

**LAPORAN PROJEK KOMUNIKASI**

***“MAJALAH BAKSO”***

**(Produksi Majalah tentang Kuliner Bakso di Yogyakarta)**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh**

**RIDWAN AINURRAHMAN**

**16321071**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2020**

# TUGAS AKHIR

## *Majalah Bakso*

(Produksi Majalah tentang Kuliner Bakso di Yogyakarta)

Disusun Oleh:

**Ridwan Ainurrahman**

**ISLAM**  
**16321071**

Telah disetujui Dosen Pembimbing Skripsi  
untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal 7 Oktober 2020

Dosen Pembimbing Skripsi  
الإمامة النبوية  
الجاء النبوية الباندو

**Ali Minanto, S.Sos., M.A.**  
**NIDN. 0510038001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**TUGAS AKHIR**

*Majalah Bakso*

**(Produksi Majalah tentang Kuliner Bakso di Yogyakarta)**

Disusun Oleh:

**Ridwan Ainurrahman**

**16321071**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia  
Tanggal 7 Oktober 2020

**Dewan Penguji :**

1. **Ali Minanto, S.Sos., M.A**  
NIDN 0510038001

(.....)

2. **Mutia Dewi, S.Sos, M.I.Kom**  
NIDN 0520028302

(.....)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia



**Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom**

**NIDN 0529098201**

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ridwan Ainurrahman

Nomor Induk Mahasiswa : 16321071

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 07 Oktober 2020

Yang menyatakan



**Ridwan Ainurrahman**

**16321071**

## MOTTO

### *Man Tholaba Wa Jadda Wa Jada*

“Setiap orang yang bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkan hasilnya”

- Imam Syafi’I -

### *Fastabiqul Khoirot*

“Maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah lah kembali kamu semuanya, lalu beritahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselesaikan itu”

- Q.S. Al Maidah: 48 -

### *Fattaqullaha Mastatho ‘tum*

“Bertawakalah kepada Allah semampunya”. Karena Allah mengetahui makhluk-Nya memiliki banyak keterbatasan. Sehingga untuk mendekat kepada-Nya sangat banyak jalannya. Jika

diibaratkan: *sebanyak nafas manusia.*

- Q.S. At-Taghabun: 18 -

- Ayahanda Tercinta, Ir. Budi Sationo -

### **Saya persembahkan untuk:**

Orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, kesabaran dan lain hal yang tidak dapat saya ucapkan dengan kalimat.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan hidayah-Nya. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas segala rahmat dan karunia Allah yang telah memberi ilmu, kekuatan dan kesempatan sehingga Tugas Akhir yang berjudul “*Laporan Proyek Komunikasi: Majalah Bakso*” dapat terselesaikan. Tujuan dari penyusunan Laporan Akhir ini demi memperoleh gelar sarjana Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Keberhasilan atas terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, semangat dan masukan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Fuad Nashori, S.Psi., M.Si, M.Ag., Psi. selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Ali Minanto, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing Tugas Akhir ini sehingga terselesaikan dengan baik.
4. Segenap warung Bakso di Yogyakarta yang telah berpartisipasi dalam majalah saya.
5. Kedua orang tua saya, Budi Sationo dan Srilistya Dewi Saraswati atas cinta, dan kasih sayang, pengorbanan, bimbingan, nasihat dan doa sepanjang perjalanan hidup saya. Kedua orang tua yang selalu tersenyum di saat senang maupun duka, yang memberikan nasihat tanpa mengenal lelah, yang selalu mendoakan di manapun dan di waktu apapun demi mengarahkan, mendidik dan mengajarkan arti kehidupan. Terima kasih bapak dan ibuku tercinta, semoga Allah selalu memberikan hidayah-Nya, karunia-Nya dan rezeki-Nya. Semoga selalu diberikan jalan yang lurus dan menuju Surga Allah SWT.
6. Bima Nusantara Putra yang telah membantu saya dalam pembuatan desain grafis “Majalah Bakso”.
7. Teman-teman saya yang selalu memberi dukungan, nasihat, dan dorongan agar menyelesaikan Tugas Akhir saya dan memberikan pengalaman dan motivasi berharga dalam hidup.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi terciptanya solusi yang terbaik.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yogyakarta, 07 Oktober 2020

Penulis



Ridwan Ainurrahman



## DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Pernyataan Etika Akademik	iv
Motto dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Abstrak	xiii
Abstract	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Ide Penciptaan	2
C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan Karya	3
1. Tujuan	3
2. Manfaat	3
- Manfaat Praktis	3
- Manfaat Sosial	3
D. Tinjauan Pustaka	3
1. Karya Terdahulu	3
- Anak Jajan E-Magazine	3
- KriukMagz (Majalah Kuliner Bulanan)	4
- Majalah Sedap	4
- Kuliner Yogyakarta (Cerita di Balik Nikmatnya)	4
- Wonderful Life	4
2. Kerangka Pemikiran	5
- Majalah	5





- Desain Komunikasi Visual	6
• DKV sebagai Sarana Identifikasi	6
• DKV sebagai Sarana Informasi dan Konstruksi	7
• DKV sebagai Sarana Presentasi dan Promosi	8
- Kuliner sebagai Gaya Hidup	8
- Daya Tarik Wisata	9
E. Deskripsi Rancangan Karya	10
F. Metode Penciptaan Karya	11
1. Perencanaan Kreatif	11
2. Perencanaan Teknis & Peralatan	12
3. Perencanaan Sumber Daya Pendukung	12
G. Anggaran dan Jadwal Pelaksanaan	14
1. Anggaran	14
2. Jadwal Pelaksanaan	14
- Pra Produksi	14
- Produksi	14
- Pasca Produksi	15
<b>BAB II</b>	
<b>IMPLEMENTASI DAN ANALISIS KARYA</b>	
A. Proses Kreatif	16
1. Pra Produksi	16
- Penelitian dan Pencarian Ide	16
- Pembuatan Tata Letak Majalah dan Pemilihan Font	18
- Penyusunan Rubrik Majalah	19
2. Produksi	20
- Wawancara dan Observasi	20
- Penyusunan Hasil Wawancara dan Observasi	21
- Produksi Desain Visual	22
3. Pasca Produksi	23
B. Analisis Karya	26
1. Analisis SWOT	28

2. Prospek Karya	30
- Penempatan berdasarkan Atribut	30
- Penempatan berdasarkan Kategori	30
- Penempatan berdasarkan Pesaing	30
BAB III	
PENUTUP	
A. Kesimpulan	31
B. Keterbatasan Karya	32
C. Saran dan Rekomendasi	33
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	37



## DAFTAR TABEL

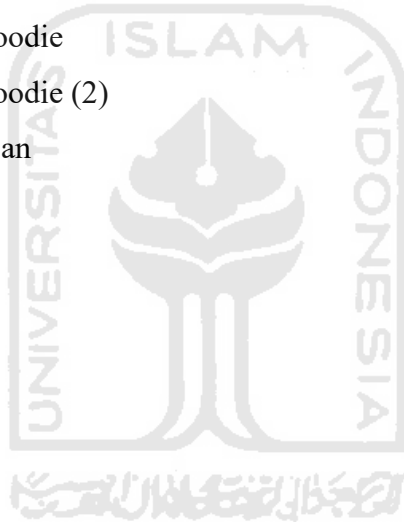
Tabel 1: Anggaran Produksi

11



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Tata Letak Majalah National Geographic	15
Gambar 2: Font Riffic Free	16
Gambar 3: Font Raleway	16
Gambar 4: Cover Depan	20
Gambar 5: Rahasia Dapur	20
Gambar 6: Rahasia Dapur (2)	20
Gambar 7: Konco Mangan	20
Gambar 8: Tips & Trick	20
Gambar 9: Konco Bakso	20
Gambar 10: Izin dan Review Java Foodie	21
Gambar 11: Izin dan Review Java Foodie (2)	21
Gambar 12: Izin dan Review Bro Jajan	22



## ABSTRAK

*Jumlah keanekaragaman kuliner di Indonesia terkhusus di Daerah Istimewa Yogyakarta telah mengalami berbagai perkembangan dan variasi. Salah satu kuliner yang dimaksud adalah kuliner bakso. Pengetahuan tentang perkembangan dan variasi kuliner nusantara terutama kuliner bakso perlu disebarluaskan dengan berbagai medium. Topik kuliner penting untuk diperbincangkan mengingat kuliner, saat ini, telah menjadi bagian dari kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Meskipun sudah banyak media informasi tentang tentang kuliner nusantara, namun cara penyajiannya masih terbelang general dan masih jarang media yang membahas secara tematik (hanya berfokus pada satu kuliner saja). Oleh karenanya, tugas akhir ini dibuat bertujuan untuk merancang majalah kuliner tentang bakso di Daerah Istimewa Yogyakarta yang dapat digunakan sebagai media informasi dan publikasi perkembangan dan variasi kuliner bakso di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tugas akhir ini merupakan penelitian pengembangan berbasis kualitatif, dengan menggunakan metode pengumpulan melalui proses wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur.*

**Kata kunci:** *kuliner bakso, kuliner Yogyakarta, majalah bakso, majalah kuliner, media informasi.*



## ABSTRACT

*The amount of culinary diversity in Indonesia especially in the Special Region of Yogyakarta has experienced various developments and variations. One of the culinary in question is the “meatball”. Knowledge about the development and variations of the culinary archipelago, especially “meatballs” need to be disseminated with various media. Culinary topics are important to be discussed since culinary, at present, has become part of people’s needs and lifestyles. Although there are many media information about the culinary archipelago, but the way the media present about culinary is still fairly general and they still rarely discuss in thematically or only focus on one culinary only. Therefore, this final project aims to design a culinary magazine about meatballs in the Special Region of Yogyakarta that can be used as a media of information and publications on the development and variations of culinary meatballs in the Special Region of Yogyakarta. This final project is a qualitative-based development research, using the method of collection through the process of interviews, observation, documentation, and literature studies.*

**Keywords:** *meatballs, Yogyakarta culinary, meatballs magazine, culinary magazines, information media.*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Yogyakarta termasuk ke dalam jajaran daerah di Indonesia yang memiliki potensi luar biasa dalam sektor pariwisata. Potensi pada sektor pariwisata tidak dapat berdiri dengan sendirinya. Ada hal lain yang melekat kuat dan tidak dapat terlepas dari sektor pariwisata, yakni, wisata kuliner. Tidak dapat dipungkiri lagi jika wisata kuliner di Yogyakarta merupakan salah satu dari sekian banyak wisata kuliner andalan di Indonesia. Di Yogyakarta sendiri, wisata kuliner yang paling terkenal adalah gudeg. Gudeg merupakan kuliner khas dari Yogyakarta.

Selain Gudeg, tentunya masih terdapat berbagai macam wisata kuliner yang dapat memanjakan lidah turis baik lokal maupun internasional yang berwisata ke Yogyakarta. Macam wisata kuliner yang dimaksud yakni kuliner-kuliner lokal Indonesia yang dapat memanjakan lidah turis lokal, juga dapat menjajah lidah turis Internasional melalui cita rasa ke-Indonesia-an. Dari sekian banyak wisata kuliner Indonesia, kuliner bakso dapat dibilang masih menjadi kuliner yang diburu. Di Yogyakarta, pedagang kuliner bakso pun sangat beragam. Masing-masing mempunyai cita rasa dan kekhasan yang tidak dapat ditemui di tempat lain. Oleh karena itu, proyek majalah ini akan mengeksplor tentang pedagang kuliner bakso di Yogyakarta. Proyek komunikasi ini berjudul “Majalah Bakso”.

Latar belakang penulis membuat “Majalah Bakso” karena bakso merupakan salah satu olahan daging secara tradisional, yang sangat terkenal dan digemari oleh semua lapisan masyarakat (Trisnarningsih, 2014:1). Bakso merupakan bagian dari fenomena kuliner Indonesia dengan kearifan lokal. Bakso sebagai salah satu kuliner yang populer di Indonesia (Fauziah, 2014:67). Sebab, bakso merupakan makanan yang dapat cocok dengan selera seluruh lapisan masyarakat. Tidak heran jika kemudian keberadaan pedagang bakso menjamur di Indonesia. Tidak hanya cita rasa bakso yang khas dan akrab dengan lidah masyarakat, bakso juga bersifat praktis dan dapat dikonsumsi di semua momen. Entah untuk makanan harian, acara-acara tertentu. Entah dalam jumlah sedikit, maupun jumlah yang massal.

Dalam beberapa studi kasus di daerah, wisata kuliner tergolong memiliki potensi kuat, terutama jika melihat peluang untuk mendapatkan keuntungan. Wisata kuliner pun dapat berperan signifikan jika ditinjau dari sektor ekonomi, karena kuliner dapat membantu upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat yang berkecimpung di dalam dunia kuliner. Kuliner menjadi penting karena kuliner tidak dapat berdiri sendiri. Keberadaan wisata dan/atau bisnis kuliner sedikit banyak juga akan membantu upaya kelahiran/kemunculan rantai usaha-usaha yang lainnya. Sebab, keberadaan wisata dan/atau bisnis kuliner akan berpengaruh terhadap kenaikan/peningkatan permintaan produk/bahan baku dari pihak-pihak yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi kuliner.

