PERANCANGAN BUKU INTERAKTIF
PENGENALAN 17 JENANG KHAS SURAKARTA UNTUK ANAK USIA 10-12 TAHUN

LIDWINA ADIANI WIBOWO

10.13.0047

PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul:
PERANCANGAN BUKU INTERAKTIF
PENGENALAN 17 JENANG KHAS SURAKARTA UNTUK ANAK USIA 10-12 TAHUN

Nama: Lidwina Adiani Wibowo
NIM: 10.13.0047
Program Studi: Desain Komunikasi Visual
Fakultas: Arsitektur dan Desain
Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, Juli 2014

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain	Kaprogdi Desain Komunikasi Visual	Koordinator ProyekAkhir DKV
Ir. Tri Hesti Mulyani, M.T	Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T	Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T
NIDN. 0611086201	NIDN. 0627066701	NIDN. 0627066701

HALAMAN PENGESAHAN

Judul:
PERANCANGAN BUKU INTERAKTIF
PENGENALAN 17 JENANG KHAS SURAKARTA UNTUK ANAK USIA 10-12 TAHUN

Nama: Lidwina Adiani Wibowo
NIM: 10.13.0047
Program Studi: Desain Komunikasi Visual
Fakultas: Arsitektur dan Desain
Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, Juli 2014

Menyetujui,

Pembimbing

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T
NIDN. 0627066701

Penguji I	Penguji II	Penguji III
Ir. BPR. Gandhi, M.SA	Drs. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.	Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T
NIDN. 0601035401	NIP. 19960404 1992031002	NIDN. 0627066701

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: Lidwina Adiani Wibowo
NIM: 10.13.0047
Program Studi: Desain Komunikasi Visual
Fakultas: Arsitektur dan Desain
Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Judul:
PERANCANGAN BUKU INTERAKTIF
PENGENALAN 17 JENANG KHAS SURAKARTA UNTUK ANAK USIA 10-12 TAHUN

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan/atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, Juli 2014

Lidwina Adiani Wibowo

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat dan kuasa-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perancangan dan penyusunan makalah yang berjudul "Perancangan Buku Interaktif Pengenalan 17 Jenang Khas Surakarta kepada anak-anak usia 10-12 tahun" ini dengan baik dan tepat waktu meski terhalang beberapa kendala, baik waktu maupun sarana. Proses penyelesaian ini tentu tidak terlepas dari bantuan banyak pihak dan dukungan dari orang-orang sekitar saya yang selalu menyemangati.

Perancangan ini merupakan bentuk cinta dan kepedulian saya terhadap kota kelahiran, Solo, yang memiliki banyak potensi dan kekayaan budaya yang patut untuk digali dan dilestarikan dari generasi ke generasi. Jenang sendiri merupakan jajanan khas Keraton Surakarta yang memiliki banyak filosofi menarik untuk diperkenalkan kepada generasi muda kita, anak-anak penerus warisan budaya.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dari awal sampai selesainya perancangan ini, yaitu:

1. Tuhan Yesus dan orangtua saya, yang memberikan dukungan dan semangatnya agar saya cepat menyelesaikan studi.
2. Kaprogdi DKV serta pembimbing saya, Ir. Robert Rianto Widjaja, yang membimbing langkah saya dalam mengerjakan proyek ini dari awal hingga akhir.
3. Para dosen-dosen Desain Komunikasi Visual, baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan dan menyumbang ide untuk saya: Pak Bayu, Pak Dicky, Pak Adi, dan dosen lainnya.
4. Narasumber dari Omah Sinten, Ibu Lea yang mau saya repotkan dengan memberikan data-data jenang ini. Ibu Tipuk, selaku juru masak keraton yang banyak bercerita mengenai makanan keraton. Tika, dan neneknya yang memberi informasi mengenai keraton.
5. Kepala Sekolah SD Pangudi Luhur Surakarta, SD Kanisius, dan SD Marsudirini Surakarta yang telah membantu saya dalam menyebarkan kuesioner guna pencarian data.
6. Keluarga (mami, papi, dan kakak), teman-teman seperjuangan dalam mengerjakan Proyek Akhir, Andrey, Anti, Vania, Rizka, Cia, dan Alfons sebagai ketua kelas yang menjadi sumber informasi mengenai Proyek Akhir ini.
7. Dan seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungannya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa apa yang dibuat ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran membangun yang berguna bagi buku interaktif ini dan bagi Kota Solo tercinta.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	2.2.1 Teori Mengenai Minat Baca	9
HALAMAN PENGESAHAN	ii	2.2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat Baca	9
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv	2.2.1.2 Menumbuhkan Minat Baca	10
KATA PENGANTAR	v	2.2.2 Macam Buku Interaktif	10
ABSTRAK	vi	2.2.3 Teori Perkembangan Anak	11
DAFTAR ISI	vii	2.2.3.1 Perkembangan Keterampilan Motorik	11
DAFTAR GAMBAR	ix	2.2.3.2 Perkembangan Kognitif	11
DAFTAR TABEL	x	2.2.3.3 Perkembangan Minat	12
DAFTAR LAMPIRAN	xii	2.2.3.4 Perkembangan Komunikasi dan Bahasa	12
		2.2.3.5 Perkembangan Kepribadian	12
BAB I PENDAHULUAN	**1**	2.2.4 Teori Komunikasi Visual	12
1.1 Latar Belakang Masalah	1	2.2.4.1 Desain Komunikasi Visual	12
1.1.1 Kota Surakarta	1	2.2.4.2 Teori Psikologi Warna	12
1.1.2 17 Jenang Surakarta	1	2.2.4.3 Teori Komposisi dan *Layout*	12
1.1.3 Surakarta sebagai Kota Layak Anak (KLA)	6	2.2.4.4 Teori Tipografi	13
1.1.4 Minat Membaca	6	2.2.4.5 Teori Ilustrasi	13
1.2 Identifikasi Masalah	7	2.2.4.6 Audio-Visual	13
1.3 Pembatasan Masalah	7	2.2.5 Teori Komunikasi Massa	13
1.4 Perumusan Masalah	7	2.2.6 AISAS	14
1.5 Tujuan Penelitian	7	2.2.7 *Unique Selling Proposition* (USP)	14
1.6 Manfaat Penelitian	7	2.3 Kajian Pustaka	15
1.6.1 Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual	7	2.3.1 Anak-anak sebagai penerus warisan budaya	15
1.6.2 Bagi Anak usia 10-12 tahun	7	2.3.2 Minat dan membaca	15
1.6.3 Bagi Orangtuan Anak 10-12 tahun	7	2.4 Studi Komparasi	15
1.7 Metode Penelitian	7		
1.8 Sistematika Penulisan	8	**BAB III STRATEGI KOMUNIKASI**	**17**
		3.1 Analisis	17
BAB II TINJAUAN UMUM	**9**	3.1.1 Kuesioner kepada anak usia 10-12 tahun	17
2.1 Kerangka Berpikir	9	3.1.2 Data mengenai 17 Jenang	20
2.2 Landasan Teori	9	3.2 Sasaran Khalayak (*Target Audience*)	22

3.2.1 Sasaran Primer 22
3.2.1.1 Demografis 23
3.2.1.2 Psikografis 23
3.2.1.3 Tingkah Laku 23
3.2.2 Sasaran Sekunder 23
3.3 Strategi Komunikasi 23
3.3.1 *Creative Brief* 23
3.3.2 AISAS 24
3.3.2.1 *Attention* 24
3.3.2.2 *Interest* 24
3.3.2.3 *Search* 24
3.3.2.4 *Action* 24
3.3.2.5 *Share* 24
3.3.3 Tema Buku 24
3.3.4 Judul Buku 24
3.3.5 *Unique Selling Proposition* (USP) 24
3.3.6 Strategi Media 24
3.3.6.1 Objektif Media 24
3.3.6.2 Pendekatan Media 25
3.3.6.3 *Timeline* 25
3.3.6.4 Anggaran 25

BAB IV STRATEGI KREATIF 26
4.1 Konsep Visual 26
4.1.1 Warna 26
4.1.1.1 Logo 26
4.1.1.2 Karakter 26
4.1.2 Tipografi 27
4.1.3 Bentuk 27
4.2 Konsep Verbal 27
4.2.1 Alur Cerita 27
4.2.2 Gaya Bahasa 29
4.2.3 Logo 29
4.2.4 Karakter 29
4.2.5 Strategi Promosi Buku 30
4.2.5.1 Poster 30
4.2.5.2 *Bumper* 30
4.2.5.3 *Banner* 30
4.2.5.4 *Flyer* 30
4.2.5.5 *Roadshow* 30
4.2.5.6 *Website* 30
4.2.5.7 *Launching* 30
4.2.5.8 *Merchandise* dan *Stationary* 30
4.3 Visualisasi Desain 30
4.3.1 Buku 30
4.3.1.1 *Cover* Buku 30
4.3.1.2 Isi Buku 31
4.3.1.3 Katu Kuartet 32
4.3.2 Roadshow 33
4.3.3 Launching 33
4.3.3.1 Booth 33
4.3.3.2 Buku Resep 34
4.3.4 Promosi 35
4.3.4.1 Poster 35
4.3.4.2 Bumper 35
4.3.4.3 Banner 35
4.3.4.4 Flyer 35
4.3.4.5 Website 36
4.3.4.6 Merchandise dan Stationary 36

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 37
5.1 Kesimpulan 37
5.2 Saran 37
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Wilayah Kota Surakarta	1	Gambar 2.9 Buku jenis *lift-a-flap*	16
Gambar 1.2 Gambar Jenang Abrit-Pethak	2	Gambar 2.10 Buku Penemuan Roti	16
Gambar 1.3 Gambar Jenang Lang	2	Gambar 4.1 Warna yang digunakan dalam logo	26
Gambar 1.4 Gambar Jenang Saloko	2	Gambar 4.2 Warna yang digunakan dalam karakter	26
Gambar 1.5 Gambar Jenang Manggul	2	Gambar 4.3 Tipografi yang digunakan dalam perancangan	27
Gambar 1.6 Gambar Jenang Suran	3	Gambar 4.4 Bentuk dasar	27
Gambar 1.7 Gambar Jenang Timbul	3	Gambar 4.5 Alur Sederhana	28
Gambar 1.8 Gambar Jenang Grendul	3	Gambar 4.6 Plot	29
Gambar 1.9 Gambar Jenang Sumsum	3	Gambar 4.7 Logo	29
Gambar 1.10 Gambar Jenang Lahan	4	Gambar 4.8 Karakter	29
Gambar 1.11 Gambar Jenang Pati	4	Gambar 4.9 Visualisasi dasar bentuk	29
Gambar 1.12 Gambar Jenang Kolep	4	Gambar 4.10 Cover buku	30
Gambar 1.13 Gambar Jenang Ngangrang	4	Gambar 4.11 Isi Buku	32
Gambar 1.14 Gambar Jenang Taming	5	Gambar 4.12 Kartu Kuartet	32
Gambar 1.15 Gambar Jenang Lemu Mawi Sambel Goreng	5	Gambar 4.13 *Item Roadshow*	33
Gambar 1.16 Gambar Jenang Koloh	5	Gambar 4.14 Kertas Lipat	33
Gambar 1.17 Gambar Jenang Katul	5	Gambar 4.15 *Booth*	33
Gambar 1.18 Gambar Jenang Warni4	6	Gambar 4.16 Cover Buku Resep	34
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	9	Gambar 4.17 Isi Buku Resep	35
Gambar 2.2 Buku *Pop-up*	10	Gambar 4.18 Poster Promosi	35
Gambar 2.3 Buku *Lift a flap*	10	Gambar 4.19 *Storyboard Bumper*	35
Gambar 2.4 Buku *Touch and Feel*	11	Gambar 4.20 Banner Promosi	35
Gambar 2.5 Buku *Pull Tab*	11	Gambar 4.21 *Flyer* Promosi	36
Gambar 2.6 Buku *Play a song/Play a sound*	11	Gambar 4.22 Website	36
Gambar 2.7 Model AISAS dari Dentsu	14	Gambar 4.23 *Merchandise*	36
Gambar 2.8 Buku *Wow Amazing* Series Mizan	15	Gambar 4.24 *Stationary*	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Usia Responden 17

Tabel 3.2 Tabel Uang Jajan Responden 17

Tabel 3.3 Tabel Frekuensi Jajan Responden 17

Tabel 3.4 Tabel apakah responden tahu bahwa jajanan kurang sehat 18

Tabel 3.5 Tabel apakah responden pernah mencoba jajan pasar 18

Tabel 3.6 Tabel apakah responden sering membaca buku 18

Tabel 3.7 Tabel apakah responden lebih tertarik buku warna-warni daripada hitam putih 19

Tabel 3.8 Tabel Apakah ukuran huruf yang besar memudahkan responden dalam membaca 19

Tabel 3.9 Tabel apakah responden lebih tertarik buku dengan gambar timbul daripada yang tidak 19

Tabel 3.10 Tabel apakah responden lebih tertarik buku dengan gambar daripada buku isi tulisan saja 19

Tabel 3.11 Tabel apakah responden lebih tertarik membaca isi buku jika sampul menarik 19

Tabel 3.12 Tabel jenis gambar yang disukai responden 20

Tabel 3.13 Tabel font yang mudah dibaca responden 20

Tabel 4.1 Pembagian jenang sesuai maknanya 28

Tabel 4.2 Pengembangan alur cerita 28

DAFTAR LAMPIRAN

L.1: Foto Observasi Jajanan di SD 38

L2: Kuesioner 39

L.3: Surat Survei SD Kanisius Keprabon 2 Surakarta 40

L.4: Surat Survei Omah Sinten Surakarta 40

L.5: Surat Survei SD Marsudirini Surakarta 41

L.6: Surat Survei SD Pangudi Luhur Surakarta 41

L.7: Lembar Asistensi 42

L.8: Lembar Asistensi 42

ABSTRAK

Kota Surakarta merupakan kota yang memiliki peninggalan budaya berupa keraton, yang menjadi cikal bakal lahirnya Kota Surakarta. Dalam perpindahan menuju Surakarta dari Kartasura, terdapat makanan khas berupa 17 jenang yang menjadi simbol perpindahan dan kelahiran Kota Surakarta. 17 Jenang tersebut adalah: Abrit Pethak, Lang, Saloko, Manggul, Suran, Timbul, Grendul, Sumsum, Lahan, Pati, Kolep, Ngangrang, Taming, Lemu, Koloh, Katul, dan Warni 4. Kini, jenang tersebut kembali diangkat melalui Festival Jenang Surakarta setiap tanggal 17 Februari.

Sayangnya, pengangkatan jenang kurang efektif, kurang dikenalkan filosofi dan keunikan tersendiri dari masing-masing jenang. Ditambah dengan fakta bahwa anak-anak Surakarta kurang menyukai jenang dan lebih memilih makanan modern, penulis ingin menyuguhkan suatu bacaan yang tidak membosankan untuk anak-anak mengenai 17 jenang ini. Jenang yang merupakan kuliner warisan Surakarta, dianggap kuno dan kurang menarik. Maka, pengenalan jenang dilakukan dengan bentuk cerita untuk pengenalan makna dan keunikan masing-masing jenang.

Metode yang digunakan antara lain dengan studi pustaka, wawancara, studi bentuk dan karakter, serta membagikan kuesioner kepada target sasaran agar mengerti *insight* mereka. Semua itu dipadukan agar mendapatkan ide kreatif dan strategi dalam perancangan ini.

Didasari metode dan alasan tersebut, penulis menemukan bahwa media yang tepat bagi anak-anak adalah buku interaktif. Buku yang menjadi sarana pengenalan ini dibuat interaktif agar anak-anak tidak bosan saat membacanya. Mengingat di era modern ini, anak-anak lebih memilih gadget daripada buku. Selain itu, direncanakan juga strategi dalam *launching* buku agar pemasaran buku dapat menjadi maksimal.

Dalam pembuatan buku ini, wujud asli jenang dibuat menjadi karakter manusia yang hidup sesuai dengan ciri khas nya masing-masing. Semua proses desain dilakukan melalui design thinking dan berbagai studi. Pembuatannya tidak hanya mementingkan aspek estetik tetapi juga dilengkapi dengan konsep. Hal ini berkaitan dengan ilmu DKV bahwa desain tidak hanya indah, namun juga dilakukan dengan rangkaian proses berpikir.

Kata kunci: kota Surakarta, 17 jenang Surakarta, kuliner warisan, buku interaktif

Surakarta is a city having keraton as cultural heritage, which is a pioneer of birth of Surakarta. When the capital is moved from Kartasura to Surakarta, a traditional food of 17jenang is used as the symbol of movement and birth of Surakarta. The 17 jenangs are Abrit Pethak, Lang, Saloko, Manggul, Suran, Timbul, Grendul, Sumsum, Lahan, Pati, Kolep, Ngangrang, Taming, Lemu, Koloh, Katul, and Warni 4. Now these jenang is reenacted through Surakarta Jenang Festival every 17 February.

Unfortunately, these usage of jenang seems to be less effective, its philosophy and uniqueness is less known well. Added with the fact that Surakarta's children prefer modern food to jenang, the author want to present an interesting reading for kids about these 17 jenang. While jenangs are Surakarta culinary heritage, people still think them as old and uninteresting. Hence, this work is presenting an interesting book that will attract people attention and interest toward meaning and uniqueness of each jenang.

The method used in this work are literature study, subject interview, form and character study, and distributing questionnaires to target to understand their insight. All are combined to obtain creative ideas and strategies in the forming of this work.

Based on the methods and these reasons, the authors found that the right media for children is an interactive book. The book is designed as interactive media to make it interesting and less boring, since in this age kids prefer digital gadget to book. Additionally, strategy in this book launching is planned to make its marketing to be maximized to reach wider audience.

In the making of this book, jenang's original form are made into human character that lives according to its uniqueness. All the design process is done through design thinking and by various studies. The design is not only concerned with the aesthetics aspects, but also comes with the concepts. This is related with Visual Communication Design's knowledge, which the design is not only beautifully looked, but also done with a chain of thinking processes.

Keyword: Surakarta city, 17 Surakarta's jenang, heritage culinary, interactive book

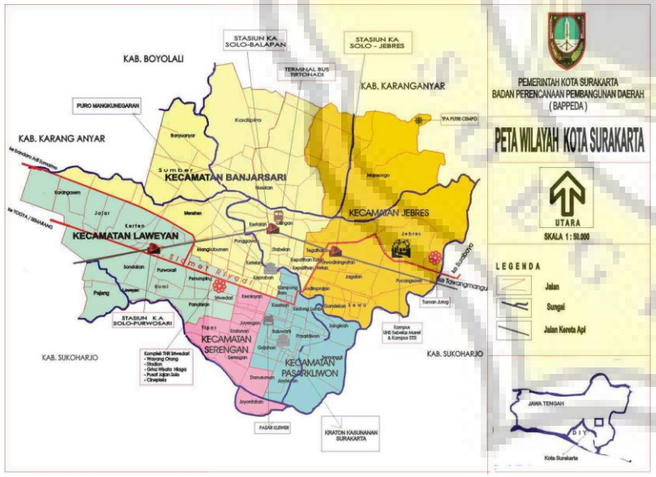
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

1.1.1 Kota Surakarta

Kota Surakarta merupakan sebuah kota yang terletak di Propinsi Jawa Tengah. Kadang-kadang, orang menyebutnya dengan nama 'Solo' yang merupakan nama lain dari desa Sala dimana cikal bakal kota ini berasal. Kota Surakarta memiliki banyak budaya seperti Yogyakarta karena adanya keraton yang berlokasi di kedua wilayah. Oleh karena itu, banyak seni dan tradisi yang dapat berkembang dengan baik di kota ini. Luas wilayah Surakarta 44,05 kilometer persegi, dan terbagi atas 5 kecamatan dan 51 kelurahan. (Ensiklopedi Nasional Indonesia, 1991)

Kota Surakarta terbentuk berdasarkan penetapan Pemerintah tahun 1946 Nomor 16/SD, yang diumumkan pada tanggal 15 Juli 1946 dengan berbagai pertimbangan faktor-faktor histories sebelumnya, kemudian ditetapkanlah tanggal 16 Juni 1946 tersebut Pemerintah Daerah Kota Surakarta. Secara *de facto*, sejak tanggal 16 Juni 1946 tersebut Pemerintah Daerah Kota Surakarta berhak mengatur dan mengurus rumah tangga sendiri, sekaligus menghapus kekuasaan kerajaan Kasunanan dan Mangkunegaran.



