

**ANALISIS KEBUTUHAN BUKU POP-UP WISATA KULINER SEBAGAI
MEDIA PENGENALAN KEARIFAN LOKAL KOTA PEKALONGAN**

Anisha Alfaticha, Sari Utari, Habibatus Salimah, Inayatul Ulya

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Pekalongan
Indonesia
anishaalfa@gmail.com

Abstract

The development of culinary in the society in the form of contemporary foods moved the interest of youths to the traditional food. Traditional foods are local wisdom of certain area. This research aimed to 1) describe the promotion of Pekalongan culinary and 2) analyze the need of developing pop-up book of tourist Pekalongan culinary. Need analysis research design was used in this research, while the instruments consist of questionnaire and interview. Data collection was conducted through 9 owners of culinary location. The results showed that they have promoted their culinary through several media: 10% used radio, 20% used TV station, 10 % used social media and 60 % have not been promoted yet. 89 % of the restaurants owner agreed if pop-up book culinary developed. The pop-up book can be displayed in the exhibition to promote Pekalongan culinary. Moreover, pop-up book of Pekalongan culinary can be used as teaching learning process media to the students in Pekalongan so that they are familiar with Pekalongan traditional culinary as an effort to conserve Pekalongan local wisdom.

Key words: Pop-up, culinary, local wisdom

Abstrak

Berkembangnya kuliner di masyarakat berupa makanan kekinian menggeser minat anak muda terhadap keberadaan makanan tradisional. Makanan tradisional merupakan kearifan lokal suatu daerah. Penelitian ini bertujuan: 1) mendeskripsikan promosi kuliner kota Pekalongan dan 2) menganalisis kebutuhan pembuatan buku pop-up wisata kuliner kota Pekalongan. Desain penelitian survei digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan instrument angket dan interview. Pengumpulan data dilakukan melalui 9 pemilik lokasi kuliner. Hasil dari penelitian ini

pemilik tempat kuliner yang sudah mempromosikan kulinernya yaitu: 10% menggunakan radio, 20% menggunakan tv swasta, 10% menggunakan sosial media dan 60% belum ada media promosi yang digunakan. 89 % dari total 9 lokasi kuliner setuju jika pembuatan buku pop up kuliner dilakukan. Buku Pop Up Kuliner dapat ditampilkan pada saat pameran untuk mempromosikan wisata kuliner Kota Pekalongan. Selain itu, buku pop-up dapat digunakan sebagai media pembelajaran pada siswa di Kota Pekalongan, sehingga siswa dapat mengenali makanan tradisional Kota Pekalongan untuk melestarikan kearifan lokal.

Kata Kunci: Pop-up, kuliner, lokal wisdom

Pendahuluan

Berkembangnya kuliner di masyarakat berupa makanan kekinian menggeser minat anak muda terhadap keberadaan makanan tradisional. Pada dasarnya makanan tradisional merupakan cermin potensi alam daerah tertentu sebagai wujud budaya. Fungsi makanan tidak hanya diperlukan untuk asupan gizi pada tubuh, makanan mempunyai fungsi yang lain yaitu mempererat hubungan manusia, mencerminkan identitas masyarakat dan dapat menunjang pariwisata dan pendapatan daerah.

Makanan tradisional merupakan fenomena kebudayaan, karena memiliki arti simbolik yang berkaitan dengan fungsi sosial keagamaan (Iryana, 2015). Makanan tradisional juga berfungsi menjalin ikatan sosial, kerukunan antarwarga, mempererat persaudaraan, dengan kata lain makanan tradisional memiliki fungsi sosial keagamaan.

Dengan demikian, makanan tradisional merupakan kearifan lokal suatu daerah. Kearifan lokal merupakan segala bentuk kebijaksanaan yang didasari oleh nilai-nilai kebaikan yang dipercaya, diterapkan, dan senantiasa dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama (secara turun-temurun) oleh sekelompok orang dalam lingkungan atau wilayah tertentu menjadi tempat tinggal mereka. Hal ini diperkuat oleh Steinberg (2001), kearifan lokal merupakan usaha untuk menemukan kebenaran yang didasarkan pada fakta-fakta atau gejala-gejala yang berlaku secara spesifik dalam sebuah budaya masyarakat tertentu. Setiap daerah di Indonesia memiliki ragam kuliner yang khas, termasuk Pekalongan.

