

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perancangan ini dibuat dalam mengulas ulang atau memperkenalkan kembali kepada masyarakat lokal maupun masyarakat yang berkunjung ke suatu daerah khususnya ke Kota Surabaya. Selain itu perancangan E-Magazine tentang Kuliner Legendaris di Surabaya menjadi salah satu wadah promosi yang mengikuti generasi sekarang sehingga dapat menysasar ke target audience secara tepat. Maka dari itu majalah Cerita Rasa ini dibuat secara digital.

Dalam majalah ini, Cerita Rasa yang dimaksud adalah tentang mengenal kembali kuliner legendaris suatu daerah khususnya di Kota Surabaya secara ringkas namun terdapat informasi yang detail dari tata letak kuliner tersebut, dari segi harga, rasa menurut ulasan google lalu dari segi gambar diselipkan beberapa foto untuk menambah kesan menarik kepada audience yang membacanya. Dari uraian tersebut. Perancangan majalah digital ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pemasaran umkm dan pengenalan ikon sebuah kota ataupun daerah untuk warga lokal daerah tersebut ataupun wisatawan yang berkunjung ke kota yang akan dikunjungi khususnya Kota Surabaya.

5.2 Saran

Perancangan E - Magazine tentang Kuliner Legendaris di Surabaya ini memungkinkan terdapat beberapa kekurangan seperti detail foto, kurangnya penjelasan yang detail, kurangnya *quality control* yang membuat desain layout dan foto terlihat kurang konsisten dan terkesan terburu - buru dalam menyampaikan pesan. Selain itu perancangan ini masih membutuhkan penelitian yang lebih mendalam dengan ahli tentang kuliner legendaris supaya disampaikan dapat memiliki nilai yang berkesan bagi masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Kota Surabaya, sehingga membuka peluang untuk dilakukannya perbaikan dan penyempurnaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Rudi S. & Mardohar B. B. (2015). *Estetika Fotografi*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan, 10-11.
- Ricky Priyantoso. (2016). *Street Photography Kota Yogyakarta*. Tugas Akhir Karya Seni Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Yogyakarta 8-18.
- Firmansyah Y. & Nicko Willy S. (2015). *Pembuatan Majalah Digital Magazine sebagai media promosi wisata dan budaya karesidenan Madiun dengan menggunakan software pengolah grafis*. Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi ASIA Vol. 9 No. 1 Februari 2015.
- Refisa A., Ika Tri Y., Siti H., & Nunung S. (2023). *Pemanfaatan Platform Penerbitan Digital Issu: Media Publikasi Majalah Digital*. Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal Vol. 3 No. 2 Juni 2023.
- Theresia Intan P. H. (2014). *Penggunaan E-Magazine sebagai bentuk Public Relations 2.0 Bagi Humas Perguruan Tinggi*. Jurnal Kajian Komunikasi. Vol. 2, No. 1 Juni 2014 hlm 61-65.
- Fadly Rahman. (2018). *Kuliner sebagai Identitas KeIndonesiaan*. Departemen Sejarah & Filologi, Universitas Padjadjaran, Jurnal Sejarah. Vol. 2(1), 2018: 43-63.
- (2023). *Pengertian Kuliner dan Berbagai Tujuannya*. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jateng/pengertian-kuliner-dan-berbagai-tujuannya-perlu-diketahui-kln.html>.
- Ali Ramdani., Sham., & Karniyati. (2017). *Kuliner Magazine Community*. Edisi Desember 2017 [issuu.com. https://issuu.com/kulinermagazine20/docs/majalah_kuliner_magazine_edisi_dese/4?ff](https://issuu.com/kulinermagazine20/docs/majalah_kuliner_magazine_edisi_dese/4?ff).
- British Embassy Jakarta. (2018). *Ayo ke UK!*. www.visitbritain.com <https://online.fliphtml5.com/jbirl/sfmu/#p=4>.
- Rizkie N., Nurlina M., & Rachma S. (2022). *Magazine Bumbu, sudah makan belum?*. Edisi Juni 2022 Vol. 3 Issue 1.
- Eri Besra. (2012). *Potensi Wisata Kuliner dalam mendukung pariwisata di Kota Padang*. Doktor Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang, Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Vol. 12 No. 1 Maret 2012: 77.
- Nada Karimah. (2011). *Perancangan Buku Kuliner sebagai bagian dari promosi wisata kuliner khas Solo*. Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Nurul Aini R. M., & Anam M. H. (2020). *Destinasi Branding kampung lawing seketeng sebagai wisata kuliner*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna. Vol. 8 No. 2, Agustus 2020.

LAMPIRAN

1. Hasil wawancara dengan salah satu foodreviewer (Merliana Effendi), foodphotography (Vicky Yuwono) dan Salah satu owner kuliner legendaris Kota Surabaya Sate Klopo Odomohen Bu Asih.

Q: Sejak kapan anda memulai bisnis kuliner legendaris Sate Klopo Odomohen? (Bu Asih)

A: Usaha ini sudah buka sejak 1945 bertepatan dengan tahun Kemerdekaan Indonesia hingga sekarang.

Q: Ceritakan secara singkat asal usul kuliner legendaris di Surabaya salah satunya kuliner legendaris Sate Klopo Odomohen.

A: Sate Klopo Odomohen Bu Asih sudah ada sejak tahun 1945 bertepatan dengan tahun kemerdekaan Indonesia hingga saat ini. Nama Sate Kelopo atau klopo dari bahasa jawa yang artinya sate kelapa. Sementara itu, Odomohen sendiri diambil dari bahasa kolonial Belanda yang artinya Balai Kota. Pada masa kolonial atau tahun 1867, peta klasik di Surabaya menunjukkan bahwa sekitar warung sate itu ada sungai kecil yang mengalir ke utara melewati Kapasari - Kapasan dan Simokerto hingga Balai Kota dan sungai itu disebut dengan Kali Ondo.

Q: Selain Sate Klopo Odomohen, kuliner legendaris apa saja yang diketahui? (Merliana Effendi dan Vicky Yuwono)

A: Memang banyak warga lokal atau wisatawan yang banyak tertuju untuk destinasi wisata kuliner utamanya Sate Klopo Odomohen ada lain seperti Rawon Kalkulator, Semanggi, Es Krim Zangrandi, dan masih banyak lagi.

Q: Apa yang membuat kuliner itu menjadi kuliner legendaris?

A: Disebut menjadi kuliner legendaris tentunya dari segi rasa yang turun temurun dan ada juga tempatnya yang mempunyai asal usul sejarahnya, selain itu bisa menjadi dari segi historinya seperti contoh ada juga yang banyak kenangan dari makanan kesukaan orang yang tersayang, dari penjual yang ramah itu menjadi salah satu disebutnya kuliner legendaris.

2. Proses observasi dan wawancara



3. Display Media Cerita Rasa