## B. RUMUSAN IDE PENCIPTAAN

Rumusan ide penciptaan yang digunakan dalam proyek komunikasi ini adalah produksi karya, terkhusus majalah, tentang kuliner bakso di Yogyakarta. Menurut pengamatan penulis, majalah kuliner Indonesia belum menghadirkan majalah tematik dan khusus untuk menu kuliner tertentu. Selama ini majalah kuliner masih didominasi oleh informasi perihal resep-resep masakan ataupun informasi kuliner yang heterogen. Menurut penulis, majalah tematik dapat mendorong pengetahuan dan informasi yang lebih luas tentang tema kuliner tertentu, atau dalam kesempatan ini, kuliner bakso. Terlebih mengingat keberagaman kuliner di Indonesia, majalah tematik kuliner bakso – juga kuliner lain – dapat berpotensi besar dalam mendorong keingintahuan masyarakat tentang persebaran kuliner di Indonesia terutama di Yogyakarta.

Terlebih karena media ini diproduksi, didistribusi, serta dikonsumsi secara digital, harapannya juga dapat merambah cakupan audiens yang lebih banyak. Di sisi lain, secara langsung juga dapat mempromosikan warung-warung bakso di Yogyakarta. Keyakinan penulis memilih Majalah karena Idealisme yang di miliki dan berfikir kemajuan untuk media ini secara digital.



## C. TUJUAN DAN MANFAAT PENCIPTAAN

### 1. Tujuan

Tujuan dari produksi majalah tentang kuliner bakso di Yogyakarta adalah mengeksplor kuliner bakso di Yogyakarta dan hal-hal yang berkaitan dengan kuliner dan bakso – organisasi pecinta kuliner di Yogyakarta, info kegiatan atau acara kuliner,

### 2. Manfaat

#### - Manfaat Praktis

Selain ingin menjadi media informasi, edukasi, dan informasi tentang kuliner bakso di Yogyakarta, majalah bakso ini ingin mendorong dirilisnya atau diproduksi majalah-majalah kuliner tematik lainnya di Indonesia, terutama di Yogyakarta.

#### - Manfaat Sosial

Dengan adanya informasi tentang warung bakso di Yogyakarta, majalah bakso ini ingin mempromosikan warung bakso tersebut. Selain itu, dengan adanya rubrik berita lain, seperti tentang konco mangan yang mengeksplor para pecinta kuliner di Yogyakarta, majalah bakso ini ingin memperkenalkan komunitas atau organisasi yang menaruh perhatian di bidang kuliner.

## D. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisikan karya terdahulu dan kerangka pemikiran.

### 1. Karya Terdahulu

#### - Anak Jajan E-Magazine

Karya ini merupakan E-Magazine yang diproduksi oleh [www.anakjajan.com](http://www.anakjajan.com). E-Magazine ini merupakan E-Magazine tematik karena setiap edisi E-Magazine akan memuat topik/konsep makanan yang berbeda. Bisa saja seputar tempat makan dan jajan yang asik dan enak. E-Magazine ini pertama kali diproduksi bulan Juli tahun 2012. E-Magazine ini diproduksi setiap dua bulan sekali.

- KriukMagz (Majalah Kuliner Bulanan)

Karya rujukan kedua ini merupakan majalah kuliner bulanan. Majalah ini diproduksi oleh [www.kriukkriuk.com](http://www.kriukkriuk.com). Tiap edisi majalah akan memuat beberapa tempat kuliner dalam satu merek yang sama. Misalnya saja pada Volume 10/Edisi September 2011, KriukMagz memuat tentang merek Bakmi GM. Konten-konten pada majalah episode ini berisikan seluruh informasi tentang kedai Bakmi GM, seperti alamat (Bakmi GM ada di mana saja), histori/cerita tentang berdirinya tiap kedai, fasilitas yang ada di kedai, dan lain-lain.

- Majalah Sedap

Karya ini merupakan majalah yang cukup melegenda bagi pecinta kuliner. Sedap merupakan sebuah majalah bulanan yang memuat kombinasi citarasa makanan sekaligus seni. Keduanya bila digabungkan, majalah Sedap percaya akan melahirkan pengalaman kuliner yang berbeda. Isi dari masalah sedap adalah resep makanan terbaru, cara mendekorasi makanan, maupun berita dan tren yang ada pada dunia kuliner

- Kuliner Yogyakarta (Cerita di Balik Nikmatnya)

Media cetak ini merupakan media buku pembelajaran alternatif yang diterbitkan pada 2017 oleh Rifqa Army (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan). Buku ini penulis jadikan rujukan karena penulis berusaha mengadaptasi cara penjelasan/penulisan materi tentang suatu kuliner tertentu secara singkat namun tetap mudah dipahami. Terlebih, buku ini mengulas lebih jauh tentang kuliner-kuliner yang ada di Yogyakarta beserta bahan pembuatannya. Ditemukan juga beberapa informasi kesehatan tentang bahan-bahan yang digunakan dalam sebuah masakan. Misalnya, info kesehatan tentang fungsi serai.

- Wonderful Life

Majalah ini merupakan majalah bisnis, kultur, sosial dan gaya hidup yang diproduksi oleh PT Summarecon Agung Tbk. Majalah ini merupakan majalah triwulan atau majalah yang terbit tiap tiga bulan sekali. Majalah ini tidak berfokus pada kuliner saja, melainkan juga hal-hal lain menarik lainnya. Saya menjadikan majalah ini rujukan karena majalah

ini memiliki tata letak atau *lay out* konten yang padat, *fresh*, dan menarik. Tidak hanya itu, majalah ini juga memuat informasi tentang acara/*event* yang akan datang. Sehingga, majalah ini tidak hanya menarik dan informatif dalam konteks konten yang berkenaan tentang kuliner atau gaya hidup saja, melainkan juga memberikan informasi yang mungkin pembaca belum ketahui sebelumnya (acara/*event* yang akan datang, dll).

## 2. Kerangka Pemikiran

### - Majalah

Majalah merupakan salah satu macam dari media cetak. Media cetak adalah salah satu medium komunikasi. Sesuai dengan namanya, media ini berbentuk cetak (*printed*). Kebanyakan media cetak menggunakan bahan baku kertas dan/atau kain. Konten atau isi materi dalam media cetak biasanya berupa materi teks serta materi visual sebagai bahan pendukung. Secara lebih mendalam, majalah di dalamnya terdapat bacaan terkini dan aktual, berisikan hal-hal yang menarik dan menambah pengetahuan (Daryanto, 2010:19-20). Selain itu, majalah juga menjadi salah satu media yang menjadi wadah untuk menyampaikan topik tertentu yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat (Darmastuti, 2020:65).

Palapah & Syamsyudin dalam Hakim (2017:10) menjelaskan tiga jenis majalah. Yang pertama yaitu *mass magazine*. *Mass magazine* merupakan majalah massa (umum) bagi seluruh golongan. Yang kedua yaitu *class magazine*. Majalah ini merupakan majalah yang dikhususkan kelas/golongan tertentu (kelas menengah dan/atau kelas atas) yang berisikan isu/bidang yang sedang hangat diperbincangkan di kelas/golongan itu. Yang ketiga adalah *specialized magazine*. *Specialized magazine* merupakan majalah yang dibuat untuk pembaca khusus yang di dalamnya terdapat isu-isu khusus pula. Dalam versi yang lain, berdasarkan kontennya, majalah terbagi dalam dua jenis, yaitu majalah umum dan majalah khusus. Majalah umum di dalamnya terdapat hasil karya (karangan), pengetahuan secara umum yang dibutuhkan seluruh lapisan masyarakat, konten-konten yang menghibur, dan lain-lain. Semetara majalah khusus di dalamnya terdapat konten-konten yang lebih terbatas karena ia dapat

berorientasi/berdasarkan pada bidang-bidang tertentu, seperti bidang ekonomi, politik, sosial, budaya, dan lain-lain (Junaedhi, 1991:257).

Majalah sangat berbeda dari media cetak lainnya, seperti surat kabar. Majalah bisa menjadi spesial karena majalah (sebagai produk) bisa menarik konsumen tertentu. Oleh karenanya, tidak heran jika majalah memiliki pembaca yang jumlahnya tak lebih banyak dari surat kabar. Tetapi, walaupun begitu, majalah masih mempunyai pasar yang lebih terarah (mengelompok). Selain itu, waktu terbit majalah juga membuat majalah berbeda dari media cetak lainnya. Jangka penerbitan majalah biasanya beragam, bisa jadi majalah mingguan, dwi mingguan, bulanan, tri wulanan, dan lain-lain. Yang tidak kalah penting, karena majalah mempunyai segmentasi pasar tertentu, maka majalah bisa diklasifikasikan berdasarkan segmen demografis, geografis, psikografis, dan lain-lain (Hakim, 2017:11).

#### - Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual selanjutnya disebut DKV merupakan desain yang diharapkan dapat menjadi media komunikasi dari sebuah pesan atau informasi, yang ditampilkan secara visual (Cenadi, 1999:3). Hakikatnya media visual yang menitikberatkan pada indra penglihatan, DKV hadir untuk memberikan kesan visual yang baik terhadap khalayak yang melihat/memperhatikan. Lebih jauh dari itu, DKV diharapkan mampu menjadi representasi terhadap sebuah penyampaian informasi/pesan melalui medium yang komunikatif, inovatif, serta kreatif. DKV diharapkan mampu melahirkan sebuah ciri khas/dapat dengan mudah dikenali, dibaca, dan dimengerti oleh khalayak. Sehingga, metode penyampaian informasi/pesan dapat dikemas dengan sesuatu yang lebih *fresh*.

Desain Komunikasi Visual (DKV) diklasifikasikan dalam tiga fungsi dasar, di antaranya: DKV sebagai sarana Identifikasi, Informasi dan Instruksi, serta Presentasi dan Promosi (Cenadi, 1999:4).

- DKV sebagai Sarana Identifikasi

Fungsi pertama dari Desain Komunikasi Visual adalah sebagai sarana identifikasi. Identifikasi di sini berarti memahami/mengerti. Artinya, para khalayak

yang melihat sebuah bentuk dari Desain Komunikasi Visual akan dapat menjelaskan/menceritakan tentang siapa yang ada di dalam bentuk dari Desain Komunikasi Visual itu. Penjelasan atau cerita dari khalayak (baik tentang seorang tokoh, sebuah produk atau tempat, maupun yang lain) muncul karena pemahaman khalayak. Pemahaman khalayak biasanya dipicu atas kekuatan visual sebuah objek mengkomunikasikan dirinya kepada khalayak.

Di dalam sebuah momen atau kesempatan, bisa saja terjadi berbagai bentuk interaksi antara sebuah objek dan khalayak. Namun, objek yang lebih mampu dipahami/dimengerti khalayak adalah objek yang dapat ‘mengkomunikasikan dirinya’ secara optimal, dengan didukung tampilan/visual yang membedakan objek tersebut dengan objek yang lain. Saat sebuah objek sudah memiliki ‘faktor pembeda’ antara dia dengan objek lain, maka khalayak akan dapat mengingat, memahami, bahkan menjelaskan/menceritakan lebih detail/lebih jauh tentang objek tersebut, dibandingkan dengan objek-objek yang lain. Atau dengan kata lain, identifikasi muncul karena ada ‘identitas pembeda’ yang mampu ditangkap khalayak lewat proses komunikasi yang terjadi, dengan berorientasi pada faktor visual.

- DKV sebagai Sarana Informasi dan Konstruksi

Fungsi kedua dari Desain Komunikasi Visual adalah sebagai sarana informasi dan konstruksi. Dalam fungsi ini, Desain Komunikasi Visual memiliki peran memuat hal yang substansial. Visualisasi yang tampak pada Desain Komunikasi Visual tidak serta merta hanya menjadikan sebuah objek mudah diidentifikasi/dikenali identitasnya. Namun, visualisasi pada objek tersebut juga memuat unsur informatif yang dapat memberikan petunjuk tentang bagaimana relasi antara isi materi satu dengan materi yang lain. Biasanya materi visual atau bahan visualisasi berisi tentang simbol, gambar, diagram, dan lain-lain sebagai bahan materi pendukung. Informasi secara keseluruhan dalam suatu desain komunikasi visual pada akhirnya saling berkesinambungan dan dapat menyampaikan informasi yang dapat dipahami dan disampaikan secara menyeluruh.

