

Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Mendoan Sebagai Medium Pengenalan Budaya Banyumas

¹Aditya Wahyu Widhi Utomo, ²Achmad Sultoni, ³Gusnita Linda

Desain Komunikasi visual, Fakultas industri Kreatif, Telkom University Purwokerto

Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kec. Purwokerto Sel.

, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53147

se.ittelkom-pwt.ac.id

Abstrak : Mendoan adalah salah satu makanan tradisional khas Banyumas yang memiliki nilai budaya tinggi dan telah dikenal luas di Indonesia. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang nilai budaya mendoan, diperlukan strategi komunikasi yang efektif, salah satunya melalui video iklan layanan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang video iklan layanan masyarakat sebagai medium pengenalan budaya Banyumas dengan pendekatan storytelling dan sinematografi yang menarik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat berbasis storytelling mampu meningkatkan apresiasi dan kesadaran masyarakat terhadap budaya lokal. Video ini diharapkan menjadi media edukatif yang efektif dalam pelestarian budaya kuliner Banyumas.

Kata Kunci: Mendoan, Iklan Layanan Masyarakat, Budaya Banyumas

Abstract: *Mendoan is one of the traditional foods from Banyumas that holds significant cultural value and is widely recognized in Indonesia. To enhance public awareness of the cultural significance of mendoan, an effective communication strategy is needed, one of which is through public service announcement (PSA) videos. This study aims to design a PSA video as a medium for introducing Banyumas culture using an engaging storytelling and cinematography approach. The research employs a qualitative descriptive method with data collection techniques including observation, interviews, and literature studies. The results show that PSA videos based on storytelling can enhance public appreciation and awareness of local culture. This video is expected to serve as an effective educational medium for preserving Banyumas' culinary heritage.*

Keywords: *Mendoan, Public Service Announcement, Banyumas Culture*

PENDAHULUAN

Mendoan adalah makanan khas dari Banyumas yang terbuat dari tempe. Nama "mendoan" berasal dari bahasa Banyumasan, yaitu "mendo" yang berarti setengah matang (U. Rastuti, H. Diastuti, S. Sutarmin, and W. H. Purnomo, 2019). Mendoan merupakan makanan yang sangat populer di Banyumas, bahkan telah dikenal di beberapa kota lain di Indonesia. Banyumas sendiri terletak di barat daya Jawa Tengah dan terdiri dari empat kabupaten, yaitu Banyumas, Cilacap, Purbalingga, dan Banjarnegara (*Banyumas ; Sejarah, Budaya, Bahasa, dan Watak*, 2023). Mendoan biasanya dihidangkan saat berkumpul dengan keluarga atau orang lain, yang disebut dengan istilah "medang". Selama medang, biasanya akan disajikan makanan khas Banyumas, termasuk mendoan, dengan minuman hangat seperti teh atau kopi.

Salah satu upaya Dinporabudpar dalam konservasi mendoan meliputi diusulkannya mendoan sebagai warisan budaya tak benda Banyumas ke Kemendikbudristek (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi) (S. Supriono, 2020). Adapun upaya lain yang dapat membantu untuk konservasi kuliner tradisional mendoan adalah dengan mengiklankannya. Berdasarkan studi sebelumnya dari Taat Kuspriyono, iklan dapat menjadi salah satu cara untuk memasarkan atau mempromosikan suatu produk (T. Kuspriyono, 2018). Sama halnya dengan mendoan, iklan dapat mempromosikan mendoan ini bahwa mendoan adalah salah satu kuliner tradisional dari Banyumas.

Kebudayaan kuliner tradisional di Banyumas sangat beragam, baik yang sudah terkenal atau yang belum dikenal oleh masyarakat. Dari banyaknya budaya kuliner tradisional Banyumas, Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (Dinporabudpar) Banyumas menyebutkan bahwa mendoan merupakan salah satu kuliner tradisional asli Banyumas yang juga sedang dalam konservasi sebagai kebudayaan kuliner tradisional Banyumas.

Iklan layanan masyarakat merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dapat digunakan untuk mengedukasi dan memengaruhi sikap serta perilaku masyarakat. Melalui pendekatan sinematografi dan storytelling yang menarik, diharapkan video ini dapat memberikan dampak positif dalam membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya melestarikan kuliner tradisional seperti mendoan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan observasi, wawancara, dan studi literatur. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pengrajin tempe di Banyumas serta staf Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Banyumas. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah video iklan layanan masyarakat tentang mendoan yang bertujuan untuk mengenalkan budaya Banyumas kepada masyarakat luas.

