

PERANCANGAN MEDIA INFOMASI KULINER MAKASSAR BERBASIS *PLAY STORE*

Ervina herawati , Dr. Sukarman B, M.Sn , Dr. Alimuddin, M.Sn

Desain Komunikasi Visual , Fakultas Seni dan Desain

Vhina03@gmail.com

ABSTRACT

ABSTRAK

Ervina Herawati. 1386141018. Perancangan Media Informasi Kuliner Makassar Berbasis *Play Store*. Makassar. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar. 2020. Pembimbing: (I) Dr. Sukarman B, M.Sn. (II) Dr. Alimuddin, M.Sn.

Perancangan ini bertujuan untuk memudahkan pencarian kuliner makassar bagi wisatawan lokal maupun wisatawan asing dalam bentuk aplikasi kuliner makassar berbasis *Play Store*. Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Hasil perancangan berupa media Aplikasi android berbasis *Play Store* sebagai media utama, t-Shirt, mug, tote bag dan topi sebagai media pendukung dan poster, x-banner sebagai media promosi.

Kata Kunci : Aplikasi, Kuliner Makassar, *Play Store*.

ABSTRACT

Ervina Herawati. 1386141018. *Makassar Culinary Information Media Design Based on Play Store*. Makassar. Visual Communication Design Study Program, Department of Fine Arts and Design, Faculty of Art and Design, Makassar State University. 2020. Mentor: (I) Dr. Sukarman B, M.Sn. (II) Dr. Alimuddin, M.Sn.

This design aims to facilitate the search for Makassar culinary for local and foreign tourists in the form of a Play Store-based Makassar culinary application. This design uses data collection methods such as observation, interviews, literature study, and documentation. The results of the design in the form of media Play Store-based android applications as the main media, t-shirts, mugs, tote bags and hats as supporting media and posters, x-banner as promotional media.

Keywords: Application, Culinary Makassar, *Play Store*.

PENDAHULUAN

Indonesia yang terdiri dari beragam budaya dan adat istiadat, juga mempunyai bermacam-macam kesenian tradisional, kerajinan tradisional serta makanan khas yang berkembang sesuai dengan budaya yang ada pada masyarakat tersebut. Kuliner tak lepas dari ciri khas suatu daerah yang sudah turun-temurun resepnya dari orang tua Zaman dahulu. Indonesia memiliki berbagai macam makanan khas sesuai dengan daerah masing-masing seperti makanan khas dari Betawi, Bali, Aceh, dan Sulawesi. Sekarang ini, sudah menjadi trend di kalangan masyarakat bahwa tidak lengkap ketika mengunjungi suatu daerah tidak mencicipi makanan khas daerah tersebut. (Rahman, Fadly. 2016). Dinas Pariwisata Kota Makassar, menghadirkan pusat informasi khusus kepariwisataan bernama *Tourism Information Center* atau pusat informasi wisatawan di Jalan penghibur, depan Anjungan Pantai Losari Makassar. "Bila dilihat jumlah kunjungan wisatawan baik itu dari domestik (Nusantara) maupun wisatawan mancanegara terus mengalami peningkatan. Setiap harinya, ada sekitar 20 orang turis datang ke pos pusat informasi ini untuk mencari informasi pariwisata," kata Kabid Promosi Wisata, Dinas Pariwisata Makassar, M Roem. Dia mengatakan, pos informasi ini sengaja dihadirkan untuk memudahkan para wisatawan Nusantara dan wisatawan asing saat ingin menjelajahi destinasi pariwisata yang ada di Sulsel termasuk di Kota Makassar. (Indriani, Rizki, Vivi. 2020). Kuliner bahkan hadir dalam bentuk Startup Food Tech yang membantu dalam pemilihan kuliner yang menjadi banyak pembicaraan maupun sebagai Social Proof sebelum pelanggan mencobanya. Dalam acara peluncuran 3 buku Ibu Tuti Soenardi yang berlangsung pada Sabtu, (03/11/2018), di Pendopo Kemang, Jakarta Selatan, kuliner dan perkembangan Startup Food Tech turut dibahas dalam diskusi bertajuk Perkembangan Kuliner di Era Digitalisasi. (Kartikawati, Umi, Mia. 2018). Generasi *milenial* saat ini merupakan target pasar yang penting bagi para

