

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Referensi Karya**

Dalam upaya untuk mencari dan menelaah sumber karya yang telah diproduksi sebelumnya untuk dijadikan pembanding, acuan, serta inspirasi dalam mengembangkan dan mendukung argumen perancangan karya yang sedang dilakukan, penulis melakukan pencarian terhadap beberapa referensi karya. Melalui kajian terhadap beberapa karya terdahulu, penulis dapat memahami perkembangan perancangan karya di bidang yang relevan sekaligus melihat bagaimana karya yang dirancang dapat berkontribusi terhadap bidang ilmu komunikasi. Melalui penelusuran terhadap referensi karya terdahulu, penulis juga dapat menunjukkan validitas dan orisinalitas dari karya yang dirancang sehingga dapat memberikan nilai kebaruan dan menghindari pengulangan ide.

Dalam proses perancangan buku “*Dari Dapur Desa ke Piring Kita*”, kajian terhadap karya terdahulu menjadi salah satu faktor penting untuk menilai bagaimana buku dapat digunakan sebagai salah satu media komunikasi yang mampu menyebarkan pesan terhadap nilai budaya dan kuliner lokal. Berdasarkan referensi karya terdahulu, penulis dapat membandingkan dari beberapa aspek, seperti pendekatan konseptual yang digunakan, metode perancangan karya yang diaplikasikan, serta media yang digunakan dalam karya sejenis dengan fokus pada pelestarian kuliner lokal. Sebagai pembanding, penulis menemukan enam karya terdahulu yang memiliki aspek kesamaan dengan karya buku yang hendak dirancang oleh penulis.

Referensi karya pertama memiliki judul “*Pengembangan Buku Kuliner Khas Banyuasin sebagai Sumber Referensi Wisata Kuliner*” oleh Dwi Sepia Chairunisa, Alditia Detmuliati, Heri Setiawan , Yulia Pebrianti, Ilham Prawidi Sakti, Nyimas Alysha Nadine Nabila, dan Sabila May Putri Iswan dari Universitas Politeknik Negeri Sriwijaya. Jurnal ini diterbitkan oleh *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* pada 2025. Karya buku kuliner khas Kabupaten Banyuasin yang dirancang dalam jurnal ini memiliki tujuan sebagai

sumber referensi yang mampu mengedukasi sekaligus mempromosikan wisata kuliner daerah. Konsep utama yang digunakan adalah wisata kuliner dan buku ilustrasi sebagai sumber referensi. Metode perancangan karya yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan pelaku usaha kuliner yang kemudian dilanjutkan dengan proses perancangan berupa desain dan *editing*. Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan data primer dan sekunder yang berkaitan dengan pembuatan isi buku. Kesamaan yang dimiliki karya ini dengan karya penulis adalah pemilihan tema kuliner lokal untuk melestarikan nilai budaya daerah. Namun, karya ini juga memiliki perbedaan, yaitu fokusnya terletak pada potensi wisata kuliner, sedangkan karya yang hendak dibuat penulis berfokus pada pelestarian nilai keberlanjutan dan kearifan lokal pangan desa. Hasil karya berupa buku ilustrasi dalam bentuk media digital dinilai efektif sebagai sarana sarana pelestarian budaya yang juga adaptif terhadap kemajuan teknologi (Chairunisa et al., 2025).

Referensi karya kedua berjudulkan, “*Perancangan Buku Ilustrasi A Bite of Jogja untuk Promosi Wisata Kuliner Tradisional Yogyakarta*” ditulis oleh Bningnara Hastiditto dan Pujiyanto dari Universitas Negeri Malang. Jurnal ini diterbitkan pada 2025 di *Journal of Language, Literature, and Arts*. Dalam jurnal ini, karya buku visual yang dirancang bertujuan sebagai media edukasi sekaligus media promosi mengenai kuliner lokal kepada wisatawan dengan pendekatan *visual storytelling*. Dalam perancangan karya ini, beberapa konsep yang turut digunakan, yaitu wisata kuliner, pelestarian budaya kuliner, media visual, buku ilustrasi, dan *visual storytelling*. Karya ini menggunakan metode perancangan dengan pendekatan *Design Thinking* oleh Kelley & Brown (2018) yang meliputi 5 tahap, yaitu *empathize, define, ideate, prototype*, dan *test*. Karya ini memiliki kesamaan yang terletak pada penggunaan media buku sebagai alat komunikasi nilai kuliner lokal yang dikemas secara edukatif dengan tetap menguatkan pada narasi dan bantuan visual. Di sisi lain, terdapat pula perbedaannya, di mana karya ‘*A Bite of Jogja*’ lebih berorientasi pada promosi pariwisata kuliner dan penggunaan buku yang menekankan pada ilustrasi, sedangkan karya yang hendak penulis rancang difokuskan pada

pengenalan nilai lokal kuliner desa dengan pendekatan buku yang lebih naratif dengan tetap memanfaatkan visual sebagai ilustrasi pendukung. Hasil karya menunjukkan bahwa buku ilustrasi dengan gaya semi-realistik dan pendekatan *visual storytelling* berhasil menjadi media yang menarik, komunikatif, dan edukatif dalam melestarikan budaya kuliner Yogyakarta agar tetap relevan di era modern (Hastiditto & Pujiyanto, 2025).

Referensi karya ketiga oleh Syartika Sri Wahyuni dan Delfi Eliza dari Universitas Negeri Padang pada 2022 memiliki judul, “*Pengembangan Informational Book untuk Pengenalan Budaya Minangkabau melalui Makanan Khas Pesisir Selatan*”. Jurnal ini diterbitkan di *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. Karya dalam jurnal ini berupa *informational book* yang bertujuan sebagai media edukasi untuk dapat memperkenalkan kekayaan budaya kuliner Minangkabau kepada pembaca muda dengan narasi yang ringan. Beberapa konsep yang digunakan adalah pengenalan budaya pada anak usia dini, *informational book* sebagai media edukasi, dan pelestarian kearifan lokal. Buku ini dirancang menggunakan metode *Research and Development (RnD)*, terkhususnya model ADDIE yang terdiri dari 5 tahap, yaitu *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*. Persamaan yang ditemukan dari karya ini adalah penggunaan metode perancangan karya, yaitu model ADDIE serta fokus buku yang sama-sama melestarikan kuliner lokal. Namun, terdapat pula perbedaan yang terletak pada pengemasan buku, di mana karya dalam jurnal ini lebih menekankan pada ilustrasi untuk anak usia dini, sedangkan karya penulis menyasar pada target remaja muda (Gen Z) sehingga tidak menggunakan ilustrasi yang begitu banyak. Hasil perancangan karya menunjukkan bahwa *informational book* dinyatakan efektif sebagai media edukatif yang berusaha memperkenalkan budaya Minangkabau, khususnya Pesisir Selatan, kepada anak usia dini melalui makanan khas daerah (Wahyuni & Eliza, 2022).

Referensi karya keempat oleh Venti Diana Novitasari dan Meirina Lani Anggapuspda dari Universitas Negeri Surabaya diterbitkan pada 2021 dalam *Jurnal Barik* berjudulkan, “*Perancangan Buku Ilustrasi Makanan Tradisional*

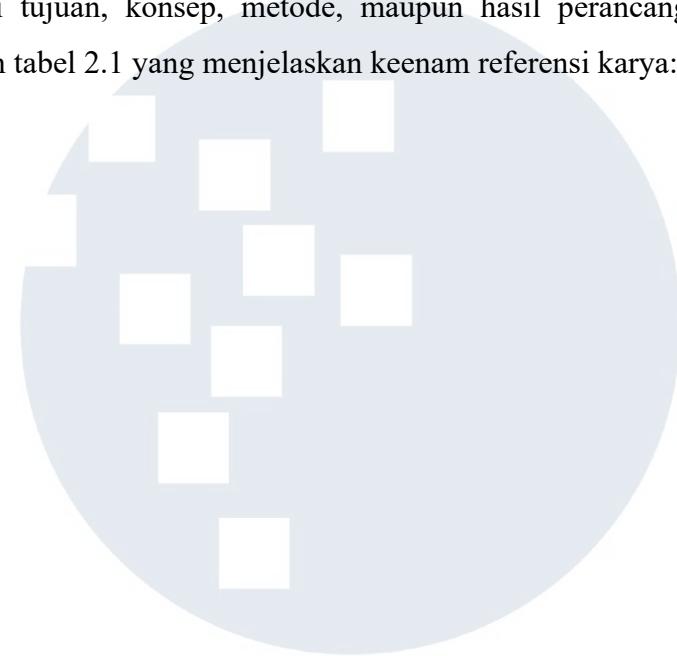
*Khas Kota Surabaya untuk Anak Usia 9–12 Tahun*”. Karya dalam jurnal ini bertujuan untuk menumbuhkan kecintaan terhadap makanan tradisional khas Surabaya kepada anak berusia 9-12 tahun. Beberapa konsep yang diangkat dalam pembuatan karya ini adalah buku ilustrasi, makanan tradisional, serta teori perkembangan anak usia 9-12 tahun. Karya ini menggunakan metode perancangan berupa analisis 5W+1H (*what, why, who, where, when*, dan *how*) dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Persamaan yang dimiliki terletak pada perancangan buku sebagai media untuk memperkenalkan kuliner lokal. Namun, terdapat pula perbedaan yang terletak pada metode perancangan serta target audiens dari karya yang dihasilkan. Karya dalam jurnal ini menyasar pada anak-anak dengan luaran karya berupa buku ilustrasi, sedangkan karya penulis menargetkan pembaca remaja dewasa untuk menumbuhkan kesadaran dan apresiasi terhadap pangan lokal sehat dan berkelanjutan. Hasil karya dalam jurnal ini ialah buku ilustrasi sebagai media edukatif yang berisikan berbagai makanan tradisional khas Surabaya dan ditujukan bagi anak berusia 9-12 tahun (Novitasari & Anggapuspua, 2021).

Referensi karya kelima memiliki judul, “*Perancangan Buku Panduan sebagai Sarana Informasi Warisan Budaya Kuliner di Pasar Lama Tangerang untuk Kalangan Remaja Dewasa (17–25 Tahun)*” oleh Friska Bella Ananda dan Hendi Thamrin dari Universitas Bunda Mulia yang diterbitkan pada 2024 dalam jurnal *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, dan Seni Budaya*. Karya dalam jurnal ini memiliki tujuan utama untuk melestarikan dan memperkenalkan kekayaan kuliner tradisional Tangerang melalui buku panduan yang ditargetkan bagi remaja akhir berusia 17-25 tahun. Beberapa konsep yang digunakan dalam karya ini adalah wisata kuliner, desain grafis, teori warna, teori tipografi, dan perancangan buku. Karya ini dirancang dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Letak kesamaan yang ditemukan dengan karya yang penulis rancang adalah target pembaca yang menyasar pada remaja dewasa serta fokus dalam pelestarian kuliner dari pasar tradisional. Di samping kesamaan yang ditemukan, terdapat pula perbedaannya, yaitu dari

segi metode perancangan dan ruang lingkup kuliner yang disajikan. Karya dalam jurnal berusaha membahas tentang kuliner pasar khas Tangerang, sedangkan karya penulis berusaha membahas tentang kuliner khas Pasar Papringan di Dusun Ngadiprono. Karya yang dirancang menunjukkan bahwa buku panduan dengan desain ilustrasi semirealis dan konten informatif berhasil menjadi media yang menarik dan mudah dipahami untuk memperkenalkan serta melestarikan warisan kuliner Pasar Lama Tangerang bagi remaja dewasa (Ananda & Thamrin, 2024).

Referensi karya keenam oleh Fery Andry Asmawan dari STIKI Malang berjudulkan, “*Perancangan Buku Ilustrasi Digital Painting Culinary Experience of Malang sebagai Upaya Mendukung Potensi Kuliner Legendaris di Kota Malang*” diterbitkan pada 2019 dalam *MAVIS Journal*. Karya ini memiliki tujuan sebagai media visual yang berusaha mengangkat potensi kuliner legendaris sekaligus memperkuat citra budaya kuliner Kota Malang. Secara praktis, karya buku dalam jurnal ini juga bertujuan sebagai sebuah sehingga mempermudah pembaca dalam menemukan tempat kuliner legendaris yang ada di Kota Malang. Beberapa konsep yang diterapkan dalam perancangan karya ini berfokus pada proses desain buku, yaitu konsep ilustrasi *digital painting*. Dalam metode perancangannya, karya ini mengaplikasikan model Sadjiman Ebdi Sanyoto yang meliputi identifikasi (observasi dan wawancara), data, konsep perancangan, perencanaan media (tujuan media, strategi media, program media), perencanaan kreatif (tujuan kreatif, strategi kreatif, dan program kreatif), proses perancangan (sketsa ilustrasi, *layout*), dan desain final. Terdapat persamaan yang ditemukan dalam karya ini, yaitu fokus buku media komunikasi pelestarian budaya yang mengangkat kuliner. Di sisi lain, terdapat pula aspek pembeda yang terletak pada metode perancangan karya dan jenis buku yang lebih berorientasi pada estetika digital. Hasil perancangan menunjukkan bahwa buku ilustrasi dengan teknik *digital painting* ini berhasil menjadi media komunikasi visual yang menarik untuk mendukung pelestarian kuliner legendaris Kota Malang di tengah persaingan kuliner modern (Asmawan, 2019).

