

PERANCANGAN BUKU FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI SOTO KHAS PURBALINGGA

Reno Thaariq Nugroho¹ Galih Putra Pamungkas² Robert Hendra Yudianto³

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University Purwokerto, Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Selatan, Banyumas, Jawa Tengah 53147.
renothaariq@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Kuliner tradisional berpotensi untuk mempromosikan identitas daerah. Namun, kuliner khas Purbalingga, terutama lima jenis sotonya (Soto So, Soto Jatisaba, Soto Kriyik, Soto Klamud, dan Soto Bancar), belum banyak dikenal generasi muda karena minimnya promosi yang menarik. Perancangan ini bertujuan untuk merancang buku fotografi sebagai media promosi kuliner soto khas Purbalingga agar lebih dikenal luas, terutama oleh generasi muda. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, kuisioner, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buku fotografi mampu menghadirkan visual menarik dan informatif tentang kuliner soto khas Purbalingga, mulai dari bahan, keunikan soto, hingga sejarah singkatnya. Buku digital dipilih karena mudah diakses kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan preferensi generasi muda yang selalu dekat dengan teknologi. Dengan perancangan buku fotografi ini, diharapkan daya tarik dan promosi kuliner khas Purbalingga dapat meningkat, mendukung pelestarian budaya lokal, sekaligus mendorong pertumbuhan wisata kuliner daerah.

Kata Kunci: Buku Fotografi, Soto Khas, Promosi Kuliner, Generasi Muda.

Abstract: Traditional culinary arts hold great potential in promoting regional identity. However, Purbalingga's traditional cuisine — especially its five unique types of soto (Soto So, Soto Jatisaba, Soto Kriyik, Soto Klamud, and Soto Bancar)—remains relatively unknown among younger generations due to a lack of engaging promotion. This design project aims to create a photography book as a promotional medium to increase awareness of Purbalingga's signature soto, particularly among the youth. The methodology used is descriptive qualitative with SWOT analysis. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, and literature study. The results show that a photography book can provide visually appealing and informative content about Purbalingga's soto, including its ingredients, uniqueness, and brief history. A digital book format was chosen for its easy accessibility anytime and anywhere, aligning with the tech-savvy nature of younger audiences. Through this photography book, it is expected that the appeal and promotion of Purbalingga's

culinary heritage will be enhanced, supporting local cultural preservation and boosting regional culinary tourism.

Keywords: *Photography Book, Traditional Soto, Culinary Promotion, Young Generation.*

PENDAHULUAN

Kuliner tradisional merupakan salah satu bagian dari identitas budaya suatu daerah yang perlu dilestarikan dan dipromosikan dalam setiap generasi. Kuliner saat ini tidak hanya berbicara mengenai pemenuhan kebutuhan primer, namun sudah menjadi sebuah bisnis, *trend*, gaya hidup, sarana sosialisasi, membentuk identitas, alat diplomasi hingga kreativitas dan inovasi dalam sebuah pengolahan maupun penyajian (David A. Aaker, 2018). Salah satu contoh kuliner tradisional daerah adalah Soto. Purbalingga menjadi kota yang juga memiliki beragam soto khas yang menarik seperti Soto So, Soto Jatisaba, Soto Kriyik, Soto Bancar, dan Soto Klamud. Namun demikian, eksistensi soto khas Purbalingga masih kurang dikenal, khususnya oleh generasi muda. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor minimnya media promosi yang menarik dan sesuai dengan perkembangan teknologi serta gaya hidup modern saat ini. Dengan pola pemikiran masyarakat modern serta kemajuan teknologi menjadikan manusia menginginkan segala sesuatunya dengan serba instan (Alfora et al., 2023). Semakin maraknya kuliner modern di era saat ini dengan promosi yang menarik juga menjadi salah satu faktor soto khas daerah belum banyak diketahui.

Dari permasalahan tersebut, penulis membuat perancangan media promosi berupa buku fotografi sebagai upaya untuk menampilkan keunikan serta ciri khas dari visual soto khas Purbalingga. Buku fotografi menjadi suatu media yang digunakan suatu objek atau produk fotografi dengan menyajikan informasi penting untuk pengguna (Pratama & Jacky, 2022). Dipilihnya buku fotografi karena mampu menyampaikan informasi secara estetis dan komunikatif, serta sesuai