Gambar 1.1: Peta Wilayah Kota Surakarta

Sumber: BAPPEDA Kota Surakarta

Kota Surakarta didirikan tahun 1745, dimulai dengan pembangunan Keraton Kasunanan sebagai ganti Keraton di Kartasura yang hancur akibat pemberontakan Raden Mas Garendi (Sunan Kuning) yang didukung orang-orang Tionghoa guna melawan kekuasaan Paku Buwono (PB) II yang bertahta di Kartasura tahun 1742 (Geger Pacinan). Sunan Kuning dibantu oleh kerabat-kerabat Keraton yang tidak setuju terhadap sikap Paku Buwono II yang ingkar janji terhadap pasukan Tionghoa dengan mengadakan kerjasama dengan Belanda.

Pada tahun 1745, dengan berbagai pertimbangan, Paku Buwono II memilih Desa Sala – sebuah desa di tepi sungai Bengawan Solo – sebagai daerah yang dirasa tepat untuk membangun istana yang baru. Sejak Saat itulah, desa Sala segera berubah menjadi Surakarta Hadiningrat. Secara resmi, keraton mulai ditempati pada tanggal 17 Februari 1745 (atau Rabu Pahing 14 Sura 1670 Penanggalan Jawa, Wuku Landep, Windu Sancaya). Oleh karena itu, ulangtahun kota Surakarta ditetapkan setiap tanggal 17 Februari. (Ensiklopedi Nasional Indonesia, 1991)

1.1.2 17 Jenang Surakarta

Jenang merupakan bahasa Jawa dari bubur. Bubur sendiri merupakan makanan lembek dan berair yang dibuat dari beras, kacang-kacangan, dan lain sebagainya yang direbus (kbbi.web.id). Eksistensi jenang sendiri sudah ada pada masyarakat Jawa (khususnya Solo) pada jaman Hindu, pada era Walisongo hingga saat ini. Jenang merupakan simbol ungkapan rasa syukur manusia kepada sang pencipta. Bersyukur atas karunia yang telah menghidupi manusia dari lahir hingga meninggal. (Yayasan Jenang Indonesia, 2014)

Dalam perpindahan menuju keraton Surakarta dari keraton Kartasura, ditandai dengan diaraknya 17 macam jenang dari bekas keraton di Kartasura ke Surakarta (Yayasan Jenang Indonesia,2014), yaitu:

1. Jenang Abrit Pethak

Gambar 1.2: Gambar Jenang Abrit Pethak

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Merupakan jenang yang terbuat dari beras putih (*pethak*). Dan untuk mendapat warna merah (*abrit*), digunakan gula jawa yang dicampurkan dengan bubur beras.

2. Jenang Lang

Gambar 1.3: Gambar Jenang Lang

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang Lang merupakan jenang yang terbuat dari bahan dasar tepung beras. Lalu disiram dengan air kelapa. Teksturnya kental namun sedikit encer karena siraman air kelapa tersebut.

3. Jenang Saloko

Gambar 1.4: Gambar Jenang Saloko

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang Saloko terbuat dari bahan utama tepung beras yang dicampur santan beberapa bumbu sehingga rasanya gurih. Warnanya hanya putih saja.

4. JenangManggul

Gambar 1.5: Gambar Jenang Manggul

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang Manggul merupakan jenang yang terbuat dari beras dan kecambah. Tampak terlihat kecambah di antara jenang beras.

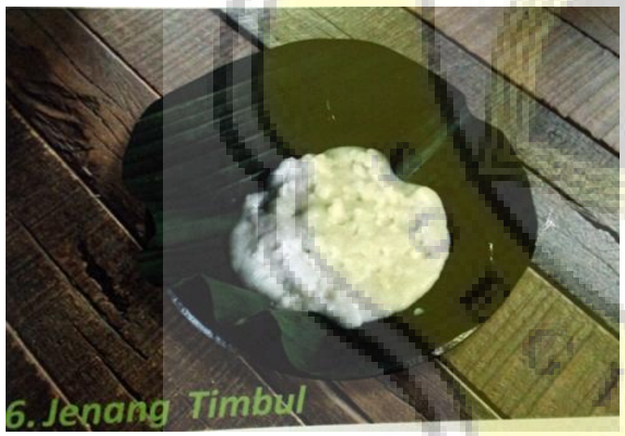
5. Jenang Suran

Gambar 1.6: Gambar Jenang Suran

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Bahan dasar Jenang Suran adalah beras. Lalu dalam penyajiannya diberikan lauk-pauk pendamping seperti perkedel kentang, telur dadar, klengkam, sambal goreng, lalapan timun, dan daun kemangi.

6. Jenang Timbul



Gambar 1.7: Gambar Jenang Timbul

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang Timbul merupakan jenang dari tepung beras. Bahannya sama dengan Jenang Saloko, namun dalam penyajiannya, jenang ini perlu *dicocoh* agar jenang menjadi 'timbul' seperti muncul gumpalan-gumpalan kecil

7. Jenang Grendul

Gambar 1.8: Gambar Jenang Grendul

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Kuah yang putih terbuat dari tepung beras dan santan. Jenang grendul berwarna cokelat terbuat dari tepung ketan dan gula jawa.

8. Jenang Sumsum

Gambar 1.9: Gambar Jenang Sumsum

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Terbuat dari tepung beras dan santan yang dimasak menjadi bubur, lalu disajikan dengan *juruh* (gula jawa cair).

9. Jenang Lahan

Gambar 1.10: Gambar Jenang Lahan

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang yang terbuat dari beras yang dilembekkan. Seperti jenang Manggul namun tanpa kecambah.

10. Jenang Pati

Gambar 1.11: Gambar Jenang Pati

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang yang terbuat dari tepung kanji (pati) dan ubi yang dimasak dengan gula jawa.

11. Jenang Kolep

Gambar 1.12: Gambar Jenang Kolep

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang yang terbuat dari tepung beras, lalu dicoret dengan pewarna 4 macam (merah, kuning, hijau, dan hitam).

12. Jenang Ngangrang

Gambar 1.13: Gambar Jenang Ngangrang

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang ini terbuat dari beras ketan yang diberi gula jawa sehingga berwarna merah kecoklatan.

13. Jenang Taming

Gambar 1.14: Gambar Jenang Taming

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang Taming merupakan perpaduan dari jenang pati, jenang sumsum, jenang grendul, dan jenang lang.

14. Jenang Lemu mawi Sambel Goreng

Gambar 1.15: Gambar Jenang Lamu mawi Sambel Goreng

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang lemu ini terbuat dari beras yang dimasak lembek lalu disajikan dengan sambal goreng.

15. Jenang Koloh

Gambar 1.16: Gambar Jenang Koloh

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang Koloh ini terbuat dari tepung beras lalu disajikan dengan mencoretkan pewarna merah, hijau, kuning, biru, dan hitam berbentuk segitiga yang menuju ke arah tengah.

16. Jenang Katul

Gambar 1.17: Gambar Jenang Katul

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Dari namanya, jenang ini jelas terbuat dari katul. Lalu disajikan dengan parutan kelapa dan serutan gula jawa.

17. Jenang Warni 4

Gambar 1.2: Gambar Jenang Warni 4

Sumber: Yayasan Jenang Indonesia 2014

Jenang warni 4 ini terbuat dari tepung beras, dibagi 4 bagian lalu diberi warna merah, hijau, kuning, dan satunya dibiarkan putih.

1.1.3 Surakarta sebagai Kota Layak Anak (KLA)

KLA adalah kabupaten/kota yang mempunyai sistem pembangunan berbasis hak anak melalui pengintegrasian komitmen dan sumberdaya pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha yang terencana secara menyeluruh dan berkelanjutan dalam kebijakan, program dan kegiatan untuk menjamin terpenuhinya hak anak (Permen PP dan PA No.11 tahun 2011).

Program kota layak anak sudah dicanangkan sejak 2006 lalu. Terdapat tiga peraturan yang melandasi program ini, yakni Peraturan Pemerintah (PP) nomor 2 tahun 2009, Peraturan Menteri Pemerintah Pemberdayaan Perempuan dan Anak nomor 13 tahun 2010 dan nomor 14 tahun 2010. (menkokesra.go.id)

Kota Surakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang menjadi *pilot project* dalam pengembangan Kota Layak Anak. Jumlah anak usia 10-14 tahun di Kota Surakarta sebanyak 40.815 anak, terdiri laki-laki sejumlah 21.872 orang dan perempuan 18.943 orang (BPS Surakarta, 2009). Pengembangan kota layak anak masih menghadapi kendala dengan banyaknya anak penyandang masalah sosial, meliputi anak balita terlantar pada tahun 2009 sebanyak 272 orang, anak terlantar 531 orang, anak yang menjadi korban tindak kekerasan 23 orang, anak nakal 54 orang, anak jalanan 63 orang, dan anak cacat sebanyak 821 orang. (Lembaran Daerah Kota Surakarta 2010).

Model pengembangan Kota Layak Anak di Kota Surakarta mencakup 4 bidang, yaitu bidang pendidikan, bidang kesehatan, bidang perlindungan anak, dan bidang partisipasi anak.

Untuk mengukur keberhasilan sebuah kota menjadi sebuah Kota Layak Anak (KLA), terdapat 31 indikasi. Salah satu poinnya, yaitu poin 9 menyatakan bahwa "Tersedianya fasilitas informasi layak anak", yang menjelaskan mengenai apakah tersedianya pojok baca, taman cerdas, perpustakaan, sumber informasi berupa buku, majalah, internet, dan lain-lain. (Form Evaluasi Pelaksanaan Kabupaten/Kota Layak Anak tahun 2013)

1.1.4 Minat Membaca

Klein, dkk (dalam Farida Rahim, 2005) mengemukakan bahwa definisi membaca mencakup hal berikut:

1. Membaca merupakan suatu proses: merupakan suatu proses dimana informasi dari teks dan pengetahuan yang dimiliki oleh pembaca mempunyai peranan utama dalam membentuk makna.
2. Membaca adalah strategis: pembaca yang efektif menggunakan berbagai strategi membaca yang sesuai dengan teks dan konteks dalam rangka mengkonstruk makna dalam membaca.
3. Membaca merupakan interaktif: orang yang senang membaca teks yang bermanfaat, akan menemui tujuan yang dicapainya. Teks harus mudah dipahami sehingga terjadi interaksi antara pembaca dan apa yang dibacanya.

Dalam penyebaran kuesioner kepada 316 anak usia 10-12 tahun di 3 Sekolah Dasar di Surakarta, didapatkan kesimpulan bahwa 50% dari mereka sering membaca buku (158/316). Seringnya membaca buku dapat dihubungakan dengan minat membaca. Jika seorang anak minat dengan buku, maka ia akan sering membaca.

Membaca merupakan kegiatan menyerap informasi dari sebuah buku. Namun ternyata si pembaca tidak hanya mendapat informasi dan pengetahuan saja. Berikut adalah manfaat membaca (Mary Leonhardt, 1997):

1. Mampu berkonsentrasi pada informasi tambahan dan pikiran dengan lebih mudah. Sering membaca dapat mengembangkan kemampuan dalam berkonsentrasi pada informasi lisan.

2. Mampu mengingkatkan kemampuan mengatasi masalah pribadi. Ketika seorang mengalami masalah dan catatan akademisnya terancam turun, maka orang yang gemar membaca tidak akan mengalami hal tersebut. Orang yang suka membaca dapat terus bekerja, menggunakan sebagian energi dan waktunya.
3. Punya kesempatan yang lebih baik untuk meraih kehidupan yang lebih sukses. Teknologi kini berkembang dengan cepat, dengan berkembangnya teknologi, maka banyak informasi yang ada. Hanya orang yang suka membaca dapat mengetahui informasi-informasi terbaru tanpa harus bersusah payah. Orang yang suka membaca juga akan memiliki kemudahan menulis laporan dan surat, dan tulisan mereka akan lebih jelas dan lancer daripada mereka yang kurang suka membaca.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut identifikasi permasalahan dalam perancangan ini:

- Jenang merupakan makanan tradisi, tetapi kurang dipublikasikan keberadaannya. Hanya saat acara-acara tertentu saja baru dipublikasikan.
- 17 Jenang khas Solo baru dipublikasikan ke masyarakat tanggal 22 Februari 2014 kemarin, sehingga masih belum/jarang ada media visual yang mempresentasikan makna yang terkandung dalam setiap jenis jenang
- Belum ada buku mengenai 17 jenang ini, cara pembuatan, serta makna yang terkandung di dalamnya.
- Mulai tenggelamnya popularitas makanan tradisional di kalangan anak-anak.
- Banyak anak yang masih kurang meminati jenang, padahal jenang merupakan salah satu makanan tradisi. Dan pesan moral/ makna yang ada sangat baik diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu perlu diajarkan kepada anak-anak.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan pembahasan dalam perancangan ini adalah:

- Usia anak-anak yang akan diteliti adalah usia 10-12 tahun dengan SES A-B (menengah keatas).
- Observasi dilakukan di lingkungan sekolah yang berada di wilayah Surakarta.
- Makanan tradisi yang akan dibahas adalah 17 Jenang khas Surakarta, yang mengiringi perpindahan keraton Kartasura ke keraton Surakarta.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana merancang buku interaktif pengenalan 17 jenang khas Surakarta untuk anak usia 10-12 tahun?”

1.5 Tujuan Penelitian

Perancangan ini bertujuan untuk:

- Mengenalkan kuliner tradisi, khususnya 17 Jenang khas Surakarta agar warisan budaya yang ada tetap lestari.
- Mampu menghasilkan buku interaktif yang sesuai dengan minat dari anak-anak usia 10-12 tahun.
- Memberikan pengetahuan mengenai makna baik yang terkandung dalam setiap jenang, sehingga dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

1.6. Manfaat Penelitian

Secara keseluruhan, penelitian ini bermanfaat untuk melestarikan pengetahuan mengenai kuliner tradisi dalam bentuk fisik.

1.6.1 Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

- Mengetahui dan memahami proses perancangan dalam pembuatan buku interaktif pengenalan 17 Jenang khas Surakarta untuk anak-anak usia 10-12 tahun.

1.6.2 Bagi Anak-anak usia 10-12 tahun

- Perancangan ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan lebih mendalam mengenai 17 Jenang khas Surakarta.
- Dengan memperkenalkan 17 jenang tersebut, diharapkan popularitas makanan tradisional di kalangan anak-anak dapat kembali terangkat.
- Anak-anak dapat mengetahui dan mengimplementasikan makna positif yang terkandung dalam setiap jenis jenang. Yang tentunya makna tersebut sesuai dengan moral masyarakat.

1.6.3 Bagi Orangtua Anak 10-12 tahun

- Diharapkan orangtua dapat membimbing anak-anak agar dapat mengenal makanan tradisional agar tidak punah begitu saja. Mendampingi mereka dalam menghidupi pesan/makna yang terkandung dalam 17 jenang.

- Orangtua diharapkan lebih mendukung anaknya dalam aktivitas membaca sehingga anak-anak memiliki minat baca yang lebih karena membaca memiliki banyak manfaat bagi anak-anak.

1.7 Metode Penelitian

Di dalam melakukan penelitian ini, digunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Metode deskriptif

Merupakan metode pencarian informasi dengan menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Disini, penulis mendeskripsikan mengenai 17 jenang dan minat membaca.

2. Metode Studi Literatur

Metode pencarian data dengan mengumpulkan literatur dan buku yang dirasa mendukung penelitian, kemudian dilakukan analisa terhadap bahan-bahan yang didapat dari buku atau literatur tersebut. Studi literatur dilakukan dalam tahap pencarian data sekunder dan pencarian teori yang mendukung.

3. Metode Wawancara

Metode pencarian data dengan menanyakan pertanyaan berdasarkan kebutuhan penelitian kepada narasumber terpercaya. Disini penulis akan melakukan wawancara kepada pihak keraton dan penyelenggara Festival Jenang.

4. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan kepada objek penelitian. Penulis melakukan observasi kepada macam jajanan yang ada di sekolah dasar. Dan akan melakukan observasi terhadap perilaku saat jajan.

5. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode penelitian dengan membagikan pertanyaan tertulis berdasarkan kebutuhan penelitian kepada target sasaran untuk mengetahui secara pasti *insight* dari target sasaran sehingga desain yang dihasilkan dapat tepat tujuan.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah :

1. BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini, terdapat penjabaran mengenai latar belakang yang menjadi dasar perancangan, identifikasi dari masalah yang ditemukan, pembatasan masalah agar pembahasan tidak terlalu luas, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB 2 Kajian Teori

Bab ini menguraikan beberapa teori yang menjadi dasar dan penunjang dalam perancangan, kerangka berpikir dalam meneliti, serta kajian pustaka.

Teori yang dikaji berupa pendapat dan pemahaman ahli yang akan menjadi dasar dalam keseluruhan penelitian.

3. BAB 3 Strategi Komunikasi

Bab ini memberikan gambaran mengenai strategi yang akan digunakan dalam menyasar target sasaran, analisa, serta gambaran sasaran khalayak.

4. BAB 4 Strategi Kreatif

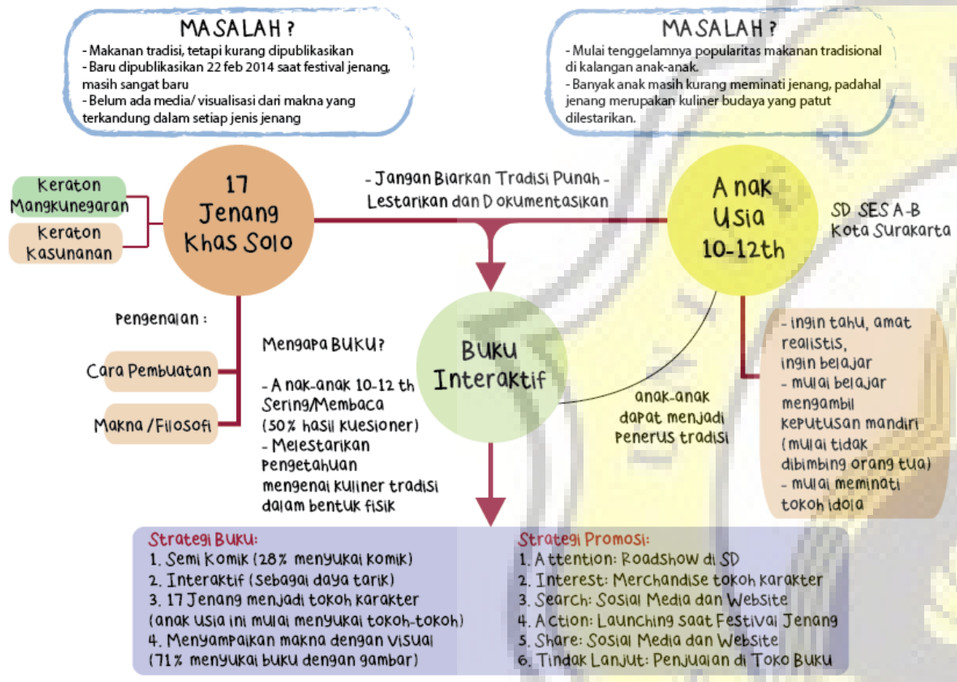
Bab ini berisi konsep-konsep utama, yaitu konsep verbal dan visual. Selain itu juga ada visualisasi dari desain yang dirancang.

5. BAB 5 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari hasil penelitian dari Bab 1 hingga 4 dan saran yang ditujukan kepada badan terkait maupun saran dalam penelitian ini.

