

VIDEO ILUSTRASI KREATIF TENTANG KULINER KOTA BANDUNG UNTUK MENUNJANG PARIWISATA

Abi Rikobi

Universitas BSI Bandung, abirikob0812@bsi.ac.id

ABSTRACT

Bandung is known as a city of natural attractions, shopping, and gradually known as a city of culinary tourism. Title as the city of Bandung culinary demands continue to be creative and innovative in terms of culinary, including in conveying information about the culinary.

The purpose of designing creative illustration video about Bandung city culinary is becoming one of the media information that is able to engage and influence people to travel in the city of Bandung. Illustration of Bandung city culinary packed with creative, unique, and interesting in the integrity of video. The design of this thesis using inductive analysis approach. Inductive means the process of taking a conclusion of the things that are special becomes general conclusions. The technique of collecting data through interviews, observation, and literature study.

Results of designing video creative illustration of culinary Bandung city is expected to describe the city of Bandung perkulineran treasures to the public.

Keywords: *Creative Illustrations Video, Tourism, Bandung City Culinary*

ABSTRAK

Bandung dikenal sebagai kota wisata alam, belanja, dan kuliner. Predikat sebagai kota wisata kuliner menuntut Bandung terus kreatif dan inovatif dalam hal kuliner termasuk dalam menyampaikan informasi mengenai kuliner.

Tujuan dari perancangan video ilustrasi kreatif mengenai kuliner Bandung adalah menjadi salah satu media informasi yang mampu mengajak dan memengaruhi orang untuk berwisata di kota Bandung. Ilustrasi tentang kuliner kota Bandung dikemas secara kreatif, unik, dan menarik dalam satu keutuhan sebuah video. Perancangan tugas akhir ini menggunakan pendekatan analisis induktif. Induktif berarti proses mengambil suatu kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus menjadi kesimpulan yang bersifat umum. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka.

Hasil dari perancangan video ilustrasi kreatif mengenai kuliner kota Bandung ini diharapkan mampu menggambarkan khazanah perkulineran kota Bandung kepada masyarakat luas.

Kata kunci: Video Ilustrasi Kreatif, Pariwisata, Kuliner Kota Bandung

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini menciptakan persaingan yang ketat di antara bangsa-bangsa di dunia. Persaingan itu terjadi dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam dunia pariwisata. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha,

pemerintah, dan pemerintah daerah (Bab I, Pasal 1, Ayat 3).

Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus juga merupakan ibu kota provinsi tersebut. Sebagai kota metropolitan terbesar ketiga setelah Jakarta dan Surabaya, Bandung merupakan salah satu tujuan wisatawan, mulai dari wisata belanja, fesyen, dan kuliner. Segala macam *point* ada di kota berjuluk 'Parijs van Java' itu.

Seperti yang dikemukakan Suherman, selain kota Bandung yang dikenal sebagai kota belanja, dengan *mall* dan *factory outlet* yang banyak tersebar, saat ini kota Bandung berangsur-angsur menjadi kota wisata kuliner. Istilah kuliner berkaitan erat dengan konsumsi makanan sehari-hari dan merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia karena sehari-hari setiap orang memerlukan makanan.

Kuliner kota Bandung merupakan tujuan utama pendatang selain wisata alam dan wisata belanjanya. Kota Bandung yang terkenal orang-orangnya kreatif, selalu banyak menciptakan variasi jenis makanan yang unik sehingga banyak orang tertarik. Seperti yang dikemukakan Suganda, orang Bandung tidak sepenuhnya jago makan, yang benar adalah kreativitas masyarakatnya tak pernah habis. Bandung gudangnya orang-orang kreatif, termasuk dalam soal kuliner.

Menjadi hal yang sangat penting untuk mempertahankan predikat kota Bandung sebagai kota wisata kuliner, menuntut orang-orang Bandung untuk terus berkreasi dan berinovasi dalam menghasilkan makanan atau jajanan, termasuk dalam penyampaian informasi kuliner tersebut.

Dalam menyampaikan sebuah informasi diperlukan sebuah media informasi. Media informasi adalah sarana yang digunakan untuk memberikan informasi peristiwa-peristiwa yang terjadi kepada masyarakat umum secara cepat. Melalui media, informasi yang disampaikan akan lebih efektif dan lebih cepat.

Video sebagai media elektronik adalah media komunikasi yang memiliki unsur *audio-visual* (narasi, musik, dialog, sound effect, gambar atau foto, teks, animasi, grafik) sebagai keunggulannya dibanding dengan media komunikasi massa lainnya (Tubbs dan Moss, 1994; DeVito, 2001). Namun, penggunaannya akan memberi efek berbeda untuk situasi tertentu sehingga memerlukan pendesainan pesan tertentu pula agar penyampaian pesan dapat menjadi efektif (Rousseau, 1998).

