

ABSTRAK

PERANCANGAN BUKU CERITA ILUSTRASI SEBAGAI MEDIA MEMPERKENALKAN KEMBALI DODOL BETAWI SEBAGAI SALAH SATU KEKAYAAN BUDAYA BETAWI

Oleh

Rendy

NRP 0864208

Salah satu panganan khas Betawi yang sudah turun-temurun diwariskan adalah dodol Betawi. Dodol Betawi adalah salah satu panganan kenyal dan manis yang dapat disebut sebagai salah satu makanan tradisional, hal ini dapat dilihat dari cara membuatnya yang masih tradisional dengan menggunakan kayu sebagai bahan bakarnya. Dalam pembuatan dodol Betawi ini, terkandung banyak makna sosial dari proses pembuatannya. Mulai dari kekeluargaan, keuletan, gotong royong, dan lain sebagainya.

Akan tetapi saat ini dodol Betawi sudah mulai terlupakan keberadaannya dan makna sosial yang ada dalam proses pembuatannya sudah tidak dikenal oleh generasi saat ini. Hal ini disebabkan karena kurangnya informasi dan pengenalan akan dodol Betawi, serta pembuat dodol Betawi sudah mulai sedikit.

Tujuan dari perancangan buku cerita ilustrasi ini adalah mengembalikan dan mengangkat kebanggaan masyarakat Betawi akan keberadaan dodol Betawi sebagai panganan khas Betawi yang sudah turun-temurun. Dodol Betawi memiliki makna sosial yang sangat baik untuk generasi saat ini, sehingga generasi saat ini akan mendapatkan pengetahuan dan memahami makna sosial yang terkandung dari dodol Betawi dengan adanya buku cerita ilustrasi ini. Perancangan buku cerita ilustrasi didukung dengan media promosi berupa poster untuk memperkenalkan dan *launching* buku, iklan *website*, *x-banner*, dan iklan majalah.

Kata kunci: Dodol Betawi, kebudayaan Betawi, makanan tradisional Betawi, promosi, Jakarta.

ABSTRACT

DESIGN ILLUSTRATION STORYBOOK OF DODOL BETAWI AS MEDIA REINTRODUCE DODOL BETAWI AS ONE OF THE CULTURAL RICHNESS BETAWI

Rendy

NRP 0864208

Dodol Betawi is one of the hereditary Betawi snacks. This chewy and sweet snacks can be categorized as traditional food, it can be seen from the traditional process of making it which still uses wood as the fuel. The making process itself contains a lot of social meanings, starting from the family, perseverance, mutual cooperation, and so forth.

But now, the modern generation has forgotten about the existence of dodol Betawi along with its social meanings embeded in the making process. This is due to lack of information and knowledge of dodol Betawi, as well as the decreased number of dodol Betawi makers.

The goal of the designing a illustrated storybook is to restore the community pride of the existence dodol Betawi as a typical snack that have been passed down through generations. Dodol Betawi has excellent social values for the present generation, so it is hoped that the current generation will gain knowledge and understand the social significance of dodol Betawi contained in this illustrated storybook. The design of this book is supported by media campaign such as posters for introducing and launching the book, website advertising, and x-banner.

Keywords: Dodol Betawi, Betawi culture, traditional food Betawi, promotion, Jakarta.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.2.1 Rumusan Masalah	2
1.2.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.4.1 Data Primer	3
1.4.2 Data Sekunder	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 <i>Layout</i>	5
2.2 <i>Grid</i>	6
2.3 Buku	6
2.3.1 Jenis-Jenis Buku	6
2.4 Psikologi Remaja	7
2.5 Ilustrasi	9