Banyak hal yang dapat merepresentasikan fungsi Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Informasi dan Konstruksi. Di antaranya yakni tanda dan rambu-rambu lalu lintas. Dari segi informasi, dalam memahami lampu lalu lintas misalnya, seluruh pengendara bermotor sudah dapat memahami bahwa saat lampu berwarna merah berarti berhenti, lampu berwarna kuning berarti berhati-hati, serta lampu warna hijau berarti jalan. Ketika warna pada lampu lalu lintas menjadi objek yang dapat menyampaikan informasi kepada para pengendara. Tak hanya itu, warna lampu tersebut juga membentuk konstruksi pemahaman terhadap pengendara. Misalnya saja saat lampu berwarna merah menyala, maka konstruksi yang ada di pikiran para pengendara bermotor adalah mereka harus berhenti, hingga nanti lampu kuning menyala, mereka bisa mulai berjalan dengan hati-hati, sedangkan saat lampu hijau menyala, pengendara bisa berjalan dengan pasti. Namun saat terdapat seorang pengendara bermotor yang tetap memaksa untuk berjalan/melaju walaupun kondisi lampu sudah berwarna merah, maka bisa jadi akan timbul citra ‘pengendara tersebut adalah pengendara yang tidak taat aturan’ di benak para pengendara lain yang tetap berhenti saat lampu merah. Artinya, lampu lalu lintas juga dapat mengkonstruksi secara tidak langsung mana pengendara yang patuh dan tidak patuh akan peraturan lalu lintas yang telah ditetapkan.

- DKV sebagai Sarana Presentasi dan Promosi

Fungsi ketiga dari Desain Komunikasi Visual yaitu sebagai sarana presentasi dan komunikasi. Hal ini berkenaan dengan tujuan Desain Komunikasi Visual untuk dapat menjadi perantara dalam penyampaian pesan, menjadi perantara dalam upaya mendapatkan perhatian (atensi) melalui indra penglihatan (visual) dan pada akhirnya membuat pesan/informasi tersebut dapat diingat. Contoh dari fungsi ini yaitu poster. Poster kebanyakan terdiri atas gambar/visual. Sedikit sekali poster yang berisi banyak kata-kata. Poster dibuat sedemikian rupa menariknya agar melekat di benak khalayak. Aspek ini yang kemudian ditonjolkan dalam poster untuk menampilkan unsur persuasif (mempengaruhi) dan menarik khalayak. Karena kebanyakan dari poster digunakan untuk menarik perhatian khalayak terhadap sebuah objek.

- Kuliner sebagai Gaya Hidup

Hasugian dalam Lomboan, Tampi & Mukuan (2020:259) mengungkap bahwa akan ada perubahan gaya hidup ketika masyarakat memiliki segudang aktivitas di rumah. Perubahan gaya hidup, di antaranya ada perubahan pola konsumsi, baik antara cara mengkonsumsi makanan, maupun pangan/makanan itu sendiri. Aktivitas yang ada membuat masyarakat memiliki kecenderungan untuk memilih cara konsumsi yang efisien, efektif, serta hemat.

Di Indonesia sendiri masih tertanam kuat budaya ‘makan bareng’ bersama orang-orang tertentu, baik untuk makan siang, makan malam, atau di momen-momen yang lain. Sehingga, budaya massal (dalam hal produksi dan/atau distribusi makanan) juga menjadi pertimbangan makanan yang akan dikonsumsi oleh konsumen.

Dengan melihat kecenderungan dalam memilih hal yang efisien, efektif, hemat, serta massal di atas, maka memang benar bahwasannya akan ada muncul kecenderungan baru memiliki gaya hidup khususnya pola konsumsi dalam masyarakat.

Adanya kebutuhan untuk makan (mengonsumsi pangan) kini tak sekadar untuk pemenuhan pengembangan kesehatan, tetapi juga dapat menambah nilai gengsi (Saufika, 2012:1). Sebab, makanan memiliki fungsi dalam memenuhi kebutuhan manusia. Selanjutnya, Suhardjo dalam Saufika (2012:1) mengklasifikasikan lima kebutuhan sosial yang harus dipenuhi manusia. Kebutuhan-kebutuhan tersebut muncul semenjak manusia hadir di dunia dan dapat diartikan sebagai *social instinct* atau naluri. Lima naluri yang dimaksud adalah: naluri untuk hidup, naluri untuk merasa aman, naluri untuk diakui kelompok, naluri untuk gengsi, dan naluri untuk menonjolkan diri.

Kaitannya dengan makanan dan penjelasan di atas, setidaknya pola konsumsi masyarakat masa kini haruslah dapat memenuhi dua dari lima naluri yang ada, yaitu: naluri untuk hidup dan gengsi. Dua naluri tersebut sangat dimungkinkan untuk memicu munculnya naluri-naluri yang lain, yaitu: untuk diakui kelompok dan untuk menonjolkan.

#### - Daya Tarik Wisata

Kuliner kini menjadi salah satu daya tarik wisata (Kristiana, Suryadi & Sunarya, 2018:18). Bahkan, keberadaan wisata kuliner membuat makanan tidak hanya sebagai penunjang dalam kebutuhan pariwisata, tetapi justru menjadi tujuan utama para wisatawan dalam berwisata. Bagi wisatawan, pengalaman perjalanan tidak hanya saat wisatawan mengunjungi objek-objek wisata tertentu, tetapi kuliner juga membuat wisatawan mendapatkan pengalaman berkesan dan unik dengan mengkonsumsi beragam kuliner yang ada di masing-masing daerah. Sehingga, saat ini, makanan tak hanya dipandang untuk mengenyangkan.

Kuliner dianggap sebagai salah satu hal yang menjadi alternatif dalam upaya pengembangan industri pariwisata (Besra, 2012:77). Sebab, wisata kuliner dewasa ini memiliki tingkat popularitas yang cukup signifikan di mata para wisatawan. Pasalnya, perihal kuliner dan pariwisata merupakan dua hal yang saling identikkan satu sama lain, dan kerap kali melahirkan konsep-konsep baru baik dalam publikasi di media konvensional maupun di media sosial. Mulai banyak wisatawan, yang ketika mengunjungi suatu destinasi, akan memberikan informasi sekaligus menceritakan pengalaman mereka terkait destinasi tersebut, tak lupa memberikan rekomendasi kuliner apa saja yang tersedia di sana. Kenyataan ini dapat dijadikan sebagai kesempatan untuk mengembangkan dan memperluas jaringan wisata kuliner.

#### E. DESKRIPSI RANCANGAN KARYA

Rancangan karya yang akan diproduksi yakni dalam bentuk majalah dengan format pdf (*online*) dan cetak (*offline*). Mengingat kondisi pandemi saat ini didominasi oleh interaksi *online*, oleh karenanya penulis akan dominan mempublikasikan majalah ini dalam ranah *online*. Di samping itu, penulis juga akan tetap mencetak atau dalam bentuk *offline* untuk kepentingan-kepentingan tertentu. Majalah ini berukuran A5 dengan jumlah 34 halaman disertai dengan *hard cover* depan dan belakang. Majalah ini terdiri dari 5 rubrik, meliputi: rubrik rahasia dapur (rubrik tentang rekomendasi warung bakso di Yogyakarta), rubrik konco bakso (rubrik tentang menu-menu pendamping saat mengkonsumsi bakso), rubrik jejak kuliner



(rubrik tentang kegiatan kuliner), rubrik konco mangan (rubrik tentang rekomendasi akun media sosial pecinta kuliner di Yogyakarta), rubrik tips & trick (rubrik tentang tips & trick cara membuat bakso yang halus dan kenyal). Target audiens dari majalah bakso ini adalah seluruh kalangan, terkhusus para pecinta kuliner yang tinggal atau yang berwisata ke Yogyakarta. Desain grafis majalah bakso ini dibuat semenarik dan sekreatif mungkin agar dapat menarik minat para pembaca.

## F. METODE PENCIPTAAN KARYA

Metode penciptaan karya terdiri dengan tiga tahap: metode perancangan kreatif, metode perencanaan teknis dan peralatan, serta metode perencanaan sumber daya pendukung:

### 1. Perencanaan Kreatif

Projek yang saya buat adalah projek majalah yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang kuliner, khususnya bakso di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Target dari majalah kuliner yang saya buat adalah para wisatawan baik lokal maupun internasional yang menghabiskan waktu liburan mereka di Yogyakarta. Informasi mengenai tempat kuliner terutama bakso di Yogyakarta menurut saya penting untuk dibagikan agar mampu memperkaya referensi kuliner para wisatawan. Sehingga, para wisatawan yang ingin menikmati kuliner tradisional seperti bakso, dengan mudah dapat mengetahui tempat mana saja yang harus mereka tuju untuk mendapatkan kuliner bakso seperti yang mereka inginkan.

Secara menyeluruh, proses perencanaan kreatif terdiri dari tiga tahap: pertama tahap pra produksi, kedua tahap produksi, dan ketiga tahap pasca produksi. Pertama, tahap pra produksi terdiri dari pencarian referensi materi (baik visual maupun tulisan), proses riset tentang rekomendasi warung bakso di Yogyakarta yang kemudian dipilih untuk dimuat dalam majalah, hingga jadwal dan rencana anggaran selama projek berlangsung.

### **Cover Depan**

### **Latar Belakang Pembuatan Majalah**

### **Rahasia Dapur** (Berisi tentang rekomendasi warung bakso di Yogyakarta)

**Konco Bakso** (Berisi tentang menu pendamping kuliner bakso)

## **Iklan**

**Jejak Kuliner** (Berisi tentang informasi kegiatan atau agenda kuliner di Yogyakarta)

**Konco Mangan** (Berisi tentang rekomendasi akun media sosial pecinta kuliner di Yogyakarta)

**Tips & Trick** (Berisi tentang tips & trick membuat bakso yang kenyal dan halus)

**Tim Produksi** (Berisi tentang susunan tim produksi Majalah Bakso)

## **Cover Belakang**

### 2. Perencanaan Teknis dan Peralatan

Perencanaan teknis dan peralatan pendukung proses wawancara dan dokumentasi. Sebelum saya melakukan wawancara kepada pihak terkait, terlebih dahulu saya akan menyiapkan draf pertanyaan wawancara, sehingga topik pembicaraan dapat terarah. Dalam segala tahap produksi, tentunya saya membutuhkan peralatan baik *software* (perangkat lunak) maupun *hardware* (perangkat keras) yang mendukung, misalnya kamera DSLR beserta lensa, alat perekam suara (*voice recorder*), aplikasi *editing* dan *layouting* seperti *adobe photoshop*, *adobe indesign* dan *corel draw*.

Sementara itu perencanaan teknis majalah, yaitu: berukuran A5 (21 cm x 14,8 cm). Apabila untuk kebutuhan *online*, maka penulis akan mempublikasikan majalah ini dengan format pdf, sementara apabila untuk kebutuhan *offline*, maka penulis akan mencetak dengan menggunakan kertas tipe *ivory paper* 230 gsm untuk *cover* depan dan *cover* belakang majalah, lalu kertas tipe *art paper* 210 gram untuk isi majalah.

### 3. Perencanaan Sumber Daya Pendukung

Dalam proses produksi yang panjang dan sangat kompleks, penulis membutuhkan kerja sama dan bantuan sumber daya manusia tambahan, terutama untuk desainer grafis

(*graphic designer*). Berikut sumber daya tambahan yang turut terlibat dalam pembuatan projek majalah kuliner bakso ini:

- Editor in Chief: Ridwan Ainurrahman

Tanggung jawab: Editor in Chief bertugas untuk mengkonsep, mengeksekusi rubrik dan konten majalah. Selain itu, juga bertugas untuk mengedit atau menyunting hasil wawancara agar dapat meminimalisir kesalahan penulisan/penggunaan kata dalam majalah ini.

- Fotografer: Ridwan Ainurrahman

Tanggung jawab: Fotografer bertugas untuk mendokumentasikan (dalam bentuk foto) proses wawancara serta materi-materi pendukung lain yang akan dimuat dalam majalah kuliner bakso, seperti foto produk, kondisi kedai, menu favorit, daftar menu, dan lain-lain yang akan dimuat di majalah.

- Jurnalis: Ridwan Ainurrahman

Tanggung jawab: Jurnalis bertanggung jawab untuk membuat daftar pertanyaan wawancara yang sesuai dengan kebutuhan rubrik dan konten majalah. Selain itu, jurnalis juga bertugas untuk melakukan wawancara kepada informan/pihak yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam projek majalah kuliner bakso. Jurnalis akan bertatap muka dengan informan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam majalah kuliner bakso.

- Desainer Grafis: Bima Nusantara Putra

Tugas: Desainer grafis bertugas untuk membuat segala keperluan desain grafis majalah. Tugasnya meliputi membuat layout majalah, membuat konsep visual dan mengeksekusi (mendesain) konsep tersebut. Selain itu, *graphic designer* juga bertugas untuk mengolah digital image (hasil dokumentasi berupa foto dari fotografer) yang juga akan dimuat dalam majalah kuliner bakso. *Graphic designer* mempunyai tanggung jawab lebih untuk memperhatikan konten visual, karena konten visual yang baik akan menarik perhatian dan minat para pembaca. Konten visual yang dimaksud yaitu: cover, bahan majalah, hingga penataan rubrik dan kolom isi. Karena

keterbatasan kemampuan penulis dalam hal desain grafis, penulis berinisiatif untuk melibatkan salah satu kawan penulis sebagai desainer grafis – agar visualisasi informasi tentang majalah bakso dapat dikemas secara menarik dan informatif bagi para pembaca.