pebisnis kuliner. Mereka dirasa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap industri tersebut, karena kecintaan mereka dengan hal-hal baru yang sedang hits. Karenanya, Dian Marsi, *Digital Marketing Lead dari Unilever Food Solutions* mengungkapkan, diperlukan pendekatan yang berbeda dari para industri kuliner untuk menarik minat mereka. Salah satunya adalah memahami karakter, tren dan keinginan '*millenial dinners*'. "Setidaknya, kita bisa menggolongkan delapan *trend milenial* dalam *industri* kuliner. Pertama, mereka menikmati kuliner tanpa batas. Baik kuliner *fusion* maupun *otentik*, mereka berani mencoba apapun," ungkapnya dalam *Incubator Camp* yang diselenggarakan oleh *Unilever Food Solutions* dengan tema "Teknik Pemasaran di Era Modern", Senin (9/4/2018). Berdasarkan latar belakang tersebut, dijelaskan bahwa tidak semua lokasi atau rumah makan khas Makassar diketahui oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing, sehingga wisatawan yang ingin menikmati kuliner khas Makassar tidak bisa mengetahui informasi kuliner dengan lengkap. Oleh karena itu, dibutuhkan rancangan visualisasi informasi yang dapat disalurkan melalui media yang relevan dengan era digital saat ini, agar menarik minat masyarakat konsumen milenial untuk menyimak informasi yang diberikan, dari hasil rancangan tersebut sekaligus dapat menjadi media informasi tentang kuliner Makassar. Adapun tujuan perancangan Agar dapat memudahkan pencarian kuliner Makassar, untuk Wisatawan local dan wisatawan asing yang berkunjung ke Kota Makassar dapat mengetahui informasi tentang kuliner Makassar. (Rossa, Vania. 2018). Maka ini berarti milenial adalah generasi muda yang berumur 17- 37 pada tahun ini. Millennial sendiri dianggap spesial karena generasi ini sangat berbeda dengan generasi sebelumnya, apalagi dalam hal yang berkaitan dengan teknologi. (Rumah, Penjaga. 2018). Berikut ciri – ciri dasar generasi *Millennial* yaitu gampang bosan pada barang yang dibeli, '*No Gadget No Life*', hobi melakukan pembayaran non-cash, suka dengan yang

serba cepat dan instan. (Wijayanti, Sinta. 2020).

METODE

Pengumpulan data ini menggunakan metode dokumentasi *deskriptif*. Karena ini merupakan perancangan media informasi kuliner Makassar, maka penelitian yang menjadi fokus utama adalah dokumentasi dan wawancara. Pengumpulan data menggunakan kamera digital. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam perancangan ini adalah teknik penulisan/kajian pustaka yaitu memperoleh data sekunder seperti buku, majalah skripsi, ataupun internet tentang kuliner Makassar, agar data yang diperlukan dapat diteliti sebagai bahan dari perancangan media informasi kuliner Makassar, Observasi lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data mengenai kuliner Makassar dari tempat biasa dan tempat terkenal secara langsung observasi atau pengamatan melibatkan semua indera (penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, peraba), Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada penjual atau pemilik . selain mencatat penulis juga menggunakan perekam suara untuk memperoleh data dari informan., dan Memotret/mendokumentasi kuliner yang diperoleh dari hasil wawancara dan Observasi. Alat yang digunakan peneliti untuk melakukan dokumentasi adalah kamera digital. Adapun jenis data yang di gunakan ada 2 yaitu data primer dan data sekunder. Data primer Wawancara ini dilakukan dengan struktur bebas dalam arti pertanyaan tidak tersusun secara sistematis dan formal. Wawancara dilakukan pada pemilik usaha kuliner atau yang mengetahui mengenai usaha kuliner, menanyakan penjelasan singkat mengenai kuliner. Observasi lapangan, secara langsung penulis datang ke tempat yang akan dijadikan objek perancangan. Data ini berupa informasi tentang nama kuliner kota Makassar, beserta dengan informasi tentang menu sajian, harga, lokasi, gambar, dan keterangan tambahan.