Seluruh penjabaran referensi karya terdahulu yang telah dibahas di atas secara lebih lanjut dijelaskan kembali dalam bentuk tabel yang lebih sederhana guna mempermudah pemahaman perbandingan antara karya terdahulu dengan karya yang sedang dikembangkan oleh penulis. Perbandingan ini dilihat baik dari segi tujuan, konsep, metode, maupun hasil perancangannya. Berikut diberikan tabel 2.1 yang menjelaskan keenam referensi karya:



Tabel 2.1 Referensi Karya

No.	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel (Karya)	Pengembangan Buku Kuliner Khas Banyuasin sebagai Sumber Referensi Wisata Kuliner	Perancangan Buku Ilustrasi <i>A Bite of Jogja</i> untuk Promosi Wisata Kuliner Tradisional Yogyakarta	Pengembangan <i>Informational Book</i> untuk Pengenalan Budaya Minangkabau melalui Makanan Khas Pesisir Selatan	Perancangan Buku Ilustrasi Makanan Tradisional Khas Kota Surabaya untuk Anak Usia 9–12 Tahun	Perancangan Buku Panduan sebagai Sarana Informasi Warisan Budaya Kuliner di Pasar Lama Tangerang untuk Kalangan Remaja Dewasa (17–25 Tahun)	Perancangan Buku Ilustrasi Digital <i>Painting Culinary Experience of Malang</i> sebagai Upaya Mendukung Potensi Kuliner Legendaris di Kota Malang
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Dwi Sepia Chairunisa, Alditia Detmuliati, Heri Setiawan, Yulia Pebrianti, Ilham Prawidi Sakti, Nyimas Alysha Nadine Nabila, & Sabilah May Putri Iswan, 2025, <i>Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa</i> .	Bningnara Hastiditto & Pujiyanto, 2025, <i>Journal of Language, Literature, and Arts</i> .	Syartika Sri Wahyuni & Delfi Eliza, 2022, <i>Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini</i> .	Venti Diana Novitasari & Meirina Lani Anggapuspa, 2021, <i>Jurnal Barik</i> .	Friska Bella Ananda & Hendi Thamrin, 2024, <i>Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, dan Seni Budaya</i> .	Fery Andry Asmawan, 2019, <i>MAVIS Journal</i> .

3.	Tujuan Karya	Membuat buku kuliner Banyuasin sebagai referensi edukatif dan promosi wisata kuliner daerah.	Membuat media komunikasi visual untuk promosi kuliner tradisional Yogyakarta.	Menghasilkan media edukasi berupa <i>informational book</i> untuk memperkenalkan budaya Minangkabau pada anak usia dini.	Memperkenalkan makanan tradisional Surabaya kepada anak usia 9–12 tahun.	Melestarikan dan memperkenalkan kuliner Pasar Lama Tangerang melalui buku panduan untuk remaja dewasa.	Mengangkat potensi kuliner legendaris Malang dan memperkuat citra budaya kuliner daerah.
4.	Konsep	Wisata kuliner dan buku ilustrasi sebagai sumber referensi.	Wisata kuliner, pelestarian budaya, media visual, buku ilustrasi, dan <i>visual storytelling</i> .	Pengenalan budaya pada anak usia dini, serta <i>informational book</i> sebagai media edukasi dan pelestarian kearifan lokal.	Buku ilustrasi, makanan tradisional, dan teori perkembangan anak usia 9–12 tahun.	Wisata kuliner, desain grafis, tipografi, teori warna, dan perancangan buku.	Proses desain buku berupa ilustrasi <i>digital painting</i> .
5.	Metode Perancangan Karya	Observasi dan wawancara, serta proses perancangan buku yang mencakup <i>design</i> dan <i>editing</i> .	<i>Design Thinking</i> ( <i>empathize, define, ideate, prototype, test</i> ).	<i>Research and Development (R&amp;D)</i> model ADDIE ( <i>Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation</i> ).	Analisis 5W+1H, observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur.	<i>Design Thinking</i> ( <i>empathize, define, ideate, prototype, test</i> ).	Model Sadjiman Ebdi Sanyoto (identifikasi, data, konsep perancangan, perencanaan media, perencanaan kreatif, perancangan, desain final).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

6.	Persamaan	Mengangkat kuliner lokal sebagai media edukasi dan pelestarian nilai budaya daerah.	Menggunakan buku sebagai media komunikasi kuliner lokal yang dikemas edukatif dengan <i>visual storytelling</i> .	Penggunaan metode ADDIE, dan media buku untuk pelestarian kuliner lokal.	Menjadikan buku sebagai media untuk memperkenalkan kuliner lokal.	Fokus pada kuliner pasar tradisional dengan target remaja-dewasa.	Mengangkat isu kuliner lokal melalui media buku.
7.	Perbedaan	Karya ini berfokus pada potensi wisata kuliner, sedangkan karya penulis menekankan pada pelestarian nilai keberlanjutan dan kearifan pangan lokal desa.	Fokus pada promosi wisata dan ilustrasi visual, bukan edukasi nilai pangan desa.	Ditujukan untuk anak usia dini dan lebih menekankan ilustrasi.	Fokus pada anak-anak dengan pendekatan ilustratif.	Fokus pada kuliner khas daerah yang berbeda (Tangerang dan Pasar Papringan Dusun Ngadiprono).	Jenis buku lebih fokus pada estetika digital.
8.	Hasil Karya	Buku ilustrasi digital yang mempromosikan kekayaan kuliner lokal secara edukatif dan adaptif terhadap kemajuan teknologi.	Buku ilustrasi semi-realistik dengan <i>visual storytelling</i> berhasil menjadi media komunikasi yang menarik dan edukatif dalam melestarikan budaya kuliner.	<i>Informational book</i> dinyatakan valid, praktis, dan efektif sebagai media edukatif budaya Minangkabau pada anak usia dini.	Buku ilustrasi edukatif untuk memperkenalkan kuliner Surabaya pada anak usia 9–12 tahun yang diharapkan mampu menjadi media edukasi tentang kuliner khas Surabaya.	Buku panduan ilustrasi semi-realistic yang informatif mampu menarik remaja dewasa dalam hal melestarikan kuliner Tangerang.	Buku ilustrasi <i>digital painting</i> yang menarik berhasil menjadi media pelestarian dan promosi kuliner legendaris Kota Malang.

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Berdasarkan keenam referensi karya terdahulu yang telah dijabarkan, terdapat nilai kebaruan yang disajikan dalam karya penulis. Nilai kebaruan ini terletak pada pendekatan komunikasi dan pengemasan media yang digunakan. Mayoritas karya terdahulu mengangkat tema kuliner lokal melalui buku ilustrasi yang fokusnya terletak pada upaya untuk mempromosikan wisata atau pengenalan budaya bagi anak-anak dengan dominasi pada unsur visual. Berbeda dengan hal tersebut, penulis menghadirkan pembaruan melalui buku esai non-fiksi yang lebih menonjolkan pada pengemasan narasi sebagai sarana penyampaian pesan. Melalui buku esai, penulis dapat menggabungkan opini, fakta, dan pengalaman budaya yang dirasakan secara lebih fleksibel dalam mengangkat isu keberlanjutan pangan serta kearifan kuliner lokal di Pasar Papringan. Walaupun demikian, buku yang dirancang penulis juga tetap menerapkan unsur visual, tetapi hanya sebagai penguat *storytelling* untuk memperdalam pengalaman membaca dan membantu pembaca memahami kontens yang disampaikan. Selain itu, karya yang dirancang penulis juga menyasar pada segmen audiens remaja muda hingga dewasa muda, lebih tepatnya Gen-Z yang berusia 13-28 tahun, yang di mana kelompok ini belum banyak disasar oleh karya sejenis, terutama yang mengangkat isu pelestarian kuliner lokal. Dengan demikian, karya ini menghadirkan inovasi dalam bentuk media buku esai yang menggabungkan narasi mendalam dan elemen visual pendukung untuk menumbuhkan kesadaran akan nilai pangan lokal yang sehat, berkelanjutan, dan berakar pada identitas desa.

## 2.2 Landasan Konsep

Dalam proses perancangan karya, landasan konsep menjadi bagian penting yang memberikan dasar berpikir dan arah pengembangan yang lebih terstruktur. Landasan konsep menyajikan kerangka berpikir yang kuat dan relevan terhadap isu yang diangkat dalam proses perancangan karya. Crawford (2019), seperti yang dikutip dari Pratiwi (2022), menjelaskan bahwa landasan konsep diartikan sebagai sebuah fondasi untuk rumah yang memberikan dasar kuat bagi keseluruhan elemen yang dibangunnya. Begitu pula dalam

perancangan sebuah karya, di mana landasan konsep memberikan dasar penting bagi keseluruhan elemen perancangan karya sekaligus memberikan konteks yang sesuai. Dengan landasan konsep yang disusun, penulis tidak hanya menegaskan tentang sebuah urgensi dari karya yang dirancang, tetapi juga berusaha untuk menjabarkan dasar konseptual yang jelas dan terarah sehingga karya mampu memberikan kontribusi pengetahuan yang kuat. Dalam perancangan buku “*Dari Dapur Desa ke Piring Kita*”, terdapat beberapa landasan konsep yang digunakan dalam ruang lingkup komunikasi yang menjadi dasar berpikir dalam proses perancangan karya.

### **2.2.1 Komunikasi Lingkungan**

Komunikasi lingkungan membahas tentang bagaimana manusia saling membangun makna dan berinteraksi dengan lingkungan melalui berbagai bentuk pesan, baik secara verbal maupun nonverbal. Menurut Phezullo & Cox (2025) dalam bukunya berjudulkan, “*Environmental Communication and the Public Sphere (7<sup>th</sup> Edition)*”, menyatakan bahwa komunikasi lingkungan dapat dipahami sebagai sebuah cara dari bagaimana manusia menyuarakan hubungannya dengan lingkungan atau alam sekitarnya. Komunikasi yang terjadi dalam hal ini berkaitan dengan penyampaian isu lingkungan yang kemudian dapat mempengaruhi cara pandang, nilai, dan perilaku masyarakat terhadap alam yang ada di sekitarnya.

Phezullo & Cox (2025), menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan memiliki dua dimensi utama, baik secara pragmatik dan konstitutif yang dijelaskan sebagai berikut:

- Sebagai dimensi pragmatik, komunikasi lingkungan diyakini sebagai proses penyampaian pesan tentang isu yang berkaitan dengan alam. Dalam hal ini, komunikasi memiliki fungsi untuk menginformasikan, mengedukasi, memperingatkan, atau membujuk masyarakat agar memiliki kepedulian dan mengambil tindakan terhadap isu lingkungan tertentu. Contohnya, kampanye tentang bahaya plastik

sekali pakai atau ajakan menanam pohon sebagai salah satu bentuk komunikasi lingkungan dalam dimensi pragmatik, di mana pesan-pesan mengenai lingkungan dibentuk sedemikian rupa untuk mengubah kesadaran dan pola perilaku yang lebih sadar.

- Sebagai dimensi konstitutif, komunikasi lingkungan diyakini sebagai proses yang berusaha membentuk makna dari bahasa dan simbol yang disampaikan tentang isu lingkungan. Dimensi konstitutif berusaha memahami bahwa dalam proses komunikasi, manusia tidak hanya berbicara tentang lingkungan, tetapi juga membentuk makna mengenai apa itu “alam”, “krisis”, atau “kelestarian”.

Dengan demikian, komunikasi lingkungan tidak hanya berkaitan dengan proses penyampaian pesan, tetapi juga pembentukan makna dari pesan yang disampaikan sehingga dapat memengaruhi cara manusia memahami dan memperlakukan lingkungannya dengan lebih bijak.