## G. ANGGARAN DAN JADWAL PELAKSANAAN

### 1. Anggaran

Tabel 1: Anggaran Produksi

No.	Keperluan	Biaya Satuan	Biaya Keseluruhan
1	Kunjungan Kedai Bakso (9 kedai)	Rp. 50.000	Rp. 450.000
2	Transportasi	Rp. 15.000	Rp. 135.000
3	Cetak <i>cover</i> majalah (3 rangkap)	Rp. 22.000	Rp. 66.000
4	Cetak isi majalah (3 rangkap)	Rp. 19.000	Rp. 57.000
Jumlah Total			Rp. 708.000

### 2. Jadwal Pelaksanaan

#### - Tahap Pra Produksi

Tahap pra produksi dilalui dengan tahap penelitian mengenai kuliner bakso dan mengenai teknis majalah. Saya melakukan penelitian tentang berbagai warung bakso di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan warung bakso mana saja yang perlu dimuat dalam majalah. Proses ini dimulai dari bulan September hingga November 2019 atau kurang lebih selama 3 bulan lamanya.

Lalu mengenai teknis majalah, saya melakukan penelitian tentang referensi rujukan majalah yang desain visual dan kontennya dapat diadaptasi dan dikembangkan. Proses ini dimulai dari bulan Februari hingga April 2020.

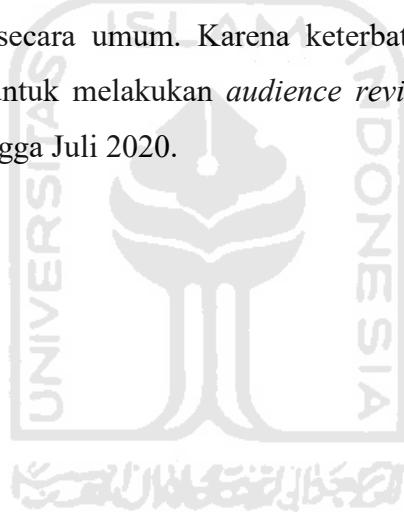
#### - Tahap Produksi

Tahap produksi dilalui dalam dua aspek, yakni aspek pencarian materi dan aspek desain visual dan tata letak majalah. Untuk pencarian materi yang membutuhkan wawancara dan observasi, dilakukan mulai November 2019 hingga Februari 2020 namun tidak dilakukan setiap hari.

Sementara untuk aspek desain visual dan tata letak majalah, dilakukan mulai April hingga Juni 2020.

- Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca produksi dilalui dengan *audience review* dan penulisan laporan. *Audience review* dilakukan terhadap dua kalangan: pertama dilakukan terhadap kalangan pecinta kuliner (*foodie*) di Yogyakarta dan kedua dilakukan terhadap kalangan masyarakat secara umum. Karena keterbatasan gerak akibat pandemi, penulis memutuskan untuk melakukan *audience review* secara daring. Proses ini dilakukan dari Juni hingga Juli 2020.



## BAB II

### IMPLEMENTASI DAN ANALISIS KARYA

#### A. PROSES KREATIF

##### 1. Pra Produksi

- Penelitian dan Pencarian Ide

Penelitian dan pencarian ide mengenai majalah bakso pada mulanya didasari oleh keinginan eksplorasi akses informasi mengenai kuliner bakso. Selama ini majalah kuliner yang sering ditemui berpatokan pada resep-resep makanan, kegiatan atau agenda kuliner, ataupun masakan-masakan yang tidak memiliki tema tertentu dan dimuat menjadi satu media. Berangkat dari hal tersebut, saya merumuskan untuk membuat majalah tematik kuliner bakso secara khusus. Kuliner bakso dipilih karena bakso merupakan salah satu kuliner yang digemari oleh masyarakat. Selain karena harganya murah, varian bakso juga bervariasi. Hal ini bisa menjadi salah satu informasi yang patut dimuat dalam suatu media tersendiri. Selain itu, kuliner bakso juga bisa menjadi salah satu pilihan kuliner wisatawan apabila berkunjung ke suatu kota tertentu – dalam hal ini, Yogyakarta. Dengan berbagai pilihan kuliner bakso, para wisatawan dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang rekomendasi warung bakso dalam satu media saja.

Selain itu, ada beberapa poin alasan mengapa penulis memutuskan untuk membuat majalah bakso. Berikut secara detail dijelaskan mengapa majalah bakso dipilih:

- Pentingnya Informasi tentang Bakso
  - Jenis Karakter

Karakter bakso menjadi penting dimuat dalam proyek majalah kuliner bakso adalah karena berdasarkan Andayani dalam Fauziah (2014:67), konsumen menyukai karakteristik bakso yang memiliki rasa gurih, agak asin, memiliki rasa daging kuat, berwarna abu-abu mucat atau muda, beraroma daging rebus serta memiliki tekstur yang empuk dan agak kenyal. Dari beberapa karakteristik

tersebut, setiap penjual/merek bakso dapat menonjolkan karakter mana yang melakat erat dalam produk bakso yang mereka perjualbelikan. Sehingga, bagi para konsumen yang memiliki kecenderungan dalam mengkonsumsi bakso dengan karakter tertentu dapat menjadikan majalah bakso tersebut sebagai bahan rujukan dan pertimbangan.

- Kreasi

Kreasi penting dimuat untuk memberikan referensi kepada para konsumen maupun wisatawan untuk mencoba hal baru. Saat karakteristik telah dimuat dan terdapat kecenderungan bagi masyarakat untuk mencicipi bakso dengan karakter yang cenderung itu-itu saja. Maka, adanya informasi tentang kreasi bakso dapat menjadi motivasi bagi konsumen maupun wisatawan dalam mencicipi/mencoba karakter bakso lain yang belum pernah dicoba sebelumnya.

- Harga

Harga penting untuk mempertimbangkan budget konsumen maupun wisatawan yang ingin mengkonsumsi bakso

- Perlunya Media Informasi

- Majalah Khusus Bakso

Majalah dipilih sebagai luaran atau output karena majalah dapat menjadi medium kreatif yang bisa mengedukasi, menginformasi sekaligus mempromosikan gerai bakso yang ada di Yogyakarta. Ketika konsumen mengunjungi salah satu daerah di Yogyakarta, maka harapannya dengan adanya majalah tersebut, konsumen mendapatkan tambahan referensi tentang gerai bakso di daerah Yogyakarta yang lain tanpa perlu lelah berkeliling, mencari-cari, atau bertanya-tanya. Harapannya, malah bakso tersebut dapat menjadi satu media rujukan bagi para pencinta bakso secara khusus maupun masyarakat secara luas dalam memilih tempat untuk mengkonsumsi bakso, disesuaikan dengan budget atau harga, lokasi, menu andalan, dan lain-lain. Data-data tersebut tentunya bisa dengan mudah didapatkan hanya pada satu majalah saja.

- Pembuatan Tata Letak Majalah dan Pemilihan Font

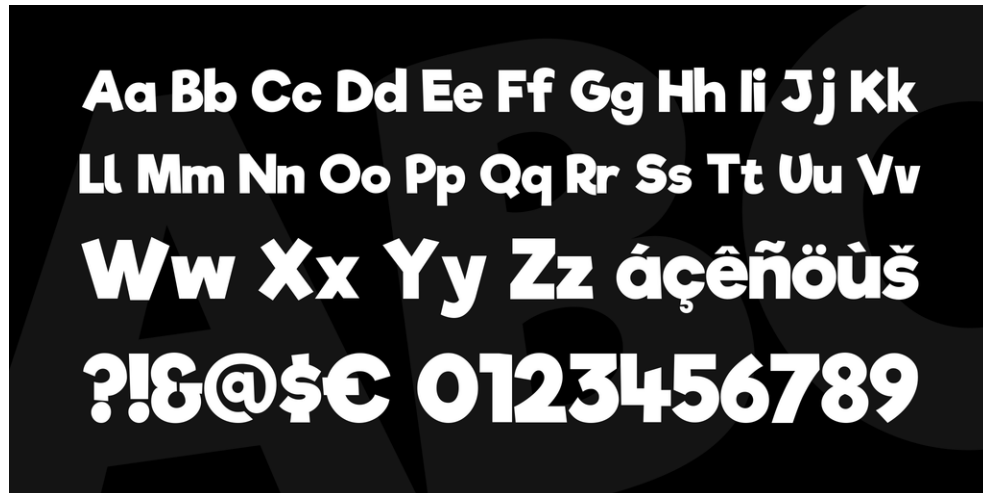
Dalam pembuatan tata letak, penulis melakukan *brainstorming* tata letak dan desain visual tidak hanya terhadap majalah kuliner, tapi juga terhadap majalah dengan tema lain. Salah satunya adalah majalah *National Geographic*. *National Geographic* atau sering disebut *Natgeo* merupakan majalah yang berisikan artikel tentang sains, geografi, sejarah, dan budaya dunia. Majalah ini telah diproduksi sejak edisi pertama pada tahun 1888 (Farhi, 2014).



Gambar 1: Tata Letak Majalah *National Geographic*

Sementara dalam pemilihan font, setelah penulis melakukan riset perihal referensi, penulis memutuskan untuk menggunakan font *Riffic Free*. Font ini digunakan untuk *headline* judul pada setiap halaman majalah. Alasan digunakannya font ini sebagai *headline* judul pada setiap halaman majalah karena font ini terlihat tidak kaku namun tetap *bold*.





Gambar 2: Font Riffic Free

Di samping itu, menurut penulis, font ini juga masih sesuai dengan tema kartunis (*vector*). Selain penggunaan font *Riffic Free* sebagai *headline* judul dalam majalah, penulis juga menggunakan font *Raleway*. Font *Raleway* merupakan font dengan tipe *sans-serif typeface*. Font ini memiliki *look* yang elegan dan cocok untuk mengisi rubrik berita dengan kalimat yang cukup padat dan panjang.



Gambar 3: Font Raleway.

- Penyusunan Rubrik Majalah

Penyusunan rubrik majalah dilakukan berdasarkan pertimbangan dan diskusi dengan dosen pembimbing skripsi. Pada mulanya, ada beberapa pilihan rubrik majalah atas rekomendasi dari dosen pembimbing skripsi. Beberapa pilihan rubrik majalah

tersebut di antaranya: rahasia dapur, tips & trick, konco mangan, bala dapur, lidah dan opini, dan jejak kuliner.

Namun karena pertimbangan di lapangan, seperti ketidakberkenanan informan penelitian dalam melakukan wawancara dan keterbatasan halaman (karena direkomendasikan majalah memuat info yang singkat, padat, jelas, dan menarik), sehingga penulis memutuskan untuk tidak membuat rubrik berita bala dapur serta lidah dan opini. Yang penulis buat adalah rubrik rahasia dapur, tips & trick, konco mangan, jejak kuliner, dan konco bakso. Berikut akan penulis jabarkan mengenai konten masing-masing rubrik:

- **Rahasia Dapur:** Rubrik berita ini berisikan profil warung bakso dan informasi yang berkaitan dengan hal tersebut, misalnya: menu andalan dan harga.
- **Konco Bakso:** Rubrik berita ini berisikan menu-menu pendamping yang biasanya kerap disajikan berdampingan dalam semangkuk bakso.
- **Jejak Kuliner:** Rubrik berita ini berisikan agenda kuliner yang akan diadakan di Yogyakarta.
- **Konco Mangan:** Rubrik berita ini berisikan profil (media sosial) komunitas pecinta kuliner di Yogyakarta.
- **Tips & Trick:** Rubrik berita ini berisikan informasi tentang cara membuat bakso yang halus dan kenyal

## 2. Produksi

### - Wawancara dan Observasi

Untuk memenuhi materi dalam rubrik berita majalah, penulis melakukan wawancara dan observasi. Awalnya penulis merencanakan kunjungan untuk wawancara dan observasi terhadap 10 (sepuluh) warung bakso, namun karena satu dan lain hal, wawancara dan observasi hanya bisa dilakukan terhadap 9 (sembilan) warung bakso saja. Sembilan warung bakso yang dimaksud di antaranya: (1) Bakso Beranak Patangpuluhan, (2) Bakso Bethesda 74, (3) Bakso Gress Tajem, (4) Bakso Jawi Bu

Miyar, (5) Bakso Klenger Ratu Sari, (6) Bakso Pak Kintel, (7) Bakso Idolaku Pak Tikno, (8) Bakso Tengkleng Mas Bambang, dan (9) Bakso Lombok Uleg Pak Di.