2. Teknik Pengumpulan Data

Observasi: Mengamati proses produksi mendoan dan interaksi masyarakat dengan kuliner tersebut.

- Wawancara: Melakukan wawancara dengan pengrajin tempe dan staf dinas kebudayaan.
- Dokumentasi: Mengumpulkan foto dan video terkait pembuatan mendoan.

Objek penelitian merupakan fokus dari sebuah penelitian, sedangkan subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang menjadi objek dari penelitian dan memberikan informasi untuk proses penelitian. Narasumber ini sangat penting dalam memberikan informasi tentang kondisi dan situasi dari

penelitian yang dilakukan (F. Gusman, P. Kurniasih, and Y. Hadiprawiro, 2022). Dengan begitu, Objek penelitian merujuk pada hal-hal yang menjadi fokus utama dalam video iklan tersebut. Dalam konteks ini, objek penelitian mencakup:

- Mendoan sebagai Makanan Tradisional

Penelitian akan berfokus pada mendoan, yang merupakan makanan khas Banyumas. Hal-hal yang dapat diteliti meliputi sejarah, cara pembuatan, variasi rasa, bahan baku, dan cara penyajian. Juga, penelitian bisa mengeksplorasi simbolisme makanan ini dalam budaya lokal, bagaimana mendoan menjadi identitas daerah, dan pentingnya dalam tradisi kuliner masyarakat Banyumas.

- Budaya Banyumas

Penelitian akan mengkaji bagaimana mendoan terhubung dengan budaya Banyumas secara keseluruhan, termasuk cara makanan ini menggambarkan nilai-nilai lokal, gaya hidup, dan kebiasaan masyarakat setempat. Hal ini bisa mencakup bagaimana makanan ini disajikan dalam acara tradisional, perayaan, atau kegiatan sosial di Banyumas serta sejarah bagaimana mendoan dapat tercipta. Subjek penelitian merujuk pada pihak atau individu yang terlibat atau menjadi objek utama yang mempengaruhi konten video tersebut.

ANALISIS DATA

Analisis data disini menggunakan SWOT. (Strenghts, Threats). Weakness, Opportunity, Metode ini dapat juga digunakan untuk menilai produk atau pesaing. Untuk melakukan analisis ini, pertama-tama ditentukan tujuan bisnis atau objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal, sementara peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal (Rizky kawasati, 2019).

USP (Unique Selling Proposition)

USP adalah keunggulan atau kelebihan suatu produk atau objek yang berfokus pada aspek teknis atau khas dari produk tersebut yang tidak dimiliki oleh pesaing lain. Keunggulan tersebut merupakan sesuatu yang dicari atau menjadi alasan konsumen untuk memilih produk tersebut karena memiliki ciri khas yang spesifik (Rizky kawasati, 2019).

POSITIONING

Positioning adalah proses pemahaman relatif dari suatu produk, merek, atau perusahaan oleh konsumen, dibandingkan dengan produk, merek, atau organisasi yang bersaing (Rizky kawasati, 2019). *Positioning* dapat diwujudkan melalui tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menawarkan nilai yang diakui dan dihargai oleh konsumen dalam segmen tertentu dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan begitu, *positioning video* iklan layanan masyarakat tentang mendoan sebagai budaya Banyumas ini ialah video yang menampilkan cerita yang masuk dan berhubungan dengan keseharian khalayak masyarakat. Dengan pembuatan video iklan layanan masyarakat tentang mendoan sebagai pengenalan budaya Banyumas ini penulis harap dapat menyampaikan pesan dan informasi yang bermanfaat.

Target Audiens

- Psikografis
Remaja hingga orang dewasa berusia 17 sampai 25 tahun.
- Geografis
Masyarakat local Banyumas serta pendatang dari luar daerah Banyumas atau dari kota lain yang menetap di Banyumas.
- Demografis
Berusia 17 sampai 25 tahun, berjenis kelamin perempuan dan laki-laki serta berstatus mahasiswa atau sudah bekerja.