Efektivitas penggunaan video sebagai media instruksional suatu informasi dipengaruhi oleh format kemasan pesan (*message packaging*). Desain pesan

instruksional melalui video dapat didesain dalam bentuk narasi, ceramah, dialog, peragaan, fragmen, dan visualisasi (Kuswita, 2003). Untuk memperoleh efektivitas penyampaian pesan, kemasan suatu pesan dapat dipilih dari kategori pesan persuasif yang dibantu dengan musik latar (Andrew, 2001; Dwyer, 1994). Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa media informasi yang tepat adalah dalam bentuk video karena memiliki unsur *audio-visual* sebagai keunggulannya yang melibatkan unsur *audio* (narasi, *music*, dan *sound effect*) dan unsur visual (ilustrasi, gambar, atau foto). Namun, tetap tergantung pada pengemasannya, sehingga informasi tetap dapat diterima dengan jelas dan efektif.

Ilustrasi yang baik dan menarik ditunjang dengan narasi dan *sound effect* dalam mengemas sebuah informasi berupa video, sangat diperlukan untuk menunjang informasi tentang kuliner kota Bandung sehingga semakin memperkuat predikat kota Bandung sebagai kota kuliner yang pada akhirnya menunjang pariwisata kota Bandung.

Berdasarkan dari uraian di atas dan keinginan untuk membuat sebuah karya video ilustrasi yang dimaksudkan untuk memberikan informasi dengan unik, menarik, dan efektif sehingga mampu menunjang pariwisata dan memperkuat predikat kota Bandung sebagai kota kuliner.

KAJIAN LITERATUR

Pariwisata

Menurut Kodhyat pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Menurut Gamal, pariwisata didefinisikan sebagai bentuk suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.

Selanjutnya Burkart dan Medlik menjelaskan pariwisata sebagai suatu transformasi orang untuk sementara dan dalam waktu jangka pendek ketujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu.

Industri Pariwisata

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki keterkaitan yang kuat dengan sektor lain, karena pariwisata bisa dikatakan sebagai gabungan fenomena dan hubungan timbal balik akibat adanya interaksi dengan wisatawan, supplier bisnis, pemerintah tujuan wisata serta masyarakat daerah tujuan wisata.

McIntosh dan Goeldner menyatakan bahwa wisata merupakan kumpulan aktifitas, layanan dan industri yang menyediakan pengalaman dalam perjalanan/travel yaitu transportasi, akomodasi, makanan minuman, toko-toko, hiburan, fasilitas kegiatan, dan layanan ramah lain yang tersedia bagi perorangan maupun kelompok yang melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggalnya.

Shmoll dalam Yoeti mengatakan bahwa wisatawan itu bertindak dengan kehendak hatinya dan bebas memilih daerah wisata yang akan dikunjunginya, objek dan atraksi wisata yang akan dilihatnya atau diinginkannya.

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda, tetapi sangat erat kaitannya dengan kebutuhan wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dilakukannya (*composite demand*). Lebih lanjut menurut Shmoll, faktor-faktor yang menentukan permintaan terhadap daerah kunjungan wisata antara lain:

1. Harga (*price*);
2. Daya tarik wisata (*tourist attractions*), fasilitas yang tersedia (*tourist facilities*), bentuk-bentuk pelayanan lainnya (*services*) seperti transportasi lokal, telekomunikasi, dan hiburan;
3. Kemudahan-kemudahan untuk berkunjung (*accessibilities*) seperti sarana jalan, jembatan tenaga listrik, atau persediaan air bersih;
4. *Pre travel services and informations*;

5. Images of tourist destination.

Sammeng dalam Prabowo menjelaskan bahwa produk pariwisata merupakan mata rantai dari serangkaian komponen yang satu dengan yang lainnya saling terkait dan saling mempengaruhi. Inilah yang menyebabkan pariwisata memiliki pengaruh ganda (*multiplier effect*) yang sangat besar.

Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah tertentu karena tertarik oleh sesuatu, atau dengan kata lain daerah tersebut mempunyai daya tarik bagi wisatawan tersebut. Salah satu hal penting untuk pengembangan pariwisata adalah kemudahan atau fasilitas wisata, seperti kemudahan mendapatkan informasi, mengurus dokumen perjalanan, ATM center, dan sebagainya.