BAB II
TINJAUAN UMUM

2.1 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1: Kerangka Berpikir

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2014

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Mengenenai Minat Baca

2.2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat Baca

Dawson dan Bamman (dalam Rahman, 1985) mengemukakan mengenai prinsip yang mempengaruhi minat membaca:

1. Seseorang atau siswa dapat menenukan kebutuhan dasarnya lewat bahan-bahan bacaan jika topik, isi, pokok persoalan, tingkat kesulitan, dan cara penyajiannya sesuai dengan kenyataan individunya. Isi dari bacaan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan individu, merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat bacanya.
2. Kegiatan dan kebiasaan membaca dianggap berhasil atau bermanfaat jika siswa memperoleh kepuasan dan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya, yaitu rasa aman, status, atau kedudukan tertentu, kepuasan efektif dan kebebasan yang sesuai dengan kenyataan serta tingkat perkembangannya. Jika kegiatan membaca dianggap menguntungkan seseorang, maka membaca merupakan suatu kegiatan yang dianggap sebagai salah satu kebutuhan hidupnya.
3. Tersedianya sarana buku bacaan dalam keluarga merupakan salah satu faktor pendorong terhadap pilihan bahan bacaan dan minat baca. Ragam bacaan yang memadai dan beraneka ragam dalam keluarga akan sangat membantu anak dalam meningkatkan minat membaca.
4. Tersedianya sarana perpustakaan yang relatif lengkap dengan akses peminjaman yang mudah, baik perpustakaan sekolah maupun perpustakaan daerah yang ada di kota.
5. Adanya program ekstra kulikuler yang memberikan waktu khusus siswa untuk membaca secara berkala di perpustakaan sekolah.
6. Pergaulan teman-teman dalam sekolah. Jika teman-teman dalam pergaulan berminat dalam kegiatan membaca, maka seseorang akan ikut berminat dalam kegiatan membaca. Dan dapat menjadi pengaruh positif juga.
7. Faktor guru yang mampu mengelola kegiatan dan interaksi belajar-mengajar, khusunya pengajaran membaca. Guru sebaiknya bisa menyajikan bacaan yang bervariasi sehingga siswanya tidak bosan.
8. Faktor jenis kelamin. Hal ini berpengaruh terhadap jenis bacaan. Jika perempuan, biasanya lebih berminat pada bacaan novel, atau cerita mengenai persahabatan. Sedangkan laki-laki lebih meminati cerita yang lebih heroik.

2.2.1.2 Memumbuhkan Minat Baca

Untuk menumbuhkan minat membaca pada anak, perlu ada kolaborasi antara guru dan orangtua. Mereka mampu memotivasi dan menyediakan buku-buku bacaan yang berkualitas bagi anak. Mary Leonhardt (1997) mengungkapkan bahwa cara untuk menumbuhkan kegemaran membaca pada anak adalah sebagai berikut:

1. Berikan bahan bacaan yang mudah dan menyenangkan untuk anak-anak. Anak-anak akan tidak senang jika harus selalu bergelut dengan buku-buku yang sulit mereka pahami. Untuk memulai menumbuhkan minat membaca, mulailah dari hal yang mudah terlebih dahulu.
2. Tingkatkan kepercayaan diri anak dengan memperlakukannya seperti sudah ahli membaca. Sudah menjadi rahasia umum bahwa anak-anak ingin menjadi pembaca yang baik. Dengarkan mengenai pendapat mereka mengenai buku-buku yang dibacanya, dan dengarkan juga mengenai selera bacaannya. Tidak mungkin orang tua dan guru memaksakan bacaan yang tidak disukai oleh seorang anak.
3. Carilah buku-buku yang benar mengasyikkan anak. Setelah mendengarkan apa yang disukai anak. Bantulah mereka untuk menemukan buku yang benar-benar membuatnya ”hanyut” ke dalam imajinasi yang ditawarkan dalam buku.

2.2.2 Macam Buku Interaktif

Buku Interaktif merupakan buku yang dapat diajak interaksi. Interaksi itu sendiri berarti ‘hal saling melakukan aksi, berhubungan, mempengaruhi, antarhubungan’ (kbbi.web.id). Sedangkan interaktif berarti ‘bersifat saling melakukan aksi; antar-hubungan; saling aktif’ (kbbi.web.id). Sehingga buku interaktif dapat dikatakan sebagai buku yang dapat diajak interaksi oleh penggunanya, entah si pengguna melakukan aksi atau hubungan. Berikut adalah jenis interaksi yang kerap dijumpai dalam buku interaktif:

1. *Pop-up*

   Buku interaktif dengan lipatan-lipatan gambar yang menggunakan kertas dan tampak seperti objek 3 dimensi.

Gambar 2.2: Buku *pop-up*

Sumber: abankirenk.deviantart.com

2. *Lift a flap*

   Buku interaktif dengan lipatan lidah kertas yang dapat dibuka seperti daun pintu. Biasanya terdapat kejutan dibalik lipatan tersebut.

Gambar 2.3: Buku *lift a flap*

Sumber: http://chickengirldesign.blogspot.com

3. *Feel and Touch*

   Buku interaktif yang melibatkan tekstur lain dengan tujuan agar pembaca dapat merasakan seperti tekstur asli.

Gambar 2.4: Buku *touch and feel*

Sumber: www.ourbigearth.com

4. *Pull tab*

   Buku interaktif dengan lidah kertas yang dapat ditarik dari halaman bukunya.

Gambar 2.5: Buku *pull tab*

Sumber: www.ravensburger.com

5. *Play a-song/ Play a-sound*

   Buku interaktif yang dilengkapi dengan tombol-tombol yang dapat mengeluarkan bunyi atau nyanyian yang sesuai dengan cerita di dalam buku.

Gambar 2.6: Buku *play a-song/play a-sound*

Sumber: www.toysrus.com

2.2.3 Teori Perkembangan Anak

2.2.3.1 Perkembangan Keterampilan Motorik

Anak-anak usia 10-12 tahun memiliki ciri perkembangan keterampilan motorik sebagai berikut:

- Telah mengembangkan keterampilan menulis dan menggambar.
- Dapat menggambar dengan lebih detail.
- Mampu memainkan permainan yang lebih rumit.
- Menulis dengan gaya tulisan yang cenderung tetap.

(Carolyn Meggitt, 2013)

2.2.3.2 Perkembangan Kognitif

Cara berpikir anak menjadi lebihlogis, terorganisir, dan fleksibel. Hal ini disebut tahap *concrete operational thinking* yang dikemukakan oleh Piaget. Berikut ciri-cirinya:

- Anak mulai berkembang nalar spasialnya, yaitu kemampuan memahami dan menarik kesimpulan
- Mulai memahami motif di balik tindakan seseorang
- Dapat berkonsentrasi lebih lama
- Mulai merancang strategi memori

(Carolyn Meggitt, 2013)

Pada usia 10-12 tahun, anak lebih mudah diberikan materi pengetahuan yang sedikit rumit. Pada tahap ini mereka sudah mulai berpikir konkrit dan mampu berkonsentrasi lebih lama. Anak usia 10-12 tahun juga sudah belajar

untuk mengambil keputusan mandiri, mengingat mereka akan segera masuk tahap remaja awal dan sudah mulai lepas dari bimbingan orang tua.

2.2.3.3 Perkembangan Minat

Anak-anak usia 10-12 tahun memiliki ciri perkembangan minat sebagai berikut:

- Mulai mengembangkan apa yang diminatinya
- Minat anak dapat menimbulkan motivasi dan menimbulkan kepuasan

(Utami Munandar, 1987)

2.2.3.4 Perkembangan Komunikasi dan Bahasa

Anak-anak usia 10-12 tahun memiliki ciri perkembangan komunikasi dan bahasa sebagai berikut:

- Dapat menulis esai panjang
- Mampu menulis cerita imajinasi dan kemampuan tata bahasa meningkat

(Carolyn Meggitt, 2013)

2.2.3.5 Perkembangan Kepribadian

Anak-anak usia 10-12 tahun memiliki ciri perkembangan kepribadian sebagai berikut:

- Anak mulai mengagumi tokoh baik dari sejarah maupun fiksi, dari dunia film maupun olahraga.
- Hubungan dalam keluarganya berpengaruh besar dalam perkembangan kepribadaiannya.

(Utami Munandar, 1987)

2.2.4 Teori Komunikasi Visual

2.2.4.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual dapat didefinisikan pula sebagai ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam pelbagai media komuikasi visual dengan mengolah elemen desain (Sumbo, 2009).

2.2.4.2 Teori Psikologi Warna

Molly E Holzschlag dalam bukunya *Colour for Websites (Graphic Design)* menyatakan bahwa warna-warna memiliki arti dan mempengaruhi suasana hati yang melihat warna tersebut. Berikut merupakan arti warna:

1. Warna merah: memberi gairah, energi, dan menyuarakan agar terlaksananya suatu tindakan. Negatifnya, warna merah identik dengan kekerasan dan kecemasan. Untuk mengimbanginya, warna merah baik bila dipadukan dengan biru muda.
2. Warna Oranye: memberi kesan hangat, semangat. Warna ini merupakan simbol dari petualangan, optimisme, percaya diri, dan kemampuan untuk bersosialisasi. Warna oranye memberi kesan murah apabila terlalu dominan, karena kesan 'mudah dijangkau' nya.
3. Warna Kuning: memberikan kehangatan dan rasa bahagia. Juga optimis, semangat, dan keceriaan. Namun negatifnya, kuning juga memiliki kesan cemas, takut, dan gelisah.
4. Warna Biru: memberikan efek menenangkan. Warna biru sering digunakan dalam dunia bisnis, dikarenakan memberikan kesan professional dan kepercayaan.
5. Warna Hijau: warna yang identik dengan alam ini memberikan suasana yang tenang dan santai. Memberikan efek menyeimbangkan emosi dan memudahkan dalam berkomunikasi. Dapat memberi suasana segar bila dipadukan dengan warna coklat.
6. Warna Hitam: memberikan kesan suram, gelap, menakutkan namun juga elegan. Maka dari itu, elemen apapun bila dikombinasikan dengan warna hitam akan terlihat menarik.
7. Warna Putih: memberikan kesan kebebasan dan keterbukaan. Dapat menimbulkan kelelahan mata apabila terlalu mendominasi. Untuk desain yang minimalis, warna putih merupakan pilihan tepat.
8. Warna Coklat: merupakan warna yang dekat dengan bumi, memberi kesan hangat, nyaman, dan aman. Kelebihan warna ini adalah dapat menimbulkan kesan modern, canggih, dan mahal karena kedekatannya dengan warna emas. Selain itu, warna coklat memberi kesan kuat dan dapat diandalkan.

2.2.4.3 Teori Komposisi dan *Layout*

Layout menurut Gavin Ambrose dan Paul Harris (London, 2005) adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan yang artistik. Hal ini bisa juga disebut

manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Menurut Frank F Jefkins (1997), untuk mendapatkan *layout* yang baik diperlukan adanya:

1. Kesatuan komposisi yang baik dan enak untuk dilihat.
2. Variasi, agar tidak monoton/membosankan.
3. Keseimbangan dalam *layout* sehingga terlihat sepadan, serasi, dan selaras.
4. Irama, yang berupa pengulangan bentuk atau unsur-unsur *layout* dan warna.
5. Harmoni adalah keselarasan atau keserasian hubungan antara unsur-unsur yang memberikan kesan kenyamanan dan keindahan.
6. Proporsi, yang merupakan suatu perbandingan.
7. Kontras, yang merupakan perpaduan warna antara gelap dan terang.

Layout akan digunakan dalam mendesain buku, serta media promosi yang akan digunakan dalam mempromosikan buku.

2.2.4.4 Teori Tipografi

Menurut buku "Tipografi dalam Desain Grafis" karya Danton Sihombing (2003), tipografi bukan lagi merupakan pelengkap suatu statemen visual, tetapi sudah menjadi sajian utama komunikasi grafis yang berbentuk buku, katalog, atau brosur. Baik sebagai pelengkap suatu bentuk komunikasi visual, maupun sebagai unsur utama. Huruf memainkan peranan sangat penting dalam keberhasilan suatu bentuk komunikasi grafis.

Kekeliruan atau ketidak-pekaan dalam tipografi dapat merusak hasil komunikasi grafis, walaupun bentuk visualisasi lainnya telah dibuat dengan prima.Oleh karena itu, untuk pemilihan jenis *font* atau huruf yang tepat, ada beberapa kriteria yang harus terpenuhi, antara lain:

1. *Clearity*, maksudnya huruf atau font yang digunakan harus dapat dilihat secara jelas.
2. *Readability*, adalah tingkat keterbacaan huruf tersebut.
3. *Legibility*, lebih menekankan apakah pembaca mudah membacanya atau tidak.
4. *Visibility*, lebih menekankan pada keindahan jenis huruf tersebut.

Dalam buku interaktif ini, tipografi digunakan dalam penulisan *content* atau isi dari buku. Oleh karena itu, selain mempertimbangkan unsur karakter huruf yang *playful* seperti anak-anak, huruf juga harus terbaca jelas sehingga informasi dapat diserap dengan maksimal.

2.2.4.5 Teori Ilustrasi

Ilustrasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: utama dan pendamping. Ilustrasi utama digunakan untuk menyajikan ide besar, sedangkan ilustrasi pendamping untuk memperjelas ide utama.

Sementara menurut Andrew Loomis (1959) dalam bukunya "*Successful Drawing*", *Five P's* dan *Five C's* adalah dasar dalam menggambar objek. Lima P yaitu: *Proportion*, *Placement*, *Perspective*, *Planes*, dan *Pattern*. Sedangkan lima C adalah:

1. *Conception* (Konsep): visualisasi atas sebuah ide (*rough sketch*).
2. *Construction* (Konstruksi): sebuah upaya untuk menyempurnakan bentuk dari kehidupan ataupun pengetahuan dasar.
3. *Contour* (Kontur): batas-batas dari bentuk dalam ruang, berdasarkan sudut pandang.
4. *Character* (Karakter): kualitas yang khusus dari masing-masing objek.
5. *Consistency* (Konsistensi): seluruh esensi dari konstruksi, pencahayaan, dan pola tergabung sebagai satu kesatuan.

Di dalam pembuatan buku interaktif ini, ilustrasi merupakan visual utama dan pendamping. Jadi pada satu bagian dapat menjadi bagian utama, dan saat informasi penting disampaikan, ilustrasi menjadi bagian pendamping.

2.2.4.6 Audio-Visual

Audio-visual merupakan salah satu media visual yang menggabungkan penggunaan suara memerlukan pekerjaan tambahan untuk memproduksinya.

Salah satu pekerjaan penting yang diperlukan dalam media audio-visual adalah penulisan naskah dan *storyboard* yang memerlukan persiapan yang banyak, rancangan, dan penelitian. Contoh media yang berbasis audio-visual adalah video, film, *slide* bersama *tape*, televisi. (taksonomi Leshin, dkk., dalam (Arsyad, 2008: 81-101))

2.2.5 Teori Komunikasi Massa

Menurut Rakhmat (2011), definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner (1980:10) yaitu, "*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*" (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).

Harold D. Lasswell (dalam Nurudin, 2004 dan Effendy, 1994) mengemukakan fungsi dari komunikasi massa adalah sebagai berikut :

1. *Survillance of the environtment*

Fungsinya sebagai pengamat lingkungan yang dapat disebut sebagai fungsi *watcher*(penonton).

2. *Correlation of the parts of society in responding to environtment.*

Fungsinya menghubungkan bagian – bagian masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya, yang oleh Schramm disebut berfungsi interpreter (*the forum*).

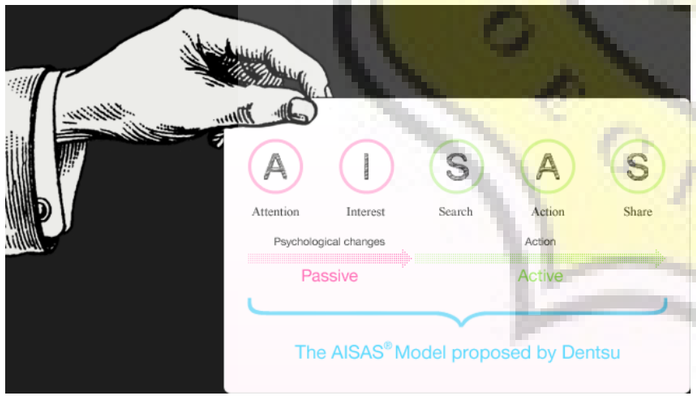
3. *Transmission of the social heritage from one generation to the next.*

Fungsinya meneruskan dari satu generasi ke generasi selanjutnya, yang oleh Scramm disebut sebagai fungsi encoder yang menjalankan fungsi *the teacher*.

Dalam promosi buku interaktif ini, terlihat fungsi komunikasi massa nomor 3, yaitu dengan meneruskan pesan dan makanan tradisi dari satu generasi ke generasi selanjutnya.

2.2.6 AISAS

Alur interaksi dari produk (produk disini nanti berupa buku) dengan konsumen atau target sasaran, sebelumnya dikenal dengan alur AIDA. Lalu Dentsu memperkenalkan alur AISAS yang merupakan alur terbaru. AISAS merupakan singkatan dari *Attention-Interest-Search-Action-Share*.



Gambar 2.7: Model AISAS dari Dentsu

Sumber: www.dentsumedia-network.com/approach/index.html

1. *Attention*

Kesadaran dilakukan dengan melakukan promosi atau pendekatan media, baik *above the line* maupun *through the line*. Dengan semakin berkembangnya teknologi, memperkenalkan suatu *brand* dapat dilakukan dengan cara yang mudah dengan biaya yang relatif murah.

2. *Interest*

Adalah tahap ketika target sasaran sudah tertarik kepada apa yang ditawarkan komunikator. Untuk itu perlu dibangun media yang tepat untuk memenuhi ketertarikan target sasaran.

3. *Search*

Setelah mengalami ketertarikan terhadap apa yang ditawarkan pihak komunikator, target sasaran memerlukan informasi sebanyak-banyaknya sebelum menentukan keputusan. Sehingga komunikator harus menyediakan media serta informasi yang dapat diakses dengan mudah.

4. *Action*

Merupakan tahapan dimana akhirnya target sasaran melakukan aksi yang dikomunikasikan oleh komunikator. Diperlukan *service* yang baik sehingga memunculkan *experience* lebih baik dari yang diharapkan target sasaran.

5. *Share*

Setelah target sasaran melakukan aksi, maka ia akan menceritakan pengalaman di media yang ada. Sehingga baik buruknya pengalaman target sasaran dapat dengan mudah tersebar.

2.2.7 *Unique Selling Proposition* (USP)

USP atau *Unique Selling Proposition* atau *Unique Selling Point* adalah sebuah konsep marketing, pertama kali diusulkan sebagai teori untuk menjelaskan pola dalam kampanye iklan yang sukses dari awal 1940-an.

USP menyatakan bahwa kampanye tersebut membuat proposisi yang unik kepada pelanggan yang meyakinkan mereka untuk beralih merek. Istilah ini dikembangkan oleh iklan televisi pelopor Rosser Reeves dari *Ted Bates & Company*. Theodore Levitt, seorang profesor di *Harvard Business School*, menyatakan bahwa, "Diferensiasi merupakan salah satu kegiatan strategis dan taktis yang paling penting di mana perusahaan harus terus-menerus terlibat didalamnya" (Theodore Levitt, 1986).

2.3 Kajian Pustaka

2.3.1 Anak-anak sebagai penerus warisan budaya

Anak-anak merupakan bibit penerus bangsa. Dimana terdapat berbagai macam budaya dan kekayaan bangsa yang dapat diwariskan kepada mereka agar lestari keberadaannya. Yang termasuk golongan anak-anak adalah mereka yang berusia 3-6 tahun, 6-9 tahun (usia sekolah tahap bawah), dan usia 10-12 tahun (usia sekolah tahap atas).

Anak usia 10-12 tahun memiliki karakter yang cenderung ke pemikiran konkrit (*concrete operational thinking*) (Piaget dalam Carollyn Meggitt, 2013), dengan ciri-ciri bahwa anak sudah mampu memahami dan menarik kesimpulan, memahami motif di balik tindakan seseorang, mampu berkonsentrasi lebih lama, dan mampu merancang strategi memori.

Selain itu, pada usia tersebut anak-anak mulai mengembangkan hal-hal yang diminatinya sehingga menimbulkan motivasi di dalam dirinya. Apabila orangtua dan lingkungan mampu "mengarahkan" anak dengan minat yang postif, maka anak akan memiliki motivasi untuk melakukan hal ke arah positif pula. (Utami Munandar, 1987) Mengagumi tokoh-tokoh tertentu dimulai dari usia 10-12 tahun ini juga. Oleh karena itu, perlu pengarahan yang baik akan tokoh-tokoh tertentu, jangan sampai anak mengagumi tokoh yang memiliki dampak negatif. (Utami Munandar, 1987)

Anak usia 10-12 tahun juga sudah belajar untuk mengambil keputusan mandiri, mengingat mereka akan segera masuk tahap remaja awal dan sudah mulai lepas dari bimbingan orang tua. Pengetahuan mengenai jenang tidak hanya memperkaya informasi mengenai kuliner tradisi, tetapi nilai-nilai moral dan makna yang ingin disampaikan dalam setiap jenang perlu diketahui dan ditanamkan pada diri anak-anak agar mereka tetap kukuh dalam memegang moral dan tradisi.