Data objek kuliner yang berhasil di kumpulkan untuk kebutuhan media informasi kuliner Makassar berjumlah 9 objek kuliner Makassar yaitu Sop Konro, Sarabba, Pisang Epe, Jalangkote, Pallubasa, Sop Saudara, Barongko, Buroncong, dan Sanggara Belanda (Pisang Goreng) sedangkan

Pengumpulan data sebuah penelitian yang dilakukan dengan berbagai metode-metode penelitian seperti observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi, memerlukan alat bantu seperti instrument. Istrumen yang dimaksud yaitu kamera, telepon genggam untuk recorder, pulpen dan buku. Kamera digunakan ketika penulis melakukan observasi untuk merekam kejadian yang penting pada suatu peristiwa baik dalam bentuk foto maupun video. Recorder,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil perancangan media informasi kuliner makassar berbasis Play Store diimplementasikan dalam bentuk media aplikasi android dan *T-shirt, Mug, Topi* dan *Tote Bag* sebagai media pendukung serta Poster dan *X-Banner* sebagai media publikasi. Media utama pada perancangan media informasi kuliner Makassar berbasis Play Store berupa aplikasi android. Berikut hasil perancangan media utama media informasi kuliner Makassar berbasis *PlayStore* dalam bentuk Aplikasi Android Potret



Gambar 1. Media Utama Aplikasi Android

Penyelesaian hasil disusun kedalam aplikasi *Corel Draw* dan di *Layout* ke aplikasi *Android Studio* yang menjadi proses akhir perancangan, sehingga menghasilkan media yang akan dirancang. Berikut layout hasil media informasi kuliner Makassar berbasis *Play Store*. Pada logo utama aplikasi menggunakan objek Kamera dan alat dapur seperti sendok garpu dan pisau yang disusun menjadi sebuah logo dan tulisan *Potret Kuliner* menjadi Logo type untuk mendukung logo utama serta grafis-grafis makanan yang mempercantik tampilan utama aplikasi.



Gambar 2. Layout tampilan logo aplikasi



Gambar 3. Layout Tampilan Menu Pencarian



Gambar 4. Layout Tampilan Tentang Aplikasi



Gambar 5. Layout Tampilan Menu Makanan



Gambar 6. Layout Menu Minuman



Gambar 7. Layout Menu Review Makanan



Gambar 8. Layout Menu Review Minuman

Media pendukung untuk media informasi kuliner Makassar berbasis PlayStore ini ialah T-Shirt, Mug, Topi dan Tote Bag yang bertujuan agar dapat lebih dikenal melalui atribut pendukung aplikasi. Berikut hasil perancangan media pendukung media informasi kuliner makassar berbasis Play Store.



Gambar 9. Media pendukung T-shirt



Gambar 10. Media pendukung Mug



Gambar 11. Media pendukung Topi



Gambar 12. Media pendukung Tote Bag

Media promosi yang dirancang untuk perancangan media informasi kuliner Makassar berbasis Play Store yaitu Poster dan X-Banner untuk mempromosikan perancangan ini ke publik melalui metode teknologi dan cetakan ruang publik. Poster yang merupakan media publikasi yang efisien, baik di fungsikan secara cetak maupun elektronik berbasis teknologi. Berikut hasil perancangan media promosi dalam bentuk poster.



Gambar 13. Poster Sebagai Media Promosi

X-banner yang merupakan media publikasi yang digunakan pada saat launching pameran atau rilisnya media perancangan media informasi kuliner Makassar berbasis *Play Store*



Gambar 14. X-Banner Sebagai Media Promosi

Pembahasan

Dalam menganalisa objek materi komunikasi, materi yang akan di uraikan dalam tabel. **Tabel 1. Analisa Objek Materi Komunikasi**

No.	Hasil
1.	Dalam perancangan media informasi kuliner Makassar berbasis Play Store menginformasikan pengunjung mengenai beberapa jenis-jenis kuliner khas Makassar dengan menampilkan foto makanan atau minuman khas kota makassar yang dipilih secara khusus beserta deskripsinya.
2.	Memberikan penjelasan tentang kuliner khas Makassar yang telah di pilih.
3.	Menampilkan lokasi-lokasi kuliner khas kota Makassar yang valid sesuai data yang di dapatkan.
4.	Menginformasikan kuliner-kuliner khas kota Makassar yang sulit di temukan saat ini bagi wisatawan maupun warga kota makassar.
5.	Melihat rating kuliner khas Makassar yang paling banyak dikunjungi.
6.	Menyajikan informasi penjas singkat mengenai objek tempat kuliner yang dapat ditemukan yang telah dipilih, mulai dari, jam buka, dan harga.
7.	Teks pada gambar kuliner yang ditampilkan memberikan penjas ke khasan atau ulasan rasa dari kuliner-kuliner yang telah dipilih.
8.	Memberikan penjelasan tentang manfaat dari segi kesehatan kuliner khas yang di tampilkan.

