

**PERANCANGAN BUKU FOTOGRAFI
KULINER SUNDA YANG ADA DI KOTA BANDUNG**

**DESIGNING SUNDANESE CULINARY PHOTOGRAPHY BOOKS
IN THE CITY OF BANDUNG**

Fajar Wahyudi¹, Rizki Yantami Arumsari S.Ds., MM²

^{1,2,3}Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹fajarwahyudid@gmail.com, ²rizkiyantami@gmail.com

ABSTRAK

Kota Bandung adalah kota yang indeks pariwisatanya tertinggi di Indonesia dengan angka 95.30%. Kota Bandung memiliki ratusan destinasi wisata yang menarik, salah satunya dalam segi kuliner yang beragam, sehingga menjadi alasan wisatawan berkunjung ke Kota Bandung. Mengingat mayoritas penduduk Kota Bandung adalah Suku Sunda, Muhtadin dkk (2018 : 1) mengatakan "Kuliner Sunda di Kota Bandung memiliki citra rasa tersendiri yang membedakan dengan kuliner lainnya. Citra rasa segar dan pedas memberi nuansa keunikan pada kuliner tersebut". Kuliner dari luar negeri semakin hari semakin banyak yang masuk ke Indonesia. Fenomena ini menyebabkan banyaknya masyarakat luar Kota Bandung yang berusia 18 - 35 tahun kurang mengetahui apa saja Kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung serta belum adanya media informasi mengenai kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung dalam bentuk buku fotografi. Tugas akhir ini menggunakan metode observasi, yaitu untuk mengetahui apa saja kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung, interview (wawancara) untuk menggali informasi lebih dalam, Studi pustaka guna mendapatkan referensi dari buku, jurnal serta menggunakan kuesioner untuk mendapatkan informasi dan meminta saran kepada masyarakat Bandung untuk perancangan buku fotografi kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung. Tugas akhir dengan judul "Perancangan Buku Fotografi Kuliner Sunda Yang Ada Di Kota Bandung" ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi dan mendokumentasikan kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung serta untuk mengetahui perancangan buku fotografi kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung.

Kata Kunci : Wisata, Wisata Kuliner, Kuliner Sunda, Bandung, Buku Fotografi

ABSTRACT

The city of Bandung is one of the highest in Indonesia in the Tourism index, reaching 95.30%. The city of Bandung has hundreds of cool tourist destinations, ranging from natural tourist spots, museums to shopping places. But that is not all that makes the city of Bandung always a tourist destination for both foreign and domestic tourists, its special culinary is the reason people visit this city. Involving the majority of the population of the City of Bandung are Sundanese, Muhtadin (2018: 1) said "Sundanese culinary in the city of Bandung has its own taste image that distinguishes it from other culinary. The image of fresh and spicy taste gives a sense of uniqueness to the culinary ". Culinary from abroad is getting more and more days into Indonesia. This has an impact on the number of people outside the city of Bandung who are aged 18-35 years do not know what Sundanese culinary is in the city of Bandung and there is no media information about Sundanese culinary in Bandung in the form of photography books. This final project uses the observation method, which is to find out what Sundanese food is in Bandung, interview to explore more information, literature study to get references from books, journals and using a questionnaire to get information and ask advice from the people of Bandung to design Sundanese culinary photography books in Bandung. The final project entitled "Designing a Sundanese Culinary Photography Book in Bandung" has the purpose of providing information and documenting the Sundanese culinary in the city of Bandung and to find out the design of a photography book on Sundanese culinary in Bandung.

Keyword : Tour, Culinary Tourism, Sundanese Culinary, Bandung, Photography book.

1. Pendahuluan

Keindahan alam Indonesia sudah terbukti di mata dunia. Beberapa tempat wisata di Indonesia bahkan sudah berskala Internasional. Akan tetapi kadang ada hal yang luput dari pelancong yaitu kuliner nusantara. CEO Pelangi Benua, Beby Vinny mengatakan wisata kuliner di Indonesia tidak kalah hebat dari destinasi wisata kuliner negara lain. Potensi kuliner nusantara sebagai tujuan wisata menurut dia cukup besar. Beby menjelaskan Indonesia memiliki lima ribu resep dan 17 ribu rempah. Ditambah lagi tren wisatawan semakin antusias dengan beragam kuliner di Indonesia. Melalui kuliner pula wisatawan bisa memasuki budaya suatu wilayah.