dengan preferensi visual generasi muda, salah satunya adalah kemudahan akses. Melalui pendekatan visual dan naratif, diharapkan media ini dapat menjadi sarana promosi yang efektif sekaligus berkontribusi dalam pelestarian kuliner tradisional daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan prosedur penelitian untuk mendapatkan data deskriptif seperti data verbal atau data non verbal dari seseorang serta perilaku yang dapat dilakukan pengamatan (Moleong, 2018). Kualitatif deskriptif dengan metode analisis SWOT untuk merancang buku fotografi sebagai media promosi soto khas Purbalingga. Objek penelitian menjadi persoalan utama yang akan diteliti dengan tujuan memperoleh data lebih teratur dan terperinci (Dayan, n.d.). Objek penelitian mencakup lima soto khas Purbalingga, yaitu Soto So, Soto Jatisaba, Soto Kriyik, Soto Bancar, dan Soto Klamud. Ema Sumiati menjelaskan bahwa subyek penelitian adalah seorang atau sesuatu yang dimanfaatkan agar memperoleh informasi atau keterangan yang valid dan berkaitan dengan sesuatu yang diteliti (Rahmadi, 2011). Terdiri atas pemilik atau pengelola warung soto, Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga, serta generasi muda sebagai target audiens utama.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi atau pengamatan merupakan aktivitas sehari-hari manusia dengan penggunaan panca indra (Morissan, 2017). Wawancara terstruktur menjadi teknik mendapatkan data jika penulis sudah mengetahui informasi apa yang akan didapatkan dengan memberi pertanyaan (Tersiana, 2018). Penyebaran kuisioner dilakukan karena kuisioner menjadi suatu alat pengumpulan data dengan memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh para responden (Sujarweni, 2019).

Dokumentasi dibutuhkan dalam tahap perancangan ini, dokumentasi dapat pula menjadi strategi yang digunakan untuk mendapatkan data serta informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, teks, angka dan gambar dalam bentuk laporan serta keterangan yang mampu menjadi pendukung penelitian (Sugiyono, 2018). Sehingga dokumentasi sangat diperlukan dalam perancangan ini.

Studi pustaka yaitu pengumpulan data dengan menelaah buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan memiliki keterkaitan langsung terhadap permasalahan yang akan diselesaikan (Nazir, 2013). Wawancara dilakukan kepada informan yang berkaitan langsung dengan objek perancangan yaitu para pemilik warung soto, sementara kuisisioner disebarakan kepada 174 responden yang mayoritas berusia 17 hingga 25 tahun. Seluruh data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan SWOT guna mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari media promosi yang digunakan (Rangkuti, 2006). Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam perancangan media visual yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi generasi muda saat ini.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar generasi muda belum mengenal kelima jenis soto khas Purbalingga selain Soto Bancar. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya promosi yang menarik serta terbatasnya eksistensi soto khas tersebut pada media digital. Para responden menyatakan ketertarikan untuk mencoba apabila tersedia informasi yang menarik serta didukung oleh visual yang menggugah selera.

Berdasarkan data lapangan, ditemukan keunikan masing-masing jenis soto, seperti penggunaan daun so, kerupuk cantir, kecap produksi sendiri, penggunaan bumbu kacang, mangkuk dan isian dari kelapa muda, hingga penambahan kriyik kentang yang kriuk. Informasi tersebut kemudian diolah

dalam bentuk buku fotografi digital yang menonjolkan visual soto sebagai daya tarik utama. Perancangan dilakukan dengan menerapkan gaya desain modern *minimalist*. Penggunaan *layout picture window* dimana visual lebih mendominasi daripada teks (Hendratman, 2014). Dimana sesuai dengan kebutuhan buku fotografi yang mengutamakan visual.

James Craig seorang ahli tipografi dalam bukunya "*Designing with Type*", menyatakan bahwa dalam desain modern, *white space* membantu menciptakan kesan keterbacaan yang mudah dan memfokuskan perhatian pada elemen penting (Aprillia & Kusumandyoko, 2021). Warna-warna tradisional ataupun warna pada kuliner seperti kuning dan coklat digunakan dalam perancangan ini. Warna coklat pada elemen desain akan menciptakan kesan hangat dan nyaman (Hazim, 2016). Warna kuning dipilih pada desain karena warna ini dapat mempengaruhi persepsi dan juga emosi (Darmaprawira, 2002). Kemudian untuk warna teks yaitu hitam karena warna tersebut netral dan tingkat keterbacaan yang tinggi dengan latar berwarna putih (Lupton, 2010). *Font sans serif* untuk tingkat keterbacaan yang tinggi dengan desain modern (Anggriani S & Nathalia, 2018). Sehingga pembaca akan lebih nyaman dan tidak ketinggalan zaman.