HASIL DAN DISKUSI

Dari wawancara bapak mispan untuk upaya pengenalan mendoan yang sudah dilakukan ialah promosi melalui media sosial dan acara atau event dari DINPORABUDPAR Banyumas (Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyumas) dan Pesona Banyumas. Lalu pamflet-pamflet dari luar kota juga sudah mulai disebar luaskan untuk kepariwisataan kuliner khas daerah Banyumas.

Hasil dari observasi media sosial youtube, pada akun DINPORABUDPAR sendiri belum ada yang mengiklankan atau belum ada video tentang pengenalan tempe mendoan secara spesifik. Namun telah ada video yang mempromosikan wisata kuliner dan keindahan alamnya dan video promosi tersebut menggunakan Bahasa Inggris. Tempe mendoan juga masuk dalam video tersebut, namun hanya ditampilkan sekejap saja sebagai salah satu kuliner khas Banyumas. Dan ada video film pendek yang membahas tentang cerita pemuda penjual mendoan, namun ceritanya kurang merujuk ke mendoan, tetapi lebih ke pesan-pesan kehidupan.

Dan dari hasil observasi penelusuran pada media sosial youtube tentang kuliner dari daerah kebumen, penulis menemukan sebuah iklan layanan masyarakat yang memuat tentang kuliner khas Kebumen yaitu klanting. Dengan menampilkan beberapa pemeran yang sedang memakan klanting dan mengemukakan ulasan tentang klanting dan gagasannya tentang klanting. Dan isi iklan ini menjelaskan tentang keamanan, kualitas produksi, serta mengajak penonton untuk memakan klanting. Pada deskripsi videonya juga menjelaskan sejarah tentang klanting,

IDE DAN KONSEP DASAR

Ide dasar dari perancangan video iklan layanan masyarakat dimana tujuan utamanya ialah mengiklankan dan memperkenalkan mendoan sebagai

budaya kuliner Banyumas. Serta video iklan layanan masyarakat dapat menjadi medium pelestarian mendoan sebagai budaya Banyumas.

Konsep perancangan iklan layanan masyarakat tentang mendoan ini dapat dikategorikan sebagai iklan yang mengedukasi dan menghibur sekaligus membangkitkan rasa cinta terhadap budaya lokal. Iklan ini juga bisa memanfaatkan elemen storytelling yang menarik, dengan menggambarkan keseharian seorang pembuat tempe mendoan di Banyumas, sekaligus menyisipkan informasi yang lebih mendalam tentang sejarah mendoan.

SINOPSIS

Iklan ini mengisahkan keseharian seorang pengrajin tempe di Banyumas. Pengrajin ini sudah lama membuat tempe dan tempe untuk diolah menjadi mendoan, sebuah makanan khas daerah yang terbuat dari tempe tipis yang dibalut adonan tepung dan digoreng mendo atau setengah matang, disajikan dengan cara cepat. Mendoan telah menjadi bagian dari budaya dan identitas Banyumas, diwariskan turun-temurun.

Suatu pagi, di warung nasi tempat pengrajin mengirim pesanan, sepasang pembeli sedang duduk sambil menikmati makanannya. Mereka mulai berbicara tentang sejarah mendoan, penasaran tentang asal-usul makanan yang sedang mereka nikmati, ia menjelaskan bahwa mendoan berasal dari Banyumas dan sudah ada sejak lama, menjadi makanan khas yang terkenal di masyarakat Banyumas.

Tanpa sengaja, percakapan ini didengar oleh pengrajin tempe yang sedang menunggu pembayaran pesanan. Ia mendengar cerita itu, dan setelah dibayar, ia melanjutkan mengantar pesanan dan bertemu dengan seorang wanita muda yang merupakan anak dari pelanggan langganan tempe. Meskipun sedikit canggung, pengrajin itu dengan hati-hati mulai berbagi cerita yang baru ia dengar tentang mendoan, tentang asal-usul tempe yang

diproduksi oleh para petani Banyumas, dan dibuat tempe tipis yang dikhususkan untuk mendoan.