Frontier Consulting Group dan Tempo Media Group telah melakukan pengukuran terhadap indeks pariwisata Kota Bandung yakni mencapai 95.30 % dan menjadi salah satu yang tertinggi di Indonesia, Kota Bandung memiliki ratusan destinasi wisata yang Menarik, mulai dari spot wisata alam, museum, hingga tempat berwisata belanja. Tetapi bukan itu saja yang membuat kota Bandung selalu menjadi tempat tujuan wisata baik wisatawan luar dan dalam negeri, kuliner nya yang istimewa menjadi alasan lain untuk mengunjungi tempat ini. Mengingat mayoritas penduduk Kota Bandung adalah Suku Sunda, Muhtadin dkk (2018: 1) mengatakan "Kuliner sunda di kota Bandung memiliki cita rasa tersendiri yang membedakan dengan kuliner lainnya. Cita rasa segar dan pedas memberi nuansa keunikan pada kuliner tersebut".

2. Dasar Pemikiran

2.1 Teori Buku

Buku dapat didefinisikan sebagai bentuk dari media masa pertama yang mempunyai manfaat juga informasi yang beragam dan disampaikan melalui lembaran-lembaran kertas tertulis (Subandy, 2011: 79).

2.2 Buku Fotografi

Buku Fotografi adalah salah satu media informasi yang memuat foto – foto dari hasil fotografi biasanya dideskripsikan dan dikemas dengan apik serta pemberian layout sehingga menjadi daya tarik tersendiri dengan daya jual yang tinggi. (Empat, 2011 : 1).

2.3 Teknik Percetakan

Percetakan merupakan wujud dari penerbitan melalui mesin cetak yang di dalam pencetakan

Kuliner dari luar negeri setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan yang masuk ke dalam Indonesia. Pada tahun 2018 sendiri ada 7 kuliner dari luar negeri yang sukses populer di Indonesia, seperti: *Thai tea*, *Mango sticky rice*, *Mango thai*, *The Keju*, *Cheesecake*, *Tteokbokki* dan Es kepal Milo. Menjamurnya aneka makanan dari luar Indonesia membuat kuliner khas di Indonesia perlahan mulai jarang dikonsumsi terutama di kalangan masyarakat dengan usia 18 – 35 tahun yang saat ini banyak mengkonsumsi kuliner luar negeri (Mawwadha, dalam *Traveling.bisnis.com*, 2017).

Berdasarkan fenomena tersebut, Perlu adanya media informasi yang berisikan tentang gambaran nyata dan penjelasan tentang kuliner tersebut. Fotografi menjadi sarana yang baik untuk menghasilkan gambaran nyata tentang kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung. Melalui fotografi dapat membawa makanan ke tingkat yang lebih tinggi dari sekedar pemuas dahaga. Fotografi makanan sendiri dipercaya dapat membuat orang merasa lapar dan ingin segera mencicipinya (Empat, 2011: 3).

Dengan adanya perancangan media informasi yang mendokumentasikan kuliner sunda yang ada di Kota Bandung ini, penulis berharap dapat memberikan informasi dan mendokumentasikan kuliner Sunda yang ada di kota Bandung. Agar banyak diminati oleh masyarakat dan wisatawan dari dalam maupun luar kota Bandung.

diperbanyak dan digandakan semua unsur buku pada lembaran kertas. Setelah semua unsur buku dicetak dengan mesin cetak, terutama dengan mesin cetak offset, jadilah kertas tersebut menjadi lembar bercetak. Setelah ditata letak menjadi master cetak (CRC, *camera read copy*) unsur buku, proses yang dilalui sebelum menjadi lembaran kertas bercetak ada beberapa tahap (Wb, Iyan, 2007 : 92).

2.4 Fotografi

Fotografi adalah kegiatan melukis yang dilakukan dengan cahaya yang dapat menampilkan gambar dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya dari objek tersebut sehingga menghasilkan suatu hasil yang menarik (Wicaksono, 2011 : 5).

2.5 Food Photography

Fotografi makanan (*food Photography*) adalah kegiatan yang dilakukan seseorang dengan cara

melukis melalui cahaya dengan objek berupa makanan atau kuliner dan fotografer diharapkan dapat merubah makanan yang biasa saja menjadi sebuah makanan yang menarik dengan nilai yang lebih tinggi dari sekedar makanan. (Empat, 2011 : 8). Jenis fotografi ini juga biasanya dilakukan orang untuk kegiatan promosi (iklan) yang didalam fotografi jenis ini memerlukan keterampilan yang baik, teknik mengolah dan menyusun makanan, serta membutuhkan peralatan yang baik dengan kualitas tinggi sehingga hasil yang didapat kan dapat maksimal.