Phezullo & Cox (2025) menyebutkan bahwa komunikasi lingkungan adalah sebuah “*crisis discipline*” yang lahir karena adanya sebuah krisis lingkungan seperti perubahan iklim, polusi, keanekaragaman hayati yang mulai terancam, dan kerusakan habitat yang secara mendesak butuh untuk direspon. Sebagai disiplin krisis, komunikasi lingkungan berupaya membangun kesadaran publik agar masalah lingkungan yang terjadi dipahami sebagai sebuah urgensi yang harus segera diambil tindakan secara bersama dengan cepat. Namun, Phezullo & Cox (2025) menegaskan bahwa komunikasi lingkungan tidak hanya berbicara tentang krisis, tetapi juga merupakan “*care discipline*”, yaitu disiplin yang didasari oleh pada etika kepedulian. Pendekatan ini menekankan pentingnya hubungan timbal balik antara manusia dengan alam, serta tanggung jawab moral untuk menghormati seluruh bentuk kehidupan. Komunikasi lingkungan sebagai *care discipline* berusaha mengajarkan bahwa bentuk kepedulian tidak hanya ditunjukkan melalui tindakan yang menghindari kerusakan alam, tetapi juga berupaya membangun dunia yang lebih baik dan berkelanjutan. Nilai peduli ini

menumbuhkan sikap reflektif, empatik, dan solutif dalam menanggapi isu-isu mengenai lingkungan.

Dalam konteks perilaku manusia terhadap lingkungan, Farrior (2005) dalam Phezullo & Cox (2025), membagi nilai-nilai yang memengaruhi hubungan manusia dengan alam ke dalam tiga kategori:

1. Nilai egoistik, yaitu perilaku kepedulian terhadap lingkungan oleh manusia dikarenakan adanya kepentingan pribadi, seperti untuk kesehatan dan kenyamanan hidup.
2. Nilai sosial-altruistik, yaitu perilaku kepedulian manusia terhadap lingkungan yang lahir karena adanya kesejahteraan orang lain yang turut dipertimbangkan, seperti keluarga, masyarakat, atau generasi mendatang.
3. Nilai biosferik, yaitu perilaku kepedulian manusia terhadap seluruh makhluk hidup dan alam, terlepas dari ada atau tidak adanya manfaat langsung bagi manusia itu sendiri maupun orang lain.

Melalui ketiga nilai tersebut, maka pesan-pesan komunikasi yang berusaha mengangkat isu tentang lingkungan dapat dikemas dengan lebih relevan dan efektif untuk menyentuh sisi humanis dari kepedulian manusia terhadap alamnya.

Komunikasi lingkungan juga berperan penting dalam pembentukan ruang publik (*public sphere*), yaitu ruang di mana individu dan kelompok membangun dialog bersama melalui proses diskusi maupun debat untuk saling berbagi pandangan mengenai isu-isu lingkungan yang menjadi kepentingan bersama. Ruang publik ini dapat lahir dalam berbagai bentuk, seperti forum diskusi yang terbuka di kampus, media massa, blog, aksi sosial, hingga festival yang berfokus pada isu lingkungan. Dalam ruang publik tersebut, beberapa keresahan pribadi, misalnya terhadap polusi atau kebakaran hutan dapat ditransformasikan menjadi isu publik yang mendorong partisipasi sosial dalam jumlah lebih besar (Phezullo & Cox, 2025). Menurut Phezullo & Cox (2025), keberadaan “suara” (*voice*) dalam ruang publik juga menjadi

salah satu faktor yang sangat penting. ‘Suara’ dalam konteks ini tidak hanya berkenaan tentang kemampuan berbicara, tetapi juga sebuah tindakan yang mencerminkan keberanian untuk mengekspresikan kepedulian terhadap suatu isu lingkungan (Phezullo & Cox, 2025). Ruang publik dapat dikatakan terbentuk dengan baik apabila setiap orang mampu menyuarakan pendapatnya dengan bebas dan didengarkan oleh masyarakat luas.

Secara keseluruhan, komunikasi lingkungan merupakan proses sosial yang kompleks dan dinamis, di mana pesan tidak hanya dibentuk dan disampaikan, tetapi juga berusaha membangun sebuah makna, nilai, dan tindakan yang secara kolektif mendorong perubahan perilaku manusia terhadap lingkungan (Phezullo & Cox, 2025). Konteks komunikasi lingkungan terletak pada 2 hal utama, yaitu krisis dan kepedulian yang keduanya saling melengkapi dalam menciptakan perubahan sosial. Melalui komunikasi yang efektif, manusia secara bersama dapat meningkatkan kesadaran dan membangun ruang dialog publik agar masa depan lingkungan lebih berkelanjutan bagi generasi di masa yang akan datang.

### **2.2.2 *Science Communication***

*Science communication* atau komunikasi sains merujuk pada proses penyampaian pengetahuan, temuan, dan isu-isu ilmiah kepada publik non-ilmiah agar dapat dipahami, dimaknai, dan digunakan dalam kehidupan sosial. Weingart & Guenther (2016), menjelaskan bahwa komunikasi sains memiliki akar historis sejak abad ke-19, ketika ilmu pengetahuan berkembang semakin spesialis sehingga membutuhkan proses *translation* agar dapat dipahami oleh masyarakat umum. Pada masa tersebut, praktik popularisasi sains muncul sebagai upaya pencerahan publik, dengan tujuan menyebarkan pengetahuan yang benar demi kepentingan bersama. Publik yang menjadi sasaran komunikasi sains pada masa itu sangat beragam, mulai dari kelas atas hingga pekerja

dan pengrajin, yang memiliki ketertarikan besar terhadap apa yang ditawarkan oleh ilmu pengetahuan. Dalam konteks ini, komunikasi sains dipandang sebagai bagian dari gerakan *general enlightenment*, di mana ilmu pengetahuan dipercaya dan memiliki legitimasi sosial yang kuat (Weingart & Guenther, 2016).

Namun, kondisi tersebut mengalami perubahan signifikan. Dalam dua hingga tiga dekade terakhir, komunikasi sains berkembang menjadi sebuah “industri” yang melibatkan berbagai aktor profesional, seperti jurnalis sains, praktisi humas sains, lembaga riset, dan institusi akademik. Komunikasi sains tidak lagi hanya dilakukan oleh ilmuwan yang memiliki kepedulian personal terhadap publik, tetapi juga menjadi bagian dari strategi institusional untuk menyampaikan hasil penelitian dan implikasinya bagi masyarakat (Weingart & Guenther, 2016). Dalam konteks karya ini, *science communication* dipahami sebagai upaya untuk menyampaikan substansi ilmiah, seperti isu pangan, gizi, keberlanjutan, dan sistem pangan lokal kepada audiens non-ilmiah melalui medium yang dapat dipahami secara naratif dan kontekstual, salah satunya melalui buku.

*Science communication* memiliki beragam tujuan yang tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi. Kappel & Holmen (2019), merujuk pada laporan *The National Academies of Sciences, Engineering and Medicine*, mengidentifikasi lima tujuan umum komunikasi sains, yaitu:

1. Membagikan temuan terbaru dan membangkitkan ketertarikan terhadap sains,
2. Meningkatkan apresiasi publik terhadap sains,
3. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman publik terhadap sains,
4. Memengaruhi opini, preferensi kebijakan, atau perilaku masyarakat, serta
5. Memastikan keberagaman perspektif publik diperhitungkan dalam penyelesaian persoalan sosial berbasis sains.

Dari tujuan tersebut, dapat dipahami bahwa *science communication* tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif, persuasif, dan transformatif. Komunikasi sains berperan penting dalam membantu masyarakat memahami isu-isu ilmiah yang berdampak langsung pada kehidupan sehari-hari, seperti kesehatan, lingkungan, dan pangan.

#### **2.2.2.1 Paradigma Komunikasi dalam *Science Communication***

Dalam kajian komunikasi sains, terdapat dua paradigma utama yang sering digunakan untuk menjelaskan cara ilmu pengetahuan dikomunikasikan kepada publik, yaitu paradigma diseminasi dan paradigma partisipasi publik (Kappel & Holmen, 2019). Paradigma diseminasi memandang *science communication* sebagai proses transmisi informasi dari pakar atau ilmuwan kepada publik. Dalam paradigma ini, komunikasi bersifat satu arah, dengan asumsi bahwa peningkatan pengetahuan publik dapat dicapai melalui pendidikan formal atau penyebaran informasi melalui media massa. Bentuk implementasinya meliputi pendidikan sains di sekolah, buku sains populer, dokumenter televisi, majalah sains, hingga blog dan situs web ilmiah (Kappel & Holmen, 2019). Sebaliknya, paradigma partisipasi publik menekankan pentingnya komunikasi dua arah (*two-way communication*), yaitu dialog antara ilmuwan, publik, dan pembuat kebijakan. Paradigma ini memandang publik bukan sekadar penerima informasi pasif, tetapi sebagai aktor yang memiliki pengalaman, nilai, dan perspektif yang relevan dalam diskusi isu-isu ilmiah. Dengan demikian, komunikasi sains juga mencakup proses diskusi dan pertukaran makna (Kappel & Holmen, 2019).

Dalam praktiknya, komunikasi sains modern sering memadukan kedua paradigma tersebut. Informasi ilmiah tetap perlu disampaikan secara jelas dan akurat, tetapi juga perlu

dikemas sedemikian rupa agar membuka ruang refleksi, dialog, dan keterlibatan publik. Buku esai dalam karya ini berada di persimpangan kedua paradigma tersebut. Di satu sisi, buku berfungsi sebagai media penyebaran pengetahuan ilmiah mengenai pangan dan keberlanjutan. Di sisi lain, melalui pendekatan naratif dan reflektif, buku ini membuka ruang dialog bagi pembaca untuk memaknai ulang hubungan mereka dengan pangan, budaya, dan lingkungan. Dalam konteks ini, buku memiliki posisi yang strategis sebagai medium komunikasi sains. Buku memungkinkan penyampaian isu ilmiah secara lebih mendalam, kontekstual, dan reflektif sekaligus dapat menjembatani bahasa ilmiah yang kompleks menjadi narasi yang lebih mudah dipahami oleh audiens non-ilmiah.

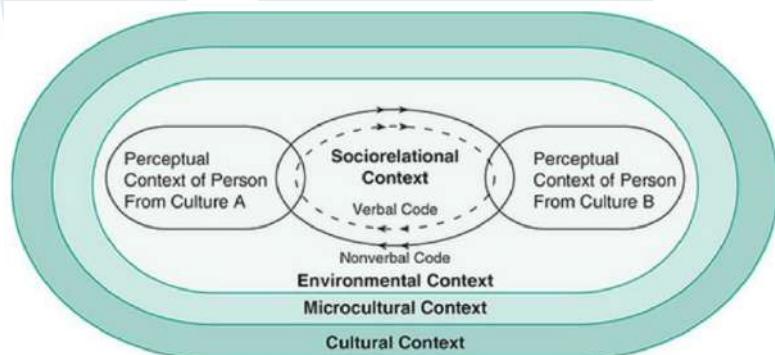
### **2.2.3 *Intercultural Communication***

Komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Neuliep (2021), menegaskan bahwa komunikasi hadir di mana-mana dan berlangsung setiap saat, baik ketika individu berinteraksi dengan orang lain maupun ketika berada sendiri. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia terus-menerus terpapar pesan, simbol, dan makna yang membentuk cara berpikir dan bertindak (Neuliep, 2021). Komunikasi bersifat interaktif dan transaktif karena terjadi antara individu-individu yang secara simultan berperan sebagai pengirim dan penerima pesan. Ketika seseorang menyampaikan pesan, pada saat yang sama ia juga menerima pesan dari lawan komunikasinya, baik secara verbal maupun nonverbal. Dengan demikian, komunikasi bukanlah proses satu arah, melainkan proses dinamis yang menuntut partisipasi aktif dari semua pihak yang terlibat (Neuliep, 2021).

Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*) merujuk pada proses komunikasi yang terjadi antara individu-individu yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Perbedaan budaya ini

dapat mencakup nilai, kepercayaan, bahasa, norma sosial, serta cara pandang terhadap dunia. Dalam komunikasi antarbudaya, pesan tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan itu sendiri, tetapi juga oleh konteks budaya dan pengalaman sosial masing-masing individu yang terlibat (Neuliep, 2021).

