BAB II
MAKANAN TRADISIONAL GARUT BURAYOT

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Makanan Tradisional

Tradisional adalah kebiasaan atau kegiatan nenek moyang yang diturun-temurun kan kemudian masih dilakukan oleh generasi penerus di zaman sekarang. Tradisional bisa diartikan, hasil pemikiran nenek moyang atau hasil karya nenek moyang yang telah menjadi kebiasaan dan dilakukan oleh masyarakat sekitarnya kemudian kebiasaan yang telah melekat pada masyarakat sekitar tetap dijaga dan dilakukan oleh generasi penerus nenek moyang tersebut, sehingga hasil pemikiran yang telah menjadi kebiasaan atau hasil karya orang – orang pendahulunya tetap terjaga.

Makanan Tradisional adalah makanan yang bahan bakunya telah dipikirkan dan terdapat banyak bahan baku untuk membuat makanan tradisional tersebut di daerah nya, hasil pemikiran atau karya makanan tradisional nenek moyang tersebut kemudian menjadi makanan yang biasa dimakan atau dikonsumsi oleh masyarakat sekitarnya, kemudian masyarakat sekitar yang tetap menjaga kebiasaan tersebut mengkonsumsinya dan telah menjadi kebiasaan sampai zaman sekarang, Warisan makanan tradisional adalah makanan yang telah diturunkan oleh nenek moyang kepada generasi penerus dan telah membudaya (Muhilal, 1995).

Peninggalan nenek moyang yang telah diwariskan kepada generasi penerusnya sudah seharusnya dijaga dan dilestarikan, peninggalan nenek moyang tidak hanya prasasti, dan lain lain, melainkan makanan juga bisa disebut peninggalan nenek moyang, peninggalan nenek moyang akan membudaya pada generasi penerusnya, sehingga kebanyakan masyarakat generasi penerusnya akan mengetahui peninggalan nenek moyangnya sendiri. Suatu pemikiran atau pekerjaan manusia yang menghasilkan sebuah hasil dimasa hidupnya bisa disebut sebagai budaya (Soekmono, 1981). Dari penjabaran tersebut, sesuatu yang telah diwariskan atau diturun – temurun kan dan telah membudaya pada masyarakatnya adalah hal yang sudah seharusnya dilestarikan dan dijaga oleh masyarakat pada zaman sekarang,

karena bukan hanya untuk menghargai hasil karya pemikiran nenek moyang, melainkan warisan para leluhur atau nenek moyang adalah salah satu identitas suatu bangsa, makin banyak warisan yang dijaga dan dilestarikan oleh masyarakat akan membuat bangsa tersebut terpandang bangsa yang sangat menghargai sejarah.

II.1.2 Garut Jawa Barat

Garut adalah salah satu nama daerah di Jawa Barat, nama kabupaten yang terletak di daerah tersebut adalah Garut, kecamatan yang dimiki daerah garut adalah 42 kecamatan. Daerah Garut memiliki kekayaan alam yang cukup banyak, karena daerah garut cukup luas melingkupi daerah persawahan yang digunakan masyarakat untuk bercocok tanam sehingga menghasilkan suatu bahan pangan yang bisa diolah oleh masyarakat nya sendiri, sawah adalah suatu bidang tanah yang dapat diolah, digarap, dan diairi untuk menanam suatu tanaman yang nantinya akan menghasilkan bahan pangan atau bahan baku lainnya, kemudian Garut memiliki dataran tinggi atau pegunungan yang cukup banyak, sehingga masyarakat yang tinggal pada daerah tersebut memiliki bahan baku khas pegunungan atau dataran tinggi. Kemudian daerah Garut juga memiliki daerah garis pantai, atau pada daerah tersebut terletak diujung pulau yang menghadap ke laut, sehingga masyarakat yang tinggal di daerah tersebut memiliki ciri khas dan hasil bahan baku atau pangan menyesuaikan dengan daerah nya, kebanyakan hasil bahan baku dari daerah garis pantai berupa ikan, atau tanaman yang tumbuh di daerah tersebut.

Tempat wisata yang terdapat di daerah Garut terbilang cukup banyak, daerah Garut termasuk kedalam urutan ke – 10 di Indonesia yang memiliki wisata domestik (Susilowati,2011). Karena letak daerah Garut yang luas serta memiliki dataran tinggi dan rendah yang beragam membuat Garut memiliki cukup banyak potensi tempat wisata, banyak tempat wisata di daerah garut yang telah dikelola maupun belum dikelola sehingga Garut memiliki potensi yang cukup besar untuk dijadikan tempat wisata. Umumnya masyarakat Garut adalah masyarakat yang memiliki suku Sunda, masyarakat Sunda biasanya menggunakan bahasa sehari hari yaitu bahasa Sunda, masyarakat Sunda terkenal dengan orang – orang yang ramah dan alim,

sehingga membuat masyarakat Sunda dikenal dengan orang – orang yang lemah lembut.

II.1.3 Makanan Tradisional Kebudayaan Sunda

Pada daerah yang memiliki banyak suku Sunda kebanyakan daerah tersebut terbilang subur, sehingga memiliki bahan baku pangan yang sangat banyak, bahan baku pangan yang sangat banyak membuat masyarakat suku Sunda memiliki banyak jenis makanan beserta minuman yang beraneka ragam, keanekaragaman makanan dan minuman suku Sunda yang banyak membuat makanan dan minuman tersebut digolongkan kedalam beberapa kelompok seperti "*sangu*, *rencang sangu*, *bibilas, cangkarang bongkang"* (Ekadjati, 2001). Terdapat pula makanan yang tergolongkan makanan *jajaneun*, dan *opieun* (Kasmana, 2014).