1. Media Utama

1.1 Buku Digital



Gambar 1.1 Buku Digital
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2. Media Pendukung

2.1 Buku Cetak



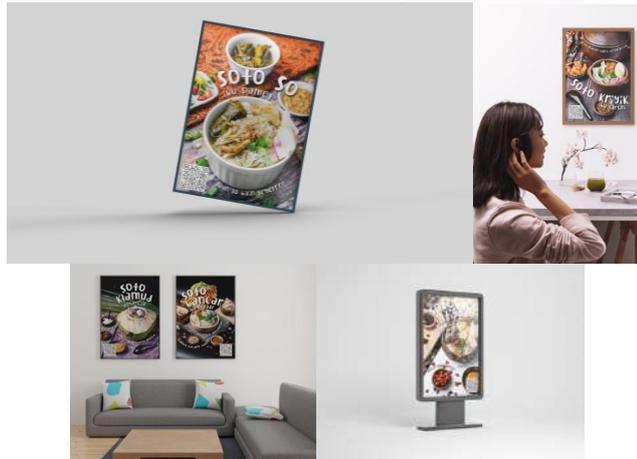
Gambar 1.2 Buku Cetak
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.2 Instagram



Gambar 1.3 Instagram
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.3 Poster



Gambar 1.4 Poster
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.4 X-Banner



Gambar 1.5 X-Banner
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.5 Tumbler



Gambar 1.6 Tumbler
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.6 Tote Bag



Gambar 1.7 Tote Bag
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.7 T-Shirt



Gambar 1.8 T-Shirt
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.8 Kalender



Gambar 1.9 Kalender
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.9 Sticker



Gambar 1.10 Sticker
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2.10 Ambient Media



Gambar 1.11 *Ambient Media*
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

KESIMPULAN

Dalam perancangan ini penulis telah melakukan berbagai tahapan, yaitu observasi, wawancara, kuisisioner, dan pengumpulan dokumentasi berupa foto. Berdasarkan data, ditemukan bahwa generasi muda masih belum mengetahui soto khas Purbalingga, kurangnya promosi membuat soto khas Purbalingga jarang muncul di media.

Buku fotografi soto khas Purbalingga dirancang berdasarkan *positioning* menanamkan citra dan bukti bahwa Purbalingga juga memiliki soto dengan potensi menarik dan berciri khas. Menggunakan konsep modern *minimalist*, dengan teknik *white space* menciptakan kesan *minimalist*. Pengaplikasian *font sans serif* memberi kesan modern. Serta *layout picture window* dimana visual lebih mendominasi agar pembaca dapat lebih fokus melihat visual.

Buku fotografi ini menyajikan lima visual soto khas Purbalingga dengan pendekatan *food photography*, serta informasi terkait sejarah, keunikan, komposisi, harga, alamat, jam operasional, dan kontak. Buku digital sebagai media utama akan dipublikasikan di *heyzine* dan *website* resmi Dinporapar Purbalingga. Sebagai bentuk mendukung promosi buku fotografi digital, maka dirancang media pendukung berupa buku cetak, konten *Instagram*, poster, *x-banner*, *tumbler*, *tote bag*, *t-shirt*, kalender, *sticker*, dan *ambient media* yang akan dipublikasikan di kantor Dinporapar Purbalingga serta *event* Purbalingga Fair 2025.

Daftar Pustaka

- Alfora, D., Saori, E., & Fajriah, L. N. (2023). Pengaruh konsumsi makanan cepat saji terhadap gizi remaja. *FLORONA : Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 2(1), 43–49. <https://doi.org/10.55904/florona.v2i1.688>
- Anggriani S, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual : Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (I. Fibrianti (ed.); Cet. 5). Penerbit Nuansa.

- Aprillia, V. P., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Perancangan Buku Food Photography Kuliner Tradisional Khas Surabaya. *Jurnal Barik*, 3(1), 145–156. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna : Teori dan Kreativitas Penggunaanya*. ITB.
- David A. Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Dayan, A. (n.d.). *Pengantar Metode Statistik Deskriptif* (Cetakan 2). Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi & Sosial.
- Hazim, M. . (2016). *Warna Surga : Mewarnai untuk Dewasa* (Cetakan 1). Pustaka Alvabet.
- Hendratman, H. (2014). *Computer Graphic Design* (Edisi 2). InformatikaTelkom University Bandung.
- Lupton, E. (2010). *Thinking With Type : A Critical Guide For Designers, Writers, Editors, & Students* (3rd Editio). Princeton Architectural Press.
- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (Revisi 38). PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei* (Cetakan 5). PT. Fajar Interpretama Mandiri.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian* (R. Sikumbang (ed.); Cetakan 8). Ghalia Indonesia.
- Pratama, J., & Jacky, J. (2022). Perancangan dan Pengembangan Buku Foto Dokumentasi Budaya Non-Islam di Bumi Melayu Menggunakan Metode R&D. *Jurnal Desain*, 9(3), 355. <https://doi.org/10.30998/jd.v9i3.11469>
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metode Penelitian* (Syahrani (ed.); Cetakan 1). Antasari Press.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Cetakan 1). PT. Pustaka Barupress.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian* (S. Adams (ed.); Cetakan 1). Start Up.