2.3.2 Minat dan membaca

Setiap orang pasti memiliki kecenderungan untuk menyukai apa yang dilakukannya sehingga muncul kebahagiaan saat melakukan hal tersebut. Dan saat sudah menyukai hal tersebut, maka akan berusaha untuk mengembangkan apa yang disukainya itu.

Dalam bukunya, "Belajar dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya" Slameto (1987) mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Minat akan selalu diikuti dengan rasa senang dan bahagia sehingga dapat memberikan kepuasan.

Sedangkan Hurlock (1999) , menyatakan bahwa minat merupakan sumber motivasi yang dapat mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat hal yang dirasa menguntungkan, maka akan timbul rasa minat tersebut. Hal itu akan mendatangkan rasa kepuasan juga.

Jadi, minat muncul dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu atas dasar kemuan dan keinginan yang kuat sehingga yang dihasilkan dapat memberikan kepuasan batin tersendiri.

Membaca merupakan suatu keterampilan dasar yang harus dimiliki seorang anak. Aktivitas membaca tidak hanya melibatkan indra penglihatan saja, tetapi juga melibatkan pikiran dan mental. Oleh karena itu membaca dapat dikatakan sebagai suatu tindakan yang aktif-reseptif.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005), membaca adalah melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis. Membaca merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh pembaca dalam memahami dan memperoleh pesan dari apa yang disampaikan oleh penulis melalui media tulisan.

2.4 Studi Komparasi

Studi Komparasi yang dilakukan terdapat studi komparasi parsial, dimana penulis mengkomparasikan sebagian hal yang sama. Disini penulis mengkomparasikan mengenai buku tentang makanan dan buku interaktif untuk anak, serta beberapa literatur yang dirasa sesuai.

1. Buku Wow Amazing Series yang diterbitkan oleh Mizan.

Memiliki variasi dalam satu paketnya berupa buku *Rainbow*, *Discovery*, *Big Book*, dan Al-quran mini. Interaksi dibuat dengan permainan warna, bentuk, dan ruang. Buku ini merupakan contoh buku interaksi yang memudahkan anak untuk memperoleh informasi dan pengetahuan. Interaksi yang ada berupa pop up. Warna yang ada dalam buku ini cerah sehingga mengundang indra penglihatan anak untuk membuka buku ini.

Gambar 2.8: Buku *Wow Amazing Series* Mizan

Sumber: Pelangi Mizan

2. Buku-buku interaktif dengan sistem *lift a flap*

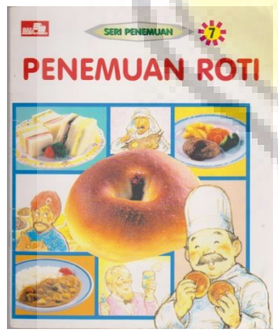
Buku *lift a flap* merupakan jenis buku interaktif dimana pembaca dapat membuka lipatan yang ada di dapam buku. *Lift a* flap dapat meningkatkan rasa ingin tahu dari seorang anak. Biasanya yang terdapat dalam lipatan adalah informasi tambahan berupa verbal maupun gambar apa yang tersembunyi didalam gambar di depan lipatan. Misalnya lipatan lemari, jika lemari dibuka, muncul gambar pakaian sebagai isi lemari. Contohnya sebagai berikut:

Gambar 2.9: Buku jenis *lift a flap*

Sumber: crafterholic.blogspot.com

3. Buku Penemuan Roti oleh Takuda Moneda.

Buku ini memiliki cerita mengenai sejarah roti dan makanan yang ada di Jepang dengan format komik yang mudah diserap informasinya oleh anak-anak. Buku ini menjelaskan sejarah mengenai penemuan makanan baik di Jepang maupun makanan terkenal lainnya dengan alur yang sederhana sehingga mudah dikonsumsi anak-anak. Ilustrasinya sederhana dank has anak-anak sehingga anak-anak mudah tertarik dengan buku ini. Alur cerita tidak hanya sekedar menceritakan sejarah, namun alur cerita dimulai dari pengalaman sebuah keluarga saat makan di restoran.



Gambar 2.10: Penemuan Roti

Sumber: daskabuku.com

BAB III
STRATEGI KOMUNIKASI

3.1 Analisis

3.1.1 Kuesioner kepada anak usia 10-12 tahun

Pada tanggal 25-28 Februari 2014, telah dilakukan penyebaran kuesioner kepada sejumlah anak-anak usia 10-12 tahun di tiga Sekolah Dasar di kota Surakarta. Sekolah Dasar yang dipilih merupakan Sekolah Dasar dengan siswa dari SES A-B.

Populasi diperkirakan dengan perhitungan sebagai berikut (siswa diperkirakan 35 per kelasnya):

Nama Sekolah	Kelas 4	Kelas 5	Kelas 6	Jumlah
SD Marsudirini	35 x 4 kelas	35 x 4 kelas	35 x 4 kelas	420
SD Pangudi Luhur	35 x 4 kelas	35 x 4 kelas	35 x 4 kelas	420
SD Kanisius Keprabon 2	35 x 2 kelas	35 x 2 kelas	35 x 2 kelas	210
Total				1050

Diperkirakan ada 1050 anak usia 10-12 tahun, dibulatkan 1100 siswa, lalu untuk mencari jumlah sampel, digunakan tabel Krejcie. Dengan signifikansi sebanyak 5%, jumlah sampel minimal 265 siswa.

Penentuan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dimana responden yang dipilih sesuai dengan tujuan perancangan, yaitu perancangan untuk anak usia 10-12 tahun. Setelah itu, dilakukan teknik *simple random sampling* karena populasi masih homogen.

Dalam pertanyaan kuesioner, responden dihadapkan pada penilaian mengenai karakteristik buku yang mereka sukai, minat baca, serta sedikit mengenai jajanan dan makanan tradisional. Berikut adalah hasil kuesioner:

1. Usia responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
10 tahun	145	46%
11 tahun	116	37%
12 tahun	55	17%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.1: Tabel Usia Responden

Dari hasil kuesioner, jumlah usia tidak sama rata, usia 10 tahun paling banyak, lalu usia 11 tahun, dan yang paling sedikit adalah usia 12 tahun. Meski sudah merata pembagian ke kelas 4, 5, dan 6, namun tetap tidak seimbang jumlah usianya.

2. Uang jajan responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
dibawah 5.000 rupiah	87	28%
5.000 - 10.000 rupiah	186	59%
10.001 - 15.000 rupiah	34	11%
diatas 15.000 rupiah	9	2%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.2: Uang Jajan Responden

Dari hasil kuesioner, uang jajan responden rata-rata berada di angka Rp 5000 hingga Rp 10.000, meskipun ada kecenderungan lebih sedikit, hal itu tidak dapat menjadi indicator SES seorang anak. Karena masih ada kemungkinan anak diberi bekal sehingga uang jajan diberi sedikit.

3. Apakah setiap hari jajan?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Ya	105	33%
Tidak	33	10%
Kadang-kadang	178	57%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.3: Frekuensi Jajan Responden

Dapat disimpulkan bahwa anak-anak suka jajan, karena mereka sering jajan dan kadang-kadang jajan.

4. Jajanan yang disukai (boleh memilih lebih dari 1)

Siomay	**119**	10%
Roti-rotian	**128**	11%
Telur puyuh goreng	**72**	6%

Rujak/buah	**34**	3%
Mi Sedap	**82**	7%
Lemper	**44**	4%
Snack Kemasan (chiki, citato, taro,dsb)	**128**	11%
Jenang	**51**	4%
Kue Lapis	**48**	4%
Gorengan	**79**	7%
Burger	**104**	9%
Batagor	**91**	8%
Permen	**77**	7%
Risoles/ Kroket	**94**	8%
Tidak ada di pilihan	**17**	1%

Disimpulkan bahwa, jajanan yang banyak disukai anak-anak (bisa dikatakan popular di kalangan anak-anak) adalah Snack Kemasan dan Roti-rotian (11%), peringkat nomor dua adalah siomay (10%) dan peringkat ketiga adalah burger (9%).

5. Jajanan yang tidak disukai (boleh memilih lebih dari 1)

Siomay	**47**	5%
Roti-rotian	**31**	4%
Telur puyuh goreng	**82**	9%
Rujak/buah	**88**	10%
Mi Sedap	**73**	8%
Lemper	**98**	11%
Snack Kemasan (chiki, citato, taro,dsb)	**70**	8%
Jenang	**81**	9%
Kue Lapis	**58**	7%
Gorengan	**51**	6%
Burger	**36**	4%
Batagor	**50**	6%
Permen	**42**	5%
Risoles/ Kroket	**44**	5%
Tidak ada	**24**	3%

Disimpulkan bahwa, jajanan yang paling tidak disukai anak-anak (bisa dikatakan kurang popular di kalangan anak-anak) adalah Lemper (11%), peringkat nomor dua adalah Rujak/buah (10%) dan peringkat ketiga adalah telur puyuh goreng dan jenang (9%).

6. Tahu bahwa jajanan kurang sehat?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Tahu	303	96%
Tidak tahu	13	4%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.4: Tabel apakah responden tahu bahwa jajanan kurang sehat

Hampir seluruh responden tahu bahwa jajanan yang dijual di sekolahan ternyata kurang sehat.

7. Tahu darimana? (boleh memilih lebih dari 1)

Orang tua	**215**	66%
Saudara	**5**	2%
Buku	**26**	8%
Televisi	**63**	19%
Sumber lain	**17**	5%

Orang tua memiliki peran yang besar dalam kehidupan responden. Sumber informasi salah satunya dari orang tua.

8. Pernah mencoba jajan pasar?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Pernah	285	90%
Tidak pernah	31	10%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.5: Tabel apakah responden pernah mencoba jajan pasar

Sebagian besar responden sudah pernah mencoba mencicipi makanan tradisional, hanya 10% bagian yang belum pernah.

9. Sering membaca buku?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Ya	158	50%
Tidak	1	1%
Kadang-kadang	156	49%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.6: Tabel apakah responden sering membaca buku

Sebagian besar responden sering melakukan aktivitas membaca buku (158/316)

10. Jenis buku yang disukai? (boleh memilih lebih dari 1)

Novel	**93**	14%
Majalah	**74**	11%
Komik	**186**	28%
Buku Pengetahuan	**155**	23%
Buku Petualangan	**134**	20%
Lainnya	**22**	3%

Responden sering membaca buku, dengan jenis buku yang disukai adalah Komik (28%), kedua Buku Pengetahuan (23%) dan yang ketiga adalah Buku Petualangan (20%).

11. Jika tidak atau kadang-kadang, mengapa? (boleh memilih lebih dari 1)

Jarang dibelikan buku / Tidak memiliki banyak buku di rumah	**67**	36%
Buku yang ada di rumah kurang menarik	**75**	41%
Buku yang ada di perpustakaan kurang menarik	**12**	6%
Tidak ada teman saat membaca buku	**31**	17%

Faktor pertama yang membuat anak tidak sering membaca buku adalah jarang dibelikan buku atau tidak memiliki buku di rumah. Oleh karena itu penting untuk memiliki banyak buku di rumah agar anak semakin minat membaca.

12. Yang membuat tertarik membaca buku?

Gambarnya bagus	**77**	23%
Judul menarik	**239**	71%
Bentuk bukunya unik	**8**	2%
Sampul bukunya menarik	**12**	4%

Hal yang paling menarik anak usia 10-12 tahun dalam membaca buku adalah judulnya yang menarik (71%).

13. Lebih tertarik buku warna-warni daripada hitam putih?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Ya	222	70%
Tidak	94	30%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.7: Tabel apakah responden lebih tertarik buku warna-warni daripada hitam putih

Responden lebih tertarik dengan buku yang memiliki warna lebih banyak daripada yang hitam putih saja (222/316).

14. Ukuran huruf yang besar memudahkan membaca?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Ya	227	72%
Tidak	89	28%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.8: Tabel Apakah ukuran huruf yang besar memudahkan responden dalam membaca

Responden merasa bahwa ukuran huruf yang besar memudahkan dalam membaca buku (227/316).

15. Lebih tertarik buku dengan gambar timbul daripada yang tidak?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Ya	181	57%
Tidak	135	43%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.9: Tabel apakah responden lebih tertarik buku dengan gambar timbul daripada yang tidak

Responden lebih tertarik dengan buku yang memiliki gambar timbul (181/316).

16. Lebih tertarik buku dengan gambar daripada buku isi tulisan saja?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Ya	223	71%
Tidak	93	29%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.10: Tabel apakah responden lebih tertarik buku dengan gambar daripada buku isi tulisan saja

Responden lebih tertarik dengan buku yang memiliki gambar daripada yang berisi tulisan saja (223/316).

17. Tertarik membaca isi buku jika sampul menarik?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Ya	136	43%
Tidak	180	57%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.11: Tabel apakah responden lebih tertarik membaca isi buku jika sampul menarik

Responden dalam memilih buku tidak melihat dari sampulnya saja, 57% responden (180/316) tidak tertarik membaca buku jika sampul menarik.

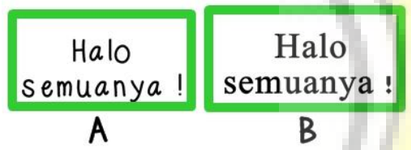
18. Jenis gambar yang sederhana atau yang rumit?

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Yang Sederhana	197	62%
Yang sedikit lebih rumit	119	38%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.12: Tabel jenis gambar yang disukai responden

Responden lebih menyukai gambar yang sederhana dalam menjadi ilustrasi sebuah buku cerita (197/316).

19. Lebih mudah dibaca yang mana?



Keterangan	Frekuensi	Presentase
A	107	34%
B	209	66%
Jumlah	316	100%

Tabel 3.13: Tabel font yang mudah dibaca responden

Responden lebih mudah membaca font yang kaku dan datar (209/316), tetapi belum tentu sesuai dengan karakter mereka.

3.1.2 Data mengenai 17 Jenang

1. Jenang Abrit Pethak

Dalam bahasa Jawa, abrit berarti merah dan pethak berarti putih, jadi Jenang abrit pethak berarti jenang yang berwarna merah dan putih.

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: beras, santan, garam, daun salam, dan gula jawa.

Cara pembuatan: Beras direbus hingga lembek. Lalu santan, daun salam, dan garam dimasukkan sambil terus diaduk hingga matang. Untuk membuat jenang merah, tambahkan gula jawa. Dalam penyajiannya, Jenang abrit (merah) diletakkan di bawah lalu diatasnya diberikan sedikit jenang pethak (putih).

Makna: jenang abrit perlambang perempuan dan jenang pethak perlambang laki-laki. Hal tersebut merepresentasikan penciptaan atau asal-usul manusia, yaitu laki-laki dan perempuan.

2. Jenang Lang

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung beras, air kelapa, garam, gula pasir, dan santan

Cara pembuatan: tepung beras diseduh air mentah hingga sedikit cair. Air kelapa direbus lalu masukkan tepung beras yang sudah cair sambil terus diaduk. Masukkan gula pasir dan sedikit garam.

Makna: Selalu melihat sesuatu dengan dimensi yang luas, namun tetap fokus dengan apa yang menjadi tujuannya.

3. Jenang Saloko

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung beras, santan, garam, daun salam, dan pandan.

Cara pembuatan: tepung beras diseduh air santan hingga cair. Rebus air santan sampai agak mendidih lalu masukkan tepung beras yang sudah cair tadi sambil terus diaduk. Tambahkan garam, daun salam, santan, dan daun pandan.

Makna: kesucian itu milik Allah. Manusia harus selalu mewaspadai nafsu ‘aku’ pada dirinya, berani mengoreksi dirinya, sebagai jalan untuk bisa mengenal Allah.

4. Jenang Manggul

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: beras, santan, garam, daun salam, dan kecambah.

Cara pembuatan: Beras direbus hingga lembek. Lalu santan, daun salam, dan garam dimasukkan sambil terus diaduk hingga matang. Tambahkan kecambah.

Makna: kita harus menjunjung tinggi kebaikan leluhur yang telah mewariskan segala bentuk pengetahuan pada diri kita.

5. Jenang Suran

Jenang ini biasanya dibuat pada saat bulan Sura, atau dikenal dengan Suronan. Disajikan setiap tanggal 10 Suro sebagai wujud rasa syukur kepada Tuhan.

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: beras, santan, garam, daun salam, dan lauk pauk.

Cara pembuatan: Beras direbus hingga lembek. Lalu santan, daun salam, dan garam dimasukkan sambil terus diaduk hingga matang. Bahan dan cara pembuatan jenang ini sama dengan jenang lahan. Hanya saja dalam penyajiannya, jenang suran ditambahkan lauk pauk seperti: sambel goreng, telur dadar yang dipotong tipis, perkedel kentang, klengkam, lalapan timun, dan daun kemangi.

Makna: waktu itu terbatas dan kita selalu menjalani siklusnya. Kita seharusnya ingat masa lalu dalam memperbaiki masa depan.

6. Jenang Timbul

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung beras, santan, garam, daun salam, dan pandan.

Cara pembuatan: tepung beras diseduh air santan hingga cair. Rebus air santan sampai agak mendidih lalu masukkan tepung beras yang sudah cair tadi sambil terus diaduk. Tambahkan garam, daun salam, santan, dan daun pandan. Penyajianya setelah dituang ke tempatnya, jenang *dicocoh-cocoh*.

Makna: harapan tidak selalu menjadi kenyataan. Manusia harus ingat Allah dan selalu berdoa untuk mewujudkan harapannya menjadi kenyataan.

7. Jenang Grendul

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung beras, santan, garam, gula jawa, dan pandan. Untuk grendul diperlukan tepung ketan, tepung beras, kapur sirih, dan garam.

Cara pembuatan: Untuk membuat grendul, semua bahan grendul dicampur air lalu diaduk dan diuleni (diremas) dengan tangan sampai padat. Jika sudah padat, adonan dibentuk bulat-bulat sebesar kelereng lalu direbus. Saat bulatan yang direbus tersebut mulai mengapung, angkat.

Untuk membuat jenangnya, rebus santan hingga mendidih, tambahkan gula jawa dan garam. Masukkan grendulnya sebelum mendidih dan tepung beras yang sudah diberi sedikit air. Setelah matang, sajikan jenang grendul dengan kuah santan.

Makna: kehidupan itu seperti cakra penggilingan, seperti roda yang berputar, kadang di atas kadang di bawah. Kita perlu menemukan kestabilan/keharmonisan dari perbedaan-perbedaan yang ada dalam kehidupan.

8. Jenang Sumsum

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung beras, santan, garam, daun salam, gula jawa untuk *juruh*, dan daun pandan

Cara pembuatan: tepung beras diseduh air santan hingga cair. Rebus air santan sampai agak mendidih lalu masukkan tepung beras yang sudah cair tadi sambil terus diaduk. Tambahkan garam dan daun salam. Kemudian gula jawa direbus menggunakan santan, tambahkan daun pandan dan sedikit garam. Sajikan jenang dengan kuah gula jawa.

Makna: pada diri manusia melekat sifat kelemahan dan kekuatan. kekuatan pada diri manusia sebaiknya digunakan untuk nilai-nilai kebaikan.

9. Jenang Lahan

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: beras, santan, garam, dan daun salam.

Cara pembuatan: Beras direbus hingga lembek. Lalu santan, daun salam, dan garam dimasukkan sambil terus diaduk hingga matang.

Makna: lepas dan hilang semua nafsu negatif - iri, dengki, sombong, dan sebagainya di hadapan Allah.

10. Jenang Pati

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung kanji, gula jawa, garam, ubi rebus dipotong bentuk dadu, dan kuah santan.

Cara pembuatan: Gula jawa dan garam direbus, dan setelah mendidih masukkan tepung kanji yang sudah diberi sedikit air. Jika sudah matang, masukkan ubi rebus yang telah dipotong dadu. Sajikan dengan kuah santan.