Struktur Tiga Babak

Tabel 1 Struktur 3 babak

B A B A K 1	Beginning	Perkenalan tokoh pengrajin tempe dengan kegiatannya membuat tempe mendoan mentah
	Inciting incident	Berkeliling Banyumas mengantar pesanan melewati bangunan-bangunan ikoniknya
	Plot point 1	Percakapan seseorang pada sebuah warung nasi yang sedang menunggu menu tempe mendoan
B A B A K 2	Ascending action	Namun lawan bicara menanyakan tentang mendoan kenapa mendoan digoreng setengah matang
	Midpoint	Disambut penjelasan dari orang tersebut
	Subplot	ikut mendengarkan
	Plot point 2	Sembari bengong sambil mendengarkan penjelasan orang tersebut Toni dikagetkan ibu pemilik warung makan tersebut
B A B A K 3	Climax	bergegas ke pesanan berikutnya yang merupakan pesanan dari wanita
	Descending action	menceritakan apa yang ia dengar di warung tadi tentang tempe mendoan kepada wanita tersebut
	End	Canda gurau dengan pemesannya

Sumber : Dokumentasi penulis

SKENARIO

Tabel 2 Skenario

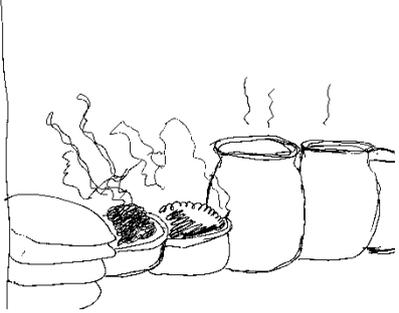
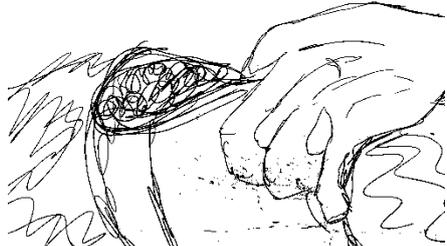
Keterangan	Durasi	Visualisasi	Audio
Int Judul	00:00 – 00:30	Menampilkan pabrik tempe dan Dika dan Toni memilah tempe	Instrument <i>background</i> , ambien, monolog audio
Ext	00:30 – 01:00	Naik motor berkeliling melewati pasar-pasar Menara pandang, alun-alun Banyumas.	Instrument <i>background</i> , monolog, ambien
Ext	01:00 – 01:05	Memastikan daftar pesanan di depan sebuah warung nasi	ambien
Int	01:05 – 01:25	Memberikan pesanan lalu melihat dan mendengar percakapan orang yang menunggu menu mendoan,	Instrument <i>background</i> , monolog, ambien
Int	01:25 – 01:35	Memperhatikan dengan serius	Instrument <i>background</i> , monolog, ambien
Int	01:35 – 01:45	Dikagetkan ibu pemilik warung nasi yang ingin membayar	monolog, ambien

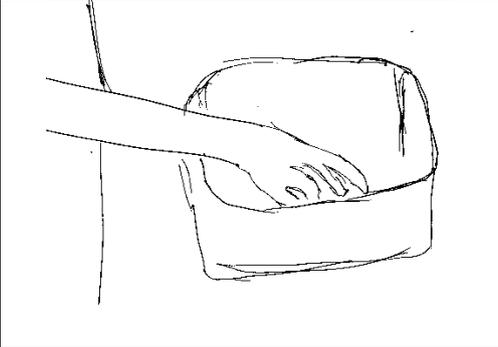
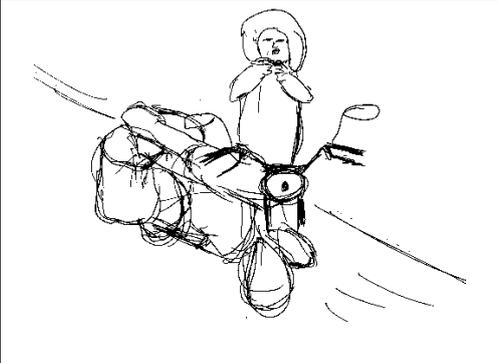
Ext	01:45 – 02:00	Di depan warung nasi memastikan pesanan berikutnya dan menyalakan motor dan lanjut ke pesanan berikutnya	Instrument <i>background</i> , monolog, ambien
Ext	02:00 – 02:05	Dika menunggu pemesannya keluar dari rumahnya	ambien
Ext	02:05 – 02:30	Dika kaget melihat yang keluar adalah anak perempuan dari pemesan, dengan gugup menyampaikan pesannya, lalu berbasa-basi tentang mendoan yang ia dengar di warung nasi tadi	Instrument <i>background</i> , monolog, ambien
Ext	02:30 – 02:50	Perempuan itu mendengarkan dengan antusias	Instrument <i>background</i> , monolog, ambien
Ext Pesan pesan	02:50 – 03:00	Percakapan Toni dengan pelanggannya	Instrument <i>background</i> , monolog, ambien