Neuliep (2021) mengemukakan model kontekstual komunikasi antarbudaya yang menunjukkan bahwa komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa, tetapi berada dalam berbagai konteks yang saling berkaitan. Konteks-konteks tersebut membentuk bagaimana pesan dikirim, diterima, dan dimaknai oleh individu dalam interaksi antarbudaya.



Gambar 2. 1. Model kontekstual komunikasi antarbudaya

Sumber: Neuliep (2021)

- A. Konteks Budaya (*Cultural Context*), merepresentasikan nilai, kepercayaan, norma, dan pola perilaku yang dianut bersama oleh sekelompok orang dalam suatu budaya tertentu. Konteks ini memengaruhi cara individu menafsirkan pesan, menentukan apa yang dianggap sopan atau tidak sopan, serta bagaimana makna simbol-simbol komunikasi dibentuk (Neuliep, 2021).
- B. Konteks Mikrobudaya (*Microcultural Context*), individu juga menjadi bagian dari mikrobudaya, yaitu kebudayaan kecil yang berada di dalam budaya dominan. Mikrobudaya dapat dibedakan berdasarkan etnis, ras, bahasa, atau kelompok sosial tertentu. Perbedaan mikrobudaya ini turut memengaruhi gaya komunikasi

- dan cara individu mengekspresikan identitasnya dalam interaksi sosial (Neuliep, 2021)
- C. Konteks Lingkungan (*Environmental Context*), mengacu pada lokasi fisik tempat komunikasi berlangsung. Lingkungan fisik ini menentukan aturan, norma, dan ekspektasi tertentu dalam berkomunikasi. Desain ruang, suasana, serta kondisi alam juga dapat memengaruhi cara individu berinteraksi dan menafsirkan pesan (Neuliep, 2021).
  - D. Konteks Persepsi (*Perceptual Context*), berkaitan dengan karakteristik individu, seperti sikap, proses kognitif, motivasi, dan pengalaman personal. Konteks ini menjelaskan bagaimana individu mengumpulkan, menyimpan, dan menafsirkan informasi yang diterimanya. Perbedaan persepsi antarindividu dari latar budaya yang berbeda dapat memengaruhi efektivitas komunikasi antarbudaya (Neuliep, 2021).
  - E. Konteks Sosiorelasional (*Socio relational Context*), menghubungkan konteks persepsi antarindividu yang berinteraksi. Neuliep (2021), menjelaskan bahwa secara konseptual, individu terhubung satu sama lain melalui hubungan sosial yang dijalani. Hubungan tersebut menentukan peran yang dimiliki masing-masing individu, dan peran inilah yang memengaruhi jenis simbol verbal dan nonverbal yang digunakan dalam komunikasi. Dengan kata lain, konteks sosiorelasional menjelaskan bagaimana posisi sosial, peran, dan hubungan antarindividu membentuk pola komunikasi yang terjadi. Peran sosial tersebut memberikan pedoman mengenai bagaimana seseorang seharusnya bersikap, berbicara, dan merespons dalam interaksi antarbudaya (Neuliep, 2021).

Pasar Papringan di Temanggung merupakan ruang sosial-budaya yang mempertemukan berbagai latar belakang budaya, baik dari sisi pelaku pasar (masyarakat desa, pengelola) maupun pengunjung (wisatawan, masyarakat urban, komunitas kreatif). Interaksi yang terjadi

di ruang ini tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sarat dengan pertukaran makna, nilai, dan identitas budaya. Oleh karena itu, komunikasi yang berlangsung di Pasar Papringan dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi antarbudaya. Dalam konteks ini, komunikasi antarbudaya berperan sebagai jembatan antara budaya lokal pedesaan dengan budaya urban dan modern yang dibawa oleh pengunjung. Nilai-nilai kuliner lokal, seperti penggunaan bahan alami, proses memasak tradisional, serta keterikatan dengan alam dan bahan pangan lokal, dikomunikasikan kepada khalayak yang memiliki latar persepsi, pengalaman, dan ekspektasi yang berbeda.

Mengacu pada model kontekstual komunikasi antarbudaya oleh Neuliep (2021), proses komunikasi di Pasar Papringan dapat dipahami melalui beberapa konteks utama. Konteks budaya dan mikrobudaya tercermin dalam identitas masyarakat Dusun Ngadiprono yang memiliki tradisi, bahasa, serta pengetahuan pangan lokal yang khas. Konteks lingkungan tampak pada ruang fisik pasar yang berada di area kebun bambu yang secara simbolik dan fungsional memperkuat pesan tentang keberlanjutan dan kedekatan dengan alam. Konteks persepsi muncul dari perbedaan cara pandang antara masyarakat lokal dan pengunjung dalam memaknai kuliner tradisional, sementara konteks sosiorelasional terlihat dari hubungan antara penjual dan pembeli, yang tidak semata-mata bersifat transaksional, tetapi juga edukatif dan naratif.

#### **2.2.4 *Social Behavior Change Communication***

Social Behavior Change Communication (SBCC) merupakan pendekatan komunikasi strategis yang bertujuan untuk mendorong perubahan perilaku dan perubahan sosial secara berkelanjutan (Olih Solihin et al., 2022). SBCC tidak hanya berfokus pada perubahan individu semata, tetapi juga mempertimbangkan faktor sosial, lingkungan, budaya, dan kebijakan yang memengaruhi perilaku tersebut

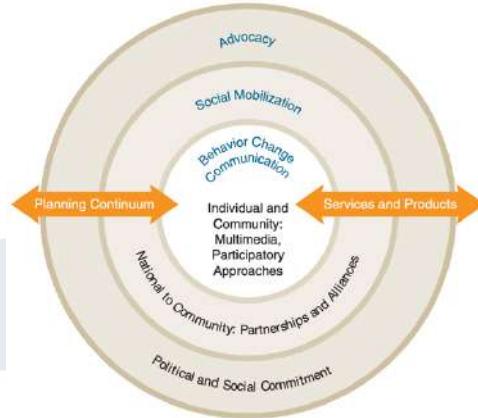
(Olih Solihin et al., 2022). Dengan demikian, SBCC dipahami sebagai pendekatan komunikasi yang bersifat menyeluruh dan terpadu.

SBCC dibangun berdasarkan pendekatan sosioekologis, yang memandang bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh berbagai lapisan lingkungan, mulai dari tingkat individu, keluarga, kelompok sosial, komunitas, hingga struktur kebijakan dan sistem sosial yang lebih luas. Dalam kerangka ini, perubahan perilaku tidak dapat dicapai hanya dengan memberikan informasi, tetapi memerlukan dukungan lingkungan sosial, norma, serta kebijakan. Dalam praktiknya, SBCC menekankan perspektif ekologi sebagai dasar penyusunan strategi komunikasi yang bertingkat. Strategi komunikasi dirancang sesuai dengan tingkat sasaran, mulai dari pesan yang disesuaikan pada tingkat individu, pesan kelompok, pemasaran sosial di tingkat komunitas, advokasi media di tingkat kebijakan, hingga kampanye media pada tingkat populasi. Dengan pendekatan ini, SBCC berupaya menciptakan perubahan perilaku yang tidak bersifat sementara, tetapi tertanam dalam norma sosial dan sistem yang lebih luas (Olih Solihin et al., 2022).

Buku diposisikan sebagai salah satu media komunikasi yang mampu berkontribusi dalam mendorong perubahan pengetahuan, sikap, dan praktik konsumsi masyarakat menuju pola yang lebih sehat dan berkelanjutan.

#### **2.2.4.1 Tiga Strategi Utama SBCC**

Pendekatan sosioekologis dalam SBCC mengharuskan strategi komunikasi bekerja secara terpadu melalui tiga strategi utama, yaitu advokasi, mobilisasi sosial, dan komunikasi perubahan perilaku (*behavior change communication/BCC* atau edukasi). Ketiga strategi ini saling melengkapi dan membentuk satu kesatuan untuk mendorong perubahan perilaku dan sosial secara menyeluruh (Olih Solihin et al., 2022).



Gambar 2. 2. *Framework* SBCC: 3 strategi utama perubahan perilaku

Sumber: Olih Solihin et al. (2022)

#### A. Advokasi

Advokasi dalam konteks SBCC diartikan sebagai upaya pendekatan komunikasi terhadap pihak-pihak yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan suatu program atau isu, khususnya para pengambil keputusan (*policy makers*). Sasaran advokasi mencakup pemimpin institusi pemerintah, legislatif, sektor swasta, organisasi kemasyarakatan, serta pemangku kepentingan lainnya yang memiliki kapasitas untuk memengaruhi kebijakan dan sistem pendukung. Tujuan utama advokasi adalah *to encourage policies*, sehingga advokasi dapat dipahami sebagai kombinasi pendekatan individu dan sosial untuk memperoleh (Olih Solihin et al., 2022):

1. Komitmen Politik (*Political Commitment*), terlihat dari sejauh mana pemerintah, baik eksekutif maupun legislatif memahami dan peduli terhadap suatu permasalahan.
2. Dukungan Kebijakan (*Policy Support*), perwujudan konkret dari komitmen politik dalam bentuk regulasi, seperti undang-undang, peraturan pemerintah, peraturan daerah, atau keputusan pimpinan institusi.

3. Penerimaan Sosial (*Social Acceptance*), advokasi dilanjutkan melalui proses sosialisasi agar program atau isu dapat diterima oleh masyarakat secara luas.
4. Dukungan Sistem (*System Support*), mencakup adanya mekanisme, prosedur, dan struktur kerja yang jelas agar kebijakan atau program dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

Strategi advokasi dapat dijalankan salah satunya melalui pengangkatan isu mengenai keragaman pangan lokal dan degradasi budaya kuliner desa. Hal ini dilakukan guna mendorong kesadaran para pembuat kebijakan agar nilai pangan lokal diakui, dilindungi, dan didukung.

## B. Mobilisasi Sosial

Mobilisasi sosial merupakan strategi SBCC yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat sebagai pelaku perubahan. Konsep ini berakar pada mobilisasi komunitas (*community mobilization*), yang bersifat partisipatif dan menekankan dialog, serta kepercayaan diri (*self-reliance*) masyarakat. Mobilisasi komunitas dilakukan dengan melibatkan tokoh masyarakat, kelompok sosial, dan komunitas yang beragam untuk bersama-sama menangani suatu isu dan menjadi bagian dari proses perubahan sosial dan perilaku. Dampak mobilisasi akan semakin kuat ketika berbagai komunitas saling berinteraksi dan membentuk kekuatan sosial kolektif untuk perubahan (Olih Solihin et al., 2022). Mobilisasi sosial dapat terwujud ketika buku digunakan sebagai media untuk menggerakkan komunitas. Misalnya, buku dibaca dan didiskusikan dalam kelompok atau komunitas yang kemudian mendorong praktik nyata seperti pemilihan pangan lokal dalam konsumsi sehari-hari, atau pengenalan kuliner desa kepada generasi muda. Dengan

demikian, buku tidak hanya berfungsi sebagai sumber bacaan, tetapi juga sebagai alat pemersatu komunitas untuk menghidupkan kembali nilai-nilai kearifan lokal desa.

### C. Komunikasi Perubahan Perilaku (*Behavior Change Communication/Edukasi*)

Komunikasi perubahan perilaku atau edukasi merupakan strategi SBCC yang berfokus pada penyampaian informasi secara akurat dan persuasif untuk meningkatkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan individu maupun kelompok. Edukasi dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, baik interpersonal, kelompok, media massa, maupun teknologi informasi. Edukasi dalam SBCC tidak hanya bertujuan agar individu “tahu”, tetapi juga agar individu “mau” dan “mampu” melakukan perubahan perilaku secara sadar (Olih Solihin et al., 2022). Dalam konteks ini, buku berperan sebagai salah satu media edukasi yang menyampaikan pengetahuan mengenai kuliner desa, nilai gizi, keberlanjutan pangan, serta makna budaya di balik makanan tradisional. Melalui narasi esai yang reflektif dan dokumentatif, buku berfungsi sebagai sarana *behavior change communication* yang mengajak pembaca berpikir kritis terhadap kebiasaan konsumsi modern dan mendorong perubahan perilaku menuju pola konsumsi yang lebih bijak, sehat, dan berakar pada nilai lokal.