Berikut penulis jelaskan perihal lokasi dilakukannya wawancara dan observasi. Wawancara dan observasi terhadap Bakso Beranak Patangpuluhan dilakukan di Jalan Letjen S. Parman Nomor 67, Kelurahan Patangpuluhan, Kecamatan Wirobrajan, Kota Yogyakarta. Wawancara dan observasi terhadap Bakso Bethesda 74 dilakukan di Jalan Yohanes Nurhadi, Kelurahan Kotabaru, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta. Wawancara dan observasi terhadap Bakso Gress Tajem dilakukan di Jalan Raya Tajem, Kelurahan Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Wawancara dan observasi terhadap Bakso Bu Miyar dilakukan di Jalan Jogonegaran Nomor 55 D, Kelurahan Pringgokusuman, Kecamatan Gedong Tengen, Kota Yogyakarta. Wawancara dan observasi terhadap Bakso Klenger Ratu Sari dilakukan di Jalan Wahid Hasyim Nomor 296, Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Wawancara dan observasi terhadap Bakso Pak Kintel dilakukan di Jalan Janti Nomor 29, Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Wawancara dan observasi terhadap Bakso Idolaku Pak Tikno dilakukan di Jalan Taman Siswa Nomor 138, Kelurahan Wirogunan, Kecamatan Mergangsan, Kota Yogyakarta. Wawancara dan observasi terhadap Bakso Tengkleng Mas Bambang dilakukan di Jalan Affandi Nomor 30, Kelurahan Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Lalu, wawancara dan observasi terhadap Bakso Lombok Uleg Pak Di dilakukan di Kelurahan Banyuraden, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman.

Proses produksi, yang meliputi wawancara dan dokumentasi, akan dilakukan dengan pendekatan personal kepada seluruh pihak yang terlibat di warung bakso di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Proses wawancara dan dokumentasi dilakukan dari tanggal 1 November 2019 hingga 31 Januari 2020 namun tidak dilakukan setiap hari.

- Penyusunan Hasil Wawancara dan Observasi

Setelah melakukan wawancara dan dokumentasi, penulis kemudian memproses data wawancara dan dokumentasi ke dalam draft tulisan atau rubrik berita. Proses ini memakan waktu dari tanggal 1 hingga 29 Februari 2020, namun tidak dilakukan setiap

hari. Proses ini cukup memakan waktu lama karena penulis perlu mengcrosscheck beberapa data dengan informan di warung bakso, karena ada beberapa informasi yang belum dengan lengkap terkumpul.

#### - Produksi Desain Visual Majalah

Tahap produksi desain visual majalah meliputi tahap editing dan layouting. Dalam tahap ini, penulis mengumpulkan editing dan layouting majalah yang menurut penulis menarik dan dapat dijadikan rujukan untuk editing dan layouting majalah bakso ini. Proses pencarian rujukan untuk editing dan layouting memakan waktu dari tanggal 1 hingga 31 Maret 2020.

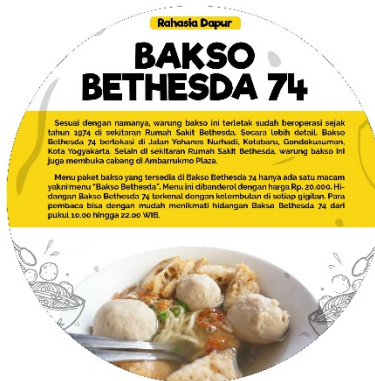
Setelah menemukan rujukan yang tepat, penulis lalu mencari sosok desainer grafis untuk mengekusi desain grafis majalah ini. Awal mula, pada tanggal 11 April 2020, penulis telah menemukan seseorang desainer grafis. Penulis telah memberikan materi wawancara dan dokumentasi juga rujukan yang dimaksud. Yang desainer grafis kemudian mengeksekusi majalah bakso tersebut. Satu bulan berlalu, sekitar tanggal 16 Mei 2020 sang desainer grafis memberikan preview desain yang telah dibuat. Namun menurut penulis pribadi, penulis merasa tampak desain grafis yang telah dibuat masih belum sesuai ekspektasi penulis. Telah penulis ajukan revisi dengan tenggat waktu tertentu, namun nampaknya sang desainer grafis tidak dapat menyanggupinya. Akhirnya penulis memutuskan untuk mencari desainer grafis lain. Sekitar tanggal 23 Mei 2020, penulis menemukan desainer grafis baru yang dapat memenuhi ekspektasi visual dan tenggat waktu dengan tepat. Penulis lalu meminta desainer grafis yang baru untuk mengeksekusi majalah bakso ini. Pada tanggal 21 Juni 2020, proses editing dan layouting selesai, sebelum akhirnya dikonsulkan kepada dosen pembimbing.

Pada tanggal 23 Juni, penulis konsul majalah bakso kepada dosen pembimbing dan dalam pertemuan tersebut, penulis mendapatkan beberapa revisi. Revisi berupa penyuntingan pada rubrik dalam majalah yang sudah ada, serta penambahan rubrik baru dalam majalah. Seluruh revisi yang ada telah diselesaikan pada tanggal 6 Juli 2020. Setelah hasil revisi dikonsulkan dengan dosen pembimbing, dosen pembimbing kemudian meminta penulis untuk melakukan publikasi dan *audience review* terhadap majalah bakso ini.

Berikut beberapa penulis lampirkan beberapa desain visual dari Majalah Bakso yang telah dibuat:



Gambar 4: Cover Depan



Gambar 5: Rahasia Dapur



Gambar 6: Rahasia Dapur (2)



Gambar 7: Konco Mangan



Gambar 8: Tips & Trick



Gambar 9: Konco Bakso

### 3. Pasca Produksi

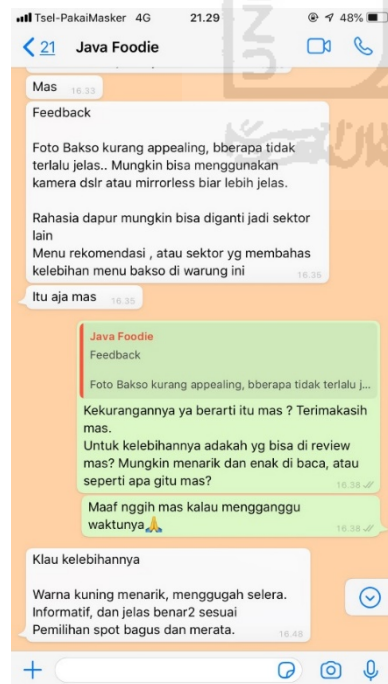
#### - Publikasi dan Audience Review

Proses pasca produksi meliputi proses publikasi dan audience review. Untuk publikasi secara menyeluruh dilakukan secara daring. Hal ini didasarkan karena situasi dan kondisi saat ini yang masih berada dalam pandemi. Sementara itu perihal audience review, dibagi atas dua kalangan: audience review bagi kalangan masyarakat secara umum dan bagi kalangan pecinta kuliner (*foodie*) di Yogyakarta. Bagi masyarakat secara umum, publikasi dilakukan di situs blog Majalah Bakso ([majalahbakso.blogspot.com](http://majalahbakso.blogspot.com)). Masyarakat secara luas dapat mengakses dengan mudah melalui situs blog tersebut. Sementara bagi pecinta kuliner (*foodie*) di Yogyakarta,

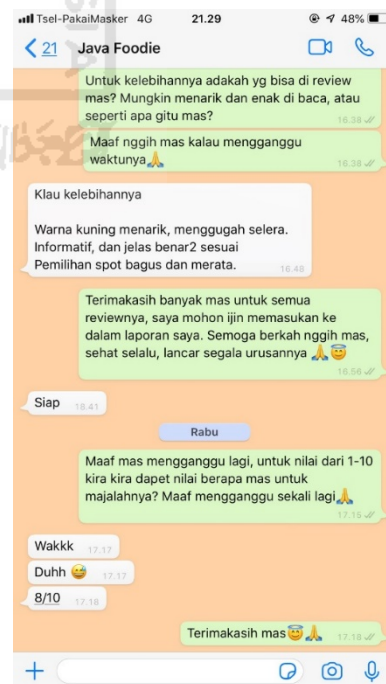
penulis menghubungi masing-masing pecinta kuliner (*foodie*) melalui *Whatsapp*. Adapun pecinta kuliner (*foodie*) di Yogyakarta yang penulis pilih sebagai *audience review* adalah Java Foodie dan Bro Jajan. Keduanya merupakan dua *influencer* ternama di ranah kuliner di Yogyakarta.

Untuk *audience review* dari kalangan *foodie* atau pecinta kuliner pertama dilakukan terhadap Mas Dadad Sesa ([@javafoodie](#)). Java Foodie merupakan salah satu *foodblogger* ternama di Yogyakarta. Secara keseluruhan, dari skala 1 hingga 10, Java Foodie memberikan nilai 8 untuk Majalah Bakso ini. Secara lebih detail, kesan dan pesan Mas Dadad Sesa terhadap Majalah Bakso ini disampaikan sebagai berikut:

*“Foto bakso kurang appealing, beberapa tidak terlalu jelas. Mungkin bisa menggunakan kamera dslr atau mirrorless biar lebih jelas. Rahasia dapur mungkin bisa diganti jadi sektor lain: menu rekomendasi atau sektor yang membahas kelebihan menu bakso di warung ini. Kalau kelebihannya: warna kuning menarik menggugah selera. Informatif dan jelas benar-benar sesuai. Pemilihan spot bagus dan merata.”* – Java Foodie.



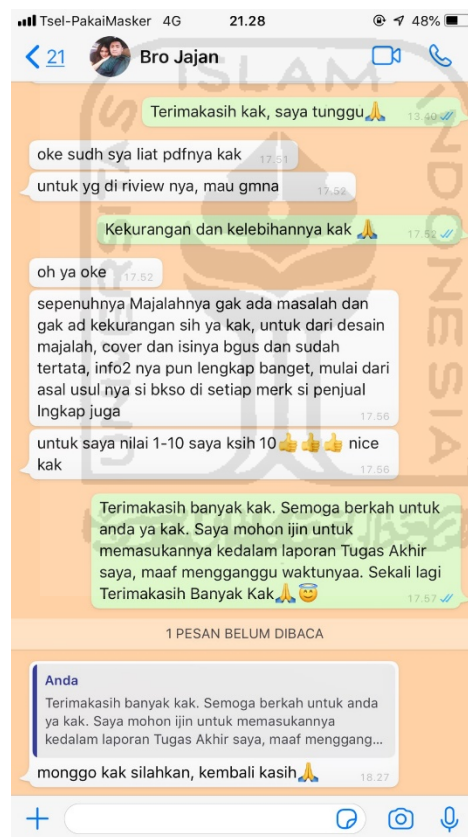
Gambar 10: Izin dan Review dari Java Foodie



Gambar 11: Izin dan Review dari Java Foodie (2)

*Audience review* kedua dilakukan terhadap Bro Jajan. Sama seperti Mas Dadad Sesa, Bro Jajan juga termasuk dalam salah satu *foodblogger* ternama di Yogyakarta. Secara keseluruhan, dari skala 1 hingga 10, Bro Jajan memberikan nilai 10 untuk Majalah Bakso ini. Secara lebih detail, kesan dan pesan Mas Dadad Sesa terhadap Majalah Bakso ini disampaikan sebagai berikut:

*“Sepenuhnya majalahnya gak ada masalah dan gak ada kekurangan sih ya, Kak. Untuk dari desain majalah, cover dan isinya bagus dan sudah tertata. Info-infonya pun lengkap banget mulai dari asal usulnya si bakso di setiap merek si penjual lengkap juga.” – Bro Jajan*



*Gambar 12: Izin dan Review dari Bro Jajan*

## B. ANALISIS KARYA

Sebelum memasuki pada penjelasan analisis SWOT dan prospek karya, terlebih dahulu akan dijelaskan analisis karya secara menyeluruh berdasarkan kerangka konseptual yang telah dibuat.

Konsep pertama yang digunakan adalah konsep majalah. Seperti seharusnya, majalah berisikan teks dan gambar visualisasi. Dalam “Majalah Bakso” ini, kedua aspek tersebut telah dipertimbangkan secara matang melalui riset pada tahap pra produksi, hingga dievaluasi pada tahap pasca produksi. Selain itu, seperti seharusnya, majalah berisikan bacaan terkini, aktual, menarik dan menambah pengetahuan. Dalam “Majalah Bakso” ini, keempat hal tersebut telah tercantum. Seluruh bahan teks dan gambar visualisasi diambil dari kondisi terkini dan aktual, dikemas secara menarik untuk menyampaikan pengetahuan tentang kuliner bakso di Yogyakarta. Sementara apabila digolongkan dalam jenis majalah berdasarkan pembaca (*mass magazine, class magazine, specialized magazine*), majalah bakso termasuk dalam jenis *specialized magazine* yang dibuat untuk pembaca khusus karena di dalamnya terdapat isu khusus, yakni: isu kuliner bakso. Apabila digolongkan dalam jenis majalah berdasarkan konten (majalah umum dan majalah khusus), majalah bakso termasuk dalam majalah khusus karena terdapat konten-konten yang berorientasi/berdasarkan pada bidang kuliner bakso.