Aksesibilitas untuk mencapai tempat tujuan wisata menjadi salah satu komponen penting selanjutnya. Aksesibilitas tersebut dapat berupa transportasi udara, transportasi darat, dan transportasi laut. Tidak jarang salah satu faktor yang membuat wisatawan tertarik melakukan perjalanan ke daerah tujuan wisata karena alasan kuliner (makanan dan minuman) serta akomodasi (penginapan). Untuk itu, akomodasi berupa fasilitas dan ketersediaan makanan dan minuman menjadi faktor yang penting dalam menunjang industri pariwisata. Hiburan dan cenderamata merupakan produk terakhir dari industri pariwisata yang melengkapi kebutuhan wisatawan akan produk pariwisata.

Bryden dalam Mangiri dalam Prabowo menyebutkan lima dampak positif pariwisata bagi masyarakat. Manfaat tersebut, yaitu memperbaiki neraca pembayaran sebagai penghasil devisa, menyebarkan pembangunan ke daerah-daerah *non industry*, menciptakan lapangan kerja, dan menghasilkan dampak pengganda perekonomian (*multiplier effect*).

Video

Istilah video berasal dari bahasa Latin yaitu dari kata *vidi* atau *visum* yang artinya melihat atau mempunyai daya penglihatan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia video adalah teknologi pengiriman sinyal

elektronik dari suatu gambar bergerak. Video adalah teknologi penangkapan, perekaman, pengolahan, penyimpanan, pemindahan, dan perekonstruksian urutan gambar diam dengan menyajikan adegan-adegan dalam gerak secara elektronik. Video menyediakan sumberdaya yang kaya dan hidup bagi aplikasi multimedia. Video merupakan gambar yang bergerak, jika objek pada animasi adalah buatan, maka objek pada video adalah nyata.

Ilustrasi

Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik atas jenis kegiatan seni itu. Ilustrasi dapat dipergunakan untuk menampilkan banyak hal serta berfungsi antara lain:

1. Memberikan gambaran tokoh atau karakter dalam cerita.
2. Menampilkan beberapa contoh item yang diterangkan dalam suatu buku pelajaran (*text book*).
3. Memvisualisasikan langkah demi langkah pada sebuah instruksi dalam panduan teknik.
4. Atau sekedar membuat pembaca tersenyum dan tertawa.

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atau suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai *image bitmap* hingga karya foto.

Ilustrasi dapat berupa gambar, foto, maupun grafis lainnya. Gambar merupakan penjelasan yang dapat menerjemahkan isi iklan secara menyeluruh, mampu menarik perhatian sekaligus menangkap pandangan secara sepintas. Sebab karya yang bermutu akan muncul dari hubungan baik antara ide, gaya penyajian, teknik, dan bahan. Ilustrasi dapat dihasilkan melalui beberapa

teknik yaitu gambar tangan (*Hand Drawing*) dengan beberapa teknik yaitu Teknik Arsir, Teknik Garis, Teknik Tikik-Tikik (dots), Teknik Blok, Teknik Half Tone, Teknik Goresan Kering, dan Teknik *Wood Engraving*.

Kuliner

Istilah kuliner berkaitan erat dengan konsumsi makanan sehari-hari dan merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, karena sehari-hari setiap orang memerlukan makanan. Dalam kamus Webster, kuliner atau *culinary* adalah “*Relating to the kitchen, or to the art of cookery; used in kitchens; as, a culinary vessel; the culinary art*”.

Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makan sehari-hari. Kuliner merupakan sebuah gaya kehidupan sehari-hari. Karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah.

Kuliner Kota Bandung

Menurut Suganda, dalam soal kuliner Bandung sangat boleh jadi menempati urutan kedua setelah Jakarta. Akan tetapi, jika dihitung berdasarkan tingkat kepadatannya, Jakarta mungkin kalah. Kota Bandung yang luasnya sekitar 17.000 hektar lebih itu sudah dipenuhi tempat-tempat makan. Lokasinya tersebar dari pusat kota sampai ke daerah utara yang merupakan perbukitan sudah dipenuhi *cafe*, rumah makan/restoran, *bistro*, *food court* atau apa pun namanya.

Jika ditelusuri, pertumbuhan tempat-tempat makan tersebut ironisnya justru terjadi setelah krisis moneter tahun 1997. Sikap masyarakat yang saat itu berusaha berhemat karena beban ekonomi yang makin berat, pada mulanya disiasi dengan berdirinya tempat-tempat makan murah meriah. Pertimbangannya sederhana saja, dalam keadaan sulit seperti apa pun, orang pasti harus makan. Siasat itu kemudian diikuti dengan bermunculannya tempat-tempat makan dan jajan yang memproklamkan dirinya sebagai *cafe* yang dinaungi tenda. Antara lain sepanjang

jalan utama seperti Jalan Ir. H. Djuanda (Dago).