#### 2.2.5 Konsumsi Pangan Berkelanjutan

Konsumsi pangan berkelanjutan atau dalam Bahasa Inggris dikenal dengan *Sustainable Food Consumption* yang selanjutnya disingkat dengan SFC, memiliki tiga kata kunci utama, yaitu *sustainable, food, and consumption* yang masing-masing diuraikan penjelasannya sebagai berikut (Mensah et al., 2023, p. 1112):

- **Sustainable (berkelanjutan)** menurut *Brundtland Report*, didefinisikan sebagai, “pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi di masa yang akan datang untuk dapat memenuhi kebutuhannya sendiri.” Kutipan ini menjelaskan bahwa keberlanjutan dimaknai sebagai sebuah kondisi yang berkenaan dengan keseimbangan antargenerasi serta tanggung jawab manusia terhadap masa depan.
- Menurut von Braun et al (2021, dalam Mensah et al., 2023, p. 1112), **food (pangan)** dilihat dari makna gizi dianggap sebagai sumber energi dan nutrisi bagi tubuh. Beberapa komposisi utama yang terdapat dalam makanan antara lain adalah karbohidrat, protein, lemak, vitamin, dan mineral. Namun, pengertian makanan sebenarnya lebih dari sekadar untuk memenuhi kebutuhan tubuh, melainkan juga sebuah warisan dan identitas budaya dari sebuah masyarakat. Hal ini terjadi karena setiap kelompok masyarakat seringkali memiliki pola makan dan tradisi kuliner yang khas. Apabila membahas mengenai makanan, maka berkaitan pula dengan sistem pangan. Pangan memiliki tingkatan sistem yang biasanya dikenal dengan sebutan pangan lokal, nasional, hingga global. Walaupun terdapat tingkatan yang berbeda untuk menjelaskan masing-masing sistem pangan, semua tetap memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk memenuhi kebutuhan gizi manusia, menjaga keseimbangan lingkungan, dan keberlanjutan sosial-ekonomi.
- **Consumption (konsumsi)** dalam konteks ekonomi dapat diartikan sebagai tindakan yang menggunakan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan fisik maupun psikologis (Hashimzade, 2017; dikutip dalam Mensah et al., 2023, p. 1112). Di sisi lain, dalam konteks pangan, pola konsumsi diartikan sebagai sebuah proses yang berkaitan dengan sejauh mana manusia memiliki akses untuk mengadopsi beberapa hal yang dipengaruhi oleh adanya kebiasaan,

selera, tradisi, tren, dan kebutuhan psikologis (Reisch et al., 2013; dikutip dalam Mensah et al., 2023, p. 1112).

Berdasarkan ketiga unsur ini, maka definisi tentang keberlanjutan pangan dapat dikatakan sebagai sebuah kondisi yang menggambarkan keseimbangan antara kebutuhan gizi, keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan sosial, dan ekonomi lokal (Mensah et al., 2023, p. 1112). The Oslo Roundtable mendefinisikan konsumsi berkelanjutan sebagai aktivitas produksi dan konsumsi yang memperhatikan kelestarian lingkungan dan kesejahteraan bagi generasi masa depan. UK Sustainable Development Commission menjelaskan bahwa *sustainable food* berbicara tentang pangan yang bergizi, sehat, dan aman untuk dikonsumsi bagi konsumen. Lebih dari itu, pangan yang berkelanjutan juga memiliki arti bahwa para petani selaku produsen masih tetap bisa melakukan pekerjaannya dengan layak sehingga hal ini juga berkaitan dengan upaya dalam mendukung komunitas desa (Mensah et al., 2023, p. 1112). Melalui pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa keberlanjutan pangan tidak hanya membahas tentang apa yang dimakan, tetapi juga bagaimana sebuah pangan diproduksi, dikonsumsi, serta berdampak pada manusia dan alam.

Dengan begitu, konsumsi pangan berkelanjutan (*Sustainable Food Consumption*) dapat diartikan sebagai pola konsumsi yang mempertimbangkan keseimbangan antara pemenuhan gizi manusia, kelestarian lingkungan, keadilan sosial, dan kesejahteraan ekonomi, dengan berpegang pada sebuah prinsip bahwa generasi mendatang juga memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Pengertian tersebut berusaha menjelaskan bahwa SFC memiliki definisi yang cukup kompleks karena menyatukan berbagai aspek keberlanjutan, seperti lingkungan, sosial, dan ekonomi. Dari segi lingkungan, SFC berusaha menekankan pada isu pengurangan limbah, penggunaan energi yang lebih hemat, dan pelestarian seluruh makhluk hidup . Melalui segi sosial, SFC berusaha melihat bagaimana manusia memiliki akses yang

adil terhadap pangan, melestarikan tradisi kuliner lokal, serta meningkatkan kesejahteraan para petani sebagai pihak yang memproduksi pangan. Sementara itu, dari sisi ekonomi, SFC berusaha menekankan bahwa pangan harus selalu tersedia dengan harga yang terjangkau, adil, dan mendukung perekonomian bagi masyarakat lokal (Mensah et al., 2023, p. 1112).

Salah satu tindakan yang dapat berkontribusi pada upaya konsumsi pangan berkelanjutan adalah mengurangi konsumsi daging dan meningkatkan konsumsi buah serta sayur (Mensah et al., 2023, p. 1112). Oleh karena itu, seluruh upaya dalam mendukung pola konsumsi pangan berkelanjutan sangat bergantung pada tindakan konsumen, khususnya dalam menyadarkan konsumen mengenai dampak lingkungan dari pilihan konsumsi mereka. Vermeir et al. (2020, p. 5) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa untuk meningkatkan kesadaran terhadap isu lingkungan, perlu menyoroti akibat atau dampak dari perilaku konsumsi yang tidak bijak sehingga diperlukan tindakan yang lebih bertanggung jawab. Dalam upaya mendukung konsumsi pangan yang berkelanjutan, Zepeda & Deal (2009), seperti dikutip dari Vermeir et al. (2020, p. 5), menjelaskan bahwa pengetahuan tentang produksi pangan lokal dapat menjadi salah satu faktor pendorong yang memicu individu untuk sadar akan pentingnya pola konsumsi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, potensi pangan lokal dilihat sebagai salah satu aspek yang dapat meningkatkan hubungan emosional antara manusia dengan sumber pangan yang mereka pilih sehingga pola konsumsi dapat dibentuk dengan lebih sadar dan bijak.

#### **2.2.5.1 Konsumsi Pangan Berkelanjutan dalam SDGs**

Isu mengenai pola konsumsi yang lebih berkelanjutan juga menjadi salah satu agenda global yang diangkat oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dalam Sustainable Development Goals (SDGs). Salah satu tujuan SDGs yang berkaitan dengan pola konsumsi berkelanjutan ada pada SDGs Nomor 12, *Responsible*

*Consumption and Production.* Tujuan tersebut berusaha untuk mendorong sistem pangan yang lebih adil, ramah lingkungan, dan berkelanjutan. Mensah et al. (2023, p. 1114), menjelaskan bahwa SDGs No. 12 juga turut menekankan pola produksi dan konsumsi yang lebih ramah lingkungan dengan mempertimbangkan penggunaan sumber daya, mengurangi limbah makanan, dan mendorong gaya hidup berkelanjutan. Secara lebih spesifik, target yang mampu dikaitkan dengan isu konsumsi pangan berkelanjutan adalah target 12.3 dan 12.8. Target 12.3 menekankan pada pentingnya pengurangan limbah makanan (*food waste*), serta meminimalisir kerugian pangan selama proses produksi (United Nations, n.d.). Selain itu, target 12.8 menekankan pada pentingnya peningkatan pemahaman publik terhadap gaya hidup berkelanjutan dan sehat yang selaras dengan alam (United Nations, n.d.). Melalui hal ini, dapat disimpulkan bahwa isu mengenai praktik konsumsi berkelanjutan bukanlah sesuatu yang menjadi pilihan individu ataupun isu pada tingkat nasional, melainkan sebuah masalah global yang harus segera ditindaklanjuti secara bersama.

#### **2.2.6 Kuliner**

Dikutip dari Rahman (2021, p. 2) dalam bukunya berjudulkan, “*Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Makanan Tradisional Khas Sulawesi*”, kata ‘kuliner’ berasal dari Bahasa Inggris ‘culinary’ dan Bahasa Belanda ‘culinair’, di mana keduanya memiliki arti yang berkaitan dengan memasak dan dapur. Kuliner dapat dipahami sebagai sebuah seni atau keterampilan yang mencakup proses pengolahan makanan, mulai dari pemilihan bahan, persiapan, pembuatan, hingga penyajian yang menarik dan bernilai estetis. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, seperti dikutip dari Rahman (2021, p. 2), kuliner merupakan salah satu industri penyedia makanan yang dalam

prosesnya menekankan unsur kreatif dan keindahan. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif, kuliner termasuk ke dalam salah satu dari 16 industri dengan kategori ekonomi kreatif. Daya kreasi, keindahan, tradisi, dan nilai lokal menjadi unsur penting dalam proses kuliner. Melalui unsur tersebut, kuliner dapat dikembangkan menjadi sesuatu yang memiliki cita rasa khas, bernilai jual tinggi, dan memberikan pengalaman yang berkesan bagi penikmatnya (Rahman, 2021).

Perkembangan kuliner pada dasarnya akan selalu berkaitan dengan budaya yang membentuknya. Makanan selalu lahir dari hasil masyarakat setempat menyesuaikan dengan ketersediaan bahan yang ada di sekitar lingkungannya. Utami (2018, p. 38), menjelaskan bahwa kuliner tidak bisa dipahami hanya sebagai proses dalam membuat makanan. Lebih dari itu, kuliner merupakan hasil dari sebuah budaya yang mewakili identitas sosial suatu masyarakat. Oleh karena itu, terkadang kuliner dalam setiap daerah berbeda-beda dan memiliki ciri khasnya masing-masing. Apa yang dimakan dan bagaimana makanan disajikan turut menggambarkan struktur sosial serta hubungan budaya yang hidup dalam masyarakat tersebut (Utami, 2018, p. 38).

Anna Meigs dalam Utami (2018, p. 38), memiliki pandangan bahwa kuliner adalah hasil pembentukan budaya yang memadukan unsur fisiologis dan spiritual dalam kehidupan manusia. Melalui makanan, manusia tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan tubuh untuk kenyang, tetapi juga menandakan kehadiran dari budaya tertentu melalui beberapa ciri khas yang disampaikan. Proses makan dan bagaimana makanan disajikan mengandung nilai-nilai budaya, bahkan makna mistis yang diyakini oleh masyarakat. Utami (2018), menjelaskan secara lebih lanjut bahwa seseorang memilih apa yang hendak dimakan berdasarkan faktor sosial dan budaya. Selama berjalannya waktu, faktor budaya menjadi sesuatu yang terus berkembang, menjadi sesuatu yang mewakili nilai, kepercayaan, dan gaya hidup masyarakat. Oleh karena itu, kuliner akan

selalu berinovasi dan berkembang seiring berjalannya waktu dengan tetap mempertahankan nilai budayanya karena menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sebagai konsumen utamanya.

Hal ini diperkuat dengan penjelasan oleh Humaedi (2021, p. 1), bahwa kuliner merupakan bagian dari kebudayaan yang selalu berkembang mengikuti kehidupan manusia. Suatu bangsa yang semakin maju akan berpengaruh terhadap kekayaan bentuk kulinernya. Kuliner yang beragam dapat berasal dari tradisi yang sudah turun-temurun dijaga maupun hasil inovasi dari berbagai jenis makanan yang timbul karena kebutuhan dan tren konsumsi di era modern. Pemilihan bahan, teknik memasak, dan penyajian makanan menjadi sesuatu yang sangat khas menggambarkan nilai budaya dari kehidupan masyarakatnya (Humaedi, 2021, p. 1).

Melalui definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kuliner merupakan gabungan dari kreativitas, nilai sosial, dan warisan budaya yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Kuliner tidak hanya berbicara tentang urusan dapur, tetapi juga menggambarkan cara manusia yang berusaha menghidupi kebudayaan yang dianutnya. Dengan begitu, kuliner menjadi sebuah wadah yang mampu mengekspresikan hubungan manusia dengan identitas, sejarah, dan nilai-nilai kehidupan yang diwariskan secara turun-temurun.

#### **2.2.6.1 Kuliner Lokal**

Kuliner lokal dapat dipahami sebagai sesuatu yang mewakili nilai unik dan keistimewaan sebuah daerah. Adanya penggunaan bahan lokal dan cerita khas yang membentuk di balik lahirnya kuliner sering kali menjadi bentuk representasi budaya lokal tertentu. Suroto & Hermawati (2023, p. 57), menjelaskan bahwa kuliner lokal mencerminkan identitas khas dari suatu wilayah, memberikan cita rasa unik yang membuatnya berbeda dari makanan yang diproduksi dalam jumlah banyak (contohnya olahan industri). Kuliner khas dari setiap daerah lahir karena

adanya penyesuaian dengan kondisi geografis, ketersediaan sumber daya alam, dan nilai-nilai budaya yang melekat di masyarakat. Oleh karena itu, kuliner lokal tidak hanya berbicara tentang rasa, tetapi juga simbol dari warisan budaya dan cara hidup masyarakat setempat.