Makna: melebur nafsu dan pasrah kepada Allah.

11. Jenang Kolep

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung beras, santan, daun salam, pandan, dan pewarna merah, hijau, kuning, hitam.

Cara pembuatan: tepung beras diseduh air santan hingga cair. Rebus air santan sampai agak mendidih lalu masukkan tepung beras yang sudah cair tadi sambil terus diaduk. Tambahkan garam, daun salam, santan, dan daun pandan. Penyajiannya adalah saat jenang ditaruh tempatnya, gariskan pewarna hijau, merah, kuning, dan hitam.

Makna: Manusia sebagai makhluk sosial selalu dihadapkan pada perbedaan-perbedaan. Menghormati dan menghargai perbedaan dalam masyarakat yang plural dan multikultur menjadi nilai yang penting dalam kehidupan sehari-hari.

12. Jenang Ngangrang

Jenang ini disebut ngangrang karena wujudnya merah seperti semut ngangrang. Jenang ini merupakan kesukaan GKPA Mangkunegoro VIII

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: beras ketan, santan, garam, dan gula jawa.

Cara pembuatan: beras ketan direndam sebentar, lalu direbus hingga lembek. Masukkan santan sambil terus diaduk. Tambahkan gula jawa dan garam secukupnya.

Makna: manusia seharusnya belajar mengontrol emosi kemarahannya, agar kekuatan pada dirinya bisa bermanfaat untuk sesama.

13. Jenang Taming

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: jenang pati, jenang sumsum, jenang grendul, jenang lang.

Cara pembuatan: hanya dengan memadukan keempat jenis jenang yang sudah jadi, yaitu jenang pati, jenang sumsum, jenang grendul, dan jenang lang.

Makna: belajar menjaga kekuatan pada diri kita dengan berdoa kepada Allah dan mengenali serta memahami kelemahan diri sendiri.

14. Jenang Lemu mawi Sambel Goreng

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: beras, santan, garam, daun salam, dan sambal goreng.

Cara pembuatan: Beras direbus hingga lembek. Lalu santan, daun salam, dan garam dimasukkan sambil terus diaduk hingga matang. Sajikan dengan sambal goreng diatasnya.

Makna: tak lelah membangun semangat baru dalam kehidupan.

15. Jenang Koloh

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung beras, santan, garam, daun salam, pandan dan pewarna merah, kuning, hijau, biru, dan hitam.

Cara pembuatan: tepung beras diseduh air santan hingga cair. Rebus air santan sampai agak mendidih lalu masukkan tepung beras yang sudah cair tadi sambil terus diaduk. Tambahkan garam, daun salam, santan, dan daun pandan. Penyajiannya adalah saat jenang ditaruh tempatnya, tambahkan pewarna merah, kuning, hijau, biru, dan hitam berbentuk segitiga dan menuju ke tengah.

Makna: kesempurnaan adalah tujuan hakiki kehidupan manusia, yang sering dilalaikan dalam kesibukan sehari-hari. Kita perlu terus berproses menuju kesempurnaan hidup di dunia dan akhirat.

16. Jenang Katul

Merupakan jenang kesukaan Mangkunegara I. Pada masa itu, Mangkunegara I sering berjalan-jalan di luar istana dan berbaur dengan masyarakat serta memakan makanan sederhana, salah satunya jenang katul ini.

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: katul, garam, gula jawa, parutan kelapa, dan kapur sirih

Cara pembuatan: katul diseduh air mentah. Rebus air hingga mendidih, masukkan katul yang sudah diseduh lalu aduk hingga matang. Tambahkan air kapur sirih dan sedikit garam. Jika sudah matang, sajikan jenang katul dengan parutan kelapa dan serutan gula jawa.

Makna: kita hidup tidak bisa berdiri sendiri, selalu membutuhkan orang lain.

17. Jenang Warni 4

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan: tepung beras, santan, garam, daun salam, pandan dan pewarna merah, kuning, hijau.

Cara pembuatan: tepung beras diseduh air santan hingga cair. Rebus air santan sampai agak mendidih lalu masukkan tepung beras yang sudah cair tadi sambil terus diaduk. Tambahkan garam, daun salam, santan, dan daun pandan. Penyajiannya adalah saat jenang ditaruh tempatnya, bagi empat lalu masing-masing diberi warna merah, hijau, kuning, dan sisanya putih.

Makna: simbol nafsu yang melekat pada diri manusia. Warna merah simbol amarah (nafsu yang paling rendah dan paling buruk: marah, benci, dendam, dll). Warna putih menjadi simbol nafsu yang terbebas dari sifat-sifat tercela. Kuning sebagai simbol nafsu yang selalu menyesali perbuatannya, baik perbuatan terpuji maupun tercela. Dan warna hijau simbol dari nafsu ingin memiliki duniawi. Kita sebagai manusia dituntut untuk dapat mengendalikan nafsu-nafsu tersebut.

3.2 Sasaran Khalayak (*Target Audience*)

3.2.1 Sasaran Primer

Target sasaran primer dalam perancangan buku interaktif ini adalah anak-anak usia 10-12 tahun. Pesan makna dalam jenang perlu ditanamkan sejak dini. Memilih usia 10-12 tahun karena pada saat usia tersebut, anak sudah mulai berpikir konkrit, nalar spasial dan kemampuan pengambilan kesimpulan sudah baik. Sehingga dalam penyampaian makna

dalam sesuatu (jenang) dapat maksimal. Jika usia terlalu muda, dikhawatirkan masih belum dapat menerima pesan tersirat berupa simbolik.

3.2.1.1 Demografis

Secara demografis, usia target sasaran primer adalah 10-12 tahun. Tergolong masa anak sekolah/lanjut kelas tinggi. Secara geografis, berlokasi di kota Surakarta dan secara ekonomi, termasuk golongan SES A-B.

3.2.1.2 Psikografis

Target sasaran merupakan golongan SES A-B sehingga dalam kesehariannya lebih *familiar* dengan makanan modern daripada makanan tradisional. Meskipun mereka menyukai buku, secara ekonomi mereka mampu membeli *gadget* sehingga lebih tertarik menggunakan *gadget* untuk belajar.

Oleh karena itu, fungsi buku sebagai sumber informasi dan pengetahuan hampir tergusur dengan adanya *gadget* di kalangan mereka.

3.2.1.3 Tingkah Laku

Anak-anak pada umumnya menyukai jajan, terbiasa dengan makanan moderen, suka membaca buku khususnya buku pelajaran dan komik. Kecenderungan untuk masih diatur orang-tuanya, namun ada juga yang sudah belajar mandiri.

3.2.2 Sasaran Sekunder

Orang tua yang memiliki anak usia 10-12 tahun, masih memegang peran besar dalam kehidupan anaknya. Apa yang diberikan kepada sang anak merupakan tanggung jawab orang tua. Sehingga target sekunder adalah orang tua yang memiliki anak usia 10-12 tahun tersebut. Merekalah yang menjadi panutan dan pedoman anak-anak.

3.3 Strategi Komunikasi

3.3.1 *Creative Brief*

ISSUE: What is the consumer issue?

Festival jenang baru saja berlalu, hal tersebut mengajarkan makna mengenai kehidupan manusia melalui simbolisasi jenang. Hal tersebut tidak boleh berlalu begitu saja sehingga dirasa perlu ada dokumentasi dam bentuk fisik, serta diajarkannya nilai moral yang terkandung dalam setiap jenang kepada anak sejak dini sehingga mereka makin mencintai tradisi dan budayanya.

INSIGHT: Result of our exploring

- Disimpulkan bahwa, jajanan yang paling tidak disukai anak-anak (bisa dikatakan kurang popular di kalangan anak-anak) adalah Lemper (11%), peringkat nomor dua adalah Rujak/buah (10%) dan peringkat ketiga adalah telur puyuh goreng dan jenang (9%).
- Sebagian besar responden sering melakukan aktivitas membaca buku (158/316)
- Responden sering membaca buku, dengan jenis buku yang disukai adalah Komik (28%), kedua Buku Pengetahuan (23%) dan yang ketiga adalah Buku Petualangan (20%).
- Hal yang paling menarik anak usia 10-12 tahun dalam membaca buku adalah judulnya yang menarik (71%).
- Responden lebih tertarik dengan buku yang memiliki warna lebih banyak daripada yang hitam putih saja (222/316).
- Responden merasa bahwa ukuran huruf yang besar memudahkan dalam membaca buku (227/316).
- Responden lebih tertarik dengan buku yang memiliki gambar timbul (181/316).
- Responden lebih tertarik dengan buku yang memiliki gambar daripada yang berisi tulisan saja (223/316).
- Responden dalam memilih buku tidak melihat dari sampulnya saja, 57% responden (180/316) tidak tertarik membaca buku jika sampul menarik.
- Responden lebih menyukai gambar yang sederhana dalam menjadi ilustrasi sebuah buku cerita (197/316).
- Responden lebih mudah membaca font yang kaku dan datar (209/316), tetapi belum tentu sesuai dengan karakter mereka.

OPPORTUNITY: what is the opportunity for the brand based on the issue and insight?

Melalui buku sebagai sarana/media yang mereka sukai dan tentunya acara festival jenang tahunan, makanan tradisi diperkenalkan kembali kepada anak anak agar mereka kenal dan melestarikan makanan tradisional (jenang). Tak kenal maka tak sayang.

Visual buku akan dibuat semi komik dan dibumbui petualangan, melihat dari hasil kuesioner bahwa 28% responden sering membaca komik.

CHALLENGE : a big, provocative, and ambitious challenge that we will need to answer in order to achieve transformation

Makanan tradisional hampir tenggelam popularitasnya di kalangan anak-anak. Mereka lebih suka dan memilih makanan moderen daripada tradisional, sehingga diperlukan pendekatan khusus agar makanan tradisional seperti jenang dilirik kembali.

5 W + 1 H

What: Memperkenalkan 17 jenang khas Surakarta kepada anak anak usia 10-12 tahun

Who : Anak anak usia 10-12 tahun (target primer) dan orangtua yang memiliki anak usia 10-12 tahun (target sekunder).

When: Saat Festival Jenang setiap tanggal 17 Februari

Where : Kota Surakarta

Why : Jenang merupakan salah satu kuliner tradisi di kota Surakarta. Selain itu, 17 jenang tersebut kini menjadi ikon ulangtahun kota Surakarta. Memperkenalkan kepada anak anak dapat membuat mereka tahu dan mengenal keunikan-keunikan yang dimiliki 17 jenang yang sebelumnya tidak mereka ketahui.

Melalui buku interaktif karena bagi anak dengan SES A-B yang notabene lebih *familiar* dengan *gadget*, buku sudah mulai kehilangan popularitasnya. Padahal buku sendiri memiliki manfaat bagi anak-anak. Namun untuk membuat anak kembali melirik buku, buku itu sendiri harus tampil kreatif dan unik agar memiliki daya tarik bagi anak-anak.

How : Dengan membuat buku interaktif (karena mereka sering membaca buku), dan melakukan promosi ke sekolahan dan di acara festival jenang.

Kesimpulan : Melakukan perancangan buku interaktif pengenalan 17 jenang khas kota Surakarta kepada anak-anak usia 10-12 tahun dengan SES A-B di Kota Surakarta.

3.3.2 Model AISAS

3.3.2.1 *Attention*

Pada alur pertama adalah *Attention*, dimana dilakukan promosi yang bertujuan mendapatkan perhatian target sasaran. Dilakukan dengan melakukan *roadshow* ke Sekolah Dasar di Surakarta.

3.3.2.2 *Interest*

Setelah menarik perhatian, untuk meningkatkan minat target diadakan *giveaway* yang berhadiah *merchandise* melalui lomba yang diadakan di Sekolah Dasar.

3.3.2.3 *Search*

Dalam memenuhi keinginannya, target dapat mencari informasi melalui website dan sosial media.

3.3.2.4 *Action*

Agar target sasaran mau membaca buku interaktif ini, maka diadakan *launching* saat acara Festival Jenang Solo. Buku juga akan diberikan kepada sekolahan untuk ditempatkan pada perpustakaan. Bagi yang ingin membelinya, buku akan diperjualbelikan di toko buku.

3.3.2.5 *Share*

Target yang sudah melakukan tahap *action*, dapat membagikan pengalamannya ke sosial media dan website, baik me-*review* buku ataupun acara.

3.3.3 Tema Buku

Buku interaktif ini memiliki tema pengenalan makanan tradisional (jenang) kepada anak-anak usia 10-12 tahun. Pengenalan dilakukan dengan menceritakan cara pembuatan dan makna dari setiap jenang.

3.3.4 Judul Buku

Buku interaktif ini berjudul ”17 Jenaka - Kisah Jenang Keraton Surakarta”. Buku ini akan mengkisahkan 17 jenang yang menjelma menjadi sosok karakter yang unik dan berpetualang dalam sebuah daerah. Dalam perjalanannya, mereka mendapat makna hidup masing-masing sesuai dengan kisah yang mereka alami sendiri-sendiri.

3.3.5 *Unique Selling Proposition*/ USP

Sebuah buku dalam memenangkan persaingan dengan sejumlah buku-buku lainnya yang beredar di pasaran maupun di perpustakaan, membutuhkan suatu variasi yang berbeda dari buku-buku yang ada. Hal tersebut disebut juga USP atau *Unique Selling Proposition*. Dalam buku interaktif yang dirancang ini, variasi terdapat pada halaman judul, isi buku dengan variasi interaktif yang bermacam-macam.

3.3.6 Strategi Media

3.3.6.1 Objektif Media

1. Untuk memperkenalkan 17 jenang beserta keunikannya masing-masing kepada anak-anak usia 10-12 tahun.
2. Memberikan pengetahuan akan makna kehidupan yang terkandung dalam setiap jenang.
3. Dapat meningkatkan kembali kepopuleran makanan tradisional (khususnya jenang) diantara banyaknya makanan modern di kalangan anak-anak usia 10-12 tahun.

3.3.6.2 Pendekatan Media

Media promosi buku (sebagai produk) yang digunakan untuk menyasar target:

1. Poster, *flyer*, *recipe book*, *banner*.
2. *Booth* dan mobil *roadshow*.
3. *Website* untuk menyasar ke kalangan orang tua.
4. *Merchandise* (boneka, stiker, mug, pin, kaos, magnet)
5. *Stationary* untuk anak-anak (notes, buku tulis, pensil, bolpen)

3.3.6.3 *Timeline*

Bulan	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Januari	Persiapan *Roadshow*, Publikasi Web dan Sosial Media	Publikasi *Roadshow* di sekolah dasar.	Pelaksanaan *Roadshow* di sekolah dasar, *giveaway* di *booth roadshow*.	Pelaksanaan *Roadshow* di sekolah dasar, *giveaway* di *booth roadshow*.
Februari	Publikasi *launching* di acara Festival Jenang (17 Februari 2015)	Publikasi *launching* di acara Festival Jenang (17 Februari 2015)	*Launching* saat Festival Jenang Solo (17 Februari 2015)	Pengadaan buku ke perpustakaan sekolah dan toko buku.

3.3.6.4 Anggaran Buku

(Harga dihitung per 1 buku)

Print isi buku (kertas ivory)	18x Rp 3.000	Rp 54.000
Laminasi doff	18x Rp 2.500	Rp 45.000
Cover CTS + laminasi	1x Rp 5.500	Rp 5.500
Seng	4x Rp 1.000	Rp 4.000
Magnet	Rp 6.250	Rp 6.250
Dupleks HardCover	Rp 1.250	Rp 1.250
Kartu Kuartet (kertas ivory)	Rp 3.000	Rp 3.000
Lem	Rp 10.000	Rp 10.000
Print Stiker	Rp 5.000	Rp 5.000
Biaya Jilid	Rp 6.000	Rp 6.000
----------		+
	Total	Rp 140.000
	(belum termasuk laba)	

BAB IV
STRATEGI KREATIF

Jenang Surakarta merupakan jenang khas yang mulanya dibuat oleh juru masak keraton digunakan untuk kebutuhan ritual di keraton Surakarta. Dengan berkembangnya jaman dan waktu, jenang tersebut dapat dibuat oleh masyarakat biasa dan dihidangkan tidak pada ritual. 17 Jenang Surakarta merupakan simbol ulang-tahun kota Surakarta setiap tanggal 17 Februari. Nilai filosofis dan makna yang ada dalam setiap jenang berbeda, meski ada beberapa yang memiliki kesamaan. Dalam upaya memperkenalkan jenang ke anak-anak usia 10-12 tahun, digunakan media buku. Buku merupakan media yang tahan lama dibandingkan dengan media yang ada di gadget (file atau aplikasi), selain itu interaktif yang disuguhkan dalam isi buku membuat anak tidak cepat bosan. Pemaknaan juga disajikan dalam bentuk cerita ringan yang mudah ditangkap anak-anak.

Kesan yang ingin disampaikan dalam perancangan ini adalah budaya yang diberi sentuhan modern sehingga dapat diterima anak-anak yang kini hidup di era modern. *Tone and manner* dari setiap desain adalah mencerminkan budaya Surakarta, ceria, asyik, serta kesan hangat yang bersahabat dengan setiap anak-anak.

4.1 Konsep Visual

Dalam perancangan, gaya desain yang digunakan adalah kartun. Dengan wujud yang lucu dan memiliki *outline* untuk memperjelas bentuk. Kartun merupakan seni yang dekat dengan anak-anak. Sering digunakan dalam berbagai buku cerita untuk anak-anak.

4.1.1 Warna

4.1.1.1 Logo

Warna yang digunakan diadaptasi dari warna jenang, daun (daun pisang, daun salam, daun pandan) dan keraton. Coklat terang merupakan warna dari jenang. Sedangkan warna coklat tua adalah warna yang mudah dijumpai di keraton. Warna coklat memberikan kesan klasik, kuno, bersejarah, serta sederhana. Warna hijau bermakna segar, tenang, dekat dengan alam. Warna hitam merupakan warna gelap yang memberi kesan elegan dan kuat. Meskipun jenang sudah menjadi makanan umum, dulunya hanya dibuat dan digunakan dalam acara keraton saja.

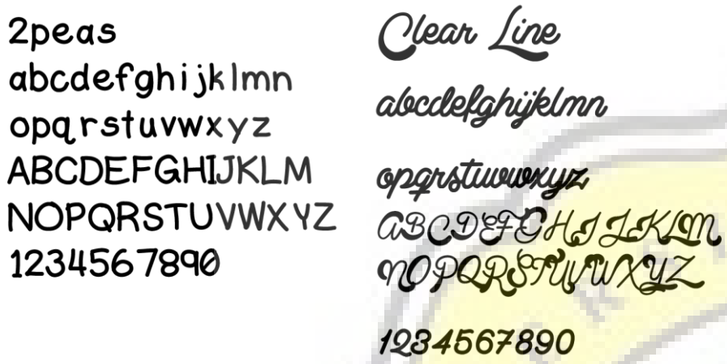
Gambar 4.1: Warna yang digunakan dalam logo

4.1.1.2 Karakter

Dalam pemilihan warna karakter, didasarkan pada warna asli jenang. Sedangkan aksesoris batik merupakan salah satu identitas khas Surakarta agar jenang tersebut dapat diidentifikasi sebagai jenang Surakarta. Aksesoris lain yang berkaitan dengan masing-masing karakter warnanya disesuaikan dengan warna aslinya. Seperti jenang sumsum yang berwarna putih keabu-abuan, dengan saus juruh, maka warna coklat diatas kepalanya merupakan warna asli dari juruh itu sendiri.

Gambar 4.2: Warna yang digunakan dalam karakter

4.1.2 Tipografi



Gambar 4.3: Tipografi yang digunakan dalam perancangan

Tipogradi yang digunakan dalam desain ada 2 jenis:

1. 2peas

Digunakan sebagai *body copy*, isi buku, dan dalam penjelasan. Merupakan font seperti tulisan tangan anak-anak yang tidak tegak lurus, dinamis, *playful*, dan ceria. Bentuknya lebar-lebar seperti jenang yang juga melebar.

2. ClearLine

Digunakan dalam logo dan sebagai judul. Jenis font *script* yang klasik, dinamis, seperti goresan tangan tempo dulu, jenis huruf tegak bersambung.