Tempat-tempat makan dan jajan seperti itu menjadi fenomena kota Bandung menjelang abad-21. Namun, berkat mereka itulah, ekonomi kota Bandung meningkat sehingga beberapa tahun kemudian mendapat julukan baru sebagai “Kota Kuliner”, menyusul predikat sebelumnya sebagai Paris Van Java, Kota Kembang, Kota Pendidikan, dan sebagainya.

Kuliner di Kota Bandung memang sangat banyak dan tersebar di berbagai daerah di Kota Bandung, segala macam kuliner Nusantara bahkan luar negeri ada di kota Bandung. Her Suganda memaparkan dalam bukunya yang berjudul *Wisata Paris van Java*, sebagai tuan rumah (Kota Bandung), rumah makan sunda dan khas sunda jumlahnya tidak kurang dari 65 buah, belum termasuk yang kecil-kecil. Rumah makan Nusantara jumlahnya hampir sama sebanyak 63 buah, mewakili berbagai jenis kuliner dari sejumlah suku bangsa di Indonesia. Masakan Manado, Melayu, Padang, Madura, Batak, Aceh, Makasar, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogya, dan daerah lainnya juga berkumpul disini.

Bahkan tak kalah serunya dalam memeriahkan dunia kuliner kota Bandung, restoran-restoran asing pun bermunculan. Dari yang menyediakan menu dari Negeri Gajah Putih Thailand, Vietnam, Jepang, Jerman, Perancis, Taiwan, Korea, dan Australia. Menu Eropa, terutama Belanda sudah ada sejak abad 20. Pendek kata, kota Bandung dalam hal kuliner sudah menjadi kota Internasional.

Dari pernyataan Suganda di atas, kuliner Bandung sangatlah banyak dan penyebarannya bersifat sangat dinamis, dalam tugas akhir ini penulis mengungkap tujuh kuliner kota Bandung yang merupakan jenis jajanan diantaranya,

1. Batagor

Batagor merupakan akronim dari baso dan tahu goreng. Batagor terbuat dari tahu yang di bagian tengahnya diisi olahan daging ikan tenggiri. Rasanya gurih. Apalagi jika dicocol dengan bumbu kacang serta kecap yang diberi perasan jeruk limau. Konon, rasa batagor sangat tergantung dari kualitas ikan tenggiri yang

dijadikan bahan bakunya. Di Bandung terdapat salah satu batagor yang populer yaitu Batagor Riri yang terletak di Jalan Burangrang No. 41.



Gambar 1
Batagor

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015



Gambar 2
Batagor Riri

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015

2. Mie Kocok

Makanan ini berbahan dasar mie kuning dan tauge yang diberi kuah panas dari kaldu sapi dan di beri potongan-potongan kikil. Rasa dari mie kocok ini gurih dan segar. Di Bandung terdapat salahsatu mie kocok yang terkenal yaitu mie kocok Mang Dadeng. Rasa khas dari mie kocok ini adalah kuatnya aroma dan rasa rempahnya dibanding mie kocok lain di Bandung. Mie kocok Mang Dadeng ini terletak di Jalan KH Ahmad Dahlan (Banteng) No. 67.



Gambar 3
Mie Kocok

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015



Gambar 4
Mie Kocok Mang Dadeng
Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015

3. Surabi

Surabi merupakan jajanan pasar khas Indonesia. Surabi Bandung menjadi sangat terkenal karena bervariasinya rasa surabi tersebut. Di Bandung ada surabi yang terkenal yaitu surabi Enhai yang terletak di Dr. Setiabudhi. Surabi Enhai menawarkan inovasi dalam hal rasa. Selain surabi tradisional dengan taburan oncom, di sini juga tersedia surabi bertabur keju, cokelat butir, hingga susu kental manis.



Gambar 5
Surabi Enhai

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015



Gambar 6
Dapur Surabi Enhai

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015

4. Awug Beras

Awug Beras merupakan jajanan khas tanah Sunda. Bentuknya yang unik mengerucut seperti nasi tumpeng ini, mampu bertahan dari jajanan alkulturasi budaya luar. Wangi khas dari kelapa dan rasa gula arennya yang manis dan gurih menjadikan awug beras ini jajanan *favourit* di kota Bandung.



Gambar 7
Awug Beras

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015

5. Peuyeum

Peuyeum atau dalam bahasa Indonesianya disebut dengan tape merupakan jajanan

khas kota Bandung. Bahannya terbuat dari singkong yang kemudian diberi ragi sehingga terjadi fermentasi. Jajanan ini sering ditemui di pusat oleh-oleh dengan cara di gantungkan di langit-langit warung.