Dalam konteks keberlanjutan, kuliner lokal memiliki peran penting untuk menjaga keseimbangan antara manusia dan lingkungan. Bahan lokal yang digunakan dalam proses pembuatan makanan tidak hanya mendukung keberlanjutan dari mata pencaharian petani, tetapi juga turut melestarikan lingkungan dan kekayaan sumber hayati (Suroto & Hermawati, 2023, p. 57). Hal ini dikarenakan makanan yang diproduksi dari hasil industri kerap kali menyumbang jejak karbon (misalnya penggunaan transportasi dalam mendistribusikan makanan). Oleh karena itu, pemanfaatan hasil bumi yang tidak melalui proses industri yang panjang mampu mengurangi dampak karbon (Suroto & Hermawati, 2023, p. 58). Praktik ini mencerminkan bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekaligus mendukung ketahanan pangan lokal.

Kuliner lokal juga memiliki nilai positif yang terletak dari segi autentisitasnya, baik rasa maupun budaya. Gupta et al. (2021), seperti dikutip dari Suroto & Hermawati (2023, p. 56), menjelaskan bahwa keaslian bahan dan tradisi memasak yang diwariskan merupakan salah satu citra positif dari kuliner lokal. Ciri khas ini menjadi daya tarik utama yang mampu menghubungkan masa lalu dengan masa kini, serta menghidupkan kembali nilai-nilai tradisional yang mulai terlupakan. Brien (2018, dalam Suroto & Hermawati, 2023, p. 57), menjelaskan bahwa identitas budaya yang lahir dari kuliner sebagai sebuah warisan harus terus dilestarikan kepada publik. Hal ini merupakan salah satu bentuk upaya dalam mendorong

revitalisasi tradisi tentang bagaimana makanan disajikan. Artinya, menjaga keaslian kuliner tidak hanya diturunkan dari resep, tetapi juga dari filosofi dan nilai sosial yang terus dilestarikan.

Selain autentisitas yang menjadi daya tariknya, kuliner lokal juga kerap kali menghadirkan cita rasa makanan yang lezat dan tidak lepas dari kandungan gizi di dalamnya. Suroto & Hermawati (2023, p. 60), menjelaskan bahwa penggunaan bahan alami dari wilayah sekitar, seperti sayuran, buah-buahan, dan rempah-rempah oleh pelaku kuliner lokal adalah salah satu bentuk dukungan terhadap sistem pangan yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Dengan begitu, pelestarian kuliner lokal dapat menjadi salah satu upaya kecil menuju sistem pangan yang berkelanjutan. Secara keseluruhan, kuliner lokal tidak hanya memberikan rasa yang kaya, tetapi juga menyajikan cerita, nilai, dan kearifan lokal yang patut dilestarikan.

### 2.2.7 Buku

Pada 1964, UNESCO (dalam Kovač et al., 2019, p. 317) menjelaskan definisi buku sebagai terbitan cetak tidak rutin yang dapat diakses oleh masyarakat umum dan memiliki minimal 49 halaman (tidak termasuk sampul). Penjelasan ini menegaskan bahwa buku dapat memiliki fungsi sebagai media untuk menyebarkan ilmu pengetahuan dan informasi kepada publik secara luas. Namun, definisi buku kemudian mengalami perluasan seiring berkembangnya teknologi. UNESCO (dalam Kovač et al., 2019, p. 321) turut memperbarui definisi tentang buku sebagai media yang tidak hanya hadir dalam bentuk cetak, tetapi juga tersedia secara digital sehingga dapat dibaca oleh publik yang lebih luas. Walaupun bentuk buku telah mengalami beberapa perubahan (cetak dan digital) sesuai kebutuhan zaman, buku tetap mempertahankan fungsi utamanya, yaitu sebagai media penyampaian gagasan.

Kovač et al. (2019, p. 323), menjelaskan definisi buku secara lebih lanjut sebagai teks panjang yang mendorong pembaca untuk melakukan proses *deep reading* atau membaca secara mendalam dan reflektif. Artinya, buku bukan hanya sekedar media penyampai informasi, melainkan juga ruang yang mengajak pembaca untuk berpikir kritis dan memahami makna dari sebuah bacaan.

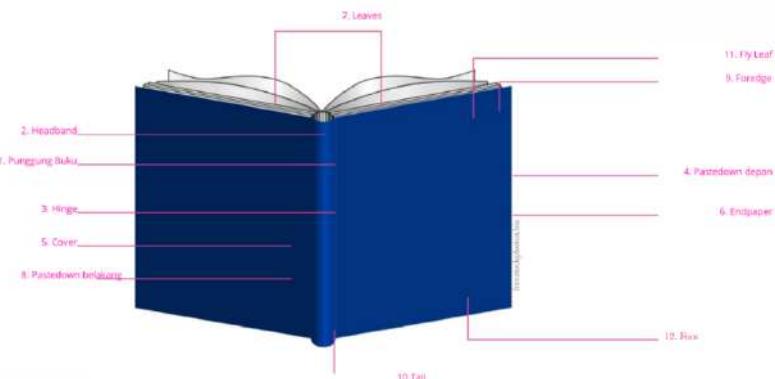
Buku memiliki sejarah yang panjang dalam perkembangan kebudayaan manusia. Menurut Mayasari (2022), seperti dikutip dari Muffiddah et al. (2022, p. 3), pada tahun 2400 SM di Mesir, bentuk awal buku disajikan melalui lembar *papyrus* yang digulung. Sementara itu, Maulitaya (2021), seperti dikutip dalam Muffiddah et al. (2022, p. 3), menjelaskan perkembangan buku di Asia, seperti Sang Buddha di Kamboja yang menulis wahyunya di atas daun dan para cendekiawan di Tiongkok yang menulis pengetahuan mereka di atas bilah-bilah bambu yang diikat. Hal ini kemudian menjadi cikal bakal dari sistem penulisan tradisional di Tiongkok yang dilakukan menurun ke bawah (vertikal). Melalui sejarah, dapat dikatakan bahwa praktik dan pembacaan telah menjadi bagian dari tradisi manusia sejak masa lampau.

Buku pada abad ke-2 SM di Tiongkok pada dasarnya masih berbahan dasar dari bambu. Buku dari bambu merupakan sebuah inovasi yang ditemukan oleh Tsai Lun. Penemuan ini menjadi salah satu titik balik penting dalam sejarah buku karena kertas kemudian hadir sebagai bahan yang lebih ringan untuk menggantikan bambu. Teknologi pembuatan kertas kemudian disebarluaskan oleh pedagang Muslim pada abad 11 ke Eropa. Sejarah buku kemudian mengalami perkembangan besar ketika mesin cetak ditemukan pada abad ke-15 oleh Johannes Gutenberg. Hal ini membuat kertas diproduksi dalam jumlah besar untuk kemudian dikumpulkan menjadi satu sebagai sebuah buku yang dikenal hingga sekarang (Muffiddah et al., 2022, p. 4). Inovasi ini kemudian membuat buku mampu diproduksi dalam jumlah banyak sehingga ilmu pengetahuan dapat disebarluaskan dengan lebih cepat untuk masyarakat.

Sejak saat itu, buku menjadi simbol kemajuan pengetahuan dan dasar utama dalam perkembangan peradaban manusia.

Dengan demikian, buku dapat dipahami sebagai produk budaya yang merekam, menyimpan, dan menyalurkan pengetahuan dari generasi ke generasi. Buku memiliki kemampuan dalam mengumpulkan seluruh informasi dan gagasan menjadi bentuk teks yang terorganisir. Buku secara praktis memiliki kegunaan sebagai media edukasi, dokumentasi, dan ekspresi budaya yang memiliki ketahanan pesan cukup lama. Dalam bentuk cetak maupun digital, fungsi utama buku sebagai alat untuk memperluas wawasan dan menumbuhkan kesadaran intelektual tetap relevan. Oleh karena itu, buku hingga kini masih menjadi salah satu media yang paling berkelanjutan dalam menjaga pengetahuan manusia sepanjang waktu.

#### 2.2.7.1 Anatomi Buku



Gambar 2. 3. Anatomi buku

Sumber: Anggarini (2021, p. 31-32)

Salah satu aspek penting yang perlu diketahui dalam merancang buku adalah susunan atau anatomi dalam buku. Anatomi buku digunakan sebagai panduan dalam merancang buku agar sesuai dengan standar yang berlaku. Buku memiliki beberapa bagian atau anatomi seperti yang dijelaskan oleh Andrew Haslam (2006) dalam Anggarini (2021, p. 31-32), sebagai berikut:

1. Punggung buku (*Spine*), yaitu bagian yang menutupi sisi buku yang terjilid. Bagian ini berfungsi untuk mengikat lembaran kertas sekaligus menahan struktur jilid agar tetap kokoh.
2. *Headband*, yaitu pita yang terdapat di bagian atas dan bawah pada sisi jilid buku sebagai perekat dari kedua sisi di ujung jilid.
3. *Hinge*, yaitu lipatan seperti engsel yang memungkinkan buku dapat dibuka dan ditutup dengan lancar tanpa merusak sambungan antara bagian *cover* dan bagian isi.
4. *Pastedown* depan (*front pastedown*), yaitu *endpaper* (kertas tebal) yang menempel pada bagian dalam *cover* depan. Bagian ini berfungsi untuk mempertemukan sampul dengan halaman awal sekaligus menambah kekuatan sambungan depan.
5. *Cover* (sampul yang mencakup *front cover & back cover*), yaitu lembaran karton atau papan berukuran tebal yang melapisi dan melindungi seluruh halaman isi buku. Bagian sampul juga menjadi daya tarik yang menentukan kesan awal pembaca terhadap buku.
6. *Endpaper*, yaitu lembaran kertas tebal yang melapisi bagian dalam *cover* dan menyangga *hinge* yang berguna dalam melindungi dan menguatkan sampul.
7. *Leaves* (lembaran/halaman), yaitu lembaran kertas dalam buku yang mempunyai dua sisi (*recto*, yaitu sisi depan dan *verso*, yaitu sisi belakang).
8. *Pastedown* belakang (*back pastedown*), yaitu *endpaper* yang menempel pada bagian dalam *cover* belakang.
9. *Foredge*, yaitu tepi luar halaman yang berlawanan dengan punggung buku.

10. *Tail*, yaitu bagian ujung bawah punggung buku atau halaman.
11. *Fly leaf*, yaitu bagian dari *endpaper* yang tidak menempel pada *cover*, biasanya berupa halaman kosong yang ada pada awal dan akhir buku.
12. *Foot*, yaitu bagian ujung bawah halaman ketika membuka buku.

#### **2.2.7.2 Struktur Buku**

Setiap buku memiliki bagian pembahasan yang menyusun di dalamnya. Secara umum, struktur buku biasanya akan sama, tetapi dapat berbeda tergantung pada jenis buku, gaya penerbit, dan kebutuhan desainnya (Muffiddah et al., 2022, p. 10). Contohnya, untuk buku ajar sering kali terdapat glosarium dan indeks untuk memperjelas beberapa istilah, sedangkan buku novel umumnya tidak memiliki struktur tersebut. Oleh karena itu, pemahaman tentang struktur buku juga penting dalam proses perancangan karena berpengaruh pada kemudahan untuk membaca buku. Pada umumnya, buku memiliki 4 struktur yang menjadi bagian utama, yaitu: *cover* (sampul buku), *preliminaries* (halaman pendahuluan), isi (bagian utama), dan *postliminary* (bagian penutup). Masing-masing bagian kemudian membentuk satu kerangka utuh sehingga buku sebagai media komunikasi dapat dibaca dengan alur yang jelas dan mudah. Suwarno (2011), seperti dikutip dalam Muffiddah et al. (2022, p. 10-13), menjelaskan struktur buku sebagai berikut:

- A. *Cover* (sampul buku), merupakan bagian luar yang berfungsi sebagai pelindung dari isi buku. Sampul digunakan sebagai identitas visual yang biasanya menampilkan judul buku, nama penulis, nama penerbit, dan ilustrasi pendukung. Sampul menjadi bagian yang memicu daya tarik pembaca. Sampul terdiri atas beberapa bagian penting, di antaranya:

1. *Cover* depan, bagian awal yang berisikan identitas utama buku, seperti judul dalam bentuk teks atau ilustrasi sederhana yang mewakili tema buku secara keseluruhan.
2. *Cover* belakang, bagian akhir buku yang berisikan sinopsis singkat mengenai isi buku secara keseluruhan.
3. Punggung buku = bagian yang menghubungkan sampul depan dan belakang.
4. *Endorsement*, bagian yang berisikan kalimat dari pembaca awal, tokoh, atau ahli yang memberikan ulasan positif mengenai buku. Biasanya terdapat di bagian sampul belakang untuk meningkatkan kredibilitas buku.
5. Lidah *cover*, berupa lipatan kecil pada bagian dalam sampul depan atau belakang. Bagian ini bersifat opsional dan biasanya digunakan untuk menampilkan biografi penulis, foto, atau ringkasan buku.