4.1.3 Bentuk

Visual yang dibuat mengacu pada bentuk-bentuk jenang, keadaan keraton, pakaian yang dikenakan pada masa itu, dan kondisi sosial pada masa lampau. Bentuk tersebut menjadi inspirasi dalam pembuatan logo, isi buku, desain promosi. Sedangkan karakter mengacu pada bentuk masing-masing jenang.

Gambar 4.4: Bentuk dasar

4.2 Konsep Verbal

Jenang Surakarta merupakan salah satu makanan khas dan bersejarah di Surakarta. Jenang juga termasuk salah satu warisan budaya yang seharusnya dilestarikan. Namun kenyataannya, anak-anak Surakarta di era modern ini lebih memilih makanan modern daripada makanan khas daerahnya sendiri. Tak kenal maka tak sayang. Oleh karena itu, dibuatlah buku interaktif untuk mengenalkan 17 jenang khas Surakarta.

Buku merupakan sumber informasi yang baik untuk anak-anak dibandingkan dengan internet. Dan interktif dalam buku bertujuan untuk memberikan pengalaman baru bagi anak-anak dalam membaca buku sehingga tidak merasa bosan. Dengan bermacam-macam interaksi yang digunakan, yaitu: pop-up, ular tangga, labirin, tangram, dan menempel. Untuk menempel, digunakan lapisan magnet dan di dalam bagian lembaran buku disisipi lembaran besi. Selain dapat ditempel di buku, mainan magnet juga dapat dijadikan hiasan kulkas.

Pengenalan jenang dilakukan dengan mengenalkan makna dan cara pembuatannya. Penyampaian makna dibuat melalui sebuah kesatuan cerita dengan tokoh ketujuhbelas jenang, yang disesuaikan dengan masing-masing makna. Hal ini dibuat agar penyampaian makna yang dirasa terlalu berat dan filosofis kepada anak-anak dapat menjadi lebih ringan.

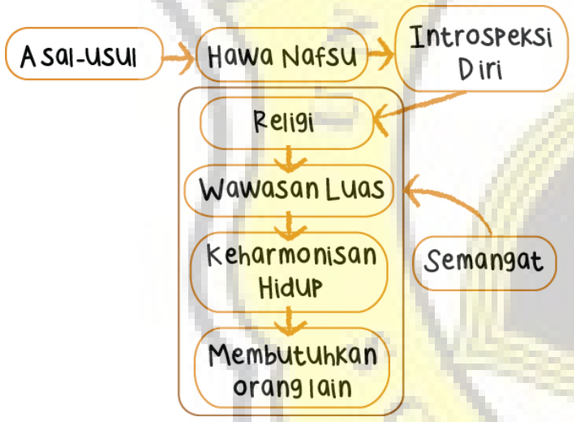
4.2.1 Alur Cerita

Untuk membuat cerita. Pada mulanya ketujuhbelas jenang diklasifikasikan menjadi beberapa bagian, sesuai dengan kemiripan makna yang dimiliki.

Makna	Nama Jenang
Asal-usul Manusia	Abrit-Pethak
Memiliki Wawasan Luas	Lang
Introspeksi diri	Ngangrang, Suran, Saloko, Taming
Menjunjung nilai leluhur & Kebaikan	Manggul, Sumsum
Religius-ingat Pencipta	Timbul, Lahan, Pati, Koloh
Keharmonisan Hidup	Grendul, Kolep
Semangat	Lemu
Membutuhkan orang lain	Katul
Mengendalikan 4 hawa nafsu	Warni 4

Tabel 4.1: Pembagian jenang sesuai maknanya

Setelah mendapatkan poin tersebut, maka dibuat alur singkat berdasarkan masing-masing makna:

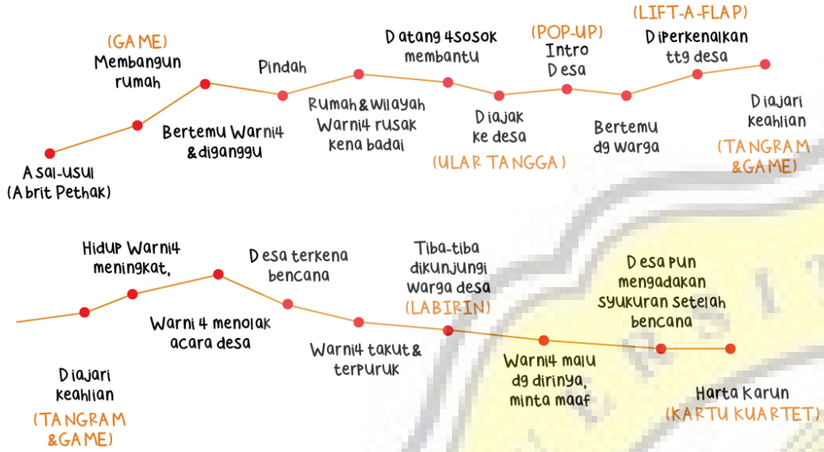


Gambar 4.5: Alur sederhana

Dari alur sederhana yang dibuat, dikembangkan menjadi cerita:

Makna	Wujud Cerita
Asal-usul Manusia	Datangnya Abrit-Pethak (pengembara) ke suatu daerah yang sepi. Menemukan daerah yang cocok untuk ditinggali. Membangun rumah.
Hawa Nafsu	Warni 4 merusak rumah Abrit-Pethak, mengakui wilayah tersebut adalah miliknya semua.
Introspeksi diri	- Abrit Pethak pindah. 17 tahun kemudian setelah Warni 4 memiliki banyak harta benda, ada musibah badai. - Saat berjalan keluar rumah melihat Ngangrang, Suran, Saloko, Taming. Warni 4 ikut mereka ke daerah baru. Ia menyesal menjadi serakah.
Religius-ingat Pencipta Keharmonisan Hidup	- Intro desa Jenang. - Perkenalan dengan isi desa oleh Grendul dan Kolep, serta para pendoa di desa (Timbul, Lahan, Pati, Koloh)
Memiliki Wawasan Luas	- Warni 4 diajari keahlian oleh Lang
Keharmonisan Hidup	- Warni 4 mengaplikasikan keahlian tersebut, kembali menjadi sosok yang berhasil.
Hawa Nafsu	- Warni 4 kembali sombong atas keberhasilannya. - Menolak acara syukuran - Desa terkena bencana, Warni 4 ketakutan dan sendirian.
Membutuhkan orang lain	- Katul datang bersama Lemu dan Abrit-Pethak mengunjungi Warni 4
Introspeksi diri	- Warni 4 malu dan meminta maaf atas perbuatannya yang tidak tahu terimakasih kepada warga desa. Ia sangat menyesal
Semangat	- Setelah bencana banjir surut, warga desa mempersiapkan syukuran dengan penuh sukacita - Harta karun berupa kartu mengenai makna jenang.

Tabel 4.2: Pengembangan alur cerita



Gambar 4.6: Plot

4.2.2 Gaya Bahasa

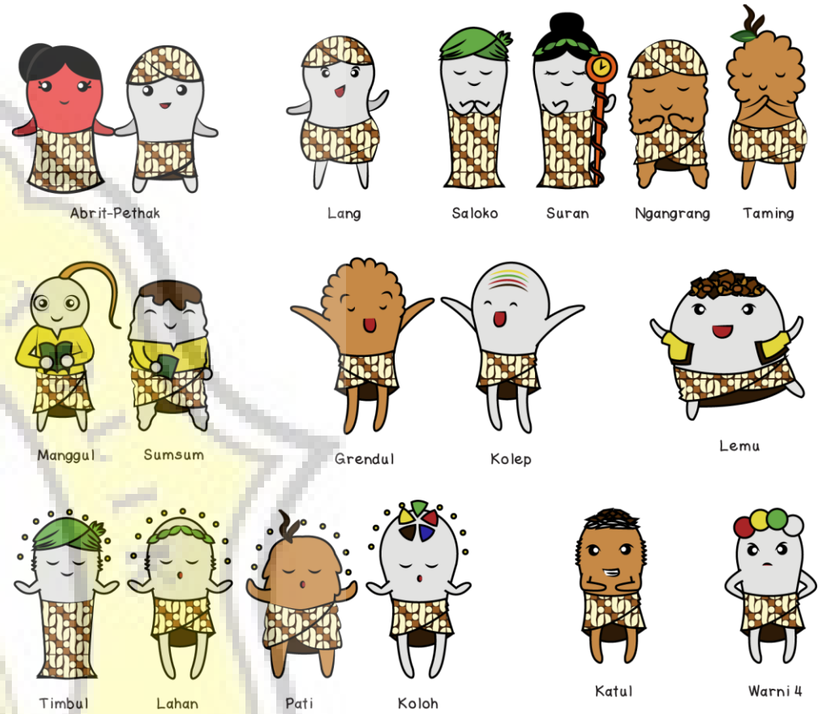
Untuk menyampaikan pesan dan cerita kepada anak-anak, digunakan bahasa Indonesia dengan pemilihan kosa-kata yang *familiar* dalam kehidupan sehari-hari sehingga anak-anak mudah menangkap cerita.

4.2.3 Logo

Gambar 4.7: Logo

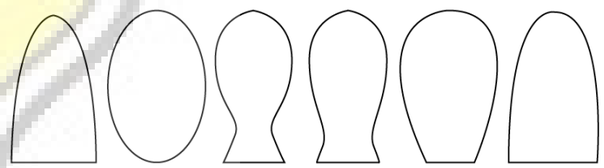
Logo buku tersusun dari logotype dan background. Dalam logo, terdapat elemen visual berupa joglo khas Surakarta dan jenang yang wujudnya tidak beraturan. Joglo dan jenang ini menjadi identitas jenang Surakarta, dan daun salam memberikan kesan menyatu dengan alam dalam kesederhanaan. Daun salam merupakan bumbu dalam jenang. *Logotype* dibuat dinamis, dengan tulisan jenang yang paling besar dan ditonjolkan.

4.2.4 Karakter



Gambar 4.8: Karakter

Dasar bentuk dari karakter adalah bentuk jenang yang memiliki kesan lentur, lunak, sederhana, berbentuk gumpalan dan sosok manusia yang memiliki kepala, badan, tangan, dan kaki.



Gambar 4.9: Visualisasi dasar bentuk dari kesan yang diharapkan.

Setelah didapatkan dasar bentuk, maka ditambahkan elemen manusia seperti wajah, kaki, dan tangan. Setiap jenang memiliki bentuk yang sedikit berbeda tergantung pada bahannya, unsur kekentalan, dan tekstur. Warna badan mengacu pada warna asli jenang dan aksesoris sesuai dengan pelengkap yang unik dan bahan dari masing-masing jenang.

Setiap jenang menggunakan batik parang rusak yang merupakan batik khas Surakarta yang digunakan oleh bangsawan keraton pada masa lampau. Batik tersebut adalah identitas daerah yang membedakan jenang Surakarta dengan jenang-jenang lainnya.

4.2.5 Strategi Promosi Buku

4.2.5.1 Poster

Poster yang digunakan untuk mempromosikan buku. Bersifat persuasif dan menimbulkan kesan agar anak-anak ingin tahu. Diberikan gambar buku beserta contoh isinya, agar anak-anak makin tertarik melihat isi bukunya. Poster akan ditempel di sekolah-sekolah setelah acara *launching* dan juga ditempel ditoko buku yang menjual buku interaktif tersebut.

4.2.5.2 *Bumper*

Bumper merupakan video singkat pengantar pengenalan mengenai jenang dan buku saat roadshow di sekolah-sekolah. Dimulai dari visual jenang yang muncul satu persatu kemudian berubah menjadi karakter-karakter. Karakter menyatu membentuk logo.

4.2.5.3 Banner

Banner yang digunakan untuk mempromosikan buku dan dipasang saat acara *launching*. Sebagai pengganti poster, karena *launching* dilaksanakan di *outdoor*.

4.2.5.4 *Flyer*

Flyer disini berupa desain poster yang berukuran kecil yang dibagi-bagikan kepada pengunjung acara *launching* buku saat Festival Jenang Surakarta.

4.2.5.5 Roadshow

Roadshow dimulai dengan datangnya mobil roadshow ke lingkungan sekolah. Lalu akan diadakan pengenalan jenang di aula sekolah dimana semua siswa dapat mengikutinya. Acara pengenalan kemudian dilanjutkan dengan promosi festival jenang 'tidak datang, tidak sayang', yang bertujuan untk mengajak anak-anak agar datang ke acara festival jenang dan menyayangi warisan budaya yang ada di kotanya.

Kemudian acara dilanjutkan dengan lomba tebak jenang dan melipat kertas bentuk takir. Yang menang akan mendapatkan paket *merchandise* dan *stationary*. Setelah itu akan ada acara makan jenang bersama.

Mobil roadshow nantinya juga akan menjadi *booth* juga dalam acara *launching*. Mobil ini mengangkut kru dan juga berbagai macam peralatan roadshow.

4.2.5.6 Website

Website disini digunakan untuk menyasar ke orang tua, meski ada kemungkinan anak-anak juga bisa mengaksesnya. Website digunakan untuk *sharing*, *review*, berbagi resep, dan makna kehidupan sesuai dengan makna tiap-tiap jenang.

4.2.5.7 *Launching*

Launching dilakukan bersamaan dengan berlagsungnya Festival Jenang Surakarta. Akan dibuat booth yang akan mempromosikan buku. Di *booth* juga disediakan 17 macam jenang, dan anak yang berhasil menebak nama-namanya bisa mendapatkan *merchandise*, *stationary*, atau potongan harga tergantung dari tingkat keberhasilan saat menebak.

4.2.5.8 *Merchandise* dan *Stationary*

Merchandise dan *stationary* merupakan hadiah atau *complimentary gift* dan tidak dapat dibeli secara bebas, kecuali kaos. Tidak diperdagangkan bebas agar anak-anak berusaha lebih untuk mendapatkannya. Barang *limited edition* tentu juga lebih disukai anak-anak.