Namun demikian, di era millennial ini, makanan-makanan yang berasal dari negara lain lebih dapat mudah ditemukan di pusat-pusat perbelanjaan, misalnya Burger, pizza, sushi ataupun sup tom yam. Sementara, kuliner nusantara belum menjadi kuliner global yang menjadi pembicaraan maupun menu rujukan ketika berada di luar negeri.

Promosi kuliner tradisional dapat dilakukan dengan berbagai cara. Sebagai contoh Thailand, Thai Airways sebagai penerbangan plat merah diwajibkan membawa bumbu dasar sepanjang rute penerbangannya Internasional. Kemudian, bumbu-bumbu tersebut di sebar ke sejumlah restoran yang berada di negara tersebut. “Jadi seragam, identitasnya kuat,” (Koran Jakarta, 2018)

Gunarto (2018) mengatakan kuliner dari berbagai negara yang masuk ke berbagai pusat perbelanjaan tidak perlu dikhawatirkan akan menggerus kuliner lokal. Selain rasa, kuliner lokal memiliki cara yang berbeda dalam menikmati. Seperti di Solo, ada penjualan gudeg yang baru memulai berjualan di malam hari. Pengalaman-pengalaman tersebutlah yang tidak dapat tergantikan saat menikmati kuliner dari negara lain.

Dengan demikian, eksistensi makanan tradisional dapat dilestarikan melalui berbagai cara, pada penelitian ini media menjadi salah satu alternative pengenalan kuliner. Media dapat memberikan fungsi dalam melestarikan makanan

tradisional. Arsyad (2011: 29-32), mengemukakan beberapa jenis media antara lain: teknologi cetak, teknologi audio-visual, teknologi berbasis komputer, dan teknologi gabungan. Penelitian ini difokuskan pada media berupa buku pop-up.

Mufidah, dkk (2018: 642) menyatakan bahwas Pop-up berasal dari bahasa inggris yang berarti “muncul keluar” sedangkan Pop-up book dapat diartikan sebagai buku yang berisi catatan atau kertas bergambar tiga dimensi yang mengandung unsur interaktif pada saat dibuka seolah-olah ada sebuah benda yang muncul dari dalam buku. Pop-up book merupakan media berbentuk buku yang memiliki unsur tiga dimensi atau memberi kesan timbul ketika dibuka. Dzuanda (2011: 1), mengemukakan pengertian buku *Pop Up* yakni sebuah buku yang mempunyai bagian yang dapat bergerak atau memiliki unsur 3 dimensi serta memberikan visualisasi cerita yang lebih menarik, mulai dari tampilan gambar yang dapat bergerak ketika halamannya dibuka. Muktiono (2003: 65), buku *Pop*

Up adalah sebuah buku yang memiliki tampilan gambar yang bisa ditegakkan serta membentuk obyek-obyek yang indah dan dapat bergerak atau memberi efek yang menakjubkan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pop-up merupakan buku dengan tampilan warna yg menarik, dilengkapi dengan gambar 3 dimensi dan disertai dengan deskripsi dari gambar tersebut. Pop-up dibuat dengan tujuan menarik minat pembaca.

Selain teori-teori diatas, peneliti merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang telah dilakukan oleh Afrinar Pramitasari dan Hanindya Restu Aulia (2015) dengan judul Pengembangan buku *pop-up* Pekalongan: *The Word City of Batik* sebagai media edumotik Kota Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan buku pop-up sebagai alternatif bahan ajar disekolah serta mengembangkan potensi industry batik di Kota Pekalongan. Tujuan khusus penelitian adalah 1) mendeskripsikan kondisi Kota Pekalongan berkenaan

dengan kebutuhan pengembangan buku *pop-up* Pekalongan sebagai media edumotik Kota Pekalongan; 2) mendeskripsikan pengembangan buku *pop-up* Pekalongan: *The Word City of Batik* sebagai media edumotik Kota Pekalongan. Hasil penelitian menunjukkan belum ada bahan bacaan tentang batik Pekalongan yang di desain khusus untuk anak-anak serta kurangnya pemahaman tentang batik karena belum ada buku bacaan yang atraktif.