Konsep kedua yang digunakan adalah konsep desain komunikasi visual (DKV). Apabila dianalisis dalam fungsi dasar DKV (sarana identifikasi, sarana informasi dan instruksi, sarana presentasi dan promosi), “Majalah Bakso” telah memenuhi tiga fungsi dasar tersebut. Yang pertama, sebagai sarana identifikasi. “Majalah Bakso” telah menjadi medium komunikasi yang memberi pemahaman atau pengertian kepada pembaca tentang kuliner bakso di Yogyakarta. Pemahaman muncul karena kekuatan visual obyek (dalam hal ini konten majalah). “Majalah Bakso” telah diproduksi semenarik mungkin supaya fungsi identifikasi dapat tersampaikan dengan baik. Yang kedua, sebagai sarana informasi dan instruksi. “Majalah Bakso” telah menjadi medium komunikasi yang memuat konten visual yang substansial atau penting. Perpaduan antara teks dan visual pada “Majalah Bakso” telah memuat unsur informatif dan menunjukkan relasi antara teks dengan visual. Yang ketiga, sebagai sarana presentasi dan promosi. “Majalah Bakso” telah berusaha agar setiap visual yang disajikan dapat menarik



perhatian atau atensi pembaca, sehingga informasi dalam majalah dapat diingat oleh para pembaca.

Konsep ketiga adalah kuliner sebagai gaya hidup. Produksi “Majalah Bakso” adalah salah satu upaya untuk memperkuat konsep ini, di mana masyarakat kini punya kecenderungan untuk memilih cara konsumsi yang efisien, efektif, serta hemat. Informasi tentang konsumsi biasanya didapatkan berdasarkan media informasi. Dengan adanya “Majalah Bakso” yang menyajikan informasi perihal kuliner bakso sekaligus dalam satu media informasi, besar harapan agar majalah ini dapat membantu dan mempermudah masyarakat dalam menentukan cara konsumsi yang paling sesuai.

Konsep keempat adalah daya tarik wisata. Telah dijelaskan bahwa kuliner menjadi bagian dari daya tarik wisata masyarakat, bahkan menjadi tujuan utama para wisatawan dalam berwisata. “Majalah Bakso” ini dapat dimanfaatkan sebagai media informasi untuk mempertimbangkan tujuan berwisata di Yogyakarta, terutama perihal tujuan wisata kuliner. Terlebih lagi di daerah Yogyakarta, “Majalah Bakso” dapat menjadi media alternatif untuk publikasi kuliner selain Gudeg (makanan khas Yogyakarta).

Kuliner menjadi penting tidak hanya untuk segmen pariwisata tapi juga penting untuk kehidupan manusia secara keseluruhan, karena kuliner adalah gaya hidup yang kita tak mampu hidup tanpanya. Industri kuliner saat ini sedang dalam masa perkembangan. Berbagai tren yang saling bersinggungan dengan kuliner (salah satunya pariwisata) menjalin kerja sama untuk memperluas perkembangan industri kuliner. Menjamurnya profesi food reviewer merupakan bentuk rebranding yang bertujuan untuk memperluas pilihan makanan dan memperluas industri kuliner, ini juga yang membuat kuliner menjadi bagian dari gaya hidup yang bermakna.

Sering kali kita mendengar kalimat “*you are what you eat*”. Kalimat ini juga sering dijadikan hiasan dinding di restoran, rumah makan, atau tempat-tempat kuliner lainnya. Kalimat ini menjelaskan bahwa manusia dapat didefinisikan berdasarkan dengan apa yang ia konsumsi atau apa yang ia makan. Secara tidak langsung kalimat tersebut menjadi indikasi bahwa kuliner berperan penting dalam kehidupan manusia.

Lalu berlanjut ke pembahasan kuliner bakso. Kuliner bakso diindikasikan bisa menjadi bagian dari gaya hidup mengingat kuliner bakso merupakan salah satu kuliner yang digemari oleh masyarakat. Bagi para produsen, kuliner bakso dapat diproduksi dengan mudah dan murah. Selain itu, kuliner bakso juga sangat memungkinkan untuk dilakukan variasi, entah dalam pembuatan maupun penyajian. Variasi pembuatan maupun penyajian bakso akan menjadi ciri khas yang bisa menarik daya tarik masyarakat, termasuk para wisatawan atau pelancong. Sementara bagi para konsumen, kuliner bakso dapat dinikmati dengan mudah dan murah juga. Jika para produsen membuat dan menyajikan menu bakso dengan variasi dan ciri khas tertentu, para konsumen juga dapat memanjakan lidah mereka dengan keragaman menu dan cita rasa bakso yang ditawarkan. Proses produksi dan konsumsi variasi menu dan cita rasa kuliner bakso dapat menjadi cikal bakal pentingnya kuliner bakso dalam kehidupan manusia, di mana manusia akan dibuat penasaran dan ketagihan, lalu memosisikan kuliner bakso sebagai bagian yang penting dalam hidup mereka.

Berikut ini akan dijelaskan analisis SWOT dan prospek karya:

### 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT terbagi dalam empat aspek, yaitu: *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*. Philip Kotler menyebut analisis SWOT sebagai evaluasi bagi kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman (Kotler & Keller, 2009). Sementara itu, Freddy Rangkuti melihat analisis SWOT sebagai instrumen analisis yang berdasar logika dengan memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan kesempatan (*opportunities*), serta dengan meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2013). Berikut ini adalah analisis SWOT “Majalah Bakso”:

<i>Strengths (Kekuatan)</i>	<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>
<p>Secara teknis, “Majalah Bakso” memiliki desain visual yang menarik. Apabila dicetak pada kertas berukuran A5, majalah akan mudah ditempatkan di mana saja.</p>	<p>Secara teknis, tata letak “Majalah Bakso” yang kecil membuat materi yang disajikan cenderung kurang eksploratif. Hal ini disebabkan karena keterbatasan ruang. Apabila dicetak, akan</p>

<p>Secara substansi, “Majalah Bakso” merupakan salah satu majalah kuliner tematik, yang mana belum banyak diinisiasi oleh majalah-majalah kuliner di Indonesia.</p>	<p>membutuhkan kuantitas kertas yang banyak (tebal).</p> <p>Secara substansi, majalah tematik khusus bakso dapat memperkecil lingkup audiens yang kemungkinan besar hanya akan didominasi oleh pecinta kuliner bakso. Sehingga perlu ditambahkan konten-konten lain yang mendukung dan dapat menarik perhatian bagi audiens yang tak terlalu suka hidangan bakso.</p>
<p style="text-align: center;"><i>Opportunities (Kesempatan)</i></p> <p>Secara teknis, “Majalah Bakso” yang berukuran relatif kecil, sangat memungkinkan untuk dapat menjadi media promosi di masing-masing warung bakso yang dimuat dalam majalah.</p> <p>Secara substansi, “Majalah Bakso” apabila diproduksi secara daring, maka dapat berkemungkinan menjadi majalah rujukan utama dalam daftar tujuan kuliner terutama di Yogyakarta. Terlebih jika diproduksi dalam skala waktu tertentu sehingga bisa menjadi media informasi kuliner bakso secara menyeluruh di Yogyakarta.</p>	<p style="text-align: center;"><i>Threats (Ancaman)</i></p> <p>Secara teknis, “Majalah Bakso” yang berbentuk bulat dapat membuat ketidaknyamanan dalam membaca dan menyisakan ruang yang cukup banyak. Apabila akan diproduksi secara berkala, maka harus dipertimbangkan perihal bentuk agar tidak monoton.</p> <p>Secara substansi, “Majalah Bakso” dapat berkemungkinan kalah pamor dengan media yang membahas kuliner-kuliner lain yang lebih masa kini dan digemari anak muda.</p>

## 2. Prospek Karya

Prospek karya dalam hal ini “Majalah Bakso” terdiri atas tiga klasifikasi penempatan: (1) penempatan berdasarkan atribut, (2) penempatan berdasarkan kategori, (3) penempatan berdasarkan pesaing.

### - Penempatan berdasarkan Atribut

“Majalah Bakso” secara dominan membahas tentang kuliner bakso. Secara desain visual, halaman *cover* depan majalah bakso terdapat gambar semangkuk bakso dengan gaya desain visual kartunis (*vector*). Selain itu, pada latar belakang *cover* depan juga terdapat gaya desain visual kartunis (*vector*) dengan metode *line-art*. Kedua gaya desain visual dipadukan pada *cover* depan untuk menarik perhatian dan menumbuhkan rasa penasaran bagi para pembaca pada pandangan pertama. Sebab, desain visual yang demikian masih jarang digunakan pada majalah-majalah kuliner kebanyakan. Di mana majalah kuliner masih didominasi dengan gaya desain visual kolase foto yang cenderung monoton. Gaya desain visual pada *cover* depan dipilih agar dapat mewakili secara keseluruhan gaya desain visual dalam “Majalah Bakso” yang mencoba disajikan dengan lebih menarik dan “baru”.

### - Penempatan berdasarkan Kategori

“Majalah Bakso” yang dibuat merupakan majalah yang termasuk dalam kategori majalah kuliner. Walaupun mungkin dalam isinya melibatkan faktor-faktor lain, namun secara menyeluruh, isi dari majalah ini adalah majalah kuliner.

### - Penempatan berdasarkan Pesaing

Ditinjau dari isinya, “Majalah Bakso” dapat digolongkan dalam majalah kuliner tematik yang masih memiliki pesaing yang minim. Terlebih dengan desain visual dan tata letak yang dibuat semenarik mungkin (dengan gaya kartunis), majalah ini mencoba memberikan warna baru, dibanding di antara desain visual dan tata letak majalah kuliner yang selama ini cenderung elegan dan minim kreasi.

### **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dalam perjalanan memproduksi karya “Majalah Bakso”, penulis memahami bagaimana lingkungan perkembangan kuliner terutama kuliner bakso di Yogyakarta. Dengan memahami kondisi lingkungan kuliner bakso di Yogyakarta, hal ini bisa mendorong penulis cara yang tepat untuk mengemas informasi yang dapat dibagikan bagi khayalak luas. Alasan penulis memilih kuliner bakso bagi topik majalah ini karena bakso merupakan salah satu kuliner khas yang digemari dan disukai masyarakat. Selain karena cita rasa yang enak dan memiliki banyak variasi, harga kuliner bakso juga ramah di kantong.

Lalu, karya dalam bentuk majalah dipilih karena informasi tentang kuliner khususnya bakso masih terbilang penting namun bentuknya masih minim didapatkan masyarakat. Oleh karena itu, media informasi tentang kuliner khususnya bakso masih sangat diperlukan. Penulis dapat menggolongkan sebagai penting dan perlu karena berdasarkan riset dan observasi, kuliner kini telah menjelma menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Lalu menurut riset dan observasi yang penulis lakukan pun, selama ini majalah kuliner hanya didominasi oleh informasi resep-resep masakan ataupun kegiatan kuliner secara luas, namun belum ada yang menghadirkan majalah tematik terkait suatu kuliner tertentu. Penulis kemudian memproduksi karya “Majalah Bakso” agar dapat menjadi media informasi secara tematik bagi kuliner bakso di Yogyakarta. Masyarakat dapat secara terpusat mencari media informasi tentang bakso hanya dalam satu majalah saja.

Saat ini, kuliner telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari sebuah kegiatan pariwisata, termasuk di Indonesia. Telah disinggung bahwasannya kuliner telah menjadi bagian dari gaya hidup, begitupun dengan kegiatan pariwisata yang juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat ini. Dengan posisi strategis kuliner sebagai bagian penting dari kegiatan pariwisata artinya kuliner-kuliner nusantara butuh media promosi dan informasi secara optimal. Promosi kuliner sebagai bagian dari pariwisata tidak hanya dapat dilakukan oleh masyarakat kelompok sadar wisata (pokdarwis) melainkan juga seluruh lapisan masyarakat,

termasuk mahasiswa. Semakin banyak kelompok atau kalangan masyarakat yang sadar akan pentingnya media promosi, semakin optimal pula kegiatan promosi yang ada. Terlebih apabila dilihat dari masing-masing latar belakang orang-orang yang melakukan promosi, maka bisa jadi masing-masing orang akan memiliki cara promosi tersendiri. Hal inilah yang penulis manfaatkan sebagai momen yang tepat mengingat penulis merupakan bagian dari mahasiswa yang berlatar belakang studi komunikasi, maka penulis berinisiatif mengembangkan sebuah media promosi sesuai dengan materi yang penulis pelajari di kampus.

