

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kue Tradisional

Indonesia merupakan negara dengan kaya ragam tradisi, budaya, dan seni tradisional. Namun tidak hanya itu, Indonesia juga memiliki kue tradisional yang unik dan lezat. Menurut (Ginting, Yulastri & Syarif, 2018), Jajanan khas Indonesia disebut sebagai kue tradisional, karena kue ini dibuat secara tradisional & biasa ditemukan di pasar serta biasa dijual di pasar tradisional. Ini adalah kue yang disajikan sebagai sarapan, cemilan atau sebagai pencuci mulut. Kue tradisional merupakan kue khas nusantara sebagai salah satu bentuk warisan budaya yang diwarisi dari nenek moyang bangsa, yang diwariskan secara turun-temurun.

Bagi penduduk Makassar suku Bugis, kue-kue buatan mereka tidak hanya sebagai sajian yang wajib dihidangkan untuk para tamu, namun bagi mereka kue khas Bugis memiliki nilai-nilai filosofi dari wujud, ragam, dan rasa yang wajib dihidangkan, terutama dalam acara-acara istimewa adat Bugis.

Barongko, sejenis manisan berbahan dasar pisang yang dikukus dalam daun pisang, Dahulu kala, makanan ini disajikan sebagai makanan penutup dalam acara-acara khusus tertentu seperti pernikahan, upacara adat, penyambutan tamu kehormatan yang disajikan kepada raja dan bangsawan. Bagi masyarakat Bugis Makassar, Barongko dikenal memiliki cita rasa "Massipa". Itu adalah kata lain enak dan memiliki ciri khas rasa tertentu dalam bahasa Bugis. Ada dua hal yang mereka yakini untuk mendapatkan cita rasa "Massipa" pada Barongko, yang pertama adalah melalui proses pembuatan yang harus dibuat oleh orang yang susah memiliki pengalaman turun-temurun dalam membuat Barongko. Yang kedua adalah bahan utama yang digunakan; Pisang yang lebih disukai hanya yang ditanam di tanah Sulawesi Selatan (Pradiati, Armielia & Triutama, 2023).

2.2 Media Pengenalan Kue Tradisional

Berkembangnya teknologi sekarang media digital semakin sering digunakan seperti *website*, media sosial, iklan *online* dan lain-lain dengan aplikasi yang sesuai semacam Instagram, Youtube, Tiktok, Pinterest, dan ragam macam aplikasi lainnya. Seseorang pastinya mempunyai ragam macam motivasi selama penggunaan media sosial. Sekadar untuk berbagi informasi, berkomunikasi dengan orang lain, mencari tahu perkembangan sesuatu, atau mengikuti suatu tren yang sedang populer.

Hasil projek yang sudah jadi akan diunggah di media Youtube, (Widyantara & Rasna, 2020) Youtube ialah sebuah website yang digunakan untuk membagikan video secara online Youtube sudah sangat dikenal oleh seluruh dunia, aplikasi ini dapat digunakan oleh kalangan anak-anak sampai usia dewasa, serta biasa dijadikan pengganti untuk mempelajari apapun berbasis video.

2.3 Media pengenalan animasi

Menarik perhatian penonton/audiens dengan topik kue khas suku Bugis Makassar, tidak hanya dengan dalam bentuk videografi, tetapi dapat dibentuk menjadi film animasi juga. Menurut (Lau, Drizki, & Prasetyaningsih, 2016) Animasi merupakan film yang bersumber dari gambar/ilustrasi yang dibentuk menjadi sebuah gambar yang bergerak dan bercerita. Animasi sangat bermanfaat dan biasa digunakan sebagai media hiburan, media promosi, dan presentasi.

Animasi dengan topik/tema yang diangkat akan menjadi lebih unik dibandingkan dengan media konvensional lainnya. Animasi juga dapat menampilkan film dengan variasi desain untuk menambah detail agar terlihat istimewa/khas dan tidak terlihat bosan, serta sangat efektif dalam meningkatkan rasa ketertarikan untuk mencoba dan semangat untuk mempelajari dan melestarikan kue khas suku Bugis Makassar.