Selain dari analisa objek materi komunikasi juga ada juga analisa target audiens yang meliputi strategi perancangan media informasi kuliner Makassar berbasis Play Store, sebagai teknik yang digunakan dalam media untuk menyampaikan informasi tentang kuliner yang ada di Kota Makassar. Untuk dapat tepat sasaran diperlukan segmentasi target. Identifikasi target audience dibagi menjadi 4 yaitu Demografis, Geografis, Psikografis, dan Behaviour. Demografis adalah target audiens ditinjau dari segi jenis kelamin, usia,

pendidikan dan strata ekonomi. Dalam sebuah penelitian studi kasus, di perlukan data-data lain yang dapat dianggap sebagai pembanding dari objek utama. Data-data pembanding di maksud untuk mencari kelemahan dan keunggulan dari objek utama. Pada penelitian ini, penulis mengambil contoh pembanding 2 Aplikasi kuliner yaitu, Pergi Kuliner dan Zomato. PergiKuliner merupakan aplikasi kuliner selanjutnya yang berisi informasi mengenai lokasi tempat makan, menu makanan beserta harga, jam buka, hingga fasilitas pada sebuah tempat makan. Berbeda dengan aplikasi kuliner lainnya, PergiKuliner lebih mengutamakan foto makanan, bukan ulasan berupa tulisan sehingga penggunanya bisa menilai apakah makanan di tempat makan tersebut cocok atau tidak dengan selera mereka.



Gambar 13. Tampilan Aplikasi Pergi Kuliner

Adapun kelebihan dari PergiKuliner adalah media yang dibuat sendiri oleh user, dari kita untuk kita. Fokusnya ada pada direktori dan review. Jadi keunggulannya tentu ada pada data. Tercatat lebih dari 58 ribu tempat makan terdaftar di daerah Jabodetabek, Bandung dan Surabaya. Selain data, review tempat di situs dan aplikasi ini objektif dan spesifik. Ada lima rating mulai dari rasa, suasana, pelayanan, kebersihan bahkan sampai harga. Tidak boleh ada owner yang me-review tempat makannya sendiri. Karena ada tim yang memeriksanya. Serta ada juga kekurangannya yaitu, Pergi Kuliner lebih mengutamakan foto makanan, bukan ulasan berupa tulisan sehingga penggunanya bisa menilai apakah makanan di tempat makan tersebut cocok atau tidak dengan selera mereka. Serta ada juga Aplikasi Zomato yang berasal dari India perangkat lunak yang bisa di akses dengan Handphone maupun website. Aplikasi Zomato memudahkan masyarakat dalam mencari

sebuah restoran dengan berbagai ulasan terkait restoran yang mereka ingin kunjungi yang diberikan oleh pengguna aplikasi Zomato. Kelebihan Zomato adalah dapat memberikan rekomendasi tempat makan terdekat, memberikan rekomendasi berdasarkan tempat yang kita inginkan, memberikan Pilihan yang “*recommends for you*” kepada pengguna agar lebih mudah dalam mencari restoran, melihat *review* yang diberikan oleh pengguna lain, melihat foto yang di posting oleh pengguna lain, memberikan rentang harga dan menu dari sebuah restoran dan, memberikan jenis makanan dari restoran tersebut. Kekurangan Pengguna aplikasi Zomato dapat memberikan *review* sesuka hati mereka yang bisa memberikan dampak negatif terhadap restoran tersebut jika ulasan mereka merupakan ulasan negatif. Melihat perkembangan digital saat ini yang semakin canggih maka konsep desain dalam perancangan media informasi kuliner Makassar berbasis *Play Store* yaitu “*Modern*”. Berdasarkan dari konsep desain yang telah diambil akan ditentukan konsep visual, konsep komunikasi dan konsep kreatif. Contoh konsep visual adalah kamera, sendok, garpu, topi chef dan penulisan font mengikuti logo Nikon. Contoh konsep komunikasi adalah materi pesan, target audiens spesifik, *visual branding*, *strategi* komunikasi, perancangan media. Khususnya pada perancangan media terbagi akan beberapa alternatif media yang dapat digunakan dalam perancangan media informasi baik media cetak, media elektronik maupun media luar ruang. Konsep kreatif juga terbagi atas 4 yaitu, sumber inspirasi, *tipografi*, warna dan sketsa ide. Proses kreatif pada pembuatan media utama meliputi eksplorasi ide, tampilan isi aplikasi, implementasi digital, dan layout.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil perancangan media informasi kuliner Makassar berbasis *Play Store* maka dapat ditarik kesimpulan yaitu, produk utama yang di rancang adalah Aplikasi Android yang berjudul Potret Kuliner sebagai media yang dapat memudahkan wisatawan yang berkunjung baik wisatawan asing