1. *Sangu*

   Sangu adalah bahasa Sunda dari Nasi, pada dasarnya masyarakat suku Sunda memiliki makanan pokok yaitu olahan dari nasi putih.

2. *Rencang Sangu*

   Rencang sangu adalah sebutan lain dari lauk pauk yang disediakan pada saat memakan nasi, seperti olahan ayam, ikan, bebek, sapi, domba, dan sebagainya. Terdapat pula sayuran mentah yang dijadikan *rencang sangu* dan beberapa olahan sayur yang dijadikan pula *rencang sangu*.

3. *Bibilas*

   Bibilas adalah makanan pencuci mulut, pada umumnya makanan pencuci mulut disajikan setelah makan selesai, pada makanan *bibilas* memiliki sifat yang menyegarkan seperti olahan dari buah-buahan.

4. *Cangkarang Bongkang*

   Adalah sebutan untuk makanan pengganjal, makanan yang dikategorikan pada makanan *cangkarang bongkang* adalah makanan yang bersifat mengganjal rasa lapar sebelum waktunya makan, dan makanan tersebut biasanya diolah dari bahan yang memiliki kandungan karbohidrat. Contoh makanan *cangkarang bongkang* adalah *ulen, peuyeum, sampeu, peuyeum ketan, burayot, lemper, surabi,* dan lain-lain.

5. *Jajaneun*

Jajaneun adalah kategori makanan yang bersifat seperti cemilan diwaktu lenggang, biasanya *jajaneun* bisa dijumpai di pasar-pasar tradisional.

II.1.4 Kehidupan Sosial Budaya Tradisional Masyarakat Garut

Garut adalah salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki kebudayaan Sunda, suatu himpunan pulau yang berukuran besar terdiri dari pulau Sumatra, pulau Jawa, pulau Madura, dan pulau Kalimantan adalah yang dimaksud dengan Sunda Besar (Edi S Ekadjati,1995). Pada penjelasan tersebut kebudayaan Sunda umumnya terletak pada pulau Sumatera, Jawa, Madura, dan Kalimantan, Garut adalah salah satu kota yang terletak di pulau Jawa. Masyarakat Garut menyebut dirinya *urang Sunda* yang artinya adalah orang Sunda, Sunda sendiri berasal dari nama kerajaan, pada akhir abad ke-15 dan abad ke-16 terdapat 4 naskah kuno dan prasasti yang menyebutkan istilah Sunda adalah sebagai nama kerajaan atau paling tidak sebagai nama wilayah (Edi S Ekadjati, 1995). Sejarah kebudayaan Sunda daerah Garut yang kuat akan kerajaan Sunda pada zaman nya, tentu berdampak pada pangan atau makanan yang disajikan, masyarakat zaman kerajaan dahulu membuat makanan dengan bahan yang banyak pada daerah tersebut sehingga memudahkan masyarakat untuk membuat bermacam olahan dengan bahan yang terdapat banyak di daerahnya, resep makanan yang diturunkan kepada generasi penerusnya, dibuat dari bahan lokal serta citarasa yang dihasilkan membuat masyarakatnya menyukai makanan tersebut dan dikonsumsi oleh wilayah spesifik atau golongan etnik tertentu disebut makanan tradisional (Made Astawan, 2013).

II.1.5 Identitas

Suatu hal yang dapat dikenali dan dapat mengenali disebut identitas, identitas juga dapat membedakan suatu hal dengan hal lain, kebanyakan masyarakat akan mengenali dan membedakan suatu hal dengan hal lain dari identitasnya, suatu identitas bisa berupa fisik dapat dilihat atau dirasakan, diraba atau didengar, identitas tersebut tidak hanya suatu perusahaan, namun manusia, benda, atau produk kebanyakan memiliki identitas yang menjadi perberbeda satu dengan yang lainnya.

Pada desain komunikasi visual, atribut identitas yang akan memberikan petunjuk adalah sebuah nama, karena suatu hal yang akan membentuk *brand image* pada kebanyakan masyarakat adalah nama yang menjadi atribut identitas, nama akan menjadi pijakan bagi atribut identitas lainnya seperti warna, tipografi, logo dan lain – lain. (Rustan, 2009).

II.1.6 Elemen Identitas Visual

Logo, tipografi, nama, warna, *tageline*, penerapan identitas dan elemen gambar adalah suatu pembagian elemen identitas yang akan membentuk suatu identitas visual. Pada pembuatan pedoaman sistem identitas akan terdapat semua elemen tersebut dan menjelaskan mengenai penerapan elemen identitas visual pada media – media yang akan digunakan dan aturan penggunaannya (Rustan, 2009).

II.1.6.1 Logo

Seperti wajah pada manusia, logo adalah salah satu elemen paling utama dalam sebuah identitas visual dan paling utama yang terlihat secara fisik. Logo akan menggambarkan semua atribut non fisik lainnya sebagai jiwa dari entitas tersebut seperti visi dan misinya, seluruh kepribadiannya serta hal lainnya (Rustan, 2009).



