

ABSTRAK

Sumatera Barat terkenal akan masakannya, sehingga memiliki beragam kuliner. Di Kota Padang Panjang terdapat masakan dengan nama *cangkuak*. *Cangkuak* ini sudah masakan khas yang telah ada dan telah diwarisi secara turun-menurun oleh masyarakat di Kota Padang Panjang. Penelitian ini bertujuan untuk membuat perancangan video kampanye *cangkuak* sebagai kuliner khas Padang Panjang. Data yang digunakan pada perancangan ini adalah data verbal, data visual dan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan sumber internet yang dianalisa dengan teori SWOT. Melalui metode penelitian tersebut, maka hasil yang di capai adalah perancangan video kampanye yang efektif dan bertujuan menarik konsumen untuk dapat mengenal masakan *cangkuak* khas Padang Panjang dan menambah minat masyarakat untuk mengetahui masakan tersebut. Media pendukung yang di rancang adalah poster, xbanner, flyer, instagram, totebag, baju, apron, mug, dan stiker. Perancangan ini telah menepuh berbagai proses, pada media utama dan media pendukung diciptakan menggunakan prinsip-prinsip desain agar serasi dan sesuai antara satu dengan yang lainnya sehingga masyarakat mendapatkan informasi mengenai masakan *cangkuak* khas Padang Panjang, Sumatera Barat.

Kata kunci: Cangkuak, Kampanye, Kuliner, Padang Panjang, Promosi.

ABSTRACT

West Sumatra is famous for its cuisine, so it has a variety of culinary delights. In the city of Padang Panjang there is a dish with the name cangkuak. Cangkuak is a special dish that already exists and has been passed down from generation to generation by the people of Padang Panjang City. This study aims to design a video campaign for scabbard as Padang Panjang typical culinary. The data used in this design are verbal data, visual data and data obtained through interviews, observations, documentation and internet sources which are analyzed using the SWOT theory. Through this research method, the results achieved are the design of an effective video campaign and the aim is to attract consumers to be able to get to know Padang Panjang's typical kangkuak cuisine and increase public interest in knowing this dish. The supporting media designed are posters, x banners, flyers, Instagram, totebags, clothes, aprons, mugs, and stickers. This design has gone through various processes, in the main media and supporting media it was created using design principles to be harmonious and in accordance with each other so that the public gets information about the typical Padang Panjang, West Sumatran cangkuak dish.

Keyword: Cangkuak, Campaign, Culinary, Padang Panjang, Promotion.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan ragam budaya yang sangat kaya. Mulai adat istiadat, bahasa daerah, makanan, hingga minuman. Makanan Indonesia terkenal dengan aneka olahan rempahrempah dan beberapa sudah terkenal di dunia akan kelezatan rasanya. Masakan Indonesia merupakan pencerminan beragam budaya dan tradisi yang berasal dari kepulauan Nusantara yang terdiri dari sekitar 6.000 pulau dan memegang peran penting dalam budaya nasional Indonesia

Wisata kuliner yang berasal dari istilah Food Tourism, yaitu kunjungan ke suatu tempat yang merupakan produsen dari suatu bahan makanan, festival makanan, restoran, dan lokasi - lokasi khusus yang khusus diadakan untuk mencoba rasa dari makanan atau minuman khas dari suatu daerah.

Makanan tradisional dapat dijadikan suatu aset yang dapat meningkatkan citra suatu daerah yang biasa dikenal dengan wisata kuliner. Bahkan dalam kenyataannya satu dari pertiga budget wisatawan dipergunakan untuk mengkonsumsi produk kuliner. Dengan demikian tampak bahwa sektor kuliner adalah suatu peluang yang sangat baik dari sektor pariwisata secara global, dimana pengembangan wisata kuliner akan dapat meningkatkan minat pengunjung dan meningkatkan pendapatan sektor pariwisata, sehingga membangun sebuah produk kuliner merupakan bagian yang sangat penting dalam membangun pariwisata secara keseluruhan.

Padang Panjang memiliki sederet kuliner lokal yang wajib untuk dicicipi. Ada banyak hidangan yang kaya akan bumbu dan resep khas Minangkabau. Di Padang panjang terkenal adanya wisata kuliner, yaitu tempat dimana banyaknya berbagai jenis kuliner yang ada di Padang Panjang. Berbagai kuliner tersebut antara lain: Samba lado cangkuk, Sate Padang Panjang, Paragede jaguang, Nasi Kabaka, Ampera tanpa nama, dan lainlainnya.

Samba lado cangkuk adalah salah satu masakan khas Padang panjang yang dahulu sangat diminati oleh masyarakat, khususnya dalam masakan rumahan. Tapi selang beberapa waktu kuliner cangkuk ini sudah mulai terlupakan dan jarang sekali terlihat orang membuat masakan ini terutama di pasar tradisional khususnya kota Padang Panjang.