Gambar 8
Peuyeum

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015

6. Es Cendol

Es Cendol merupakan minuman tradisional khas kota Bandung. Minuman tradisional ini berbahan dasar sagu, warna hijau dari cendolnya berasal dari daun suji, kemudian wanginya berasal dari daun pandan. Di Bandung terdapat es cendol yang terkenal adalah es cendol Elizabeth. Es cendol Elizabeth pertama kali dirintis oleh Rokhman yang sejak tahun 1984 dengan berjualan di depan toko tas Elizabeth di Jalan Oto Iskandardinata. Nama Elizabeth ini muncul karena es cendol ini banyak peminatnya dan orang-orang cenderung mengenal es cendol ini karena berdampingan dengan toko Elizabeth. Nama Elizabeth itu muncul dengan sendirinya dimasyarakat kota Bandung.



Gambar 9

Es Cendol Elizabeth

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015



Gambar 10

Es Cendol Elizabeth

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015

7. Es Goyobod

Goyobod adalah sejenis minuman berupa es dengan campuran bahan lainnya. Antara lain aci tapioka yang diproses sedemikian rupa, kemudian dipotong-potong kecil seukuran dadu. Bahan ini kemudian dicampur dengan santan kelapa dan cairan gula. Kadang-kadang masih dicampur lagi dengan alpukat, kelapa muda, atau bahkan *peuyeum* singkong.

Di Bandung salahsatu es goyobod yang enak dan terkenal yaitu terletak di Jalan Kliningan, Buah Batu.



Gambar 11
Es Goyobod

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015



Gambar 12

Es GOKIL (Goyobod Kiliningan)

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015

METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian yang dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Kualitatif riset didefinisikan sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia.

Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau pengertian penelitian kualitatif tersebut adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005).

PEMBAHASAN

Media merupakan sarana untuk menyampaikan pesan secara efektif dan dapat dimengerti mengenai maksud pesan. Jadi, pemilihan media disesuaikan dengan hasil penelitian serta target *audience*. Media tersebut adalah media utama lalu dilengkapi dengan media pendukung agar sampai secara lebih maksimal kepada target *audience*.

Dalam perancangan media yang efektif dan dapat dimengerti diperlukan pendekatan-pendekatan agar tujuan dapat tercapai melalui *studi literatur* yang menjadi acuan dalam perancangan *video* ilustrasi kreatif tersebut.

Pendekatan komunikasi

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam perancangan ini adalah mengajak para wisatawan untuk berwisata di Bandung khususnya wisata kuliner. Harapannya melalui media *video* ilustrasi ini dapat memberikan informasi mengenai kuliner Bandung kepada para wisatawan yang dikemas dengan kreatif sehingga menarik dan mendapatkan informasi secara jelas.

Pendekatan visual

Pendekatan visual dalam *video* ilustrasi kreatif ini dibuat dengan tampilan menarik, komunikatif, informatif, kreatif, jelas, dan mudah untuk dipahami. Tampilan menampilkan suasana Bandung mulai dari suasana alam dan perkotaan. Dalam bagian isi memaparkan tujuh jajanan khas Bandung.

Penulis membuat ilustrasi kreatif yang memadukan teknik *handdrawing* dengan gambar *digital* berupa *video*. Kedua teknik tersebut digabungkan dalam *video* yang kreatif, komunikatif, dan informatif yang utuh. Ilustrasi kreatif ini menjadi pembeda dalam unsur visual sebuah media informasi berupa *video*.

Pendekatan verbal

Video ilustrasi kreatif ini menggunakan bahasa Indonesia. Narasi yang dipaparkan oleh narator dalam *video* tersebut bersifat persuasif. Pembawaan dari bahasa yang dibawakan oleh *narrator* menggunakan bahasa yang persuasif. Bahasa yang

digunakan *narrator* tidak menggunakan bahasa yang sangat baku.

Materi pesan

Dalam perancangan video ilustrasi ini penulis menyampaikan beberapa pesan, antara lain:

1. Bandung merupakan kota tujuan wisata, salah satunya adalah wisata kuliner.
2. Memberikan informasi tentang keadaan wisata kuliner Bandung.
3. Memberikan informasi tentang tujuh jajanan khas Bandung.
4. Memberikan deskripsi tentang tujuh jajanan khas Bandung.
5. Memberikan informasi tempat/lokasi tujuh jajanan kota Bandung

Sinopsis

Bandung merupakan kota metropolitan ketiga terbesar di Jawa Barat. Bandung menarik minat banyak pengunjung untuk berwisata, seperti wisata alam, wisata belanja, wisata *heritage*, dan wisata kuliner.