2.6 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah suatu proses perancangan dan perencanaan dari berbagai komunikasi visual yang diawali dengan menemukan masalah, mencari data-data, yang kemudian dibuat konsep kreatif sesuai dengan target, lalu membuat desain akhir sebagai bentuk tercapainya bentuk-bentuk komunikasi visual yang estetis, komunikatif, dan fungsional sebagai salah satu bagian dari seni terapan. (Tinarbuko, 2015 : 77).

2.7 Teori Tipografi

Tipografi adalah seni cetak atau tata huruf dengan cara menyusun dan merancang bentuk huruf yang dirangkai dengan komposisi tertentu untuk memudahkan memberikan kenyamanan membaca dalam menyampaikan pesan tertentu. (kusrianto, 2007 : 190).

2.8 Layout

Layout adalah kegiatan yang dilakukan dengan menyusun beberapa elemen desain tanpa aturan tertentu atau hukum yang Universal yang semuanya serba relatif untuk memberikan kesan yang lebih.

Prinsip Layout menurut Tom Lincy (dalam Design Principle for Desktop Publishing) yaitu: irama, proporsi, fokus, dan balancing.

2.9 Grid

Grid merupakan garis-garis bayangan atau bantuan dalam penyusunan layout halaman agar berukuran sama dan teratur untuk menghasilkan keindahan yang enak dipandang mata. Penyusunan grid dalam halaman dapat dibuat sesuai dengan pembuatnya dan masih terhubung dengan media yang akan digunakan.

2.10 Warna

Warna merupakan alat komunikasi untuk mengungkapkan ide atau gagasan yang efektif dan merupakan unsur yang sangat penting dalam dunia desain, tanpa menggunakan tulisan dan memberikan kesan. (Wibowo, 2013 : 148).

3 Konsep dan Hasil Perancangan

3.1 Konsep Pesan

Penulis ingin menginformasikan dan mendokumentasikan apa saja kuliner-kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung, karena Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan pengunjung terbanyak di Indonesia dan banyak orang yang menjadikan Bandung menjadi tujuan wisata. Cara penyampaian penulis kepada pembaca yakni dengan menggunakan fakta-fakta menarik dari kuliner tersebut seperti rekomendasi saat memakan makanan tersebut, cocok ditemani dengan minuman atau makanan lainnya berdasarkan pengalaman dari penulis setelah mencicipi kuliner tersebut. Serta memberikan khasiat yang terdapat dalam beberapa kuliner yang dibahas agar pembaca lebih tertarik dan ingin segera mencicipi kuliner tersebut.

3.2 Konsep Kreatif

Konten buku ini menyajikan informasi yang menarik terhadap kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung. Selain itu penulis juga mencantumkan deskripsi singkat dari kuliner tersebut seperti bahan dasar, rasa, kisaran harga, lokasi kuliner dan rekomendasi teman makan dari kuliner tersebut serta pengalaman pribadi penulis selama mencicipi makanan tersebut dan juga mencantumkan khasiat yang ada dalam beberapa kuliner.

Judul yang dipilih oleh Penulis adalah "KULINDUNG (Kuliner Sunda di Kota Bandung)", pemilihan judul ini terinspirasi dari banyaknya kuliner sunda yang menggunakan singkatan-singkatan pada Nama yang diberikan dalam jenis Kulinernya tersendiri. Dalam arti lain juga kulindung berarti melindungi yang mana kita menjaga dan melestarikan kuliner sunda ditengah maraknya kuliner-kuliner luar yang terus masuk ke Indonesia.

Pada perancangan buku fotografi Kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung ini akan menggunakan Bahasa Indonesia yang populer serta bertema simpel dan modern sesuai dengan target supaya pesan yang disampaikan dapat diterima dan

dipahami oleh masyarakat khususnya yang berusia 18 – 35 Tahun.

3.3 Konsep Media

Dalam penyampaian informasi media yang dibuat adalah media cetak buku (buku fotografi) diharapkan dengan buku fotografi dapat menimbulkan minat masyarakat untuk mengunjungi, berwisata dan mencicipi kuliner ke Kota Bandung.