Gambar II.1 Contoh Logo
Sumber: http://play99ers.com/wp-content/uploads/2017/01/LOGO-H80-TRANSPARAN.png (Diakses pada 8 Juli 2018)

II.1.6.2 Tipografi

Pada pembahasan identitas visual, terdapat dua macam tipografi yang dibahas, yaitu tipografi pada logo, dan tipografi yang digunakan dalam media media aplikasi logo. Pada tipografi yang terdapat di dalam logo, jenis huruf yang digunakan biasanya adalah jenis huruf yang sudah ada dan dimodifikasi kembali sesuai dengan

kebutuhan, kemudian tipografi yang digunakan untuk media – media aplikasi kebanyakan menggunakan tipografi dengan tujuan dapat menjaga kesatuan antar media (Rustan, 2009).



Gambar II.2 Contoh Tipografi dalam logo
Sumber: https://ayusvector.files.wordpress.com/2015/06/contoh-logo.jpg (Diakses pada 8 Juli 2018)

II.1.6.3 Nama

Dalam menentukan keberhasilan pada penjualan produk, peran yang cukup penting dalam menentukannya adalah suatu penamaan, pembentukan awal *brand image* dari suatu perusahaan bisa dari suatu penamaan perusahaan tersebut, untuk membuat suatu penamaan pada perusahaan dimulai dengan riset terhadap public, evaluasi secara bunyi dan pengucapan, riset dari segi ilmu bahasa *(linguistic)*, mengumpulkan fakta – fakta perusahaan, riset secara geografis, diferensiasi dengan nama *brand* lain (Rustan, 2009).

II.1.6.4 Warna

Pada penelitian yang dilakukan oleh *Institute for Color Reseach* di Amerika sebuah institute penelitian tentang warna menjelaskan warna akan memberikan peran yang sangat besar dalam pengambolan keputusan saat pembeli sedang membeli barang. Pada identitas visual warna terbagi menjadi dua macam yaitu warna pada logo dan warna perusahaan atau *corporate color*, pada beberapa identitas visual penggunaan warna *corporate color* yang digunakan dalam aplikasi – aplikasi desain menggunakan warna yang sama pada logo, namun tidak semua identitas visual menggunakan warna logo sebagai warna perusahaannya (Rustan, 2009).

II.1.6.5 Makna Warna

Warna juga memiliki makna tertentu yang dapat diartikan seperti berikut, (Rustan, 2009):

1. Cokelat bisa diartikan sebagai warna yang tenang, makhluk hidup, alam, kesuburan, berani, dan lain – lain.
2. Hijau bisa diartikan sebagai kecerdasan tinggi, alam, musim semi, masa muda, lingkungan hidup, kesuburan, dan lain – lain.
3. Biru bisa diartikan sebagai langit, damai, tenang, sejuk, air, laut, kesatuan, dan lain – lain.
4. Pink bisa diartikan sebagai penghargaan, kagum, rasa terima kasih, feminim, cinta, kesehatan, rasa simpati, dan lain – lain.
5. Hitam bisa diartikan sebagai kekuatan, misteri, kejahatan, klasik, baru dan lain – lain.
6. Abu – abu bisa diartikan sebagai elegan, rendah hati, stabil, kehalusan, bijaksana, dan lain – lain.

II.1.6.6 *Tageline*

Dalam sistem identitas terdapat salah satu atribut yang sering digunakan yaitu *tageline*, *tageline* adalah kata kata yang menggambarkan esensi, *personality*, dan *positioning brand*. Contoh seperti SOSRO ahlinya teh, KIPAS COSMOS nempel dimana mana, ALFAMART belanja puas harga pas (Rustan, 2009).



Gambar II.3 Contoh *Tageline*
http://nazmudinseptiyadi.ilearning.me/wp-content/uploads/sites/685/2016/05/image-3.png
(Diakses pada 9 Juli 2018)

II.1.6.7 Penerapan Identitas

Pada penerapan identitas terhadap media didasari beberapa hal seperti bidang usaha, *brand architecture, budgeting,* dan lain – lain, untuk menentukan media apa saja yang dibutuhkan oleh perusahaan sangat tergantung dari bidang usaha apa yang dijalankan oleh perusahaan tersebut, sehingga media yang digunakan oleh perusahaan akan memiliki fungsi yang cukup maksimal (Rustan, 2009).



Gambar II.4 Contoh Penerapan Identitas
https://www.behance.net/gallery/42422447/ariana-arce-marca-personal (Diakses pada 9 Juli 2018)

II.1.6.8 Elemen Gambar

Elemen gambar adalah salah satu elemen yang membuat identitas visual memiliki sifat yang memperkuat pada kepribadian suatu *brand*, beberapa elemen gambar yang terdapat pada identitas visual adalah *artwoks, infographics,* foto, dan lain – lain (Rustan, 2009).

II.1.7 Logo

Perusahaan tentu sudah seharusnya memiliki tanda pengenal atau identitas dari perusahaan nya tersebut, salah satu identitas dari perusahaan adalah logo, logo yang menjadi salah satu identitas atau pengenal dari suatu produk melambangkan atau memberi karakter pada perusahaan nya sehingga logo sangat penting untuk membangun karakteristik perusahaan. Pada bentuk dari logo tersebut biasanya mengandung makna atau pesan yang terdapat di dalamnya, namun diringkas pada

suatu media visual dengan ruang yang sempit, Salah satu cara untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi dapat menggunakan logo sebagai identitasnya (Kusrianto, 2007).

II.1.7.1 Kriteria Sebuah Logo

Logo bisa disebut juga sebagai suatu gambar dengan berbagai unsur dan warna yang berbeda beda kemudian digabungkan yang akhirnya memiliki arti tersendiri dari kumpulan gambar atau simbol tersebut.