Bandung berangsur-angsur dijuluki sebagai kota kuliner menyusul julukan-julukan lain sebelumnya seperti kota *Paris Van Java*, Kota Pendidikan, Kota Kembang, dan sebagainya. Kuliner Bandung merupakan destinasi favorit bagi wisatawan.

Strategi Kreatif

Video ilustrasi ini dirancang untuk menyampaikan informasi kepada *audience* yang merupakan wisatawan khususnya pecinta kuliner.

Video ini dibuat dengan penyampaian pesan yang mudah dicerna, jelas, dan dikemas dengan kreatif sehingga penerima informasi tidak merasa jenuh ketika melihat video ini.

a. Format Desain

Format desain pada video ilustrasi kreatif tentang kuliner kota Bandung ini menggunakan layar *widescreen* dengan rasio 16:9 1920 x 1080, 24.000 FPS (*Frame Per Second*), HDV (*High Devinition Video*) 1080 *pixel*, menggunakan teknik pengambilan gambar seperti *long shot*, *high angle*, *low angle*, *eye level*, dan *close up*.



Gambar 13

Format Desain

Sumber: Data diolah oleh Penulis, Juli 2015

b. Tata letak (*layout*)

Dalam video ilustrasi kreatif tentang kuliner Bandung ini menggunakan *Hard Flash* dan *Standard* untuk menghasilkan perpindahan gambar yang halus pada setiap adegan-adegannya. *Setting* dibuat natural agar memberikan kesan penonton seolah terbawa ke tempat makanan/jajanan yang sedang dibahas dan membuat penonton tertarik.



Gambar 14

Layout

Sumber: Data diolah oleh Penulis, Juli 2015

c. Tipografi

Dalam video ilustrasi kreatif mengenai kuliner Bandung menggunakan beberapa tipografi yang diaplikasikan media utama dan pendukung. Pemilihan tipografi berdasarkan tema, jenis *font Futura Md Bt* diaplikasikan pada logo "Bandung Culinary" karena memiliki makna lugas, tegas, dan memiliki tingkat kejelasan saat dibaca. "Arial" diaplikasikan pada *subtitle* video karena memiliki tingkat kejelasan saat dibaca. "Century Gothic" yang memiliki kesan tegas digunakan pada *Credit Title*.

Futura Md Bt

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

Arial
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz
0123456789

Century Gothic
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz
0123456789

d. Ilustrasi

Dalam video ilustrasi kreatif ini menarasikan wisata kuliner khususnya tujuh jajanan khas Bandung. Ilustrasi disesuaikan dengan narasi yang dijelaskan oleh *narrator*. Selain ilustrasi kreatif yang menggambarkan jajanan tersebut. Ilustrasi dari tempat-tempat kuliner tersebut menunjang dalam pengkaryaan video ini. Lokasi alam kota Bandung, suasana perkotaan Bandung, dan tempat-tempat kuliner kota Bandung yang berkaitan.



Gambar 15
Ilustrasi

Sumber: Data diolah oleh Penulis, Juli 2015

e. Musik (*backsound*)

Musik merupakan elemen penting dalam memperkuat kesan, nuansa, dan suasana dalam sebuah video. Dalam video ilustrasi

kreatif ini penulis memakai beberapa *backsound* dari beberapa *instrumentist* terkenal seperti Dave Koz (*saxophonist*), Depapepe (*Instrument Guitarist*), dan Alchemy (*Instrument Guitarist*).

Pemilihan *backsound* itu berdasarkan pada tingkat kenyamanan dari visual juga narasinya. *Backsound-backsound* tersebut juga merupakan *instrument* alat musik saja tanpa ada *vocal* atau suara dari seseorang, hal ini bertujuan agar tidak adanya dua titik fokus ketika narasi masuk dalam video. *Instrument* seperti *saxophone* dan *guitar* dipilih karena memiliki kesan keren, ceria, dan semangat.

f. Warna

Warna pada logo “Bandung Culinary” ini didominasi oleh warna merah karena merah ini memberi kesan semangat, ceria, dan bergairah. Memberikan kesan bahwa berwisata di kota Bandung ini membawa semangat, keceriaan, dan bergairah dalam berwisata kuliner. Warna hitam dan putih digunakan pada elemen pendukung, seperti, *title*, *subtitle* dan *credit title* agar terlihat kontras.