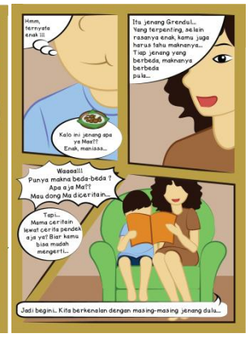
4.3 Visualisasi Desain

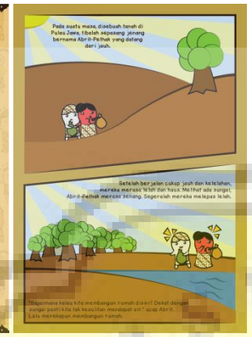
4.3.1 Buku

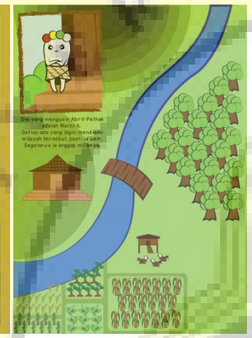
4.3.1.1 *Cover* Buku

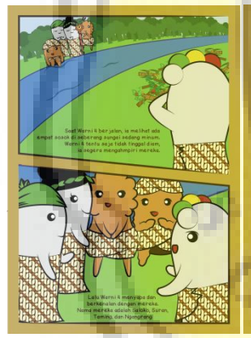
Gambar 4.10: *Cover* Buku

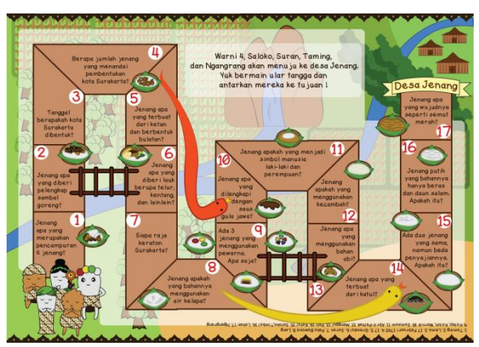
4.3.1.2 Isi Buku

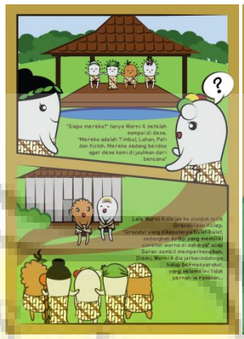


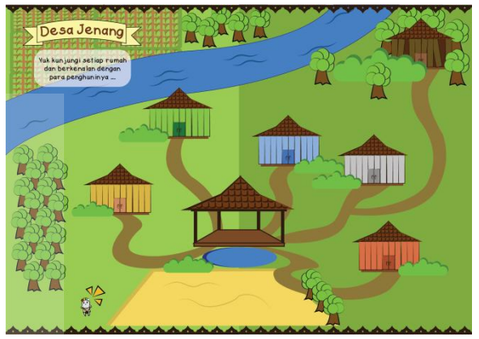


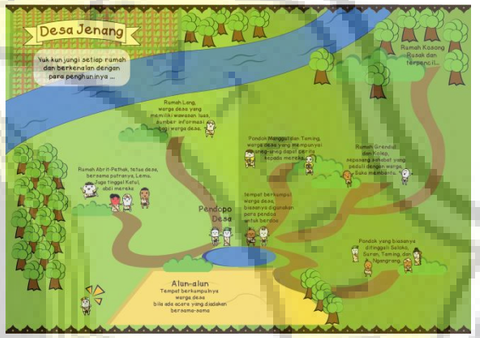


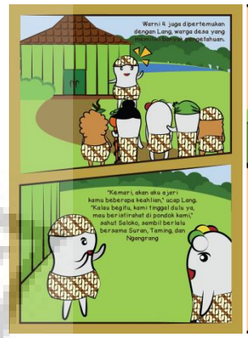


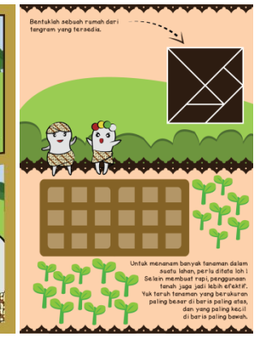


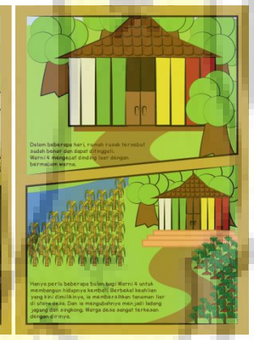


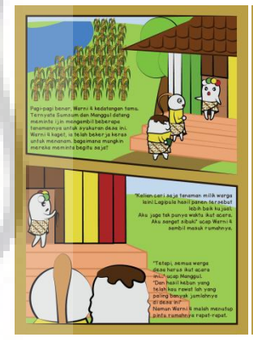


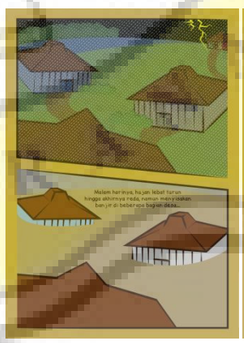


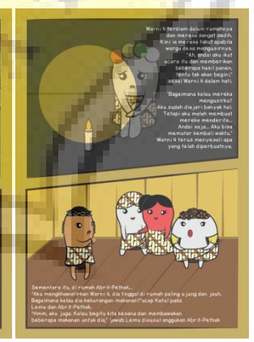


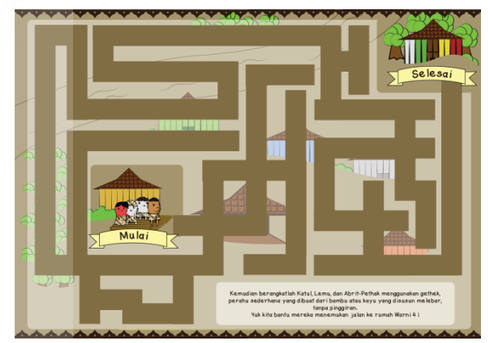


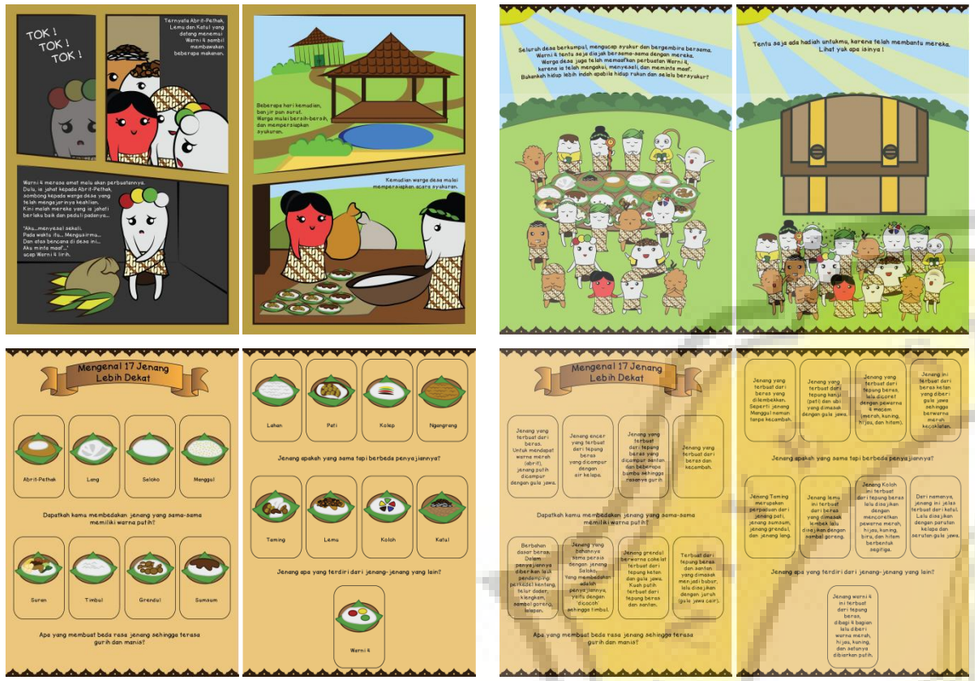












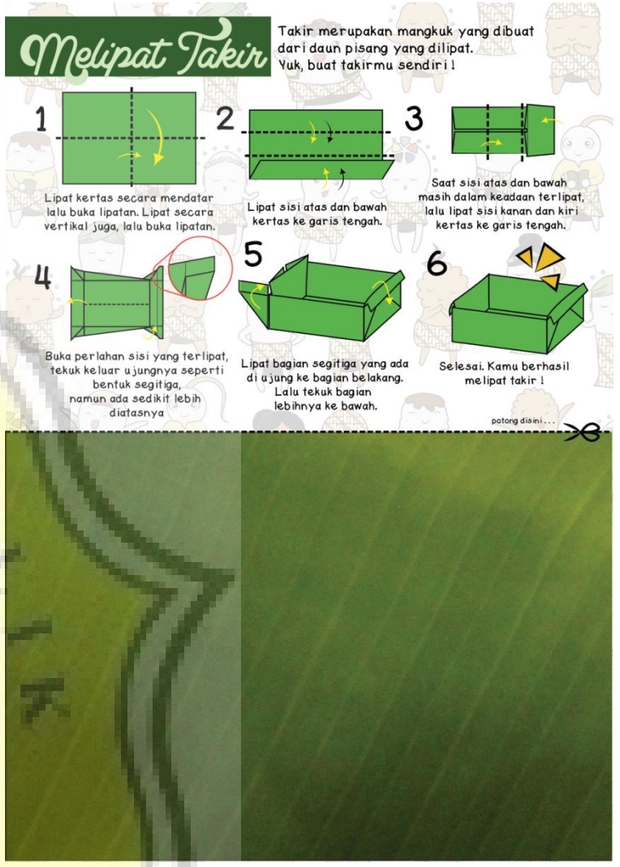
Gambar 4.11: Isi Buku

4.3.1.3 Kartu Kuartet

Gambar 4.12: Kartu Kuartet

4.3.2 Roadshow

Gambar 4.13: *Item Roadshow*



Gambar 4.14: Kertas Lipat

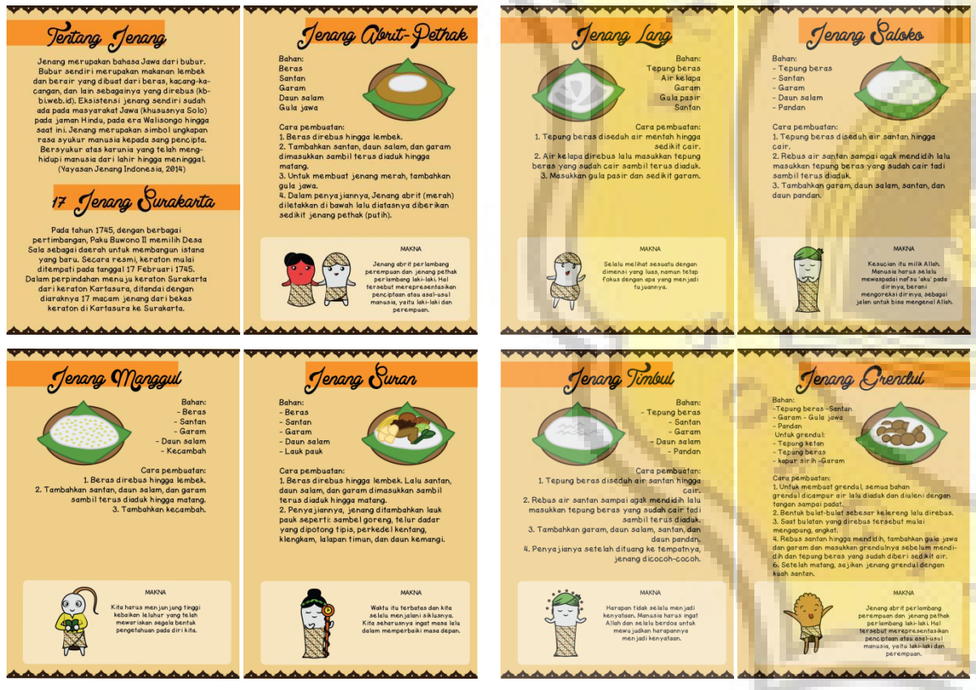
4.3.3 Launching

4.3.3.1 Booth

Gambar 4.15: *Booth*

4.3.3.2 Buku Resep

Gambar 4.16: Cover Buku Resep



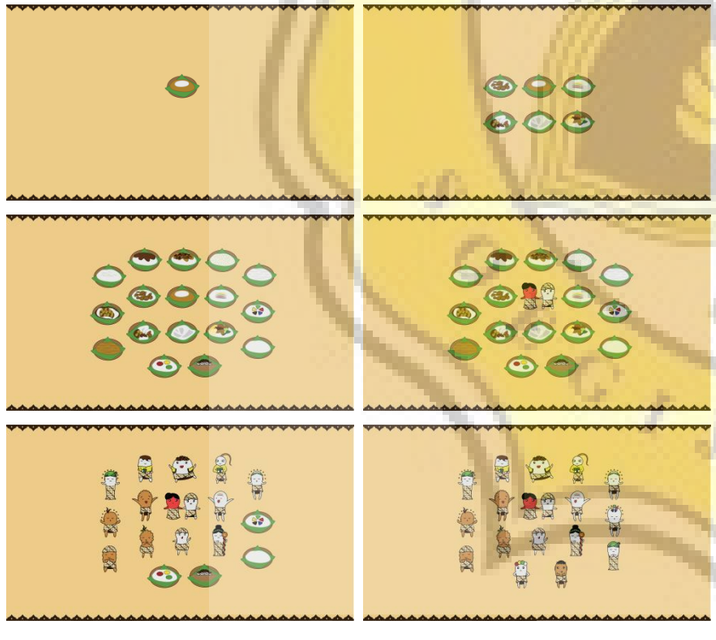
Gambar 4.17: Isi Buku Resep

4.3.4 Promosi

4.2.5.1 Poster

Gambar 4.18: Poster promosi

4.2.5.2 *Bumper*



Gambar 4.19: *Storyboard Bumper*

4.2.5.3 Banner

Gambar 4.20: Banner promosi

4.2.5.4 *Flyer*

Gambar 4.21: *Flyer* promosi

4.2.5.5 Website

Gambar 4.22: Website

Gambar 4.23: *Merchandise*

Gambar 4.24: *Stationary*

4.2.5.6 *Merchandise* dan *Stationary*

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

17 Jenang Surakarta merupakan salah satu makanan khas yang mulai tergeser eksistensinya diantara masyarakat Surakarta. Bahkan anak-anak Surakarta kurang menyukai jenang. Padahal 17 jenang ini adalah kuliner warisan yang sudah ada sejak jaman Keraton Surakarta berdiri. Masing-masing jenang selain memiliki keunikan dari segi bahan, ternyata menyimpan makna baik. Ada ungkapan "Tak kenal maka tak sayang", berangkat dari ungkapan tersebut penulis ingin mengenalkan mengenai jenang ini kepada anak-anak di Surakarta melalui buku. Buku sendiri bersifat *long-term* dalam pemberian informasi, tidak hanya sebatas saat membaca namun bisa diulang kembali saat membutuhkan. Tentunya buku dibuat interaktif agar menarik dan tidak membosankan, mengingat di era modern ini anak-anak lebih memilih "melihat" gadget daripada buku.

Untuk mempermudah penamaan buku, buku diberi judul "17 Jenang Surakarta" agar anak-anak tidak salah persepsi mengenai jenang yang lainnya. Pengenalan makna dilakukan dengan rangkaian cerita mengenai kehidupan bermasyarakat yang ringan dan mudah diserap anak-anak. Selain itu juga terdapat identifikasi ciri dari masing-masing jenang agar anak-anak lebih mudah mengenal jenang-jenang tersebut.

Promosi dan pengenalan tidak sebatas hanya melalui buku, tetapi juga melalui *roadshow* di sekolahan dan *launching* pada saat Festival Jenang Surakarta setiap tanggal 17 Februari.

Dengan adanya buku interaktif ini diharapkan anak-anak lebih tahu dan menghargai jenang-jenang tersebut sebagai salah satu bagian dari kuliner warisan Surakarta. Diharapkan juga orangtua semakin seimbang dalam memberikan makanan bagi anak-anaknya.

5.2 Saran

Dalam penulisan dan perancangan buku interaktif ini, penulis ingin memberikan saran bagi perkembangan Kota Surakarta, khususnya kuliner-kuliner warisan yang ada di Surakarta:

1. Mewujudnyatakan buku interaktif ini, dengan pertimbangan segi produksi dan bahan sehingga lebih efektif.
2. Dalam acara Festival Jenang hendaknya tidak hanya membagikan jenang dan ritual saja, namun juga membagikan informasi dan acara yang membuat masyarakat makin menghargai jenang sebagai salah satu kuliner warisan.
3. Pemerintah kota Surakarta hendaknya memberikan informasi dan pengenalan lebih lanjut mengenai kuliner warisan (misalnya melalui *booklet*), tidak hanya pengenalan di permukaan saja.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Reni. 2001. *Psikologi Perkembangan Anak*. Jakarta: Grasindo

Alwi Hasan, dkk. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan

Anonim. *Ensiklopedi Nasional Indonesia Jilid 15*. 1991. Jakarta: Cipta Adi Pusaka

Anonim. *Ensiklopedi Nasional Indonesia Jilid 10*. 1991. Jakarta: Cipta Adi Pusaka

Arsyad, A. 2008. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Haryono, Timbul. 1997. *Makanan Tradisional dari Kajian Pustaka Jawa*. Jogjakarta: Pusat Kajian Makanan Tradisional UGM

Holzschlag, Molly E. 2003. *Colour for Websites (Graphic Design)*. Gloucester: Rockport Publishers

Hurlock, E.B. 1999. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Ed 5. Jakarta: Erlangga

Leonhardt, Mary. 1997. *Parents Who Love Reading, Kids Who Don't*. Jakarta: Gramedia

Levitt, Theodore. 1986. *The Marketing Imagination*. New York: Free Press

Loomis, Andrew. 1959. *Successful Drawing*. London: Titan Books

Jefkins, Frank F. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga

Meggitt, Carolyn. 2013. *Memahami Perkembangan Anak*. Jakarta: PT Indeks

Munandar, Utami. 1987. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: Gramedia

Rahim, Farida. 2007. *Pengajaran Membaca di Sekolah Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara

Rahman, Abd. 1985. *Minat Baca SD di Jawa Timur*. Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. Jakarta: Depdikbud

Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers

Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian: Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sihombing, Danton. 2003. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Slameto. 1987. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra

LAMPIRAN

Foto-foto hasil observasi jajanan yang ada di sepanjang jalan Soegijapranata. Dimana anak-anak dari SD Marsudirini Surakarta, SD Pangudi Luhur Surakarta, dan SD Kanisius Keprabon 1 Surakarta biasanya jajan. Dari hasil observasi, penulis menyimpulkan bahwa jenang masih ada dan dijual di salah satu penjual. Melihat jumlah yang tersisa cukup sedikit, dapat diambil beberapa kesimpulan. Pertama jenang laku dibeli anak-anak sekolah. Kedua, jenang laku dibeli orangtua siswa. Ketiga, jumlah jenang yang dijual memang sedikit karena permintaan pasar sedikit.

L.1: Foto Observasi Jajanan di SD

Sumber: Dokumentasi Pribadi

L.2 : KUESIONER

Adik-adik tolong bantu menjawab pertanyaan dibawah ini ya
Terima Kasih ☺

Usia saya:
□ 10 tahun □ 11 tahun □ 12 tahun

Uang jajan saya setiap hari kira-kira:
□ dibawah 5.000 rupiah
□ 5.001 - 10.000 rupiah
□ 10.001 - 15.000 rupiah
□ diatas 15.000 rupiah

Berilah tanda silang (X) pada kotak yang dipilih :
1. Apakah setiap hari jajan?

□ Ya □ Tidak □ Kadang-kadang

2. Jajanan yang saya sukai adalah (boleh memilih lebih dari 1) :

□ Siomay □ Roti-rotian □ Telur puyuh goreng □ Rujak/buah
□ Mi Sedap □ Lemper □ Snack Kemasan (chiki, citato, taro, dan sejenisnya)
□ Jenang □ Kue Lapis □ Gorengan □ Burger
□ Batagor □ Permen □ Risoles/ Kroket □ Tidak ada dipilihan

3. Jajanan yang tidak saya sukai adalah :
□ Siomay □ Roti-rotian □ Telur puyuh goreng □ Rujak/buah
□ Mi Sedap □ Lemper □ Snack Kemasan (chiki, citato, taro dan sejenisnya)
□ Jenang □ Kue Lapis □ Gorengan □ Burger
□ Batagor □ Permen □ Risoles/ Kroket □ Tidak ada dipilihan

4. Apakah adik tahu bahwa sebagian jajanan yang dijual ternyata kurang sehat?
□ Tahu □ Tidak tahu

* *Jika* **tahu** bahwa sebagian jajanan yang dijual ternyata kurang sehat, adik tahu darimana?

□ Orang tua □ Saudara □ Buku □ Televisi □ Sumber lain

5. Apakah adik pernah mencoba jajanan seperti: kue apem, lemper, jajan tradisional atau jajan pasar lainnya?

□ Pernah □ Tidak Pernah

6. Apakah adik sering membaca buku?

□ Ya □ Tidak □ Kadang-kadang

*Jika jawaban **ya**, buku jenis apa yang disukai? (boleh memilih lebih dari 1)

□ Novel □ Komik □ Buku Petualangan

□ Majalah □ Buku Pengetahuan □ Lainnya

*Jika jawaban **tidak** atau **kadang-kadang**, mengapa? (boleh memilih lebih dari 1)

□ Jarang dibelikan buku / Tidak memiliki banyak buku di rumah

□ Buku yang ada di rumah kurang menarik

□ Buku yang ada di perpustakaan kurang menarik

□ Tidak ada teman saat membaca buku

7. Apa yang membuat adik tertarik untuk membaca sebuah buku?

□ Gambarnya bagus

□ Judul menarik

□ Bentuk bukunya unik

□ Sampul bukunya menarik

8. Apakah adik lebih tertarik untuk membaca buku berwarna-warni *daripada* yang berwarna hitam-putih saja?

□ Ya □ Tidak

9. Apakah ukuran huruf yang besar memudahkan adik dalam membaca suatu buku?

□ Ya □ Tidak

10. Apakah buku yang memiliki gambar timbul lebih menarik *daripada* buku yang gambarnya tidak timbul?

□ Ya □ Tidak

11. Apakah adik lebih tertarik membaca buku yang dilengkapi gambar *daripada* buku yang berisi tulisan saja?

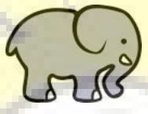
□ Ya □ Tidak

12. Adik tertarik membaca seluruh isi buku jika sampulnya terlihat menarik

□ Ya □ Tidak

13. Jenis gambar mana yang lebih baik, jika menjadi gambar dalam sebuah buku cerita?

□ Yang Sederhana □ Yang sedikit lebih rumit

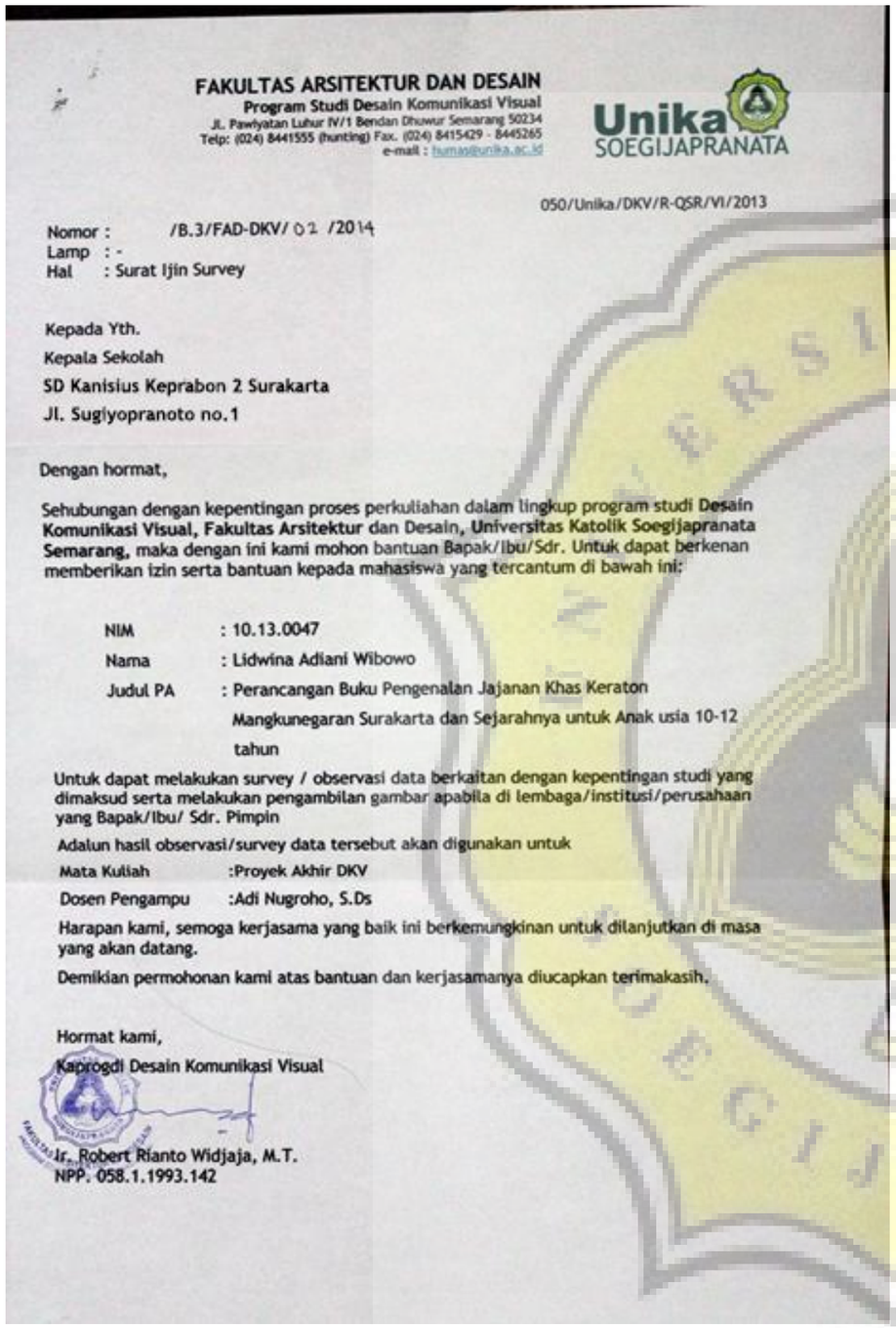


14. Jika adik membaca buku, jenis tulisan mana yang lebih memudahkan adik dalam membaca?

□ Halo
semuanya !