Alasan penulis memilih warung-warung bakso yang dimuat dalam “Majalah Bakso” karena lokasi mereka tersebar di Yogyakarta – tidak hanya terpusat pada suatu daerah tertentu. Hal ini juga dapat memudahkan masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta untuk mencari informasi tentang warung bakso yang terdekat dengan posisi atau lokasi mereka berada.

Dengan keberadaan banyak pecinta kuliner di Indonesia terutama Yogyakarta adalah salah satu hal yang menyebabkan kultur kuliner di Indonesia berkembang pesat. Hal ini perlu didorong dengan wadah informasi yang terpusat juga tentang kuliner yang bersangkutan. Salah satunya dalam bentuk majalah tematik. Kelahiran majalah kuliner tematik seperti “Majalah Bakso” bisa jadi pendorong untuk kelahiran majalah kuliner tematik lain di Indonesia. Terlebih apabila dibagikan secara digital, maka cakupan audiens semakin meluas karena dapat dibagikan tidak terbatas ruang waktu.

## B. KETERBATASAN KARYA

Dalam perjalanan memproduksi karya “Majalah Bakso” ini, penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki banyak kekurangan. Kekurangan yang ada bisa meliputi soal teknis maupun substansi majalah, sehingga membuat hasil dari majalah ini belum dapat maksimal. Selain itu, penulis juga menemui keterbatasan dalam pembuatan majalah ini. Salah satunya adalah keterbatasan sumber daya manusia. Secara keseluruhan pengerjaan majalah ini (selain desain visual) memang dilakukan sendiri oleh penulis, oleh karenanya waktu produksinya pun terbilang lama. Di samping itu, kendala lain adalah tentang obyek riset atau obyek liputan dalam majalah yakni para penjaga atau pemilik warung bakso. Penulis sadar bahwa masih

belum semua warung bakso dapat tereksplor dengan baik dan maksimal. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala kritik dan saran yang membangun bagi majalah ini.

### C. SARAN DAN REKOMENDASI

Dalam perjalanan memproduksi karya “Majalah Bakso” ini, penulis menyarankan kepada siapa saja yang beniat untuk memproduksi majalah kuliner tematik serupa: untuk bisa melakukan riset mendalam mengenai isi dalam majalah, seperti soal topik dan sub-topik dalam majalah yang lebih spesifik. Ini dapat memudahkan peneliti selanjutnya supaya menimalisir kebingungan dan menghemat waktu pada saat pengumpulan data.

Selain itu, peneliti yang selanjutnya diharapkan dapat menjalin keakraban dengan pemilik atau penjaga warung bakso. Hubungan kedekatan dapat membantu peneliti selanjutnya dalam menjalin interaksi (agar lebih terbuka) terhadap pemilik atau penjaga warung bakso dan mendapatkan informasi lebih banyak dari mereka. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan kunjungan yang lebih sering (tidak hanya sekali) ke warung bakso yang bersangkutan. Ini dapat menambah data observasi sekaligus menambah pemahaman peneliti tentang lokasi pengambilan data (warung bakso).

Yang selanjutnya perihal sumber daya manusia. Penulis sarankan agar peneliti selanjutnya mempersiapkan sumber daya manusia tambahan, sehingga dapat saling bekerja sama dan membantu dalam proses produksi. Apabila ada tim kerja dan masing-masing memiliki tugas dan kewajiban, hal ini juga akan mempermudah pekerjaan penulis dalam melewati tahap-tahap mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi proyek majalah.

Apabila proyek majalah berniat dicetak, maka alangkah baiknya secara teknis dapat dipastikan bahwa percetakan yang bersangkutan telah dapat memenuhi maksud dan keinginan peneliti selanjutnya dalam merealisasikan desain karya majalah yang telah dibuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Army, R. (2017). *Kuliner Yogyakarta (Cerita di Balik Nikmatnya)*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemdikbud.
- Astuti, A., & Markamah. (2016). *Tanggapan Siswa Terhadap Nilai Pendidikan Yang Terkandung Dalam Humor Pada Wacana Rubrik Hiburan Majalah Sekolah*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Vol. 12 No. 1 Maret*, 74 - 101.
- Cenadi, C. S. (1999). ELEMEN-ELEMEN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *NIRMANA Vol. 1, No. 1, Januari*, 1 - 11.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Daryanto. (2010). *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Farhi, P. (2014, September 9). *National Geographic gives Fox control of media assets in \$725 million deal*. Retrieved from National Geographic: [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/national-geographic-magazine-shifts-to-for-profit-status-with-fox-partnership/2015/09/09/7c9f034e-56f0-11e5-8bb1-b488d231bba2\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/national-geographic-magazine-shifts-to-for-profit-status-with-fox-partnership/2015/09/09/7c9f034e-56f0-11e5-8bb1-b488d231bba2_story.html)
- Fauziah, R. R. (2014). *Kajian Keamanan Pangan Bakso dan Cilok yang Beredar di Lingkungan Universitas Jember Ditinjau dari Kandungan Boraks, Formalin dan TPC*. Jember: Universitas Negeri Jember.
- Hakim, M. D. (2017). *PENERIMAAN PEMBACA TENTANG TREND MODE HIJAB PADA RUBRIK "HIJAB TUTORIAL" DALAM MAJALAH MUSMAGZ (Studi Resepsi pada Komunitas Hijabers "Maliki Sisterhood")*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hasugian, H. S. (2009). *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Warung Bakso Kota Cakman Bogor Buka 24 Jam*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.



- Junaedhi, K. (1991). *Ensiklopedia Pers Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner untuk Pengembangan Pariwisata di Kota Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu Vol. 9 No. 1 Maret*, 18 - 23.
- Lomboan, R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. *Jurnal Productivity, Vol. 1, No. 3*, 256-260.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, G. T. (2017). Pusat Perbelanjaan Mall di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura, Volume 5, Nomor 2, September*, 1 - 12.
- Saufika, A. (2012). *Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kebiasaan Makan Mahasiswa*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Trisnarningsih, D. (2014). *Kadar Protein Dan Betakaroten Bakso Ikan Tuna Yang Diperkaya Jamur Merang (Volvariella volvaceae) Dan Umbi Wortel*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

# LAMPIRAN

## 1. Desain Visual Majalah

**MAJALAH BAKSO**  
"Mengulik Keunikan Kuliner Bakso di Yogyakarta"

### DAFTAR ISI

Daftar Isi	1
Latar Belakang Pembuatan Majalah	2
#RahasiaDapur	3-20
#KancaBakso	21-22
Jajak Kuliner	25
#KancaMangan	26-29
Tips & Trick	30-31
Tim Produk	32

### LATAR BELAKANG PEMBUATAN MAJALAH

Latar belakang penulis membuat "Preyek Majalah Bakso" yakni untuk memenuhi syarat kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi (S1 Kom) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Sementara itu, obyek bakso sebagai bahasan utama dalam majalah dipilih karena adalah kuliner dalam Trikonaningsih (2014) disebutkan bahwa bakso merupakan salah satu kuliner daging secara tradisional yang sangat terkenal dan digemai oleh semua lapisan masyarakat. Sementara perantara media majalah dipilih sebagai sarana karena majalah dapat menjadi medium kreatif yang bisa mengekskusi, menginformasi sekaligus mempromosikan gerai bakso yang ada di Yogyakarta. Halika konsumen berkunjung atau berburu kuliner di Yogyakarta, maka harapannya dengan adanya majalah ini, konsumen mendapatkan tambahan referensi tentang gerai bakso di Yogyakarta, mengingat informasi dalam majalah telah dipaparkan, dituliskan dengan lengkap. Harapannya majalah ini dapat menjadi satu media rujukan bagi para pencinta bakso secara khusus maupun masyarakat secara luas dalam memilih tempat untuk mengonsumsi bakso di Yogyakarta, disesuaikan dengan harga, lokasi, menu favorit, kapasitas pengunjung di warung bakso, hingga hal-hal lain yang menjadi pertimbangan.

Penyusun,  
Ridwan Alnurrahman

### BAKSO BERANAK PATANGPULUHAN

Bakso Beranak Patangpuluhan merupakan warung bakso yang penemannya didasarkan pada lokasi warung bakso ini berada. Juga produk yang dijual. Warung bakso yang berlokasi di Jalan Ledjani 5, Permian nomor 67, Kelurahan Patangpuluhan, Kecamatan Wirobrajan, Kota Yogyakarta. Menu terlaris dan menjadi favorit para pengunjung di warung bakso ini adalah menu Bakso Mangkok Beranak.

Warung Bakso Beranak Patangpuluhan buka sejak pukul 08.00 hingga 22.00 WIB setiap harinya. Ditinjau dari segi harga produk, Bakso Beranak Patangpuluhan memiliki kisaran harga dari Rp. 15.000 hingga Rp. 50.000. Tapi tak perlu khawatir, satu porsi menu bakso dengan harga Rp. 50.000 masih dibagi dibagi atau dinikmati oleh 4 hingga 5 orang.

### BAKSO MANGKOK BERANAK JOGJA

WAROE IG  
BAKSO MANGKOK BERANAK JOGJA  
MIE AYAM & M. LKSHAKE

### BAKSO BETHESDA 74

Sesuai dengan namanya, warung bakso ini terletak sudah beroperasi sejak tahun 1974 di sekitaran Rumah Sakit Bethesda. Secara lebih detail, Bakso Bethesda 74 berlokasi di Jalan Yaman Nurhidat, Rutanisa, Cendekulakram, Kota Yogyakarta. Selain di sekitaran Rumah Sakit Bethesda, warung bakso ini juga membuka cabang di Ambarukmo Plaza.

Menu paket bakso yang tersedia di Bakso Bethesda 74 hanya ada satu macam yakni menu "Bakso Bethesda". Menu ini ditawarkan dengan harga Rp. 20.000. Sedangkan Bakso Bethesda 74 terkenal dengan kelengkapan di setiap gigitan. Para pembaca bisa dengan mudah menikmati hidangan Bakso Bethesda 74 dari pukul 10.00 hingga 22.00 WIB.

### BAKSO BETHESDA

WARUNG BAKSO BETHESDA

### BAKSO GRESS TAJEM

Warung Bakso Gress merupakan salah satu warung bakso ternama di Yogyakarta. Bakso Gress memiliki banyak cabang menu yang menjadi pembaharuan paket dalam majalah ini adalah Warung Bakso Gress Cabang Tajem. Lokasinya berada di Jalan Nya Tajem, Magelangharjo, Depok, Kabupaten Sleman.

Yang menjadi menu andalan dari masing-masing paket adalah: Bakso Jeng, Semyang Jeng, dan Mie Ayam Kompil. Masing-masing ditawarkan dengan harga Rp. 20.000 untuk Bakso Jeng dan Mie Ayam Kompil, serta Rp. 28.000 untuk Semyang Jeng. Dengan harga yang cukup terjangkau, para pembaca bisa memanjakan lidah sepuasnya. Menu-menu tersebut bisa dinikmati di Warung Bakso Gress Tajem antara pukul 10.00 hingga 22.30 WIB.

### BAKSO SEMAY, MIE AYAM

BAKSO, SEMAY, MIE AYAM

### BAKSO JAWI BU MIYAR

Salah satu warung bakso ternama di Yogyakarta, mengingat lokasinya berada di sekitaran jantung kota dan periwisata Yogyakarta, Maliboro. Secara lebih spesifik, Warung Bakso "Bu Miyar" berlokasi di Jogonalan No.55, D. Pihapakastaman, Gondong, Tengah, Kota Yogyakarta. Warung bakso ini buka antara pukul 10.30 hingga 19.00 WIB.

Menu di Warung Bakso "Bu Miyar" hanya tersedia dalam dua varian yakni Bakso Kompil dan Bakso Kuah. Keduanya ditawarkan dengan harga Rp. 25.000 untuk satu porsi. Tidak seperti warung bakso lain yang menyediakan menu bakso komar, Warung Bakso "Bu Miyar" identik dengan menu bakso gres yang bisa dihaluskan sebagai menu andalan.

### BAKSO JAWI

OGONGARAN 55 D. YOGYAKARTA, TEL: 0271-8658581

### BAKSO KLENGER RATU SARI

Nama warung bakso ini sudah tak asing bagi para pencinta kuliner. Pasalnya, warung bakso ini identik dengan porsi bakso luar biasa, melebihi porsi bakso di pasaran. Warung bakso Klenger Ratu Sari, menjual bakso dengan ukuran 20 gram, 50 gram, 1 KG, 2 KG, 3 KG, 4 KG, hingga 20 KG. Menu porsi Jumbo yang sering jadi favorit adalah menu porsi 3 KG dengan harga Rp. 195.000. Menu ini idealnya dapat dinikmati oleh 20 hingga 30 orang.

Selain Bakso Jumbo, Warung Bakso Klenger Ratu Sari juga menyediakan menu paket bakso dengan porsi biasa yang ditawarkan dengan harga Rp. 15.000 per porsi. Para pembaca bisa melakukan kunjungan dan menikmati keberagaman menu bakso di Warung Bakso Klenger Ratu Sari mulai pukul 08.00 hingga 22.00 WIB.