maupun wisatawan *local*, menginformasikan pengunjung mengenai beberapa jenis-jenis kuliner khas Makassar dengan menampilkan foto makanan atau minuman khas Kota Makassar yang dipilih secara khusus beserta deskripsinya, memberikan penjelasan tentang kuliner khas Makassar yang telah di pilih, menampilkan lokasi-lokasi kuliner khas kota Makassar yang valid sesuai data yang di dapatkan, melihat rating kuliner khas Makassar yang paling banyak dikunjungi dan menyajikan informasi penjas singkat mengenai objek tempat kuliner yang dapat ditemukan yang telah dipilih mulai dari jam buka dan harga, perancangan media informasi kuliner makassar berbasis *Play Store* dalam bentuk Aplikasi Android yang dilengkapi dengan media pendukung yaitu T-Shirt, Mug, Topi dan Tote Bag. Selain dari itu juga dilengkapi dengan berbagai media promosi seperti poster dan X-banner. Dan adapun sarannya yaitu : Sebagai bahan referensi literatur bagi Mahasiswa yang ingin merancang tugas akhir terkhusus pada perancangan media informasi kuliner Makassar berbasis *Play Store* mengenai analisis materi, proses pembuatan aplikasi android, 2. Upaya peningkatan apresiasi mahasiswa terhadap disiplin ilmu lain, khususnya terhadap media aplikasi anroid an sebagainya. Maka tugas akhir ini dapat dijadikan sarana pembelajaran dan dapat dikembangkan dalam perancangan media lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Rahman, Fadly. 2016. Jejak Rasa Nusantara Sejarah Makanan Indonesia. Jakarta PT.Gramedia Pustaka Utama.

Kanal Informasi. Di akses pada 22 Juli 2019, Pengertian Kuliner: <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kuliner>.

Indriani, Rizki, Vivi. 2020. Pusat Informasi Wisatawan di Jalan Penghibur Makassar. Di akses pada 11 Juli 2020 <https://makassar.sindonews.com/berita/47254>

/2/keren-ada-pusat-informasi-wisatawan-di-jalan-penghibur-makassar.

Kartikawati, Umi, Mia. 2018. Kuliner di Tengah Perkembangan Era Digital. Di akses pada 11 Juli 2020 <https://inilah.com/rileks/2489662/kuliner-di-tengah-perkembangan-era-digital>.

Rumah, Penjaga. 2018. Generasi Millennial. Di akses pada 7 Juli 2020. <http://rumahmillennials.com/siapa-itu-generasi-millennials>.

Wijayanti, Sinta. 2020. ciri – ciri dasar generasi Millennial. Di akses pada 7 Juli 2020. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/sinta-wijayanti-d/10-ciri-dasar-generasi-millennial-c1c2/10>.

Oktriandi, Erlan. 2020. Fenomena Gadget di Era Millennial. Di akses pada 28 Juli 2020. <https://www.bengkulunews.co.id/fenomena-gadget-di-era-millennial/>.

Rossa, Vania. 2018. Bisnis Kuliner di Era Generasi Millennial. Diakses pada 28 Juli 2020. <https://www.suara.com/lifestyle/2018/04/11/085934/sasar-generasi-milenial-ini-tips-buat-pebisnis-kuliner>.