	125315	126445	129604	133236	135080	135385
Bukit Kecil	43892	44407	43801	44120	43929	43967
Ilir Timur I	69716	70431	68880	69030	68506	71418
Kemuning	82495	84018	83480	84550	84562	85002
Ilir Timur II	160037	161971	161316	163562	163934	165238
Kalidoni	100394	101897	104459	107746	109644	110982
Sako	82964	84195	86132	88650	89990	91087
Sematang Borang	32290	33043	34482	35974	36983	37434
Sukarami	140686	142265	148711	155101	159339	164139
Alang-alang Lebar	87605	88265	93387	98037	101251	105168
Kota Palembang	1468007	1481814	1503485	1535900	1558494	1580517

Gambar 3.21. Data Jumlah Penduduk Kota Palembang Tahun 2010-2015 oleh

Badan Pusat Statistik Kota Palembang

(<https://palembangkota.bps.go.id>, 2017)

Selain itu, kuesioner juga disebarluaskan dengan tujuan untuk mengetahui minat remaja terhadap kepemilikan buku ilustrasi sebagai media informasi

pengetahuan budaya kuliner. Dalam sebuah penelitian kuesioner, tentunya penulis diharuskan menentukan jumlah populasi yang akan menjadi sampel.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sujarweni dan Endrayanto, 2012:13). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berdomisili di kota Palembang dan sekitarnya dengan target utama yaitu remaja. Penulis menetapkan jumlah populasi sebanyak 1.580.517 jiwa dengan mengacu pada data jumlah penduduk kota Palembang di tahun 2015.

Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah penarikan sampel yang representatif sehingga hasil dari penelitian dapat dimengerti secara sederhana dan digeneralisasikan (Sugiyono, 2011:87). Rumus Slovin untuk menentukan sampel yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel atau jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi, e = 0,1

Di dalam rumus Slovin pula, terdapat ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar,

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Sehingga penulis menentukan rentang sampel untuk jumlah populasi yang besar dengan tingkat presentase kelonggaran sebesar 10%.

$$n = \frac{1.580.517}{1 + 1.580.517(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.580.517}{15.805}$$

$$n = 100 \text{ orang}$$



Berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Penulis meningkatkan target sampel hingga 110 sampai dengan kisaran 120 orang untuk menyesuaikan perkiraan pertumbuhan penduduk kota Palembang di tahun 2017 yang

meningkat dari tahun 2015. Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampling* dimana penulis tidak membedakan populasi berdasarkan segmentasi tertentu.

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar secara *online*, penulis memperoleh 115 responden. Berikut adalah data yang penulis peroleh dari hasil kuesioner.

Tabel 3.1. Usia Responden

Usia Anda?		
Jawaban	Jumlah	Presentase
< 10 tahun	0	0 %
10 – 15 tahun	3	2,6 %
16 – 20 tahun	49	42,6 %
21 – 25 tahun	52	45,2 %
> 25 tahun	11	9,6 %
TOTAL	115	100%

Responden yang mengisi kuesioner terdiri dari berbagai macam usia, mulai dari usia 10 hingga lebih dari 25 tahun. Responden yang paling banyak mengisi kuesioner berada di rentang usia 21 s.d 25 tahun dengan presentase sebesar 45,2%.

Tabel 3.2. Pengetahuan Fenomena Kuliner yang Mulai Sulit Ditemui

Apakah Anda mengetahui bahwa beberapa kuliner khas kota Palembang mulai sulit ditemui?		
Jawaban	Jumlah	Presentase
Ya	43	37,4 %
Tidak	72	62,6 %
TOTAL	115	100%

Ketika ditanyai mengenai fenomena kuliner khas Palembang yang mulai sulit ditemui, sebanyak 62,6 % masyarakat kota Palembang tidak mengetahui bahwa beberapa kuliner khas kota Palembang mulai sulit ditemui. Sedangkan sebanyak 37,4 % masyarakat lainnya mengetahui beberapa kuliner khas kota Palembang mulai sulit ditemui. Hal tersebut menandakan bahwa masyarakat kota Palembang, terutama remaja sebagai target primer penelitian masih belum menyadari fenomena kebudayaan kuliner yang mulai sulit ditemui. Penulis menganalisa bahwa remaja sebagai target penelitian memiliki pengetahuan yang masih kurang mengenai jenis kuliner yang sulit ditemui.