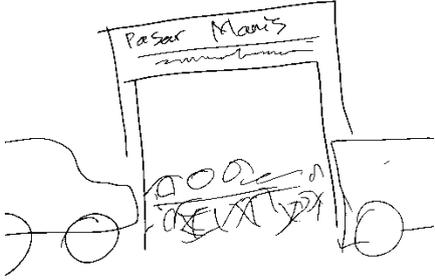
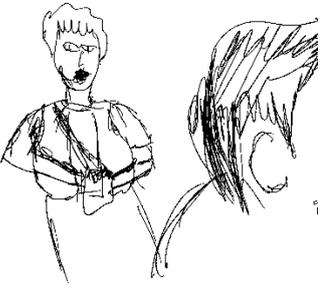
Sumber : Dokumentasi penulis

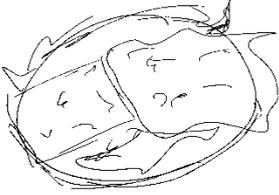
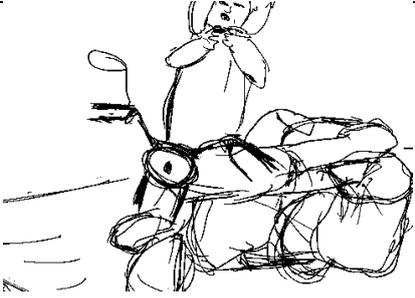
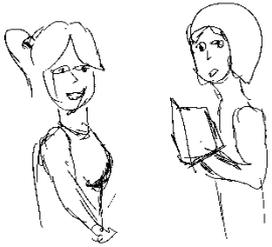
STORYBOARD

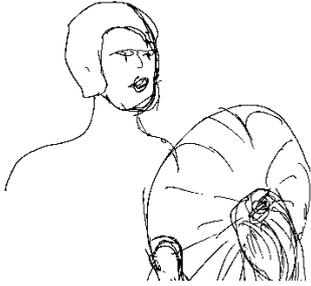
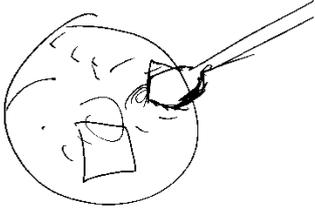
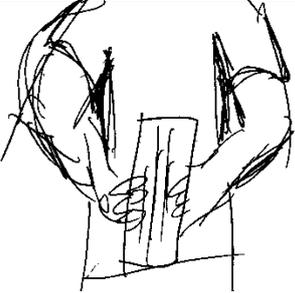
Tabel 3 Storyboard

Scene	Shot	On Board	Audio	Notes
Opening	1		Instrument, ambien, monolog	Long shot, still,
			Instrument, ambien, monolog	Close-up, still
			Instrument, ambien, monolog	Close-up, still
Scene 1	1		Dialog, monolog, ambien, instumen	Close-up, still

	2		Instrument, ambien, monolog	Close-up, still
	3		Instrument, ambien, monolog	Long shot, still
Scene 2	1		Instrument, ambien, monolog	Long shot, follow object
	2		Instrument, ambien, monolog	Long shot, follow object

	3		Instrument, ambien, monolog	Long shot, still
Scene 3	1		Monolog, ambien, instumen	Long shot, still
	2		Dialog, monolog, ambien, instumen	Medium shot, still
	3		Dialog, monolog, ambien, instumen	Medium shot, over the shoulder, still

	4		Monolog, ambien, instumen	Close-up, still
	5		Dialog, monolog, ambien, instumen	Medium shot, over the shoulder, still
	6		Dialog, monolog, ambien, instumen	Medium shot, still
	7		Monolog, ambien, instumen	Long shot, still
Scene 4, end	1		Dialog, monolog, ambien, instumen	Medium shot, still

	2		Dialog, monolog, ambien, instumen	Medium shot, over the shoulder, follow object
	3		Monolog, ambien, instumen	Close-up, still
	4		Monolog, ambien, instumen	Medium shot, over the shoulder, still
	5		Monolog, ambien, instumen	Close-up, still