Gambar 16
Efek Warna

Sumber: Data diolah oleh Penulis, Juli 2015

1. Pemilihan Kamera

Pengambilan gambar video ilustrasi kreatif mengenai kuliner Bandung ini menggunakan dua kamera utama sebagai kamera untuk pengambilan gambar di luar ruangan diantaranya pemandangan, kota, dan tempat-tempat kuliner yang penulis angkat. Kamera yang penulis gunakan diantaranya,

a. Canon EOS 1200D

Kamera Canon EOS 1200D merupakan alat yang digunakan untuk pengambilan gambar pada saat merekam tujuh objek makanan serta suasana tempat makanan tersebut.



Gambar 17
Canon EOS 1200D
Sumber: www.canon.co.uk

b. Canon EOS 60D

Kamera Canon EOS 60D merupakan alat yang digunakan untuk pengambilan gambar pada saat merekam pemandangan alam, Gedung Sate, Dago, Jembatan Pasoepati, dan pengambilan gambar untuk *credit title*.



Gambar 18
Canon EOS 60D
Sumber: www.canon.co.uk

c. Kamera Asus Zenfone 5

Kamera pada Asus Zenfone 5 digunakan sebagai kamera dalam pembuatan ilustrasi manual atau *handdrawing*. Teknik dalam pengambilan gambar menggunakan teknik *timelapse*.



Gambar 19
Asus Zenfone 5
Sumber: www.androidheadlines.com

d. Nikon Coolpix S3000

Nikon Coolpix S3000 digunakan sebagai alat untuk merekam narasi video.



Gambar 20
Nikon Coolpix S300
Sumber: www.amazon.com

2. Pemilihan alat untuk membuat ilustrasi

Pembuatan ilustrasi manual atau *handdrawing* menggunakan beberapa alat yang menunjang untuk pembuatan ilustrasi. Alat-alat tersebut adalah

a. Canson Sketch/Drawing Pad

Dalam pembuatan ilustrasi, penulis menggunakan kertas Canson 160gsm. Kertas ini sebagai media penerapan objek visual dari pensil yang digunakan untuk membuat ilustrasi atau *handdrawing*.



Gambar 21
Canson Sketch / Drawing Pad
Sumber: alatgambar.indonetwork.net

b. Pensil Steadler Mars Lumograph

Pensil Steadler Mars Lumograph digunakan untuk membuat ilustrasi manual yang berjenis *grayscale* atau hitam putih. Pensil ini digunakan pada pembuatan ilustrasi manual yang diterapkan pada bagian ilustrasi cendol dan mie kocok.



Gambar 22
Steadler Mars Lumograph
Sumber: www.smartplus.com

c. Penghapus Faber Castell Vinyl Eraser

Penghapus Faber Castell Vinyl Eraser merupakan sebuah penghapus yang biasa digunakan untuk menghapus pensil, penghapus ini digunakan sebagai alat untuk menghapus pensil pada saat pembuatan ilustrasi manual di atas kertas

terjadi kesalahan dalam pembuatan objek visual yang akan dikerjakan.



Gambar 23
Faber Castell Vinyl Eraser
Sumber: www.tokopedia.com

d. Faber Castell Classic Colour Pencils
Pensil ini merupakan pensil warna yang digunakan untuk mewarnai objek pada ilustrasi manual. Pensil ini digunakan pada pembuatan ilustrasi batagor dan awug beras.



Gambar 24
Faber Castell Classic Colour Pencils
Sumber: www.officeworks.com.au

e. Drawing Pen Snowman
Drawing pen digunakan untuk pembuatan ilustrasi pada ilustrasi surabi, *peuyeum*, dan es goyobod. Drawing pen yang penulis gunakan memiliki ukuran ketebalan ujung sebesar 0,3 mm.



Gambar 25
Drawing Pen Snowman
Sumber: www.tokopedia.com

3. Alat lain sebagai penunjang

Alat lain digunakan dalam proses pembuatan video ilustrasi kreatif mengenai kuliner Bandung hasil video ini lebih maksimal diantaranya:

a. Lensa canon 18-135mm
Lensa ini digunakan untuk menghasilkan gambar dengan sudut pandang yang lebih luas.



Gambar 26
Lensa Canon 18-135mm
Sumber: www.bhphotovideo.com

b. Lensa Canon 50mm
Lensa ini digunakan untuk menghasilkan gambar dengan hasil gambar yang lebih tajam.



Gambar 27
Lensa Canon 50mm
Sumber: www.kenrockwell.com

c. *Holds a smartphone*
Alat ini digunakan untuk menyangga *smartphone* ketika mengambil gambar berupa *timelapse* ilustrasi manual atau *handdrawing*.