B. **Halaman *preliminaries* (pendahuluan)**, merupakan bagian awal yang menjadi isi dari buku. Halaman ini berfungsi untuk memberikan informasi pendahuluan kepada pembaca dan terdiri dari:

1. Halaman prancis, berisikan judul utama buku saja tanpa tambahan informasi lainnya.
2. Halaman judul, berisikan judul lengkap, subjudul (apabila ada), nama penulis, penyunting, penerbit, ataupun penerjemah (apabila ada).
3. Halaman kosong, biasanya berada di balik halaman prancis dan dapat digunakan sebagai halaman Hak Cipta.
4. Halaman hak cipta, berisikan tulisan dari UU Hak Cipta.
5. Halaman tambahan, berisikan kata pengantar atau prakata dari penulis maupun pihak lain yang memberi konteks terhadap isi buku.

6. Daftar isi, bagian yang memandu pembaca untuk menemukan bab dan subbab secara terstruktur dan rapi.
7. Daftar gambar dan daftar tabel, biasanya ditemukan pada buku pembelajaran atau ilmiah untuk membantu pembaca mencari ilustrasi dan data.

**C. Bagian utama (isi buku)**, merupakan inti dari keseluruhan buku. Bagian ini berisikan teks gagasan, narasi, dan materi yang dijabarkan secara terperinci oleh penulis.

1. Pendahuluan, gambaran umum dan latar belakang mengenai topik yang akan dibahas dalam buku.
2. Judul bab dan penomorannya, untuk mempermudah pembahasan secara terstruktur sehingga ada alur yang jelas bagi pembaca dalam memahami isi buku
3. Alinea, yaitu gagasan inti yang dirancang penulis.
4. Perincian, menjelaskan istilah atau objek tertentu agar pembaca memahami konteks dengan jelas.
5. Kutipan, memperkuat gagasan dengan sumber yang relevan.
6. Ilustrasi, mempertegas penjelasan materi yang disampaikan dengan pemahaman visual.
7. Inisial, huruf besar di awal bab atau paragraf untuk memperkuat tampilan teks.

**D. Bagian postliminary (penutup buku)**, merupakan bagian akhir dari buku yang menutup keseluruhan isi. Struktur yang termasuk dalam bagian penutup meliputi:

1. Catatan penutup, berisi kesimpulan, refleksi, atau tambahan informasi dari penulis yang memiliki kesesuaian dengan isi buku.
2. Glosarium, menjelaskan arti dari beberapa istilah khusus yang digunakan dalam isi buku. Bagian ini biasanya dicantumkan pada buku ilmiah atau ensiklopedia.

3. Lampiran, berisikan data tambahan, tabel, gambar, atau dokumen pendukung.
4. Indeks, daftar kata kunci yang disusun berdasarkan abjad a-z untuk memudahkan pembaca mencari istilah tertentu dalam buku.
5. Daftar pustaka, berisikan sumber yang menjadi rujukan dari seluruh isi dalam buku yang digunakan penulis.
6. Biografi penulis, berisikan informasi singkat mengenai latar belakang dan karya penulis.

Secara keseluruhan, struktur buku merupakan susunan hierarkis yang terdiri dari bagian awal, tengah, dan akhir yang masing-masing memiliki fungsi tertentu dalam mendukung kejelasan dan keteraturan dari isi yang disampaikan. Seperti dijelaskan oleh Muffiddah et al. (2022), setiap buku memiliki struktur yang dapat berbeda menyesuaikan dengan kebutuhan isi, fungsi, dan karakteristik pembaca.

#### **2.2.7.3 Ukuran Buku**

Menentukan ukuran buku adalah salah satu hal mendasar dalam proses perancangan buku karena akan memengaruhi kenyamanan membaca, nilai estetika, serta fungsi dari buku itu sendiri. Menurut Salma (2022), buku memiliki ukuran yang cukup beragam bergantung pada jenis buku serta standar yang diterapkan penerbit. Walaupun demikian, penerbit pada umumnya menggunakan standar ukuran internasional yang sudah ditetapkan UNESCO. Penetapan ukuran buku memiliki dua tujuan utama, yaitu agar buku memiliki keseragaman ukuran serta memastikan bahwa pembaca nyaman dalam membacanya. Ukuran buku yang terlalu besar dapat menyulitkan genggaman pembaca, sementara ukuran buku yang terlalu kecil menyulitkan pembaca dalam memahami isi teks yang juga cenderung kecil. Oleh karena itu, ukuran buku perlu dipilih dengan memperhatikan

proporsi yang pas antara visual dan isi. Terdapat beberapa ukuran buku yang biasanya digunakan di Indonesia, beberapa di antaranya adalah (Salma, 2022):

- A. **Ukuran buku A5 (14 x 20 cm)**, merupakan salah satu format buku yang cukup populer untuk novel dan karya fiksi. Ukuran A5 memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pembaca secara umum sehingga ukuran ini banyak menjadi pilihan dari penerbit. Ukuran ini cukup ideal karena membuat buku mudah untuk dibawa ke mana-mana, tidak terlalu berat, teks dan ilustrasi juga masih dapat disajikan dengan ukuran yang pas.
- B. **Ukuran buku A4 (21 x 29,7 cm)**, merupakan ukuran standar internasional yang umumnya digunakan untuk buku belajar atau dokumen resmi, seperti skripsi, tesis, makalah, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian. Ukuran ini dapat memuat teks dengan lebih panjang dan memberikan ruang yang lebih besar bagi ilustrasi, tabel, bagan, atau diagram. Selain untuk kebutuhan akademik, ukuran A4 juga sering digunakan untuk majalah, katalog, atau dokumen kantor karena tampilannya yang profesional dalam memuat informasi yang cukup.
- C. **Ukuran buku A6 (10,5 x 14,8 cm)**, merupakan format yang biasa digunakan untuk buku dengan kategori kecil. Ukuran ini umumnya digunakan untuk buku puisi, *booklet*, panduan ringkas, buku saku, *block note*, katalog kecil, atau undangan. Ukuran ini cocok bagi buku yang tidak memuat begitu banyak teks dan ruang *layout*-nya cukup kecil. Ukuran ini membuat buku lebih mudah dibawa dan lebih murah untuk biaya produksinya. Namun, teks di dalamnya juga harus diatur dengan seimbang dan sesuai agar tetap nyaman dibaca dan tidak membuat mata cepat lelah.

**D. Ukuran buku B5 (17,5 x 25 cm)**, merupakan salah satu ukuran yang banyak digunakan untuk buku edukasi dan ilmiah populer. Ukuran ini memberikan kenyamanan bagi pembaca karena *layout*-nya cukup luas. Buku non-fiksi juga kerap kali menggunakan referensi ukuran ini karena sesuai untuk menyajikan teks yang disertai dengan tabel, gambar, atau ilustrasi. Ukuran yang sedang dan tampilan yang profesional membuat B5 sebagai salah satu format buku yang ideal secara umum.

**E. Ukuran Buku Folio F4 (21,5 x 33 cm)**, merupakan format yang lebih panjang dari A4. Ukuran ini biasanya digunakan untuk dokumen administratif dan laporan atau berkas hukum. Ukuran F4 cukup jarang digunakan untuk buku karena kurang efisien untuk dibawa pembaca. Namun, untuk laporan penelitian, berkas hukum, dokumentasi, atau kompilasi data, ukuran ini cukup optimal karena *layout*-nya yang luas sehingga informasi dapat disampaikan dengan lebih padat dan menyeluruh.

**F. Ukuran buku standar UNESCO (15,5 x 23 cm)**, merupakan format yang paling banyak digunakan oleh penerbit buku di dunia, termasuk di Indonesia. Ukuran ini menjadi standar umum dari penerbit karena telah diakui secara internasional. Ukuran standar UNESCO biasanya digunakan untuk buku ilmiah, pembelajaran, maupun karya populer yang edukatif.

Berdasarkan penjelasan mengenai berbagai macam ukuran buku, dapat disimpulkan bahwa penentuan ukuran menjadi salah satu hal penting yang mendasar dalam proses perancangan dan percetakan. Hal ini dikarenakan setiap ukuran memberikan fungsi yang berbeda, menyesuaikan pada kebutuhan pembaca dan isi buku. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh

Salma (2022), bahwa ukuran buku yang dipilih harus mempertimbangkan faktor estetika dan keterbacaan teks.

#### 2.2.7.4 Tahapan Pembuatan Buku

Dalam proses perancangan dan produksi buku, diperlukan tahapan pembuatan yang dilakukan dengan terstruktur agar hasil akhir dapat terealisasikan dengan baik. Tahapan pembuatan buku penting untuk memastikan bahwa setiap unsur buku yang disusun telah mencerminkan tujuan awal sehingga buku sebagai media komunikasi dapat berfungsi dengan lebih maksimal. Menurut Triharto (2015), tahapan pembuatan buku terdiri dari lima bagian utama:

1. **Perencanaan**, merupakan tahap awal sebagai dasar yang memberikan arah jelas dari pembuatan buku. Tahap ini mencakup beberapa proses, di antaranya adalah menentukan segmentasi pembaca, tujuan buku, dan tema buku.
2. **Pembuatan konsep**, merupakan tahap selanjutnya yang berusaha mengembangkan lebih lanjut hasil perencanaan. Dalam tahap ini, identitas utama buku mulai ditentukan, seperti penetapan judul, gaya bahasa, struktur isi, jumlah halaman, ukuran buku, hingga jenis kertas yang akan digunakan.
3. **Proses desain**, merupakan tahapan di mana isi dan elemen visual mulai dibuat ke dalam bentuk nyata. Tahap desain ini mencakup pembuatan *layout*, pemilihan warna, dan jenis huruf yang digunakan. Seluruh elemen visual dipilih dengan menyesuaikan pada tema dan jenis buku agar nyaman dibaca dengan tetap memiliki daya tarik yang seimbang. Tahap desain juga mencakup pembuatan sampul dan contoh tampilan buku secara keseluruhan yang akan dinilai kembali sebelum masuk ke proses cetak.

4. **Produksi**, merupakan proses realisasi dari hasil desain ke bentuk fisik melalui proses cetak. Pada tahap ini, ketajaman hasil cetak dan kualitas bahan menjadi aspek penting yang diperhatikan agar hasil akhir sesuai dengan rancangan awal.
5. **Finishing**, merupakan proses penyempurnaan hasil cetak, di mana buku sudah siap digunakan. Pada tahap ini, dibuat pula beberapa elemen tambahan, seperti *souvenir*, pita pembatas, atau kemasan khusus. Tahapan ini berusaha untuk memastikan bahwa buku memiliki kualitas yang sesuai baik secara visual maupun fungsional sebelum didistribusikan kepada pembaca.

### 2.2.8 Buku sebagai Media Komunikasi Massa

Dalam konteks ilmu komunikasi, buku dapat dikatakan sebagai salah satu media untuk menyampaikan pesan kepada publik. Buku memiliki proses produksi yang cukup lama sehingga membedakannya dari media cetak lain, seperti surat kabar sebagai berita harian atau majalah yang terus diperbarui secara berkala dalam rentang waktu cepat. Walaupun begitu, buku tetap dikategorikan sebagai salah satu media massa karena mampu menjangkau khalayak luas dan memiliki daya tahan pesan yang cukup lama. Hal ini sejalan dengan penjelasan oleh Qorib & Devina (2025, p. 84), bahwa buku sebagai media massa memiliki isi yang cukup tahan lama dan informatif sehingga dapat diwariskan dari generasi ke generasi. Oleh karena itu, buku selain sebagai media informasi, juga berfungsi untuk melestarikan pengetahuan dan nilai-nilai sosial budaya.