Pertimbangan – pertimbangan yang dijelaskan oleh pakar *corporate identity* untuk membuat logo dengan baik mencangkup beberapa hal (Carter, 1985), seperti

- *Original*, atau pada pembuatan logo tersebut harus memiliki khas dan pembeda dengan yang lain
- *Legible,* pada pembuatan logo tersebut sudah seharusnya memiliki keterbacaan yang mudah, sehingga untuk membaca logo tersebut tidak lah rumit, kemudian dapat dengan mudah diaplikasikan dalam bentuk, ukuran, dan media yang berbeda beda namun masih memiliki keterbacaan yang baik.
- *Simple,* logo yang baik adalah dengan membuat simbol simbol atau warna warna yang tidak terlalu rumit, agar *audience* dapat memahami arti dari logo tersebut dengan waktu relatif singkat.
- *Memoriable,* untuk membuat logo sudah seharusnya membuat logo yang mudah diingat oleh *audience* karena akan berdampak baik pada banyak orang, sehingga semakin banyak orang akan merasa ingat pada suatu perusahaan ketika melihat logo tersebut.
- *Easily associated with the company,* logo yang dibuat haruslah mudah untuk dihubungkan atau diasosiasikan pada usaha dan citra dari perusahaan tersebut.
- *Easily adabtable for all graphic media,* kemudian logo tersebut harus dapat dengan mudah digunakan pada berbagai media grafis lainnya.

II.1.7.2 Fungsi Logo

Fungsi yang terdapat pada logo sebagai identitas visual yang pertama dilihat, masih memiliki fungsi lainnya seperti, suatu perbedaan dimana menjadi salah satu ciri khas tersebut dengan ciri khas lainnya, menjadikan pula tanda pada ciri khas tersebut sebagai ciri khas miliknya sehingga bisa membedakan dengan milik orang lain, logo juga dapat menjadi suatu tanda bagi jaminan kualitas, serta logo dapat mencegah pembajakan suatu ciri khas, atau peniruan (Rustan, 2009).

II.1.7.3 Klasifikasi Logo

Pada sebuah logo akan terdapat suatu elemen dan gambar yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya, logo memiliki jenis-jenis yang dapat dibedakan berdasarkan element visual seperti : (Murphy, John & Rowe, Michael, 2998).

- *Pictorial name Logo*

  Penggunaan nama produk atau organisasi sebagai komponen penting dari gaya logo, dan memiliki gaya yang sangat khusus.
- *Name-Only Logo*

  Jenis logo ini diambil dari sebuah nama, dengan menggunakan gaya khusus, jenis logo tersebut biasanya memberikan ketegasan dan pesan yang tersampaikan langsung pada konsumen.
- *Name/Symbol logo*

  Jenis logo ini menggunakan nama perusahaannya sebagai logo, dengan menggunakan gaya grafis khusus, kelebihan logo jenis ini adalah pada bentuknya yang ringkas dan fleksibel.
- *Associative Logo*

  Logo jenis ini biasanya tidak memuat nama produk perusahaannya, tetapi memiliki asosiasi langsung dengan nama, atau wilayah aktifitasnya. Jenis logo seperti ini mempunyai daya tarik kuat dan mudah untuk dipahami.
- *Initial Letter Logo*

  Menggunakan huruf awal dari nama perusahaan atau produk yang dijadikan sebagai elemen utama dari logo tersebut.
- *Allusive Logo*

Logo jenis ini bersifat kiasan, pada logo tersebut memiliki hubungan yang tidak langsung antara nama dengan logonya sehingga logo jenis ini sulit untuk dipahami.

- *Abstract Logo*
  Logo ini memiliki jenis yang dapat menimbulkan beraneka kesan pada benak konsumen, ini terjadi karena bentuk visual logo sangat abstrak. Diantaranya mengambil suatu bentuk struktural yang dikreasikan dengan efek optis yang bervariasi.
- *Character Logo*
  Logo dengan jenis ini memiliki karakter berupa tokoh maupun figur dari seseorang, logo ini dapat menjadi maskot dari sebuah perusahaan, pada penerapan logo tersebut, terdapat elemen-elemen yang terinspirasi dari beberapa elemen visual yang ada disekitaran objek.

II.2 Objek Penelitian

II.2.1 Burayot

Burayot adalah salah satu makanan tradisional Garut yang banyak dibuat di daerah Leles, Garut juga adalah salah satu daerah di Jawa Barat, wilayah kabupaten garut memiliki 42 kecamatan (Susilowati, 2011). Termasuk didalam nya Leles, masyarakat daerah Leles masih menjaga dan melestarikan resep Burayot dari nenek moyang, terbukti pada daerah Leles memiliki UKM (Usaha Kecil Menengah) yang telah berdiri sejak tahun 1995 dan UKM (Usaha Kecil Menengah) yang melakukan inovasi pada makanan tradisional Garut Burayot tahun 2013 yaitu UKM (Usaha Kecil Menengah) bernama Burayot Pancawarna Bulilis. Burayot yang termasuk makanan tradisional Garut berasal dari bahasa sunda *ngaburayot*, *ngaburayot* sendiri memiliki arti seperti menggantung Selendang atau kain yang digunakan untuk menggendong anak kecil bisa diumpamakan dengan kata *Ngaburayot* (Darpan, 2010).