Gambar 2. 1 Contoh Adegan Masak film *Ratatouille*

Film (*Ratatouille*, 2007) menceritakan seekor tikus bernama Remy yang menyenangkan, Remy memiliki indera penciuman yang sangat kuat dan didorong oleh hasratnya akan masakan lezat untuk menjadi koki, melawan segala rintangan dan dengan petualangan gila di sepanjang jalan di restoran paling terkenal di Paris. (Paik, 2015) berkata “Apa yang lebih tidak mungkin daripada tikus dengan selera yang cukup canggih untuk memasak di dapur elit Prancis?” Direktur film (*Ratatouille*, 2007) membangun ide yang indah dan hebat untuk membuat film penuh dengan aksi, perasaan, dan detail yang akan membuat para penonton/audiens ngiler. Ini adalah film mengenai Paris, masakan gourmet, dan seni, *Ratatouille* adalah jenis filmnya.

Film ini mengajarkan bahwa makanan itu sederhana namun mendalam. *Ratatouille* melihat makanan dan masakan sebagai seni dan melihat seni sebagai proses yang membutuhkan keberanian di atas segalanya. Film ini membicarakan tentang keberanian yang diperlukan untuk berkembang. *Ratatouille* dibuka dengan kerinduan di hati dari memori dan suasana. Ini adalah film makanan terbaik karena tidak ada yang akan terasa enak seperti sepotong keju dan stroberi di tangan seekor tikus, namun rasanya menampilkan kembang api merah muda dan kuning. Kegembiraan dalam memperbaiki rasa semangkuk sup yang menjadi enak, dan semangkuk *Ratatouille* sempurna yang disajikan di atas meja mengingatkan masa kecil seorang ibu biasa memasak masakan rumah terasa nyaman, hangat dan lezat, ini adalah tentang kebahagiaan.



Gambar 2. 2 Contoh Ilustrasi Kue Martabak Manis Harousel



Gambar 2. 3 Contoh Ilustrasi Kue Dadar Gulung Harousel

Alfeus Christie/Harousel, adalah seorang *ilustrator* dan *animator* mengangkat tema/konsep makanan Indonesia dengan kumpulan karyanya yang mengikuti gaya Jepang atau Anime. Karya-karya pertamanya berupa ilustrasi bakmie ayam, sate, tahu & tempe, es campur, soto ayam, nasi tumpeng, nasi goreng, sayur asem, hingga animasi pertamanya yaitu bubur ayam. Karya Harousel semakin dikenal oleh masyarakat Indonesia dan mulai bekerja dengan perusahaan Indonesia membuat iklan, salah satunya yaitu merek Sasa dengan judul “Sasa Hadirkan Rasa untuk Indonesia”, menurut (Aprilia, Jastisia, & Masnuna, 2022) animasi buatan Harousel mengandung komponen budaya Indonesia dengan menggunakan gaya anime agar terlihat lebih menarik, serta iklan menggambarkan kehidupan sehari-hari dan kebiasaan masyarakat perkotaan dan pedesaan. Gaya animasi yang dipraktikkan olehnya terlihat nyata dan lezat, oleh karena itu banyak yang tertarik dan bangga dengan karyanya yang sangat menginspirasi budaya Indonesia.



Gambar 2. 4 Contoh Adegan makan film animasi Ponyo



Gambar 2. 5 Contoh Adegan makan film animasi *Howl's Moving Castle*

Pada tahun 2017 diselenggarakan Pameran “*Delicious! Animating Memorable Meals*” (Lezat! Menghidupkan Makanan yang Berkesan) oleh Studio Ghibli untuk memperkenalkan bagaimana makanan dapat digambar agar terlihat lebih lezat daripada aslinya, menciptakan pemandangan kegembiraan. Film Studio Ghibli terkenal karena menggambarkan kehidupan sehari-hari dengan sangat detail, yang sering diingat para penonton/audiens atau penggemarnya adalah adegan makanan. Makanan yang muncul tidak terlalu istimewa, cukup sering muncul dalam kehidupan kita. Namun penampilan mereka di film selalu memiliki arti tersendiri.