Belum lama ini samba lado cangkuk telah memecahkan rekor MURI Kategori memasak cangkuk di tungku terbanyak. Usut punya usut ternyata berawal dari ide "spektakuler" dari Pemko Padang Panjang untuk memecahkan rekor MURI dengan mengadakan masak bareng Samba Cangkuk sebanyak 1227 Tungku. Acara yang diadakan dalam rangka memperingati Hari Jadi Kota yang Ke 227 ini jadi spesial, karena berkaitan dengan urusan " Sumatera Tengah". Samba lado cangkuk, sebagai makanan khas tradisional telah

diusulkan masuk Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) Indonesia. Ide tersebut disampaikan oleh Kepala Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB) Sumbar, Suarman, di sebuah acara "Baretong di Hari Tarang", di Kelurahan Sigando Nagari Gunung, Kota Padang Panjang, 6 Agustus 2017 lalu.

Dari namanya, cangkuk adalah bahasa Minang yang artinya gantung, digantung. Masakan ini dulunya dibawa sebagai makanan untuk ke sawah. Cangkuk bisa juga diidentikan dengan cangkuk, lauk cangkuk dititipkan di dalam dandang, dimasak bersama nasi. Meski masakan ini penampakannya mirip asam padeh, namun memiliki proses yang lebih sederhana. Bumbunya hanya berupa bawang merah, bawang putih, dan tomat. Semua bumbu dicampur teri, kerukup kulit (karupuk jangek) dan disiram air bekas beras lalu diletakkan di dalam daun dan dicangkukkan dalam dandang nasi. Nasi masak, cangkuk pun masak dan siap dibawa ke sawah.

Meskipun sudah memecahkan rekor MURI samba lado cangkuk masih belum dikenal oleh masyarakat luas khususnya oleh wisatawan dari luar daerah, karena belum ada bentuk media kampanye yang berdampak besar terhadap perkembangan kuliner cangkuk. Oleh karena itu, penulis mengharapkan dalam bentuk media promosi ini akan berdampak terhadap perkembangan kuliner cangkuk di kota Padang Panjang.

Dengan adanya permasalahan di atas maka dari itu penulis akan membuat sebuah video kampanye berbentuk audio visual dengan visual yang menarik yang dapat memudahkan pemberian informasi kepada wisatawan kuliner dan tentunya akan dapat menarik para wisatawan kuliner lokal maupun internasional serta juga dapat membantu perekonomian warga sekitar. Maka dari itu penulis akan membuat video Tugas Akhir Video Kampanye "Cangkuk" sebagai kuliner khas Padang Panjang dalam bentuk Audio Visual.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelitian dalam perancangan Video kampanye cangkuk dalam bentuk audio visual, data yang diperlukan adalah data-data mengenai kuliner Cangkuk ini :

Data Verbal

Bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis atau lisan. Karena kenyataannya, ide-ide pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal.

1. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengumpulkan data dengan mengamati secara langsung pada kejadian di lapangan. Observasi dilakukan dengan datang langsung

ke kota padang panjang untuk mendapatkan data-data visual.

2. Wawancara

Wawancara di dapatkan dengan menggunakan metode terstruktur dan tidak terstruktur. Yang mana, data yang diperoleh berupa data yang berkaitan dengan kuliner cangkuak berupa sejarah, informasi, dan lain sebagainya.

Data Analisis

Setelah dikumpulkan data dan dilakukan pengamatan pada permasalahan yang ada, maka diperlukan suatu analisis untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi dan memperlambat perancangan. Metode analisis data yang digunakan dalam pemecahan perancangan ini adalah metode analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threats). Metode ini berujuan untuk memperkirakan cara yang terbaik dalam sebuah strategi perancangan kegiatan promosi. Berikut metode SWOT yaitu:

1. Strength

Kuliner cangkuak adalah cita rasa yang asli dengan rempah asli indonesia. kuliner cangkuak memiliki berbagai macam tekstur dan rasa yang sangat khas dikarenakan alat dan bahan yang digunakan merupakan bahan yang sangat familiar di indonesia sehingga menarik untuk di coba

2. Weakness

Media promosi yang tentang kuliner Cangkuak belum ada yang mempromosikan dalam bentuk karya video kampanye khusus. Belum menggunakan teknik video yang moderen serta kurang terpublikasikan secara baik.

3. Opportunities

Kuliner yang memiliki potensi untuk di promosikan ini memiliki peluang yang besar untuk bersaing dengan kuliner-kuliner lain yang telah banyak di kenal di luar provinsi dan bahkan luar negeri. Dengan pengelolaan yang baik dan tepat, kuliner Cangkuak dapat bertransformasi menjadi magnet yang membawa wisatawan asing ke provinsi Sumatera Barat.