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	11
3.1 Data dan Fakta	11
3.1.1 Profil Lembaga dan Lembaga Terkait	11
3.1.1.1 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta	11
3.1.1.2 Gramedia Pustaka Utama	13
3.1.2 Dodol	14
3.1.2.1 Dodol Betawi	14
3.1.3 Hasil Wawancara dengan Bu Haji Mamas	15
3.1.4 Hasil Kuisisioner	17
3.1.5 Tinjauan Karya Sejenis	20
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Data dan Fakta	21
3.2.1 <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i>	21
3.2.1.1 <i>Segmenting</i>	21
3.2.1.2 <i>Targeting</i>	21
3.2.1.3 <i>Positioning</i>	21
3.2.2 SWOT Dodol Betawi	22
3.2.2.1 <i>Strengths</i> (Kekuatan)	22
3.2.2.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan)	22
3.2.2.3 <i>Opportunities</i> (Peluang)	22
3.2.2.4 <i>Threats</i> (Ancaman)	22
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	23
4.1 Konsep komunikasi	23
4.2 Konsep kreatif	24
4.2.1 Visual	24
4.2.2 Tipografi	24
4.2.3 Warna	25
4.2.4 Desain	26
4.2.5 <i>Layout</i>	26
4.3 Konsep Media	26
4.3.1 <i>Timeline</i> promosi buku	27
4.3.2 <i>Budgeting</i>	27

4.4 Hasil karya	29
4.4.1 <i>Cover</i> buku	29
4.4.2 <i>Layout</i> buku	30
4.4.3 Spesifikasi dan pembagian buku	34
4.4.4 Media promosi	35
4.4.5 <i>Gimmick</i>	39
BAB V : KESIMPULAN	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Dinas Pemerintahan Provinsi DKI Jakarta	11
Gambar 3.2	Logo Gramedia Pustaka Utama	13
Gambar 3.3	Dodol Betawi	15
Gambar 3.4	Wawancara dan Observasi Lapangan Tempat Pembuatan Dodol Betawi Bu Haji Mamas	16
Gambar 3.5	Diagram hasil pembagian kuisisioner pada target usia 13-15 tahun perihal tentang pengetahuan dodol Betawi	17
Gambar 3.6	Diagram hasil pembagian kuisisioner pada target usia 13-15 tahun perihal tentang pengetahuan dodol Garut dan dodol Betawi	17
Gambar 3.7	Diagram hasil pembagian kuisisioner pada target usia 13-15 tahun perihal tentang senerapa sering target mengkonsumsi dodol	18
Gambar 3.8	Diagram hasil pembagian kuisisioner pada target usia 13-15 tahun perihal tentang pembuatan dodol mengajarkan banyak hal	18
Gambar 3.9	Diagram hasil pembagian kuisisioner pada target usia 13-15 tahun perihal tentang ketertarikan target mengetahui pelajaran dari pembuatan dodol	19
Gambar 3.10	Diagram hasil pembagian kuisisioner pada target usia 13-15 tahun perihal tentang ketertarikan membeli buku cerita yang memberitahukan makna sosial dalam pembuatan dodol	19
Gambar 3.11	Buku “ <i>The Biggest Sandwich Ever</i> ” karya Jeffrey Stoodt dan Jean Pidgeon	20
Gambar 4.1	<i>Tone</i> Warna	25
Gambar 4.2	<i>Timeline</i> Promosi <i>Launching</i> Buku	27
Gambar 4.3	Alternatif <i>Cover</i>	29
Gambar 4.4	<i>Cover</i> yang terpilih	29
Gambar 4.5	<i>Layout</i> Halaman 1 dan 2	30

Gambar 4.6	<i>Layout</i> Halaman 3 dan 4	30
Gambar 4.7	<i>Layout</i> Halaman 5 dan 6	31
Gambar 4.8	<i>Layout</i> Halaman 7 dan 8	31
Gambar 4.9	<i>Layout</i> Halaman 9 dan 10	32
Gambar 4.10	<i>Layout</i> Halaman 11 dan 12	32
Gambar 4.11	<i>Layout</i> Halaman 13 dan 14	33
Gambar 4.12	<i>Layout</i> Halaman 15 dan 16	33
Gambar 4.13	<i>Mock up</i> buku	34
Gambar 4.14	Pengaplikasian Iklan <i>Website</i> Gramedia <i>Launching</i> Buku	35
Gambar 4.15	Poster <i>awareness</i>	36
Gambar 4.16	Poster Gramedia <i>Launching</i> Buku	37
Gambar 4.17	<i>X-Banner awareness</i> dan <i>Launching</i> Buku	38
Gambar 4.18	<i>Gimmick T-shirt</i> dan <i>Totebag</i>	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Skema Perancangan	4
------------	-------------------	-------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Rangkuman wawancara	42
Lampiran B	Kuesioner	44
Lampiran C	Sketsa	45