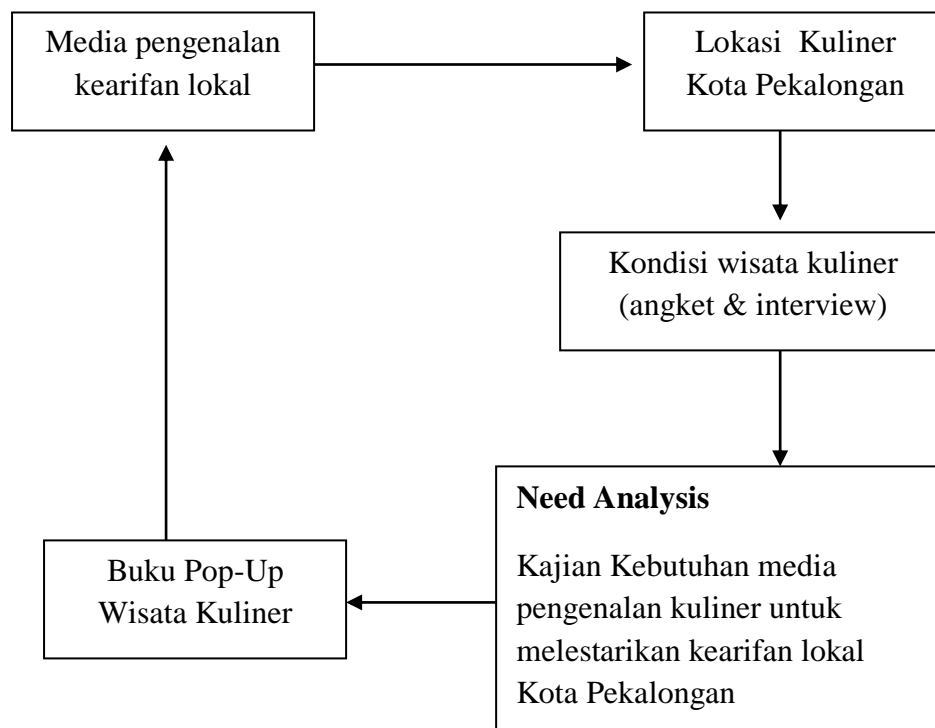
Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pop-up dapat digunakan untuk media edukasi batik. Berdasarkan kondisi yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wisata kuliner kota Pekalongan dan media promosi yang digunakan oleh para pemilik wisata kuliner, serta menganalisis kebutuhan pembuatan buku pop-up kuliner.

Metode

Penelitian ini merupakan preliminary research dari penelitian pengembangan (Research and Development). Desain dari penelitian ini adalah *Need analysis* atau survey

research. Sample dari penelitian ini berupa 9 tempat wisata kuliner di Kota Pekalongan, meliputi lokasi kuliner garang asem, es durian merak, kopi tahlil, gulai kacang ijo, nasi megono, tauto, kripik tahu, limun oriental, Mie so. Selain itu peneliti juga mengambil data dari Kementerian Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olah Raga.

Instrumen yang digunakan berupa angket dan interview. Peneliti melakukan interview kepada pemilik lokasi kuliner, selain itu penleiti juga memberikan angket. Tahapan berikutnya peneliti melakukan analisis data berupa deskripsi kondisi kuliner Pekalongan, media promosi yang digunakan, serta analisis angket kebutuhan pembuatan media pengenalan kuliner kota Pekalongan berupa buku pop-up.



Bagan 1.1. Kerangka Berpikir

Hasil Dan Pembahasan

A. Wisata Kuliner Kota Pekalongan

1. Garang Asem



Gambar 1.1 lokasi garang asem

Warung Garang Asem Masduki terletak di Jl. Jendral Sudirman No.169 Kebulen, Pekalongan Barat dan Jl. Alun-alun Utara, Keputran, Pekalongan Timur. Garang Asem merupakan makanan kuah berupa sup yang terbuat dari daging sapi diberi cabe hijau utuh



Gambar 1.2 garang asem

dan kuah bumbu kluwek, biasanya ditambahkan dengan telur rebus. Media promosi yang digunakan Warung Garang Asem berupa media sosial seperti facebook, dan situs seperti tripadvisor.co.id yang mengulas testimoni makanan ini.