Komunikasi massa melibatkan proses penyebaran pesan kepada khalayak luas melalui media yang dapat diakses oleh audiens dalam jumlah banyak (Qorib & Devina, 2025, p. 4). Buku diyakini menjadi salah satu dari media komunikasi massa karena salah satu fungsinya adalah untuk menyampaikan pesan, informasi, maupun gagasan kepada publik dalam skala besar (Romeletia, 2022). Berbeda dengan media berita yang menyajikan informasi aktual, buku adalah media yang

membutuhkan waktu dan proses perancangan yang panjang. Hal ini kemudian menyebabkan informasi dalam buku biasanya lebih tahan lama (Rameltea, 2022).

Menurut McQuail (2011) dalam Qorib & Devina (2025, p. 88), buku sebagai media massa memiliki dua ciri utama, yaitu dari sisi media dan lembaga. Dari sisi media, buku sebagai media massa dikarenakan isi pesan yang terkandung di dalamnya dapat diproses dan dicetak dalam jumlah banyak sehingga mampu menjangkau pembaca secara lebih luas. Sementara itu, dari sisi lembaga, buku dapat diterbitkan oleh lembaga penerbit untuk selanjutnya dapat disebarluaskan kepada khalayak luas dengan tetap mematuhi aturan hukum dan etika penerbitan yang berlaku.

Qorib & Devina (2025, p. 88), secara lebih lanjut menjelaskan bahwa buku juga berfungsi sebagai sebuah arsip nyata berisikan informasi yang tidak lekang oleh waktu. Buku dapat diperbarui untuk menyesuaikan konteks sosial dan perkembangan teori dengan merilis berbagai edisi. Ungkapan populer “*Buku adalah jendela dunia*” menjadi representasi kuat dari fungsi komunikatif buku. Dengan membaca, seseorang dapat mengenal peristiwa masa lalu, memahami fenomena sosial yang sedang terjadi, dan memperoleh wawasan baru yang membentuk kesadaran kritis terhadap dunia di sekitarnya (Qorib & Devina, 2025, p. 88).

Dari segi pendidikan sekolah dasar hingga perguruan tinggi, buku juga menjadi salah satu media utama yang masih digunakan dalam proses transfer pengetahuan dari pendidik kepada peserta didik. Bahkan di era digital, di mana buku mulai beralih dalam bentuk *e-book*, kehadiran buku dalam bentuk cetak tetap tidak tergantikan. Buku tidak hanya mengedukasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat yang dapat membentuk opini dan perubahan sosial melalui pengemasan pesan, nilai moral, dan gagasan kritis sehingga memengaruhi cara berpikir masyarakat. Dengan begitu, buku dapat dipahami sebagai salah satu media massa yang mampu mengangkat isu atau fenomena tertentu (Qorib & Devina, 2025,

p. 88), tidak terkecuali dalam konteks pelestarian budaya dan sejarah. Melalui tulisan yang terekam dalam buku, nilai-nilai kebudayaan suatu bangsa dapat diwariskan dari generasi ke generasi. Dengan begitu, maka buku dapat digunakan sebagai salah satu media komunikasi massa yang informatif. Romeltea (2022), menambahkan bahwa proses panjang dalam pembuatan buku membuat setiap informasi yang ada di dalamnya memiliki bobot pengetahuan dan kredibilitas yang tinggi. Melalui hal tersebut, dapat dikatakan bahwa buku juga dapat diyakini sebagai media komunikasi massa dengan nilai dan kredibilitas informasi yang cukup tinggi sehingga pesan yang diberikan juga dapat berdampak dalam jangka panjang terhadap pengetahuan publik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa buku merupakan media komunikasi massa yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai wadah pelestarian ilmu, pembentuk kesadaran sosial, dan alat pendidikan lintas generasi. Di tengah perkembangan teknologi, buku tetap menjadi media massa yang relevan karena memiliki karakteristik informasi yang mendalam dan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Qorib & Devina (2025), bahwa buku memiliki kedudukan penting yang tidak tergantikan karena mampu menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan melalui kekuatan informasi yang tersimpan di dalamnya.

### 2.2.9 Buku Esai

Esai merupakan salah satu bentuk tulisan yang berisikan gagasan pribadi penulis mengenai pandangan atau pemikirannya terhadap suatu fenomena. Kata ‘esai’ berasal dari bahasa Prancis ‘*essayer*’ yang berarti ‘mencoba’ atau ‘mengupayakan’, sedangkan dalam bahasa Inggris dikenal dengan ‘*essay*’, yang berarti sebuah usaha atau upaya penulis dalam menyampaikan ide, gagasan, dan buah pikirnya melalui tulisan (Kurniasih et al., 2024, p. 2122). Dengan demikian, esai dapat dipahami sebagai tulisan yang menggabungkan opini dan fakta agar pembaca dapat

memahami suatu topik dari sudut pandang penulis. Penulisan esai memiliki tujuan utama untuk memberikan pemahaman dari pandangan penulis kepada pembaca mengenai fenomena atau isu tertentu. Melalui esai, pembaca tidak hanya mengetahui informasi tentang sebuah fenomena, tetapi juga diajak untuk berpikir kritis dan memaknai tulisan yang disampaikan penulis.

Tulisan esai dibagi ke dalam beberapa jenis berdasarkan tujuan dan gaya penulisannya. Kurniasih et al. (2024, p. 2122), menjelaskan bahwa esai terdiri dari enam jenis, yaitu:

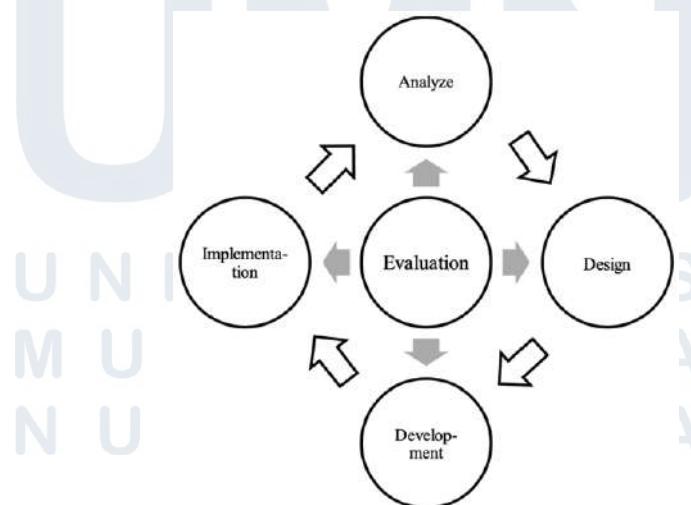
1. **Esai deskriptif**, yaitu tulisan yang menggambarkan suatu objek seperti benda, tempat, pengalaman, dan peristiwa secara detail untuk membangun imajinasi pembaca.
2. **Esai naratif atau personal**, yaitu tulisan yang menggabungkan pengalaman pribadi penulis dengan argumentasi ilmiah.
3. **Esai ekspositori atau definisi**, yaitu tulisan yang menjelaskan sebuah fenomena secara menyeluruh tanpa disertai pendapat pribadi.
4. **Esai analitik**, yaitu tulisan yang membahas suatu isu melalui analisis mendalam terhadap data atau informasi yang ada.
5. **Esai perbandingan**, yaitu tulisan yang membahas persamaan dan perbedaan antara dua objek atau fenomena dalam konteks tertentu.
6. **Esai argumentatif atau persuasif**, yaitu tulisan yang menampilkan pendapat penulis yang didukung oleh adanya bukti guna meyakinkan pembaca terhadap pandangan yang disampaikan penulis.

Buku esai merupakan bentuk kumpulan tulisan yang membahas tentang suatu topik berdasarkan pandangan penulis disertai dengan adanya dukungan data yang mendasarinya. Buku esai kaya akan narasi yang berusaha menuangkan isi pikiran penulis dengan format yang rapi, terarah, dan komunikatif. Karakteristik utama dari buku esai adalah gaya bahasa lentur yang digunakannya (Dahlan, 2015), sehingga penulis dapat menggabungkan narasi personal, data faktual, dan pandangan kritis secara seimbang. Buku esai memiliki keunikan dan nilai lebih dari

penyajian narasinya yang ringan sehingga audiens dapat membacanya dengan tidak kaku seperti buku ilmiah. Buku esai hadir sebagai ruang yang menuangkan ide kreatif penulis untuk mengajak pembaca dalam berpikir, memahami, dan menghayati fenomena yang diangkat. Melalui karakteristik tersebut, buku esai dapat menjadi salah satu pilihan tulisan yang efektif dalam menyampaikan gagasan dengan cara yang lebih lentur dan narasi yang ringan mengenai topik-topik yang membutuhkan kedalaman makna dan kesadaran sosial.

### 2.2.10 Model ADDIE

Dalam proses perancangan suatu produk, salah satunya buku, dibutuhkan model pengembangan yang sistematis agar memberikan hasil akhir yang efektif, terukur, dan sesuai dengan tujuan awal yang ditetapkan. Salah satu model yang banyak digunakan dalam perancangan karya adalah model ADDIE, yang merupakan bagian dari metode penelitian *Research and Development (RnD)*. Model ini awalnya dikembangkan pada tahun 1970-an dan masih relevan digunakan hingga kini, terutama dalam pengembangan produk pembelajaran berbasis kinerja (Waruwu, 2024, p. 1227).



Gambar 2. 4. Kerangka model ADDIE

Sumber: Waruwu (2024, p. 1227)

Model ADDIE terdiri dari lima tahapan, yaitu *Analyze*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Seperti pada gambar 2.2 di atas, model ADDIE menekankan pada hubungan yang saling berkaitan dan berkesinambungan di masing-masing tahapannya. Setiap proses yang ada dalam model ini memiliki pengaruh terhadap tahapan berikutnya sehingga produk yang dihasilkan dapat terencana dan teruji dengan menyeluruh. Berikut merupakan penjelasan kelima tahap, seperti dikutip dari Waruwu (2024, p. 1227):

1. ***Analyze (Analisis)***, merupakan tahap pertama yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan alasan dari dibuatnya sebuah produk. Tahapan ini berusaha untuk menganalisis masalah atau kekurangan dari produk yang sudah dikembangkan sebelumnya, melihat kebutuhan target, dan ide yang akan dikembangkan. Melalui tahap ini, pengembangan produk yang dilakukan memiliki arah yang lebih jelas sehingga mampu memberikan kontribusi yang sesuai dengan kebutuhan target yang dituju.
2. ***Design (Perancangan)***, merupakan tahap kedua sebagai bentuk pengembangan lebih lanjut dari proses analisis yang telah dilakukan. Pada tahap ini, konsep, ide, atau gagasan dari produk yang akan dikembangkan mulai dirumuskan dan diterjemahkan ke dalam bentuk desain awal yang nyata. Proses desain menjadi dasar bagi pengembangan di tahap selanjutnya sehingga seluruh rumusan konsep mengenai karya harus dirancang dengan matang.
3. ***Development (Pengembangan)***, merupakan tahap ketiga sebagai bentuk realisasi dari rancangan ide, gagasan, dan konsep sehingga produk atau karya menjadi bentuk nyata yang dapat diujicobakan.
4. ***Implementation (Penerapan)***, merupakan tahap keempat, di mana uji coba produk pada tahap sebelumnya dilaksanakan secara nyata. Pada tahap ini, umpan balik (*feedback*) dari pengguna menjadi sesuatu yang dikumpulkan oleh penulis untuk menilai apakah produk yang dirancang efektif, menarik, dan memenuhi tujuan yang diharapkan.

**5. *Evaluation (Evaluasi)***, merupakan tahap terakhir yang berusaha menilai keseluruhan tahap mulai dari analisis hingga implementasi. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana tujuan dirancangnya produk tercapai serta menilai keberhasilan secara keseluruhan. Umpaman balik yang diperoleh dari tahap implementasi menjadi bagian penting dari evaluasi agar hasil akhir benar-benar sesuai dengan harapan.

Secara keseluruhan, model ADDIE memberikan kerangka kerja yang terstruktur dalam proses pengembangan produk (Waruwu, 2024, p. 1227). Tahapan yang saling berhubungan memungkinkan setiap proses dapat dievaluasi dan dinilai sebelum melangkah ke tahap selanjutnya. Oleh karena itu, model ini tidak hanya memastikan kualitas dari hasil akhir, tetapi juga menjamin bahwa produk yang dihasilkan benar-benar efektif, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