Gambar II.5 Menggendong Bayi
Sumber: http://kaltim.prokal.co/read/news/296960-gendong-bayi-dari-jarik-hingga-kain-impor.html (Diakses pada 26 November 2017)

Selendang atau kain yang digunakan untuk menggendong bayi pada zaman dahulu memberikan inspirasi pada nenek moyang terkait bentuk dan cara pengolahan Burayot, Burayot yang terbuat dari bahan baku utama seperti tepung beras, kacang merah, dan gula merah banyak dijumpai pada daerah Garut, terutama kebanyakan masyarakat Garut yang memiliki pekerjaan bercocok tanam membuat bahan baku seperti itu tidak susah untuk didapatkan. Bentuk selendang yang dijadikan gendongan pada zaman dahulu sampai sekarang memiliki bentuk yang menggantung, anaknya yang dimasukan kedalam selendang dan selendang tersebut bertumpu dan menggantung pada pundak orang yang menggendong nya, memberikan inspirasi bentuk burayot yang menggantung.

II.2.1.1 Bahan Baku Pembuatan Burayot

Terdapat beberapa bahan baku yang digunakan untuk membuat makanan tradisional Burayot khas Garut yaitu:

1. Tepung beras
2. Gula merah
3. Vanilli
4. Kacang merah
5. Minyak goring

II.2.1.2 Cara Memasak Burayot

Sebelum memluai semua proses pembuatan Burayot, tepung beras yang digunakan untuk membuat Burayot disarankan untuk membuat tepung beras dari beras yang direndam oleh air semalam, kemudian digiling keesokan harinya, manfaat dari pembuatan sendiri tepung beras sendiri, adalah tekstur dari makanan tradisional Burayot tersebut lebih terasa empuk daripada tepung beras yang dibeli di pasar.

Langkah awal pada pembuatan Burayot berawal dari pemasakan gula merah yang dicampur dengan air secukupnya, aduk hingga gula merah menjadi cair, tambahkan sedikit garam, kacang merah bubuk, dan aduk terus sampai semua adonan tercampur rata, kemudian tunggu hingga gula merah dan bahan lainnya yang dimasak menjadi cair.



Gambar II.6 Pemasakan Gula Merah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Setelah adonan gula merah telah mendidih dan telah bercampur dengan adonan sebelum nya, tahap selanjutnya adalah mencampur adonan gula merah cair dengan tepung beras yang dibuat sendiri dari beras yang direndam semalam kemudian digiling esok harinya.



Gambar II.7 Pencampuran Gula Merah dan Tepung Beras
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Aduk adonan cair gula merah dan tepung beras menggunakan alat aduk, agar semua bahan tercampur, penggunaan alat untuk mengaduk semua adonan berfungsi untuk menghindari panas dari gula merah cair yang masih panas, dan membuat adonan tersebut terhindari dari bakteri jika diaduk menggunakan tangan, pengadukan adonan tersebut selesai jika adonan Burayot mentah telah menjadi *kalis* atau semua bahan telah tercampur rata.



Gambar II.8 Adonan Yang Sudah *Kalis*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Setelah adonan telah tercampur atau *kalis*, adonan siap untuk di cetak, namun sebelum di cetak adonan akan di diamkan dahulu beberapa menit sehingga uap panas yang ada didalam adonan tersebut keluar, atau adonan tersebut sudah memiliki suhu yang tidak terlalu panas atau dingin, ketika adonan sudah dingin proses selanjutnya adalah membuat adonan menjadi bulat bulat kecil.



Gambar II.9 Membuat Adonan Burayot menjadi Bulat
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Setelah adonan dibuat bulat di atas plastik, kemudian proses selanjutnya adalah membuat adonan tersebut pipih, pada tahap ini adonan yang di pipihkan tidak boleh terlalu tipis dan tidak boleh juga tebal, jika adonan masih tebal, akan berdampak pada Burayot yang memiliki tekstur lebih keras, namun jika terlalu tipis Burayot yang sudah di masak akan terasa kering.



Gambar II.10 Adonan Yang di Pipihkan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Setelah adonan dipipihkan, maka proses selanjutnya adalah memanaskan minyak goreng hingga benar benar panas, minyak yang di panaskan dahulu hingga benar

benar panas akan berdampak baik untuk Burayot, karena pada tahap pemasakan Burayot tidak terlalu membutuhkan waktu lama untuk membuat Burayot matang.



Gambar II.11 Minyak Yang Dipanaskan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Setelah minyak benar benar panas, maka adonan Burayot pipih siap dimasukan kedalam minyak yang sudah sangat panas, pada proses ini juga, peralatan untuk memasak seperti bambu yang digunakan untuk mengangkat Burayot yang sudah matang dari minyak, pada proses inilah keunikan penggorengan makanan tradisional Burayot khas Garut Jawa Barat terlihat, karena pemasakan Burayot menggunakan sumpit bambu untuk mengangkat Burayot yang sudah matang.



Gambar II.12 Adonan Pipih Dimasak
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Adonan pipih Burayot yang dimasukan pada minyak panas akan dengan cepat matang, tanda dari adonan tersebut matang adalah, adonan tersebut akan menggelembung atau menjadi besar, kemudian terangkat keatas minyak, sehingga seperti mengapung pada permukaan minyak.