2. Es Durian Merak



Gambar 1.3 Lokasi Es Durian Merak

Warung Pak Heru Jl. Merak 12A Pekalongan Utara es Durian Merak berada, sebuah minuman khas yang terbuat dari buah durian yang



Gambar 1.4 Es Durian Merak

telah diserut, kelapa muda, sirup Frambozen. Asal-usul nama dari kuliner ini yang terletak di Jl. Merak. Belum banyak yang tahu dengan es

yang satu ini karena media promosi yang digunakan masih berupa dari

mulut ke mulut sekitar warga Pekalongan saja.

3. Kopi Tahlil



Gambar 1.5 Lokasi Kopi Tahlil

Kopi tahlil berbeda dengan kopi pada umumnya, dengan campuran rempah seperti jahe, kapulaga, cengkeh kayu manis, pandan, srai dan pala yang memberikan sensasi berbeda pada setiap penikmatnya. Kopi Tahlil terdapat di warung Pak Usman di Jl. Surabaya selain itu juga terdapat di Jl. H. Agus Salim gang 2, Sugihwaras, Kecamatan Pekalongan



Gambar 1.6 Kopi tahlil

Timur. Media yang digunakan masih tradisional, dengan cerita dari mulut-kemulut. Menurut penuturah penemu resep kopi tahlil, Pak Usman, Pada mulanya kopi tahlil hanya dibuat pada saat acara keluarga dan acara kegamaan. Semakin berkembangnya jaman, kopi tahlil sudah di ulas diberbagai situs kuliner dan dijual dibnyak tempat lokasi kuliner.

4. Gulai Kacang Ijo



Gambar 1.6 Lokasi gulai kacang ijo

Gulai Kacang Ijo merupakan gulai yang disajikan dengan kuah



Gambar 1.7 Gulai Kacang ijo

berwarna kuning keistimewaan gulai yang satu ini adalah campuran

kacang ijo dengan jahe sebagai bumbu penetral aroma daging kambing. Kuliner yang sangat menarik ini dapat ditemukan di Warung Pak Boy tepatnya di Jl. Cempaka No. 58 Pekalongan Timur. Selain di warung Pak Boy terdapat juga di Warung Bang

5. Nasi Megono



Gambar 1.8 Lokasi sego megono

Nasi megono terbuat dari nangka muda yang dipotong-potong kecil dicampur parutan kelapa dikukus dengan bumbu rempah khas. Terdapat banyak warung makan yang menyediakan megono, seperti di Warung Mbak Ibah Jl. Mawar,

Leman Jl. Jlamprang 401, Krapyak Kidul Pekalongan Utara Timur. Karena kelezatan dan kenikmatan rempah yang digunakan menjadikan warung ini terkenal dan layak untuk dikunjungi. Media promosi yang digunakan berupa ulasan konsumen yang dipublikasi pada blog



Gambar 1.9 sego megono

Poncol Pekalongan Timur, ada pula di Warung Pak Bon Jl. Mawar, Poncol Pekalongan Timur. Nasi Megono juga menjadi menu pada saat warga Pekalongan melaksanakan hajatan.

6. Tauto



Gambar 1.10 Lokasi Soto Tauto



Gambar 1.11. Tauto

Tauto merupakan makanan berkuah yang terdiri dari mie putih (soun), daging kerbau/sapi, ditambah bumbu tauco yang berbahan dasar kedelai dan mempunyai kuah yang pekat. Tauto dapat di temukan di Soto Bang Dul Jl. Dr Sutomo Kalibanger Pekalongan Timur yang dikelola oleh Bapak Abdul Mukti dan Ibu Lailis Sa'diyah yang buka

pada pukul 06.30-20.00 WIB. Selain di Pekalongan Timur terdapat juga di Tauto Pak Rohmani Jl. Kurinci no. 14 Bendan Kecamatan Pekalongan Barat. Promosi yang digunakan pada Tauto Bang Dul pernah dipromosikan melalui liputan stasiun tv swasta dan radio. Sedangkan pada tauto Rohmani belum dipromosikan hanya melalui mulut ke mulut.