Rahasia Dapur



Rahasia Dapur

## BAKSO PAK KINTEL

Warung Bakso Pak Kintel telah berdiri sejak awal tahun 1980an. Warung Bakso Pak Kintel yang berlokasi di Jalan Janti No. 29, Depok, Kabupaten Sleman atau tepatnya di bawah Flyover Janti. Menu andalan Warung Bakso Pak Kintel yakni Bakso seharga Rp. 12.000. Selain menu bakso, ada pula menu Mie Ayam dan Mie Ayam Bakso yang dibanderol dengan harga Rp. 8.000 hingga Rp. 11.000. Yang khas dari Warung Bakso Pak Kintel adalah potongan paru sapi yang teraji di dalam produknya. Sajian menu khas Bakso Pak Kintel bisa dinikmati dari pukul 10.00 hingga 15.00 WIB.



Rahasia Dapur



Rahasia Dapur

## BAKSO IDOLAKU PAK TIKNO

Warung Bakso Idolaku "Pak Tikno" juga dikenal dengan nama Warung Bakso Idolaku "Taman Siswa" mengoper lokasinya berada di Jalan Taman Siswa No.138, Yogyakarta. Mengoper ke Yogyakarta, selain di Jalan Taman Siswa, Warung Bakso Idolaku "Pak Tikno" juga berada di Jalan Joga-Solo KM 6 Sambalaga, Magelang. Kabupaten Sleman. Sementara di luar Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, cabang Bakso Idolaku "Pak Tikno" berada di Jalan Wijaya Kusuma, Kabupaten Klakon.

Menu andalan di Warung Bakso Idolaku "Pak Tikno" adalah Bakso Rusuk dan Mie Ayam Bakso. Para pembeli bisa dengan mudah memesan cita rasa Bakso Idolaku "Pak Tikno" dari pukul 0.00 hingga 21.00 WIB.



Rahasia Dapur



Rahasia Dapur

## BAKSO TENGLIENG MAS BAMBANG

Warung Bakso Tengkleng "Mas Bambang" salah satu cabangnya terletak di Jalan Affandi No. 30, Condongwatu, Kabupaten Sleman. Seperti namanya, warung bakso ini sangat khas dengan produk tengkleng (daging sapi). Warung Bakso Tengkleng "Mas Bambang" mulai dari pukul 05.00 hingga 22.00 WIB.

Terlepas beberapa menu favorit Warung Bakso Tengkleng "Mas Bambang", di antaranya (1) Bakso Tengkleng, (2) Bakso Super, (3) Mie Ayam Bakso, (4) Mie Ayam Pangsit, (5) Mie Pangsit, (6) MisoKling, (7) MisoKling Pangsit. Setiap menu favorit tersebut dibanderol dengan harga antara Rp. 10.000 hingga Rp. 22.000. Dengan harga yang bersahabat di kundura, Warung Bakso Tengkleng "Mas Bambang" siap melayani para pelanggan dengan bakso-cahan daging sapi asli, dengan tidak menampakan perisap tepung berlebihan.



Rahasia Dapur



Rahasia Dapur

## BAKSO LOMBOK ULEG "PAK DI"

Warung bakso ini merupakan warung bakso khas Temanggung yang diwariskan dengan resep turun-temurun. Yang khas dari warung bakso Warung Bakso Lombok Uleg "PAK DI" adalah menu lombok hijau yang disajikan berdampingan dengan setiap menu bakso yang dijual. Di Yogyakarta, Warung Bakso Lombok Uleg "PAK DI" memiliki beberapa cabang, salah satunya di Jalan Gendow No. 200, Gemiling, Kabupaten Sleman. Para pembeli bisa menikmati cita rasa khas lombok hijau uleg dari Temanggung dari pukul 05.00 hingga 21.00 WIB.



Rahasia Dapur



## #KoncoBakso

Di rubrik majalah kali ini, kita akan membahas tentang bahan pelengkap apa saja yang biasanya tersaji bersamaan dengan menu bakso. Check this out!

**1. Mie**  
Bahan pelengkap ini hampir tidak pernah absen dalam hidangan semangkok bakso. Meskipun banyak macamnya, yakni mie putih (leleh atau bihun) dan mie kuning. Perbedaan mie putih dan mie kuning terletak pada jenis dan warnanya. Mie putih biasanya berbentuk tabung panjang dan pipih dibanding mie kuning. Sementara mie putih terbagi atas dua jenis, yaitu soun dan shiro. Perbedaan mie tersebut ada sekitar di mana soun memiliki tekstur yang lebih lembut dibanding tekstur yang dimiliki shiro.

**2. Tahu**  
Tahu, selain diletakkan pelengkap, dapat juga dijadikan sebagai variasi menu semangkok bakso. Ada yang menyajikan sebagai variasi bakso atau bakso tahu, di mana dalam satu mangkuk hidangan terdapat dua unsur, yaitu tahu dan bakso. Bentuk tahu dalam hidangan bakso ada bermacam-macam, ada yang berwujud paku dan sering disebut sebagai tahu basah. Ada pula yang berwujud caklat dan sering disebut sebagai tahu goreng.



## #KoncoBakso

**3. Kecap, Saos & Sambal**  
Selain bawang, bawang goreng, kecap, saos, dan sambal juga berdampingan dengan hidangan semangkok bakso. Walaupun tidak bisa dipukul satu dengan yang satu lagi secara marata, dalam semangkok bakso, ketiga akan disajikan dengan selera. Apakah suka cita rasa bakso yang manis, asam, atau pedas.

**4. Bebawangan**  
Taburan bawang hijau (seledri) dan bawang goreng merupakan sentuhan atau isian dalam hidangan semangkok bakso. Seperti halnya kecap, saos, sambal, yang juga penting sesuai selera, taburan bawang hijau (seledri) dan bawang goreng dapat menambah kesegaran dan keheriban dalam cita rasa semangkok bakso.



**30%  
LEBIH  
RENDAH  
GULA\***

**BARU!  
BANGO LIGHT**

BENAR · BENAR KECAP

JOGJA INTERNATIONAL  
**JIFHEX INDONESIA**  
KOTA NASIONAL 2020

**16 - 18  
October 2020**  
Jogja Expo Center

**BOOK  
YOUR  
STAND  
NOW!**

**2x BIGGER  
in 2020**

1.100 booth  
2.000 pengunjung  
100+ booth kuliner

1.100 booth  
2.000 pengunjung  
100+ booth kuliner

1.100 booth  
2.000 pengunjung  
100+ booth kuliner

1.100 booth  
2.000 pengunjung  
100+ booth kuliner

## #KoncoMangan

Dewasa ini tak jarang dari kita yang memutuskan untuk mencoba masakan atau testimoni sebuah tempat atau warung makan, sebelum kita menuju ke sana. Dalam rubrik #KoncoMangan akan terdapat rekomendasi atau media sosial para pecinta kuliner atau kung diebut dengan istilah 'fooder' yang kerap membuat ulasan atau testimoni soal kuliner di Yogyakarta. Untuk memudahkan para pembaca dalam mencari ulasan atau testimoni soal kuliner, yuk simak daftar #KoncoMangan di bawah ini!

**1. Foodgram YK**

Foodgram YK digidlinggading menjadi komunitas kuliner pertama di Yogyakarta. Foodgram YK telah berdiri sejak bulan Februari tahun 2015. Tak seperti konten pada akun kuliner lain yang dikelola oleh seorang individu, konten pada akun Foodgram merupakan kontribusi dari para anggota komunitas. Hal ini membuat menu kuliner yang diunggah telah beragam dan lebih luas cakupan geografinya. Untuk saat ini, Foodgram YK telah memiliki sekitar 77 ribu pengikut di Instagram.

<https://www.instagram.com/foodgram.yk/>

## #KoncoMangan

**2. Jogja Kaki Lima**

"Jogja Kaki Lima" merupakan salah satu akun pecinta kuliner di Yogyakarta. Di akun Instagram, Jogja Kaki Lima memiliki jumlah pengikut sebanyak kurang lebih 855 ribu pengguna Instagram. "Jogja Kaki Lima" telah mengunggah konten kuliner sebanyak kurang lebih 2.550 unggahan. Dalam kontennya, "Jogja Kaki Lima" didominasi oleh kuliner-kuliner yang dijual oleh pedagang kaki lima. Kuliner-jajanan jalanan dengan harga terjangkau. Selain itu, "Jogja Kaki Lima" juga kerap melakukan kunjungan dan mengunggah konten perihal pasar tradisional.

<https://www.instagram.com/jogjakakilima/>

## #KoncoMangan

**3. Jogja Bikin Laper**

"Jogja Bikin Laper" di Instagram telah diikuti oleh sekitar 277 ribu pengguna. "Jogja Bikin Laper" kerap mengedukasi kuliner di Yogyakarta dengan menghadirkan kuliner-kuliner yang menarik. Hal ini dapat menggerakkan keinginan para pengikut media di Instagram untuk bertemu kuliner yang mereka unggah. Selain berfokus pada kuliner Yogyakarta, dalam fitur sorotan pada akun Instagram @jogjabikinlaper juga kerap membagikan rekomendasi kuliner di kota-kota lain di Indonesia. Hal ini memudahkan para pecinta kuliner apabila ingin melakukan eksplorasi kuliner di kota lain, sebelum atau sesudah melakukan eksplorasi kuliner di Yogyakarta.

<https://www.instagram.com/jogjabikinlaper/>

## #KoncoMangan

**4. Kuliner Yogya & Buku Menu Jogja**

Kebanyakan para pecinta kuliner menuliskan harga menu makanan dan keterangan tempat pada keterangan caption di unggahan. Namun semakin dipopularnya profesi food-blogger, nampaknya semakin penting juga para food-blogger dalam menjangkau konten. Salah satu yang menarik adalah akun Boediman Ariel Boediman, adawan pemilik akun "Kuliner Yogya". Di samping akun "Kuliner Yogya", Ariel Boediman juga merupakan pemilik akun "Buku Menu Jogja". Adahil beberapa akun yang memang dibuat khusus untuk memuat daftar menu makanan beserta harga dan lokasi lengkap. Sangat dikehendaki bagi para pecinta kuliner yang membutuhkan informasi detail perihal tempat, menu, dan budget kuliner. Perihal jumlah pengikut Instagram, "Kuliner Yogya" telah memiliki 514 ribu pengguna, sedangkan "Buku Menu Jogja" telah memiliki 40 ribu pengguna.

<https://www.instagram.com/jogjakuliner/>

## Tips & Trick

Membuat Bako Halus dan Kenyal

Faktor yang dapat menambah kenikmatan pada hidangan bako adalah tekstur dan tingkat kekenyalan. Tekstur bakoanya dipengaruhi saat proses pembuatan atau pembentukan bako. Sementara tingkat kekenyalan biasanya dipengaruhi saat proses pemihan tepung dan daging sebelum bako dibuat. Di bagian ini para pembaca akan dimanjakan dengan tips & trik membuat bako halus dan bako kasar dari rumah. Yuk simak penjelasannya di bawah!

**Tips #1: Komposisi Daging dan Tepung**

Kekenyalan bako yang tepat ditentukan oleh komposisi daging dan tepung yang tepat pula. Gunakan perbandingan 1:4 untuk tepung terigu dan daging giling.

## Tips & Trick

Membuat Bako Halus dan Kenyal

**Tips #2: Bagian Daging yang Tepat**

Mungkin kita sering bertanya-tanya, "Daging sapi bagian mana sih yang paling tepat untuk membuat bako?" Nah, bagian daging sapi yang tepat adalah bagian dengan sedikit lemak dan tanpa urat. Kita malah bisa menggunakan daging dengan sedikit lemak agar kandungan lemak dapat menghasilkan tekstur lembut dan cita rasa gurih. Iho! Untuk takarannya, komposisi yang digunakan untuk daging dan lemak adalah 80% dan 20%.

**Tips #3: Cara Membentuk Permukaan Halus Bako**

Langkah ini dapat menentukan agar bako dapat memiliki tekstur yang halus. Untuk menghasilkan bako dengan tekstur halus dapat dilakukan dengan dua cara, dengan tangan dan dengan sendok. Apabila ingin membuat dengan tangan, caranya adalah kapal idaman bako dengan balapak tangan yang sudah dibasahi dengan air. Kemudian tekan idaman bako di sela ibu jari dan jari telunjuk. Setelahnya, gunakan sendok yang sudah dibasahi air untuk mengangkat bako. Sementara apabila ingin membuat dengan sendok, caranya adalah gunakan dua buah sendok, masing-masing untuk idaman agar untuk membentuk adonan menjadi bako. Ratakan permukaan bako menggunakan punggung sendok untuk menghaluskan permukaan yang rata!

**TIM PRODUKSI**

Fotografer dan Penulis: Ridwan Alnurrahman  
Desainer: Gracia Bina Nusantara Putra

**MAJALAH BAKSO**

©2020