Hasil langsung dari semua cinta dan perhatian yang dipancarkan oleh karakter. Mencapai efek dramatis dan menciptakan makanan yang terlihat lezat dan karakter yang nikmatnya, ekspresi dan gerak tubuh mereka berasal dari kekuatan gambar yang sangat detail. Makanan yang masih hangat, yang terlihat lembut dan empuk, dengan cita rasa yang luar biasa terpancar di wajah orang yang memakannya, pemandangan makanan terlihat menarik dan tidak perlu dialog untuk menyampaikan kelezatan dan kebahagiaan. Setiap camilan atau makanan minimalis terlihat luar biasa, meskipun kehadirannya ada di mana-mana dalam kehidupan sehari-hari(Ghibli

Museum, 2017). Seperti pada adegan film (*Spirited Away*. 2001) Keberanian untuk menghadapi tantangannya berkembang di Chihiro saat dia makan bola nasi. (*Howl's Moving Castle*. 2004) Detail & kespresi ketika Markl sarapan dengan daging Bacon dan Telur setengah matangl. Setiap hasil produksi penuh dengan warna yang cerah, Tomat berwarna merah tua, terong berwarna ungu, dan semua yang ada di antaranya secara mengejutkan menerima jumlah nutrisi dan sinar matahari yang 'tepat'.

2.4 *Storytelling*

Storytelling merupakan metode yang selalu digunakan oleh kanak-kanak sebagai kegiatan pembelajaran, kegiatan ini dapat memotivasikan anak dan membangkitkan rasa ingin tahu anak. (Ramdhani, yuliastri, Sari & Hasriah, 2019) berkata bahwa *Storytelling* merupakan jenis penyampaian sebuah cerita yang bersifat tidak menggurui dan menyenangkan, cerita-cerita yang biasa digunakan adalah dongeng, cerpen/cerita pendek, serta cerita rakyat.

Digital *Storytelling* menyatukan teks, gambar, dan suara dan dibentuk menjadi sebuah video singkat, bertujuan untuk menyampaikan pesan yang diberi dengan baik. (Amorta, Nugroho, Lokananta, & Sabri, 2022). Menurut (Prasetyawati, 2021) Digital *Storytelling* memanfaatkan digital dengan menggabungkan seni dan narasi yang bercerita dalam bidang edukasi dengan teknologi digital, seperti video, audio, gambar, hingga animasi.

2.5 Teori warna

Warna adalah alat yang ampuh untuk membantu kita mengatur suasana hati, namun, kepentingannya sering tidak diperhatikan saat menonton segala bentuk media. Baik teori seni dan psikologi manusia menunjukkan bukti bahwa warna dan pencahayaan memiliki dampak besar pada persepsi para penonton (Grčki, 2022). Warna sendiri adalah komponen yang umum dalam kehidupan manusia karena penggunaannya yang tersebar banyak di sekeliling kita, Penggunaan warna yang berbeda-beda pun memberi efek yang berbeda pula bagi manusia, hingga dapat dikatakan bahwa warna sangat tinggi pengaruhnya dalam hidup manusia. namun pemilihan warna yang baik juga ditentukan dari relevansi warna tersebut terhadap apa yang ingin diekspresikan dalam sebuah karya seni. Setiap warna memiliki maknanya

masing-masing dan menggunakan warna yang tepat untuk mengekspresikan mood yang ingin dikomunikasikan adalah sesuatu yang krusial dalam desain untuk dapat berbicara dengan pengamatnya (Yosela & putra, 2023).

2.6 Konsep Komunikasi

2.6.1 Strategi Pesan

Perancangan ini digarap dengan perencanaan dan konsep yang sudah ditentukan yaitu video animasi 2D, serta dalam menyampaikan pesan untuk target audiens dilakukan melalui video animasi 2D.

2.6.2 Strategi Media

perancangan ini akan ditampilkan melalui media akun Youtube sebagai media pengenalan kue khas Bugis Makassar untuk masyarakat/target audiens.

2.7 Studi Eksisting

Selama proses pembuatan video animasi dengan tema kue Barongko khas Bugis Makassar ini akan dilakukan juga Studi eksisting, Menurut (Rianingtyas & Wardani, 2019) Tujuan dari Studi eksisting yaitu untuk mendalami yang berkait untuk dijadikan bahan dipertimbangkan. Maka dari itu Studi eksisting akan digarapkan melalui film-film animasi, Studi eksisting sebuah animasi dilakukan untuk menetapkan gaya gambar dan konsep yang tepat dan sesuai dengan perancangan (Hermanudin & Ramadhani, 2019). beberapa animasi yang digunakan yaitu, *Ratatouille*, *Ponyo on the cliff by the sea*, *Spirited away*, *howl's moving castle* & video-video pendek Harousel.