7. Kripik Tahu



Gambar 1.12 Lokasi pusat oleh-oleh

Kripik Tahu dapat ditemukan di pusat oleh-oleh Jl. Gajah Mada Barat No. 125 Pekalongan Barat. Sangat jarang



Gambar 1.13. Kripik tahu

sekali orang mengetahui kerupuk tahu ini karena toko yang menyediakan sangat terbatas hanya terdapat di toko-toko pusat oleh-oleh.

8. Limun Oriental



Gambar 1.14 Lokasi limun oriental



Gambar 1.15 limun oriental

Limun Oriental terbuat dari asam sitrat yang dicampur dengan CO₂ disajikan dengan botol yang berukuran sedang dengan harga 7000

9. Mie So

Mie dan so (bahasa Jawa dari kulit melinjo) adalah hasil dari penamaan kuliner mie so tersebut. Kuliner ini disajikan dengan krupuk usek, mie kuning, tahu bakso, telur puyuh, dengkil (tetelan tulang), dan kuah kaldu yang kental dengan dan cabai utuh. Kita dapat menemui di Warung Mba Sri Jl. Jlamprang Krapyak Lor, Pekalongan Utara. Media promosi yang digunakan

antara lain dengan media sosial dan blog.

an rupiah. Media promosi yang digunakan hanya sebatas dari mulut ke mulut.

B. Kebutuhan Buku Pop-up Kuliner Kota Pekalongan

Dari deskripsi kondisi wisata kuliner diatas, peneliti memetakan media promosi yang telah dipakai oleh pemilik tempat kuliner. Pemetaan tersebut dapat dilihat pada grafik dibawah ini :



Diagram 1.1 Media Promosi Wisata Kuliner Kota Pekalongan

Berdasarkan grafik diatas, dapat diketahui bahwa hanya

sebagian kecil pemilik tempat kuliner yang sudah mempromosikan

kulinernya yaitu: 10% menggunakan radio, 20% menggunakan tv swasta, 10% menggunakan sosial media dan 60% belum ada media promosi yang

digunakan. Didukung dengan table diagram yang kedua mengenai minat para pemilik tempat wisata kuliner yang peneliti kunjungi.

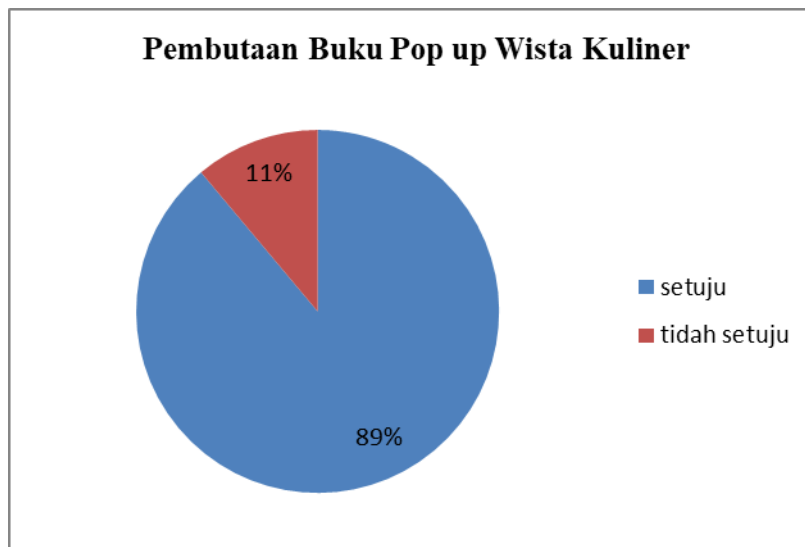


Diagram 2. Kebutuhan Pembuatan Buku Pop Up wisata kuliner

Dapat diketahui bahwa 89 % dari total 9 lokasi kuliner setuju jika pembuatan buku pop up kuliner dilakukan. Melihat kondisi tersebut, peneliti memberikan salah satu alternative promosi wisata kuliner dengan membuat media promosi berupa buku pop up “Jalajah Kuliner Kota Pekalongan”. Produk buku pop-up dikembangkan oleh peneliti pada penelitian berikutnya, dengan menggunakan desain research and development.