Gambar II.13 Adonan Siap Diangkat
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Setelah adonan mengapung dan terangkat diatas minyak, proses selanjutnya adalah menjait adonan tersebut menggunakan bambu khusus seperti sumpit, lalu diangkat adonan tersebut dengan cara menusuk bagian atas adonan yang sudah matang, kemudian mengangkatnya dari minyak, setelah diangkat, letakan pada tempat penirisan minyak, proses ini berfungsi agar Burayot mengeluarkan sisa minyak yang terdapat pada makanan Burayot tersebut.



Gambar II.14 Burayot yang Sudah Matang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Setelah diangkat dari penggorengan, burayot akan didiamkan dahulu pada suatu tempat, tujuannya adalah agar Burayot tersebut tidak memiliki suhu panas sebelum tahap selanjutnya yaitu pengemasan, proses ini juga memiliki tujuan agar minyak yang terdapat pada makanan Burayot semakin berkurang, sehingga kadaluarsa yang terdapat dalam makanan tradisional Burayot cukup lama.



Gambar II.15 Burayot Didiamkan Sampai Dingin
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Tahap selanjutnya setelah salah satu makanan tradisional Garut Burayot ini dingin, maka akan dimasukan kedalam kemasan, dan siap untuk diperjual belikan.



Gambar II.16 Proses Pengemasan Burayot
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

II.2.2 Burayot Pancawarna Bulilis

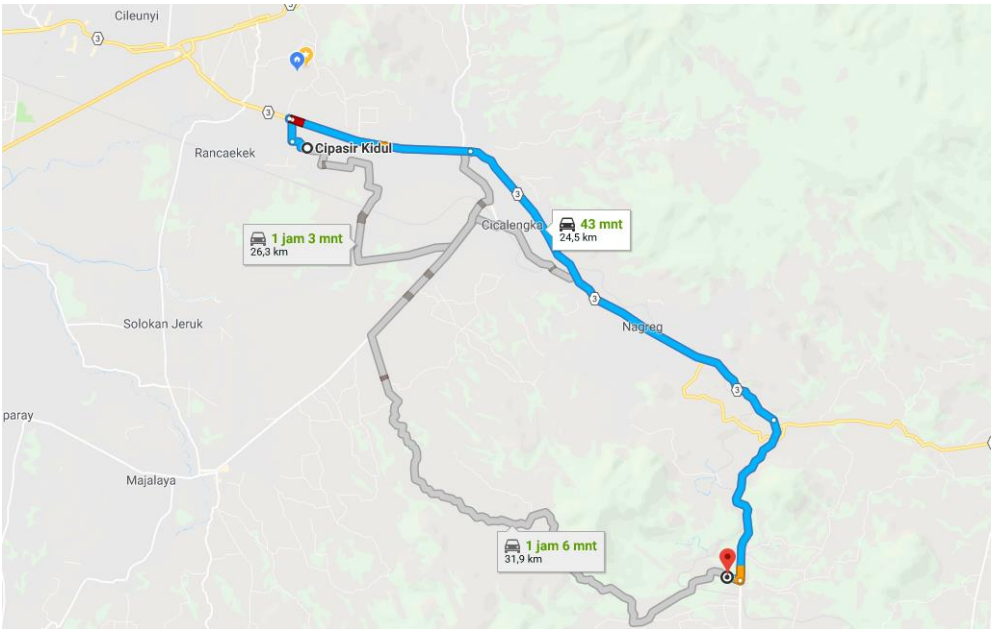
Burayot Pancawarna Bulilis adalah makanan tradisional Burayot yang dibuat oleh salah satu UKM (Usaha Kecil Menengah) yang telah melakukan inovasi pada makanan tradisional Burayot dengan menambahkan rasa dan warna agar menarik perhatian orang yang melihatnya dan yang pernah mencicipinya, warna yang digunakan pada makan Burayot tentu aman bagi tubuh, serta dari beberapa warna Burayot yang diproduksi oleh Bulilis, terdapat beberapa warna dan rasa, seperti warna biru menandakan rasa mentol, warna coklat menandakan rasa coklat, merah

menandakan warna stroberi, warna hijau menandakan rasa pandan, dan warna hitam menandakan rasa beras hitam, Bulilis membungkus produk makanan tradisional nya kedalam *besek* atau tempat pembungkus makanannya yang berbahan dari anyaman kayu bambu.

Burayot Pancawarna Bulilis menjual produknya hanya dengan cara menerima pesananan, melalui media *Instagram*, dan melalui kontak yang ada pada media iklan Burayot Pancawarna Bulilis.

II.2.3 Letak UKM Bulilis

Letak UKM Bulilis yang memproduksi makanan tradisional Garut Jawa Barat terletak di jalan karang tengah, Kecamatan Kadungora, Kabupaten Garut Jawa Barat.