4. Threats

Ancaman yang di dapat dari media kampanye ini adalah persaingan media promosi dari daerah atau kota disekitar kota padang panjang dan daerah sumatera barat, seperti Kota Bukittinggi yang lebih dahulu dikenal memiliki kuliner nasi *kapau* yang sudah terkenal di Sumatera Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Verbal

Konsep verbal dari perancangan video kampanye kuliner “cangkuak” ialah dalam bentuk video yang di dalamnya memperlihatkan bagaimana cara mengolah kuliner cangkuak dan memperlihatkan kuliner ini agar tampak lebih elegan dan menggugah selera. Kuliner cangkuak ini bisa dibuat dimana saja. Menggunakan alat-alat tradisional, bahan bahan bumbu asli nusantara, dengan tujuan untuk mempromosikan

wisata kuliner yang ada di padang panjang sumatera barat agar dapat meningkatkan daya tarik wisatawan kuliner untuk lebih tertarik merasakan kuliner asli nusantara. Adapun dengan adanya media promosi tersebut, perancangan ini berguna untuk menarik perhatian para wisatawan khususnya wisatawan dari luar Sumatera Barat. Wisata kuliner yang dahulunya tidak banyak diketahui masyarakat luar, dengan adanya video tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat di luar kota padang panjang khususnya

Konsep Visual

Konsep visual yang di tampilkan dalam video ini adalah menampilkan kuliner cangkuak serta berbagai penjelasan agar orang yang melihat video ini dapat dengan mudah mengetahui kuliner tradisional Padang Panjang. Juga menampilkan bagaimana proses pembuatan kuliner cangkuak serta rempah-rempah tradisional yang digunakan. Pada visual juga melihat bagaimana bentuk penyajian kuliner cangkuak yang dapat menggugah selera dan rasa ingin mencicipi kuliner tersebut. Kemudian dalam editing penulis juga memberi opening motion graphic pada video, penulis juga memberi kolaborasi dengan visual effect serta sedikit tipografi sebagai penjelasan dari kuliner tersebut.

Hasil

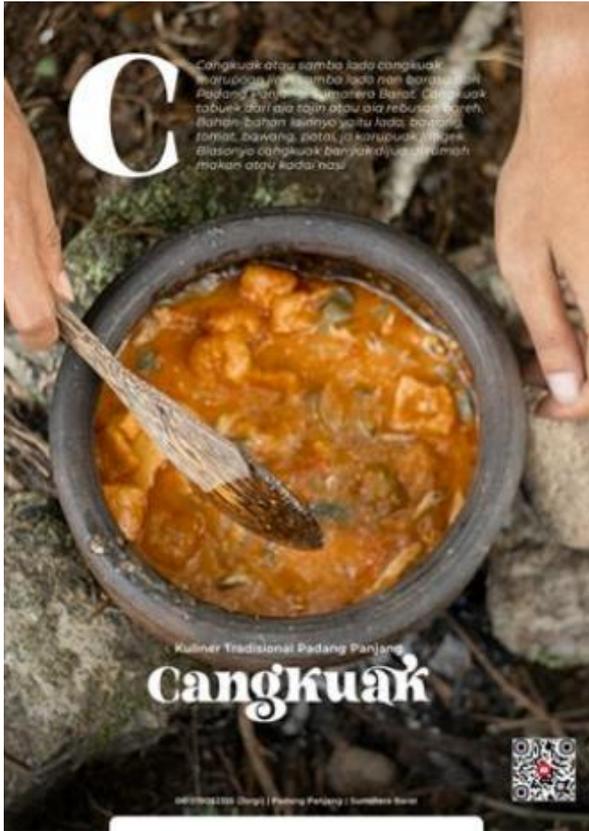


Gambar 1. Ceapture hasil 1



Gambar 2. Ceapture hasil 2

Media Pendukung



Gambar 3. Poster



Gambar 5. X-Banner



Gambar 4. Instagram



Gambar 6. Flyer



T-Shirt

Gambar 7. Baju



Gambar 9. Apron



Totabag

Gambar 8. Tote bag



Mug

Gambar 10. Mug



Gambar 11. Stiker

PENUTUP

Adanya media promosi dalam bentuk video lewat internet diharapkan dapat membuat masyarakat mengetahui dan mencicipi kuliner cangkuak yang sangat mudah dibuat. Selain itu video tersebut juga dapat mendongkrak antusias pengunjung luar daerah maupun dalam daerah untuk mencicipi kuliner cangkuak. Dengan perkembangan teknologi, audio visual merupakan salah satu jalan terbaik untuk mendongkrak ke populeran kuliner cangkuak khas Padang Panjang dengan mengakses media sosial seperti youtube dan instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adityawan, S. Arief dan Team Litbang CONCEPT (2010). Tinjauan Desain Grafis dari Revolusi Industri Hingga Indonesia Kini.
- [2] Eva, Arifin. 2010. Broadcasting to be Broadcaster. Yogyakarta. Reraha Ilmu
- [3] Jefskins, Frank. 1996. Periklanan, edisi 3. Jakarta. Erlangga.
- [4] Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta. ANDI
- [5] Munir. 2013. Multimedia Konsep dan Aplikasi Dalam Pendidikan. Bandung
- [6] Sutanto, T. 2005. Sekitar Dunia Desain Grafis / Komunikasi Visual. Bandung. Jurnal DKV. ITB Bandung.
- [7] Widagdo. 1993. Desain, Teori dan Praktek. Seni Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni. Yogyakarta. BP ISI Yogyakarta.