Selain angket dan wawancara yang dilakukan kepada pemilik kuliner, peneliti juga melakukan interview kepada kepala Kementerian Pariwisata, Kebudayaan, kepemudaaan, dan Olah raga. Hasil dari wawancara tersebut dapat diketahui bahwa lokasi-lokasi kuliner dikota Pekalongan dapat dikunjungi selama 24 jam. Terdapat lokasi wisata kuliner yang buka pada pagi, siang, bahkan tengah malam. Berbagai

upaya telah dilakukan untuk mendukung eksistensi kuliner Kota Pekalongan, salah satu contohnya pada kegiatan pameran. Penyuluhan kepada pemilik kuliner juga dilakukan, hal ini didukung juga oleh komunitas kuliner kota Pekalongan. Kementerian Periwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah raga mendukung pembuatan buku pop-up wisata kuliner. Buku Pop Up Kuliner dapat ditampilkan pada saat pameran untuk mempromosikan wisata kuliner Kota Pekalongan. Selain itu, buku pop-up dapat digunakan sebagai media pembelajaran pada siswa di Kota Pekalongan, sehingga siswa dapat mengenali makanan tradisional Kota Pekalongan untuk melestarikan kearifan lokal Kota Pekalongan.

Simpulan

Pekalongan memiliki banyak kuliner khas dengan bumbu rempah tertentu. 60 % pemilik lokasi kuliner belum mempromosikan produk kulinernya. Seiring dengan munculnya makanan kekinian, makanan tradisional perlu dipertahankan keberadaanya guna melestarikan kearifan lokal

Pekalongan. Penelitian ini merupakan penelitian pre-liminary research, sehingga pada penelitian berikutnya, peneliti akan mengembangkan media pengenalan kuliner berupa buku pop-up kuliner dengan tujuan dapat digunakan sebagai media pengenalan kuliner kota Pekalongan, baik oleh siswa maupun khalyak umum.

Daftar Pustaka

- Azhar Arsyad. 2011. Media Pembelajaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.*
- Dzuanda. 2011. Design Popup Child Book Puppet Figures Series? Gatotkaca?. JurnalLibrary ITS Undergraduate, (Online), (http://library.its.undergraduate.ac.id, diakses pada 10 Oktober 2015).*
- Iryana, Wahyu. 2015. Nilai Kearifan Lokal Makan Tradisional. Diakses dari <http://wahyuiryanawayan.blogspot.com/2015/07/nilai-kearifan-lokal-makan-tradisional.html>*
- Joko Muktiono. 2003. Menumbuhkan Minat Baca Pada Anak.*

*Jakarta: PT. ElexMedia
Komputindo.*

Mufidah, Aimmatul, Mar'ah Sayyidah
Izzatul, dan Muthoharoh Yayuk
Farkhatul. 2018. Media
Pembelajaran "Pop Up
Book" Sebagai Alternatif
Pembelajaran Kosakata Bahasa
Arab Yang Mudah Dan
Menyenangkan Untuk Siswa
Sekolah Dasar. Diakses dari
[http://prosiding.arab-
um.com/index.php/semnasba/
article/viewFile/231/220.](http://prosiding.arab-um.com/index.php/semnasba/article/viewFile/231/220)

Koran Jakarta. 2018. Merasakan
Kearifan Lokal dalam Sajian
Kuliner. Diakses dari

[http://www.koran-
jakarta.com/merasakan-
kearifan-lokal-dalam-sajian-
kuliner/](http://www.koran-jakarta.com/merasakan-kearifan-lokal-dalam-sajian-kuliner/)

Pramitasari, Afrinar dan Auliah,
Hanindya Restu (2015).
Pengembangan buku *pop-up*
Pekalongan: *The Word City*
of Batik sebagai media
edumotik Kota Pekalongan.

Sternberg, R.J. 2001. Why
Schools Teach for
Wisdom: The Balance Theort
of Wisdom in Educational
Setting. *Educational*
Psychologist. 36 (4), 227-245