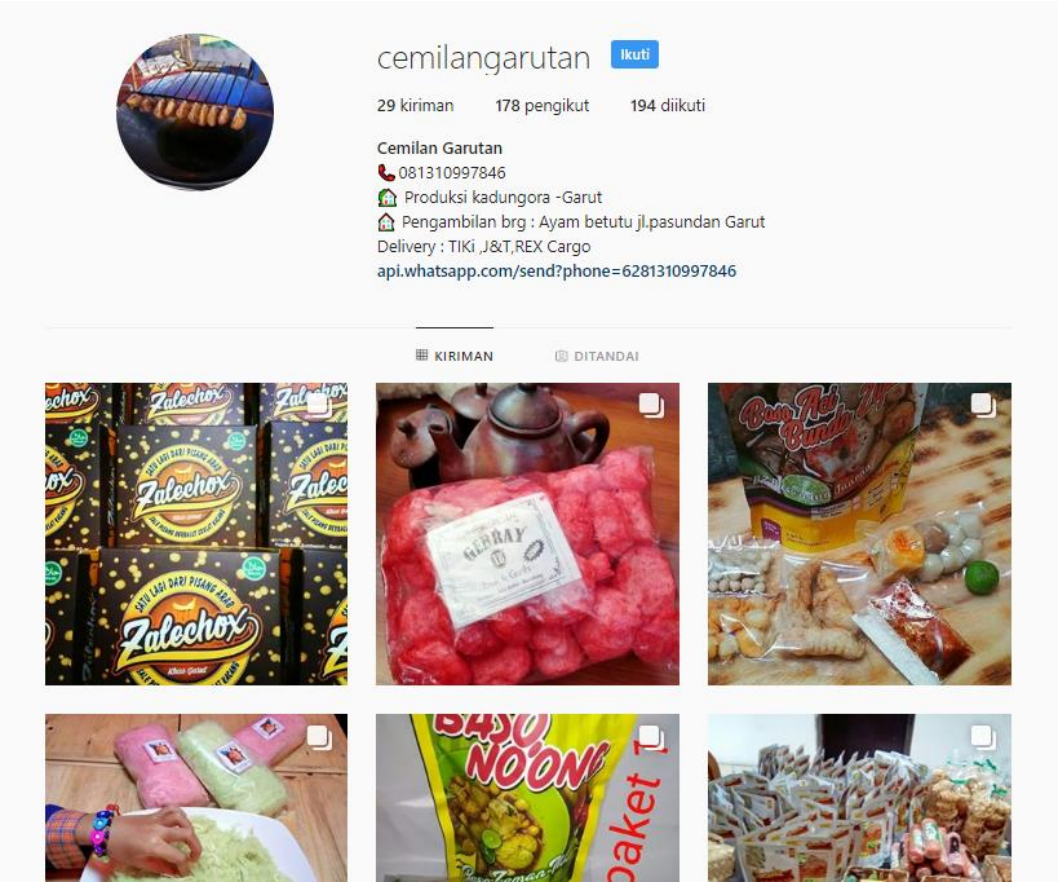


Gambar II.17 Map Kota Garut Menuju "UKM Bulilis"
Sumber: https://www.google.co.id/maps.com (Diakses pada 10 Juli 2018)

II.2.4 Iklan Yang Digunakan Burayot Pancawarna Bulilis

Media iklan yang digunakan UKM (Usaha Kecil Menengah) berupa media sosial yaitu *Instagram* dengan nama "Cemilangarutan", alasan UKM (Usaha Kecil

Menengah) Burayot Pancawarna Bulilis menggunakan media sosial untuk menawarkan produknya adalah pada produk makanan tradisional Burayot sendiri memiliki kelemahan yang dimiliki beberapa makanan berjenis *Jajaneun*, kemudian cara Bulilis menjalankan UKM (Usaha Kecil Menengah) miliknya, Bulilis lebih cenderung hanya menerima pesanan pada produk salah satunya Burayot, sehingga Bulilis tidak membuat dan menyimpan adonan produk Burayot dengan kapasitas banyak, kemudian Bulilis tidak menjual produk Burayot Pancawarna Bulilis pada toko – toko yang ada di sekitarnya, karena terdapat masalah pada kadaluarsa produk Burayot Pancawarna Bulilis, namun Burayot Pancawarna Bulilis pernah menjual produknya keluar kota seperti kota Batam dan kota Riau, namun itupun melalui seseorang yang membeli melewati media sosial *Instagram* kemudian dikirimkan pada pemesan di daerah tersebut, pada iklan dimedia sosial tersebut tidak hanya menampilkan makanan tradisional Burayot saja, namun terdapat beberapa produk yang Bulilis jual.



Gambar II.18 Iklan Media Sosial Burayot Pancawarna Bulilis
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

II.2.5 Logo Yang Digunakan Burayot Pancawarna Bulilis

Logo yang digunakan pada kemasan Burayot Pancawarna Bulilis terbilang sederhana namun masih terdapat beberapa simbol simbol yang sulit dipahami oleh beberapa *audience* sehingga *audience* sulit melihat citra atau karakter dari perusahaan tersebut.



Gambar II.19 Logo Burayot Pancawarna Bulilis
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

II.3 Analisa

II.3.1 Analisa SWOT

SWOT adalah singkatan dari salah satu analisis yaitu *Strenghts* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman) yang muncul dari lingkungan eksternal perusahaan (Jogiyanto, 2005). Pada pemaparan tersebut analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki pada perusahaan, kelemahan yang ada diperusahaan, kemudian peluang yang dimiliki perusahaan serta ancaman apa yang ada untuk perusahaan. Pada analisis SWOT dapat membantu untuk mengetahui permasalahan yang ada pada UKM (Usaha Kecil Menengah) Burayot Pancawarna Bulilis.