Tabel 3.3. Uji Coba Pengetahuan Kuliner yang Mulai Sulit Ditemui

Jika “Ya,” sebutkan kuliner khas Palembang yang Anda ketahui mulai sulit ditemui!			
Jawaban	Jumlah	Presentase	
Ragit	6	13,9 %	
Kue Delapan Jam	2	4,6 %	
Engkak Ketan	2	4,6 %	
Maksuba	2	4,6 %	
Telok Ukan	2	4,6 %	
Lainnya (Pempek, Model, Tekwan, Lakso, Celimpungan, Kerupuk, Es Kacang Merah, Burgo, Nasi Minyak)	29	67,4 %	
TOTAL	43	100%	

Penulis menganalisa bahwa pengetahuan kuliner yang mulai sulit ditemui oleh responden masih minim. Hal tersebut terlihat dari jumlah data responden yang mengisi kuliner seperti pempek, model, tekwan, lakso, celimpungan, kerupuk, es kacang merah, burgo dan nasi minyak sebanyak 67,4% dibanding kuliner lain yang memang sulit ditemui seperti ragit, kue delapan jam, engkak ketan, maksuba dan telok ukan di pasaran. Penulis beranggapan bahwa pempek, model dan tekwan bahkan masih ditemui di kota Jakarta sebagai ibu kota. Banyak yang sudah mengembangkan usaha kuliner khas Palembang yang menggunakan bahan dasar ikan tersebut.

Tabel 3.4. Tempat yang Dapat Dijumpai Kuliner Khas

Dimana Anda biasanya menemui kuliner khas kota Palembang? (*)		
<i>(*) Ket: Dapat memilih lebih dari satu opsi</i>		
Jawaban	Jumlah	Presentase
Pasar Tradisional	85	73,9 %
Pasar Modern dan Mall	37	32,2 %
Restoran atau Rumah Makan	36	31,3 %
Perayaan Tradisi (Ulang Tahun, Pernikahan Adat, Perayaan Hari Raya)	35	30,4 %
Lainnya	6	5,2 %

Sebanyak 73,9 % responden memilih pasar tradisional sebagai tempat yang biasanya dapat ditemui kuliner khas kota Palembang, disusul dengan pasar modern dan *mall* sebanyak 32,2 %, restoran atau rumah makan sebanyak 31,3 % dan perayaan tradisi memiliki presentase sebanyak 30,4 % serta lainnya berupa 5,2 % berpendapat kuliner khas kota Palembang dapat ditemui di warung, penjual keliling, pinggir jalan dan tempat oleh-oleh. Walaupun mulai sulit ditemui, penulis berasumsi apabila pasar tradisional di kota Palembang adalah tempat yang masih menyediakan berbagai kuliner khas kota Palembang.

Tabel 3.5. Ketertarikan Responden Mengenai Informasi Kuliner Khas

Apakah Anda tertarik untuk mengetahui informasi tentang kuliner khas kota Palembang?		
Jawaban	Jumlah	Presentase
Ya	108	93,9 %
Tidak	7	6,1 %
TOTAL	115	100%

Dari total 115 responden, sebanyak 93,9 % tertarik untuk mengetahui informasi mengenai kuliner khas kota Palembang. Sedangkan hanya sebanyak 6,1 % yang tidak ingin mengetahui informasi mengenai kuliner khas kota Palembang. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan kuliner khas kota Palembang masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat setempat.

Tabel 3.6. Ketertarikan Responden Mengenai Buku Ilustrasi

Apakah Anda tertarik untuk memiliki buku ilustrasi berisikan informasi kuliner khas kota Palembang?		
Jawaban	Jumlah	Presentase
Ya	83	72,2 %
Tidak	32	27,8 %
TOTAL	115	100%

Sebanyak 72,2 % responden tertarik untuk memiliki buku ilustrasi berisikan informasi kuliner khas kota Palembang, sedangkan 27,8 % lainnya tidak tertarik untuk memiliki buku ilustrasi berisikan informasi kuliner. Hal tersebut membuktikan bahwa buku ilustrasi dengan konten kuliner menjadi daya tarik bagi masyarakat setempat.