	6		Monolog, ambien, instumen	Medium shot, over the shoulder, still
--	---	---	---------------------------------	---

Sumber : Dokumentasi penulis

VISUALISASI KARYA

MEDIA UTAMA



Gambar 1 Visualisasi karya
Sumber : Dokumentasi penulis

Media	: Digital Elektronik
Durasi	: 3:57 Menit
Ukuran	: 1920 x 1080
Format	: Mp4
Visualisasi	: Adobe Premiere Pro
Tema	: Pelestarian Budaya Kulier Banyumas
Realisasi	: Iklan Layanan Masyarakat
Tokoh	: Dika Arum Panggayuh, Aura Syahgita, Toni Gunawan.

MEDIA PENDUKUNG



Gambar 2 Visualisasi karya media pendukung poster

Sumber : Dokumentasi penulis

Media	: Digital Elektronik
Durasi	: 3:57 Menit
Ukuran	: 1920 x 1080
Format	: Mp4
Visualisasi	: Adobe Premiere Pro
Tema	: Pelestarian Budaya Kulier Banyumas
Realisasi	: Iklan Layanan Masyarakat
Tokoh	: Dika Arum Panggayuh, Aura Syahgita, Toni Gunawan.



Gambar 3 Visualisasi karya media pendukung Teaser
Sumber : Dokumentasi penulis

- Media : Digital elektronik
- Durasi : 15 detik
- Ukuran : 1920 x 1080
- Format : Mp4
- Visualisasi : Adobe Premiere Pro
- Tema : Berisikan cuplikan video utama ILM Mendoan
- Realisasi : Teaser Iklan Layanan Masyarakat



Gambar 4 Visualisasi karya media pendukung kaos
Sumber : Dokumentasi penulis



Gambar 5 Visualisasi karya media pendukung *keychain*
Sumber : Dokumentasi penulis

- Media : *Keychain* akrilik dan Kaos
- Ukuran *Keychain* : 6cm x 6cm
- Visualisasi : Berbentuk mendoan dan memuat barcode
- Realisasi : *keychain* yang memuat barcode mengarah ke media utama

KESIMPULAN

Perancangan video iklan layanan masyarakat ini memiliki tujuan utama untuk memperkenalkan dan melestarikan makanan sebagai bagian dari budaya kuliner Banyumas. Melalui pendekatan storytelling yang mengedukasi dan menghibur, iklan ini diharap berhasil menggabungkan elemen budaya, tradisi, dan kehangatan dalam interaksi antar karakter.

Secara keseluruhan, iklan ini diharap berhasil menyampaikan pesan yang sederhana namun penuh makna, mengajak penonton untuk lebih menghargai makanan tradisional dan memahami pentingnya pelestarian budaya kuliner lokal. Dengan durasi yang tepat dan distribusi melalui media sosial, diharapkan pesan ini dapat mencapai audiens yang lebih luas, terutama masyarakat Banyumas dan mereka yang tertarik dengan kekayaan budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Banyumas ; Sejarah, Budaya, Bahasa, dan Watak. (n.d.). Retrieved January 2, 2023, from

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=9QVnDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=banyumas&ots=Ju4g-3gGw3&sig=h4S1QmC7Ru2xVchan3WiUy61vwk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Gusman, F., Kurniasih, P., & Hadiprawiro, Y. (2022). Perancangan Film Dokumenter Kerajinan Kain Goni sebagai Pengembangan Produk Lokal Industri Kreatif Kota Bandung. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 4(2), 99–108. <https://doi.org/10.30998/vh.v4i2.5933>

Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 18(1), 59–66.

Rastuti, U., Diastuti, H., Sutarmin, S., & Purnomo, W. H. (2019a). Perencanaan Peningkatan Kapasitas Produksi Tepung Mendoan Instan. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 174–178.
<https://doi.org/10.31960/caradde.v2i2.291>

Rizky Kawasati. (2019). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. Center for Open Science. <http://dx.doi.org/10.31227/osf.io/cy9de>

Supriono, S. (2020). Pembangan Konservasi Wisata Budaya Melalui Wisata Even (Studi pada Pelaksanaan Festival Reyog Nasional di Kabupaten Ponorogo). *Profit*, 14(01), 69–74.
<https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.8>