Gambar 28
Vorte JZ-001
Sumber: www.item.belanja.com

d. *Tripod Takara dan Tripod Giottos vt-803.*

Tripod adalah alat penyangga kamera agar posisi kamera pada saat merekam objek tetap stabil.

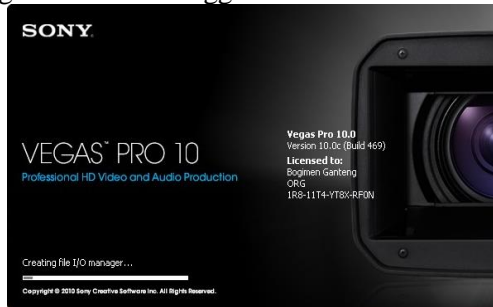


Gambar 29
Tripod Giotto

Sumber: www.ek-gadgets.com

4. Teknis Editing

Setelah seluruh proses pengambilan gambar selesai, berdasarkan *storyline* dan *story board* langkah selanjutnya adalah proses *editing*. *Editing* video menggunakan *software* Sony Vegas Pro 10 dan beberapa grafis dibuat menggunakan CorelDrawX6.



Gambar 30

software Sony Vegas Pro 10

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015



Gambar 31
CorelDrawX6

Sumber: Data yang Diolah Penulis, Juli 2015

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka ada beberapa simpulan yang dapat penulis kemukakan, yaitu

1. Video ilustrasi kreatif Kota Bandung dibuat dengan beberapa tahap yaitu, pembuatan ilustrasi manual atau

handdrawing yang dikombinasikan dengan ilustrasi *digital*.

2. Ilustrasi video dilengkapi dengan narasi yang bersifat persuasif dan menggunakan bahasa akrab atau tidak menggunakan bahasa baku.
3. Ilustrasi dan narasi disatukan dalam keutuhan video yang telah melalui editing.

Beberapa saran perlu penulis kemukakan yaitu sebagai berikut:

1. Perlu ditingkatkan media informasi yang kreatif dan menarik untuk dibagikan kepada masyarakat luar maupun dalam yang ingin mengetahui tentang pariwisata kota Bandung, dalam hal ini khususnya wisata kuliner kota Bandung
2. Media informasi mengenai kuliner kota Bandung yang menarik dapat membangun keinginan seseorang untuk mengunjungi tempat tersebut. Media informasi berupa video yang memberikan informasi tentang kuliner kota Bandung harus terus ditingkatkan supaya mampu mempertahankan predikat kota Bandung sebagai kota wisata kuliner, sehingga pada akhirnya menunjang pariwisata kota Bandung

REFERENSI

- Amor Patria, Teguh., 2014, *Telusur Bandung*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Kholil, Syukur. 2006, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung : Cipta Pustaka Media.
- Kusrianto, Adi., 2009, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta : ANDI.
- Munir, 2012, *Multimedia Konsep & Aplikasi Dalam Pendidikan*, Bandung : Alfabeta.
- Muljadi, A.J., 2010, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- S.A., Suherman., 2009, *Made in Bandung*, Bandung : DAR! Mizan.
- Sarwono, Jonathan., 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif dan*

- Kualitatif*, Yogyakarta : Graha Ilmu. www.news.okezone.com
www.kompasiana.com
www.infobdg.com
- Suganda, Her., *Wisata Paris Van Java*, Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.
- Sugiyono, 2003, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal., 1997, *Dasar Dasar Pariwisata*, Yogyakarta : Andi Publising.
- Diana, Ari. 2013. *Bumper Animasi Sebagai Opening Video Edukasi Sumber Daya Geologi*. Bandung: Universitas Widyatama.
- Oda. *Pengembangan Pusat Kuliner Nusantara Kota Bandung Sebagai Tujuan Wisata*. Bandung: Universitas Bina Sarana Informatika.
- Aida Vitalaya S. Hubeis. *Pengaruh Desain Pesan Video Instruksional Terhadap Peningkatan Pengetahuan Petani Tentang Pupuk Agrodyke*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- I Wayan Tagel Sidarta, *Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Lingkungan, Sosial dan Ekonomi Masyarakat*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Muhammad Imam Sulistianto, *Perencanaan Lanskap pemukiman tradisional Segenter, Pulau Lombok, Sebagai Kawasan Wisata Budaya*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Bagus Made Suwirya, 2011. *Desain Komunikasi Visual Dalam Usaha Mempromosikan Pop Harris Hotel Di Jalan Teuku Umar No. 74 A Denpasar-Bali*. Denpasar: Institut Seni Indonesia Denpasar.