Tabel 3.7. Alasan Ketertarikan Membaca Buku

Menanggapi fenomena tingkat membaca buku yang rendah di kalangan anak-anak dan remaja Indonesia, apa yang membuat Anda tetap tertarik untuk membaca buku?		
Jawaban	Jumlah	Presentase
Topik yang informatif	78	67,8 %
Konten buku terdapat teks disertai ilustrasi	67	58,3 %
Bahasa yang digunakan mudah untuk dipahami	33	28,7 %
Lainnya	4	3,5 %

Melihat rendahnya minat membaca pada generasi muda, maka penulis juga melakukan pendataan mengenai alasan ketertarikan membaca buku. Sebanyak 67,8 % responden menginginkan topik yang informatif, disusul dengan konten buku terdapat teks disertai ilustrasi sebanyak 58,3 %,

pemilihan bahasa yang mudah dipahami sebanyak 28,7 %, dan lainnya seperti tampilan yang menarik serta terdapat *user-experience* atau sensasi sebanyak 3,5 %. Penulis menganalisa bahwa apabila topik memang dibutuhkan (informatif) bagi responden, maka rendahnya minat baca pada generasi muda bukan menjadi persoalan. Lalu, generasi muda yang menjadi prioritas dalam penelitian ini pula menginginkan buku yang tidak hanya sekadar teks, namun juga bersifat ilustratif.

Tabel 3.8. Konten yang Dibutuhkan pada Buku

Menurut Anda, konten seperti apa yang dibutuhkan untuk menunjang pengetahuan Anda tentang kuliner?		
<i>(* Ket: Dapat memilih lebih dari satu opsi</i>		
Jawaban	Jumlah	Presentase
Informasi Sejarah	49	42,6 %
Tempat Kuliner Favorit atau Khas	72	62,6 %
Keunikan dan Ciri Khas	83	72,2 %
Cara Pembuatan Kuliner Khas	63	54,8 %
Lainnya	2	1,7 %

Keunikan dan ciri khas merupakan konten utama yang dibutuhkan oleh masyarakat setempat, terbukti dari hasil kuesioner yang memilih konten berupa keunikan dan ciri khas sebanyak 72,2 %, disusul oleh informasi mengenai tempat kuliner favorit atau khas sebanyak 62,6 %, lalu cara

pembuatan sebanyak 54,8 % dan informasi sejarah sebanyak 42,6 % serta lainnya berupa harga sebanyak 1,7%.

3.2. Metodologi Perancangan

Dalam melakukan proses perancangan, penulis menggunakan acuan teori milik Ellen Lupton dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*, Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions* dan Andrew Haslam dalam bukunya yang berjudul *Book Design*. Penulis memerlukan kedua panduan tersebut dalam membuat karya desain agar dapat memecahkan pokok masalah yang menjadi latar belakang pembuatan karya.

3.2.1. Proses Desain

Mayoritas perancangan desain berangkat dari sebuah problem. Tentunya, sebuah problem harus diartikan secara tepat melalui teknik-teknik tertentu agar pokok ide tidak hanya berada di dalam otak, namun tertuang juga melalui kata-kata, sketsa, *prototypes* dan proposal. Bahkan, berpikir secara bersama-sama dalam sebuah grup menjadi langkah praktis yang dapat dilakukan (Ellen Lupton, 2011, hlm 15).

1. *Brainstorming*

Brainstorming memiliki makna yang berarti bahwa sebuah masalah harus dikritisi dari berbagai sudut pandang dalam waktu bersamaan. *Brainstorming* memiliki kepraktisan yang dapat dilakukan dengan rentang pendidikan dan dapat

menyesuaikan situasi atau kebutuhan tertentu. Teknik ini dapat membantu desainer untuk mengartikan sebuah masalah.

2. *Mind-mapping*

Mind-mapping adalah langkah tercepat lainnya yang dapat dilakukan oleh desainer untuk mengeksplorasi cakupan masalah. Dalam membuat *mind-map*, desainer membutuhkan beberapa tips yaitu fokus, kembangkan inti permasalahan melalui frasa atau gambar, organisir cabang frasa atau gambar melalui kategori-kategori dengan menggunakan pemilihan warna yang berbeda, lalu bagi lagi cabang-cabang yang telah diorganisir ke dalam sub-kategori agar mendapatkan hasil yang spesifik.

3. *Interviewing*

Dalam melakukan *interview*, desainer perlu menemukan orang-orang yang tepat sesuai topik permasalahan. Selain itu, desainer perlu melakukan persiapan sebelum *interview*, misalnya persiapan dalam melakukan pengaturan kamera video, dan lain-lain. Selama melakukan *interview*, desainer juga perlu mengedepankan sikap kritis untuk melihat kesesuaian jawaban narasumber dengan korelasi nyata yang terjadi. Terbuka dan memberi ruang kepada narasumber

adalah langkah bijak yang dapat dilakukan selama melakukan *interview*. Artinya, desainer seharusnya dapat mencoba untuk ‘melangkah’ bersama narasumber dalam satu ‘perahu’ pemikiran yang terarah.