□ Halo
semuanya !

----------Terima Kasih :) ----------



FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Dhuwur Semarang 50234
Telp: (024) 8441555 (hunting) Fax. (024) 8415429 - 8445265
e-mail : humas@unika.ac.id

Unika SOEGIJAPRANATA

050/Unika/DKV/R-QSR/VI/2013

Nomor : /B.3/FAD-DKV/ 02 /2014
Lamp : -
Hal : Surat Ijin Survey

Kepada Yth.
Kepala Sekolah
SD Kanisius Keprabon 2 Surakarta
Jl. Sugiyopranoto no.1

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kepentingan proses perkuliahan dalam lingkup program studi **Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur** dan Desain, **Universitas Katolik Soegijapranata Semarang,** maka dengan ini kami mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr. Untuk dapat berkenan memberikan izin serta bantuan kepada mahasiswa yang tercantum di bawah ini:

NIM : 10.13.0047
Nama : Lidwina Adiani Wibowo
Judul PA : Perancangan Buku Pengenalan Jajanan Khas Keraton Mangkunegaran Surakarta dan Sejarahnya untuk Anak usia 10-12 tahun

Untuk dapat melakukan survey / observasi data berkaitan dengan kepentingan studi yang dimaksud serta melakukan pengambilan gambar apabila di lembaga/institusi/perusahaan yang Bapak/Ibu/ Sdr. Pimpin

Adalun hasil observasi/survey data tersebut akan digunakan untuk

Mata Kuliah :Proyek Akhir DKV
Dosen Pengampu :Adi Nugroho, S.Ds

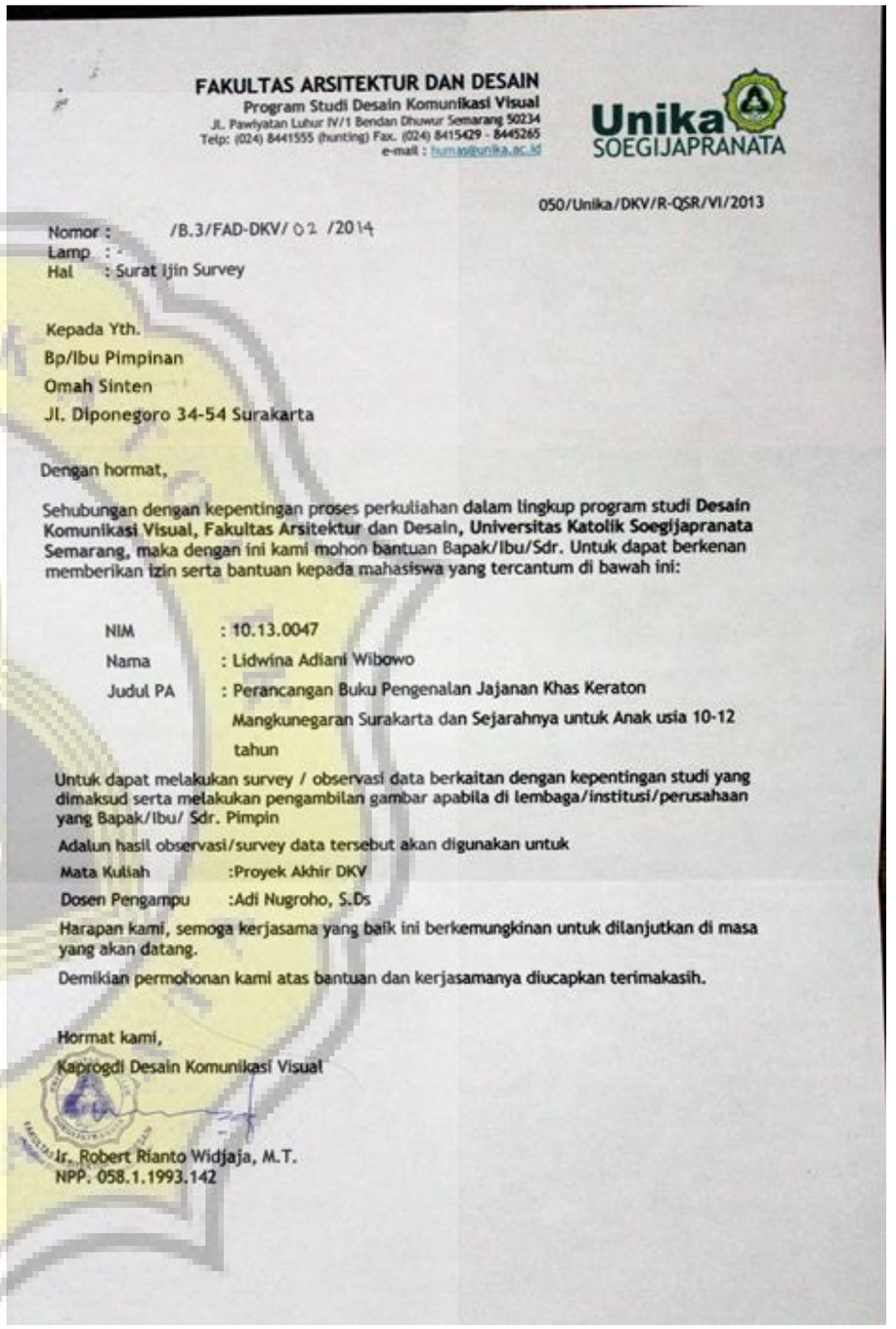
Harapan kami, semoga kerjasama yang baik ini berkemungkinan untuk dilanjutkan di masa yang akan datang.

Demikian permohonan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Kaprogdi Desain Komunikasi Visual

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.
NPP. 058.1.1993.142

L.3: Surat Survei SD Kanisius Keprabon 2 Surakarta



FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Dhuwur Semarang 50234
Telp: (024) 8441555 (hunting) Fax. (024) 8415429 - 8445265
e-mail : humas@unika.ac.id

Unika SOEGIJAPRANATA

050/Unika/DKV/R-QSR/VI/2013

Nomor : /B.3/FAD-DKV/ 02 /2014
Lamp : -
Hal : Surat Ijin Survey

Kepada Yth.
Bp/Ibu Pimpinan
Omah Sinten
Jl. Diponegoro 34-54 Surakarta

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kepentingan proses perkuliahan dalam lingkup program studi **Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur** dan Desain, **Universitas Katolik Soegijapranata Semarang,** maka dengan ini kami mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr. Untuk dapat berkenan memberikan izin serta bantuan kepada mahasiswa yang tercantum di bawah ini:

NIM : 10.13.0047
Nama : Lidwina Adiani Wibowo
Judul PA : Perancangan Buku Pengenalan Jajanan Khas Keraton Mangkunegaran Surakarta dan Sejarahnya untuk Anak usia 10-12 tahun

Untuk dapat melakukan survey / observasi data berkaitan dengan kepentingan studi yang dimaksud serta melakukan pengambilan gambar apabila di lembaga/institusi/perusahaan yang Bapak/Ibu/ Sdr. Pimpin

Adalun hasil observasi/survey data tersebut akan digunakan untuk

Mata Kuliah :Proyek Akhir DKV
Dosen Pengampu :Adi Nugroho, S.Ds

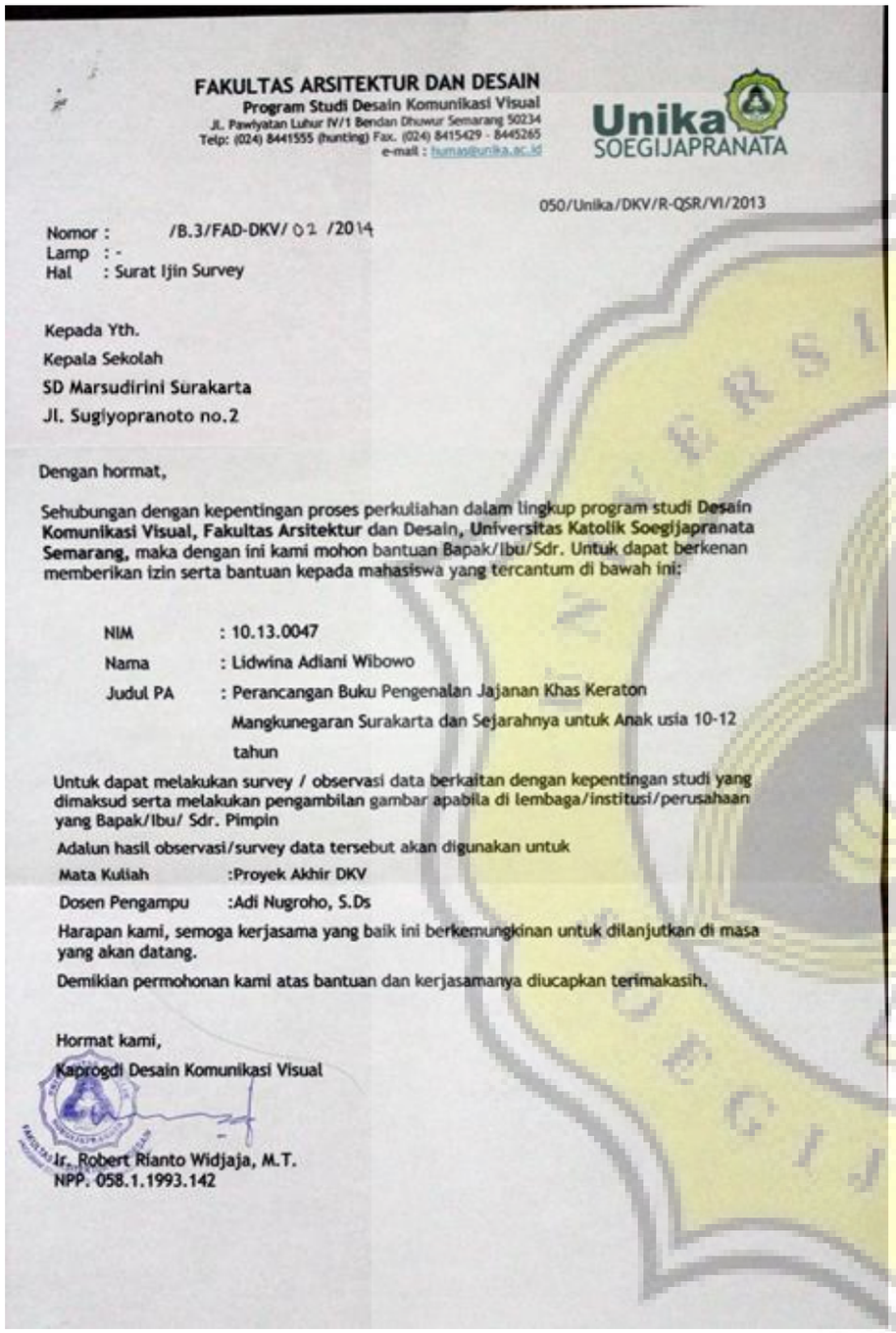
Harapan kami, semoga kerjasama yang baik ini berkemungkinan untuk dilanjutkan di masa yang akan datang.

Demikian permohonan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Kaprogdi Desain Komunikasi Visual

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.
NPP. 058.1.1993.142

L.4: Surat Survei Omah Sinten Surakarta



FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Dhuwur Semarang 50234
Telp: (024) 8441555 (hunting) Fax. (024) 8415429 - 8445265
e-mail : humas@unika.ac.id

Unika SOEGIJAPRANATA

050/Unika/DKV/R-QSR/VI/2013

Nomor : /B.3/FAD-DKV/ 02 /2014
Lamp : -
Hal : Surat Ijin Survey

Kepada Yth.
Kepala Sekolah
SD Marsudirini Surakarta
Jl. Sugiyopranoto no.2

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kepentingan proses perkuliahan dalam lingkup program studi **Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur** dan Desain, **Universitas Katolik Soegijapranata Semarang,** maka dengan ini kami mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr. Untuk dapat berkenan memberikan izin serta bantuan kepada mahasiswa yang tercantum di bawah ini:

NIM : 10.13.0047
Nama : Lidwina Adiani Wibowo
Judul PA : Perancangan Buku Pengenalan Jajanan Khas Keraton Mangkunegaran Surakarta dan Sejarahnya untuk Anak usia 10-12 tahun

Untuk dapat melakukan survey / observasi data berkaitan dengan kepentingan studi yang dimaksud serta melakukan pengambilan gambar apabila di lembaga/institusi/perusahaan yang Bapak/Ibu/ Sdr. Pimpin

Adalun hasil observasi/survey data tersebut akan digunakan untuk

Mata Kuliah :Proyek Akhir DKV
Dosen Pengampu :Adi Nugroho, S.Ds

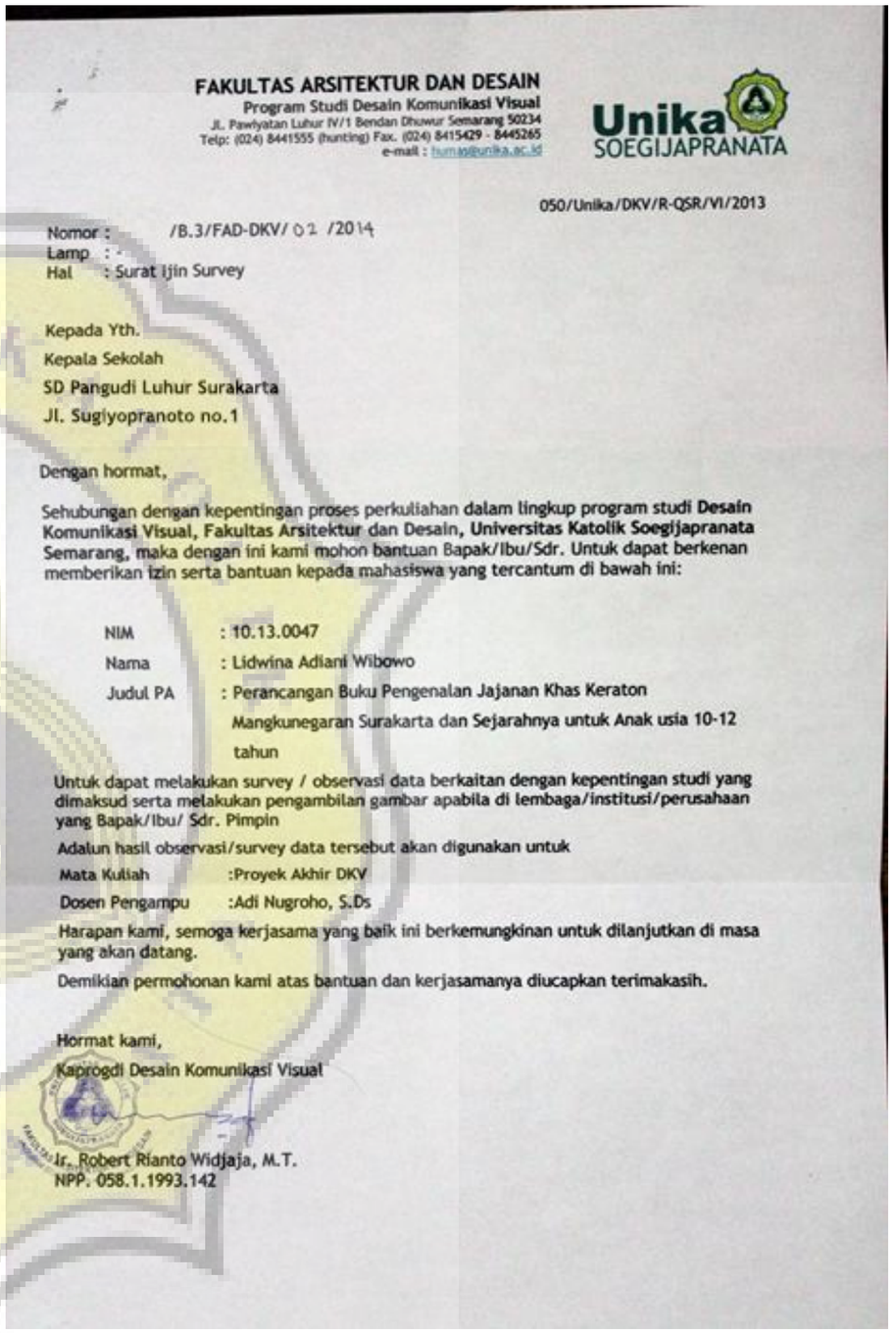
Harapan kami, semoga kerjasama yang baik ini berkemungkinan untuk dilanjutkan di masa yang akan datang.

Demikian permohonan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Kaprogdi Desain Komunikasi Visual

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.
NPP. 058.1.1993.142

L.5: Surat Survei SD Marsudirini Surakarta



FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Dhuwur Semarang 50234
Telp: (024) 8441555 (hunting) Fax. (024) 8415429 - 8445265
e-mail : humas@unika.ac.id

Unika SOEGIJAPRANATA

050/Unika/DKV/R-QSR/VI/2013

Nomor : /B.3/FAD-DKV/ 02 /2014
Lamp : -
Hal : Surat Ijin Survey

Kepada Yth.
Kepala Sekolah
SD Pangudi Luhur Surakarta
Jl. Sugiyopranoto no.1

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kepentingan proses perkuliahan dalam lingkup program studi **Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur** dan Desain, **Universitas Katolik Soegijapranata Semarang,** maka dengan ini kami mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr. Untuk dapat berkenan memberikan izin serta bantuan kepada mahasiswa yang tercantum di bawah ini:

NIM : 10.13.0047
Nama : Lidwina Adiani Wibowo
Judul PA : Perancangan Buku Pengenalan Jajanan Khas Keraton Mangkunegaran Surakarta dan Sejarahnya untuk Anak usia 10-12 tahun

Untuk dapat melakukan survey / observasi data berkaitan dengan kepentingan studi yang dimaksud serta melakukan pengambilan gambar apabila di lembaga/institusi/perusahaan yang Bapak/Ibu/ Sdr. Pimpin

Adalun hasil observasi/survey data tersebut akan digunakan untuk

Mata Kuliah :Proyek Akhir DKV
Dosen Pengampu :Adi Nugroho, S.Ds

Harapan kami, semoga kerjasama yang baik ini berkemungkinan untuk dilanjutkan di masa yang akan datang.

Demikian permohonan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Kaprogdi Desain Komunikasi Visual

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.
NPP. 058.1.1993.142

L.6: Surat Survei SD Pangudi Luhur Surakarta

Unika SOEGIJAPRANATA

LEMBAR KEGIATAN ASISTENSI MAHASISWA

NAMA/NIM : Lidwina Adiani W / 10.13.0047

MATA KULIAH : PA - DKV04

NO.	TANGGAL	CATATAN / KEG. ASISTENSI	PARAF PEMBIMBING
1	22/11 14	- Kerangka berfikir ide/konsep dan sistematika penulisan.	
2	28/11 14	- Kesesuaian TA & skenario cerita dan buku Kutnav (background kesatrian).	
3	12/2 04	Asistensi revisi proposal	
4	20/2 14	Asistensi awal Pra TA, buat RANGKA pikir	
5	3/3 14	- kuesioner v - mulai strategi komunikasi	
6	25/3 14	- Perumpulan skenario untuk buku ilustrasi.	
7	3/4 14	- Studi karakter > dibuat !! - Studi cerita	
8	12/4 14	- logo → eksplorasi lagi.	
9		- buku cerita → syarat typo & visi & misi prangko.	
10			
11			
12	9/4 14	Kembangkan 1 sequence yg	
13		lengkap → utk ilustrasi &	
14		cover, gambar dll	
15		logo - disesuaikan sequence.	
16		→ alt beberapa logi.	
17	6/5 14	logo disempurnakan. + persiapan selesai pembuatan Pameran (Kartun, jilid dll)	

L.7: Lembar Asistensi

Unika SOEGIJAPRANATA

LEMBAR KEGIATAN ASISTENSI MAHASISWA

NAMA/NIM : Lidwina Adiani W / 10.13.0047

MATA KULIAH : PA - DKV 04

NO.	TANGGAL	CATATAN / KEG. ASISTENSI	PARAF PEMBIMBING
1	14/5 14	Video dibuat mirip :	
2		n. Bumper, iklan	
3		dan promosi.	
4			
5	26/5 14	- logo & perbaiki	
6		- naskah dibuat.	
7		- penjabaran metode	
8		alias supaya di expose	
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

L.8: Lembar Asistensi