Jenis Produk : Buku Fotografi
 Judul Buku : Kulindung (Kuliner Sunda di Kota Bandung)
 Ukuran Buku : 22 cm x 19 cm
 Jenis Kertas : Kopenhagen Putih
 Cover : Hard Cover
 Jumlah Halaman : 86 halaman

3.6 Hasil Media Utama

a. Cover



Gambar Cover depan tengah dan belakang

b. Daftar Isi



Gambar Daftar Isi

c. Halaman Kategori Isi



Gambar Halaman Kategori Isi

3.4 Konsep Visual

Menggunakan visual fotografi yang simple dan modern dengan editing yang natural, menggunakan font Script pada bagian judul dan sans serif pada bagian isi, menggunakan warna netral dan juga layout yang menimbulkan kontras pada foto karena fotografi menjadi poin utama dalam Perancangan buku fotografi kuliner sunda yang ada di kota Bandung ini.

3.5 Konsep Bisnis

Peluncuran buku ini akan dipromosikan di Toko Buku dan juga pada event-event kuliner dan juga workshop tertentu di kota Bandung. Dengan harga satu buah buku yaitu Rp. 135.000,00-.

d. Halaman Isi



Gambar Halaman Isi

3.7 Hasil Media Pendukung

a. Gantungan Kunci



Gambar Gantungan Kunci

b. Pin



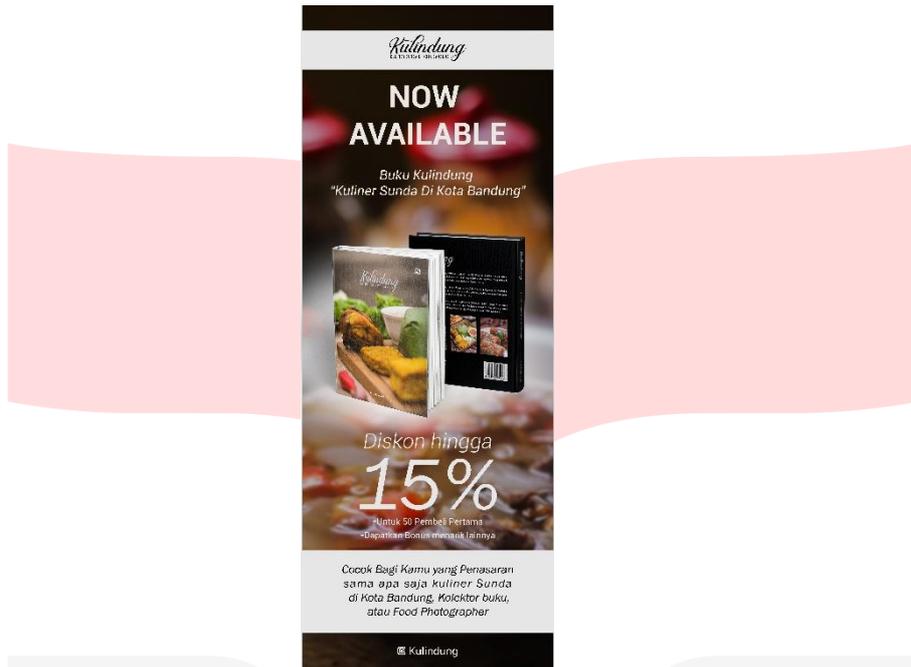
Gambar Pin

c. Mug



Gambar Mug

d. X- Banner



Gambar X-Banner

e. Gambar Sticker



Gambar Sticker

4 Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisis data yang telah penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa Kota Bandung memiliki banyak wisatawan dan memiliki banyak potensi tempat wisata, salah satunya wisata kuliner. Tetapi belum adanya media informasi yang menginformasikan dan mendokumentasikan kuliner sunda yang ada di Kota Bandung menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat luar terhadap kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung, sebagian besar hanya tahu kuliner yang populer saja. Namun, Kota Bandung sendiri memiliki Banyak kuliner Sunda yang unik dan menarik yang wajib untuk dicoba.

Dengan adanya buku fotografi kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung ini, masyarakat dapat mengetahui mengenai kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung ini lebih luas lagi. Sehingga wisatawan dapat dengan mudah mencicipi kuliner Sunda yang ada di Kota Bandung.

Diharapkan kepada pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata segera melakukan penelitian tentang apa saja kuliner yang benar-benar berasal dari Kota Bandung supaya wisatawan dapat dengan mudah mengetahui dan membedakan kuliner tersebut dengan kuliner lainnya.

Daftar Pustaka :

Anggraini S, lia dan Kirana Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula*, Jakarta: Nuansa Cendekia.