4. *Focus Groups Discussion*

Teknik *focus group* dapat membantu desainer untuk melakukan evaluasi terhadap kebutuhan pengguna terhadap problem. Kebutuhan tersebut dapat berupa, opini maupun perasaan sehingga sebuah perancangan desain dapat menjawab dan juga membantu pengguna untuk keluar dari problem yang ada. Untuk melakukan *focus groups*, desainer dapat menentukan perencanaan jenis pertanyaan, menentukan moderator, membuat lingkungan yang nyaman untuk mendukung diskusi, membantu membuka pikiran dan mendorong semangat *audience*.

5. *Visual Research*

Visual research atau penelitian visual adalah langkah yang dapat dilakukan desainer untuk memperbanyak referensi. Langkah yang dapat dilakukan untuk melakukan riset visual adalah mengumpulkan data-data visual, memvisualisasi data visual dengan kondisi atau tren yang ada dan melakukan analisa diferensiasi.

6. *Brand Matrix*

Biasanya *brand matrix* digunakan di *project* desain seperti *branding*, *signage*, *logo design* dan *packaging*. Desainer menggunakan diagram matrix untuk mengidentifikasi kategori produk yang akan ditampilkan misalnya, rekognisi produk, harga atau nilai, prestis, keamanan dan segmentasi pasar. Biasanya, diagram diimplementasikan dalam bentuk *cross* satu garis horizontal dan vertikal dengan tanda ‘x’ serta ‘y’. Desainer dapat membagi empat bagian titik ujung setiap ‘x’ dan ‘y’ dengan kondisi yang relevan.

7. *Brand Books*

Apabila berbicara mengenai *brand book*, maka yang seharusnya terlintas adalah mengenai pembahasan, sikap dan ide dari sebuah buku dibanding produk itu sendiri. Sebuah *brand* pada buku menjadi penting untuk dilakukan oleh setiap desainer agar komunikasi pada buku dapat mewakilkan jati diri dari sebuah konten informasi.

8. *Site Research*

Site research memiliki esensi tinggi dalam peran untuk membangun suatu perancangan yang berkaitan dengan lingkungan. Misalnya desain arsitektur, industry, desain informasi dan desain grafis. *Site research* berfungsi untuk

menganalisa kondisi etnografi yang relevan dengan perancangan misalnya, tanda, tekstur, warna, suara dan elemen-elemen lain yang membangun suatu lingkungan.

9. *Creative Brief*

Menurut Erik Spiekermann yang dikutip oleh Ellen Lupton dalam bukunya *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*, sebuah *creative brief* seharusnya menekankan aspek pesan yang ingin dicapai melalui perancangan.

3.2.2. Perancangan Visual

Perkembangan desain grafis tidak hanya hadir untuk kebutuhan estetis semata, melainkan sebagai kebutuhan dalam membantu memecahkan problem sosial yang terjadi di lingkungan masyarakat. Menurut Robin Landa (2010), dalam merancang sebuah desain terdapat tahapan yang menjadi langkah untuk memecahkan masalah-masalah tersebut.

1. Perumusan Masalah

Sebelum merancang, langkah awal yang perlu dilakukan oleh seorang desainer adalah mengidentifikasi masalah yang terjadi. Desainer memerlukan kerangka berupa 5W + 1H (*What, Where, Who, Why, When + How*) yang dapat mengerucutkan akar masalah.

2. Menentukan Tujuan

Setelah menemukan landasan masalah, desainer dapat berangkat untuk menentukan tujuan perancangan. Dalam menentukan tujuan perancangan, desainer sebaiknya fokus dalam menjawab akar masalah sehingga sebuah desain memiliki tujuan sekaligus manfaat baik bagi masyarakat.

3. *Brainstorming*

Dari akar masalah dan tujuan yang sudah dirumuskan, desainer dapat melakukan langkah *brainstorming* dengan menggunakan *mind-mapping*. Menurut Jurnal Penelitian Dosen FKIP Universitas Pattimura Ambon (2013), *brainstorming* adalah sebuah langkah untuk menampung segudang kreativitas yang sering digunakan untuk mendapatkan ide-ide yang banyak. *Brainstorming* yang baik menekankan pada kuantitas, artinya semakin banyak ide yang tercetus, maka semakin baik pula kualitas pengembangan solusi terhadap masalah.