Badio, Sabjan. (2012). *Bagaimana Buku Bisa Terbit?*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Dharmawan, Bagas. (2016). *Belajar Fotografi dengan Kamera DSLR*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

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

Muhtadin, Teddi, dkk. (2018). *Laporan Inventarisasi Kuliner Di Kota Bandung*, Bandung: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

Rana Empat. (2011). *Food Photography Made Easy*, Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.

Soewardikoen, Didit. (2013), *Metodologi Penelitian Visual*, Bandung: CV Dinamika Komunika.

Penulis juga mendapat saran dalam perancangan tugas akhir yaitu dengan menampilkan lokasi, harga, rekomendasi teman makan, dan juga lebih kepada khasiat daripada mencantumkan kandungan gizi yang terdapat dalam makanan tersebut. Selain itu, penulis juga disarankan untuk membuat map Kota Bandung, yang mana nantinya dikasih titik dimana kuliner Sunda tersebut berada. Perancangan buku fotografi ini juga disarankan dibuat versi E-book.

Dalam Perancangannya sendiri, penulis mendapat saran yaitu dengan memperhatikan ukuran font antara judul dengan deskripsi tidak boleh terlalu jauh, saat menampilkan foto usahakan menggunakan foto dengan adanya pembeda yang membedakan antara foto yang satu dan lainnya, urutan penempatan kategori juga harus diperhatikan, misalnya dari kuliner ringan ke kuliner berat.

Kepada pembaca jika ingin melakukan fotografi kuliner harus lebih memperhatikan konsep dan target, gunakan pencahayaan yang baik dan jangan melakukan editing yang merusak warna asli daripada kuliner itu sendiri. bagi remaja pembacanya.

Subandy. Ibrahim Idi, (2011), *Budaya Populer sebagai komunikasi*, Yogyakarta: Jalasutra.

Sujarweni, V Wiratna, (2014), *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

Tinarbuko, Sumbo, (2015), *DEKAVE "Penanda Zaman Masyarakat Global"*, Yogyakarta; CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Wb, iyan. (2007). *Anatomi Buku*, Bandung: Kolbu.

Wibowo, Ibnu Teguh. (2013), *Buku Belajar Desain Grafis*, Yogyakarta: Buku Pintar

Wicaksono, Hermawan. (2011). *Simply Photography Still life Series*, Jakarta: PT Elek Media Komputindo

Widyani, Husna & Jane Marsha. (2016). *Kamera DSLR Itu Gampang kok*, Yogyakarta: CV Solusi Distribusi

Young, Nicole S. (2014). *Food Photography “Dari Foto Biasa Jadi Luar Biasa”*, Jakarta: PT Elek Media Komputindo

Wolf, Peter. J. 2010. *Graphic Design, translated : a visual directory of terms for global design*. Massachusetts. Rockpott Publishers

Website

Echi. 2017. 8 Kuliner Khas Indonesia Yang Mulai Tergeser Oleh Jajanan Zaman Now. Diakses pada www.phinemo.com (26 Februari, 12:59)

Mawaddha, Ramdha. 2017. Buat Jajanan Tradisional Semakin Diminati. Diakses pada www.traveling.bisnis.com (26 Februari, 12:59).

Meisianita. 2017. Punahkah Makanan Tradisional Melawan Zaman?. Diakses pada www.student.cnnindonesia.com (26 Februari, 13.10)

Sumber Lain:

<http://www.bukukita.com/Anak-Anak/Islam/148222-Cerita-Bergambar-Kisah-Hebat-25-Nabi-dan-Rasul.html>. Diakses pada (6 Juli, 09.00).

<https://www.dulux.co.id/id/saya-sedang-membutuhkan-saran/apa-yang-dimaksud-dengan-skema-warna-netral>. Diakses pada (6 Juli, 09.14).

<http://traveling.maslatip.com/30-tempat-wisata-kuliner-di-bandung-yang-enak-dan-murah.html>.

Diakses pada (9 Maret, 13.30).

<https://www.merdeka.com/gaya/kuliner-bandung-klm.html>. Diakses pada (15 Maret, 16.30).

<http://www.jabarprov.go.id/index.php/news/26881/2018/01/12/Indeks-Pariwisata-Kota-Bandung-Salah-Satu-Tertinggi-di-Indonesia>. Diakses pada (23 Maret, 15.40).

<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3839115/2018-kota-bandung-targetkan-wisatawan-tembus-8-juta-orang>. Diakses pada (4 April, 19.30).