4. *Review* atau Evaluasi

Selama melakukan *brainstorming*, desainer memiliki hak untuk menuangkan segala bentuk ide sehingga hal tersebut memerlukan langkah *review* atau evaluasi. Langkah *review* dapat dilakukan dengan menelaah dan mempertimbangkan

sejumlah ide yang sudah tertuang di *mind-mapping*; apakah tergolong relevan untuk menjadi ide perancangan.

5. Proses Sketsa

Setelah melakukan *review*, desainer dapat menentukan beberapa alternatif yang menjadi ide pokok visual. Alternatif tersebut dapat dituangkan dalam proses sketsa.

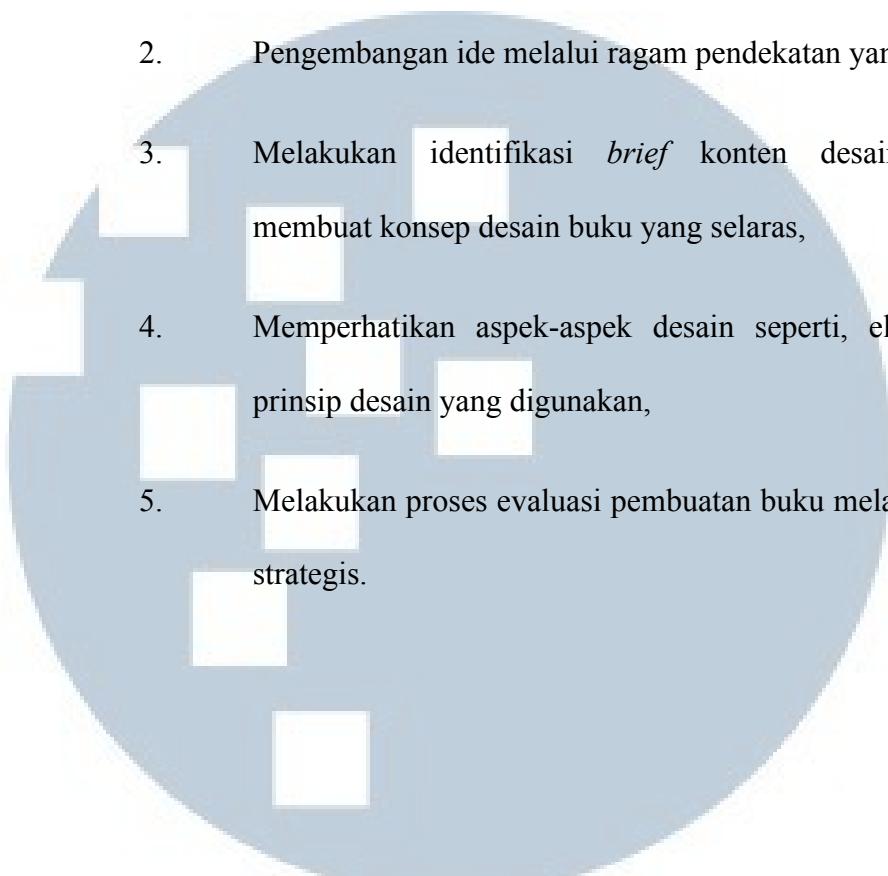
6. Perancangan Visual

Apabila desainer telah menemukan visualisasi yang tepat melalui proses sketsa, maka desainer dapat menuangkan proses sketsa secara digital pada media yang tepat. Tahapan sketsa ke visualisasi secara digital dinilai perlu dilakukan dalam merancang sebuah desain untuk meningkatkan efisiensi perancangan.

3.2.1 Perancangan Buku

Selain merancang inti desain, penulis juga memerlukan panduan dalam menempatkannya pada media yang tepat, yaitu buku. Menurut Haslam (2006), terdapat beberapa metode dalam merancang sebuah buku yaitu:

1. Ide awal dan tema buku yang sesuai dengan tujuan serta segmentasi pasar sehingga proses eksplorasi dapat dilakukan secara tepat,

- 
2. Pengembangan ide melalui ragam pendekatan yang luas,
 3. Melakukan identifikasi *brief* konten desain dengan membuat konsep desain buku yang selaras,
 4. Memperhatikan aspek-aspek desain seperti, elemen dan prinsip desain yang digunakan,
 5. Melakukan proses evaluasi pembuatan buku melalui analisa strategis.