Tabel II.1 Analisa SWOT
Sumber : Dokumen Pribadi (8 Juli 2018)

Kekuatan *(Strength)*	• Burayot Pancawarna memiliki keunikan yang telah berinovasi dengan menambahkan rasa dan warna yang menarik. • Produksi Burayot yang baru dibuat ketika ada pesanan membuat masa kadaluarsa Burayot lebih panjang.
Kelemahan *(Weakness)*	• Makanan tradisional Burayot yang tidak memiliki masa kadaluarsa yang cukup lama, hanya bertahan kurang lebih 9 hari setelah dimasak. • UKM (Usaha Kecil Menengah) Bulilis hanya menggunakan iklan dari media sosial *Instagram.*
Peluang *(Oportunity)*	• Bisa menjadi potensi lapangan pekerjaan bagi masyarakat. • Adanya peluang untuk masyarakat luas mengetahui tentang salah satu makanan tradisional Burayot yang berasal dari Garut Jawa Barat. • Membuat jajanan tradisional kembali diminati oleh banyak masyarakat.
Ancaman *(Threats)*	• Persaingan dari makanan makanan yang telah banyak disukai dan diminati oleh kebanyakan orang. • Hilangnya salah satu kekayaan suatu warisan nenek moyang karena tidak dilestarikan dan dijaga oleh masyarakat.

II.3.2 Analisa 5W+1H

Pada analisa 5W + 1H memlikiki tujuan untuk mengetahui lebih lanjut terkait informasi yang ada di UKM Bulilis, Analisis 5W + 1H ini bersifat subjektif pada tahap ini, dilakukan penelitian dan pengamatan terhadap UKM Bulilis dengan tujuan untuk mendapatkan informasi sebagai berikut:

What

Usaha kecil menengah (UKM) Bulilis yang memproduksi makanan tradisional Burayot yang terletak di desa Leles Garut Jawa Barat.

Who

Masyarakat yang datang dari Bandung, dan berkunjung ke Garut Jawa Barat.

Why

Makanan tradisional Burayot yang hampir dilupakan oleh kebanyakan masyarakat akan berdampak buruk, maka dibutuhkan identitas yang kuat untuk membuat masyarakat ingat kembali pada salah satu makanan tradisional khas Garut Jawa Barat ini, sehingga salah satu peninggalan nenek moyang tidak dilupakan.

Where

Media – media yang menunjukan identitas tersebut ditempatkan pada akses jalan menuju daerah Leles Garut Jawa Barat.

When

Penempatan maksimal media identitas tersebut ditempatkan pada saat akses jalan menuju daerah Leles terlihat padat, namun saat tidak terlalu padat, media identitas tetap dipasang, sehingga siapa saja yang menggunakan akses menuju Leles Garut Jawa Barat dapat melihat identitas tersebut.

How

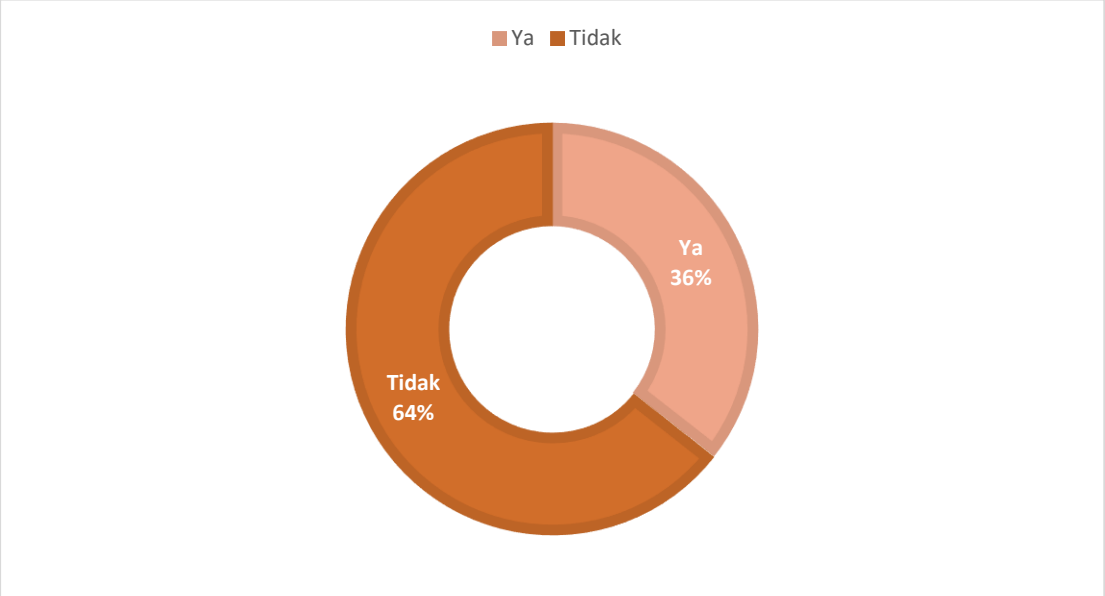
Media identitas tersebut dibuat agar kebanyakan masyarakat yang melihatnya, akan mengetahui bahwa terdapat suatu makanan tradisional Garut Jawa Barat yang memiliki identitas cukup kuat di daerah Leles Garut Jawa Barat.

II.3.3 Kuesioner

Untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada masyarakat terkait masalah salah satu makanan tradisional Garut yaitu Burayot, dilakukan penyebaran kuesioner pada masyarakat Bandung yang hendak pergi ke Garut Jawa Barat, dan pada daerah Leles Garut Jawa Barat, beberapa pertanyaan yang disampaikan pada responden untuk mengisi kuesioner antara lain:

1. Apakah anda mengetahui bahwa Garut memiliki makanan tradisional Burayot ?

   Tujuan mempertanyakan pada responden terkait, daerah Garut memiliki makanan tradisional Burayot adalah untuk mengetahui apakah kebanyakan masyarakat mengetahui pada daerah Garut memiliki makanan tradisional salah satunya Burayot.

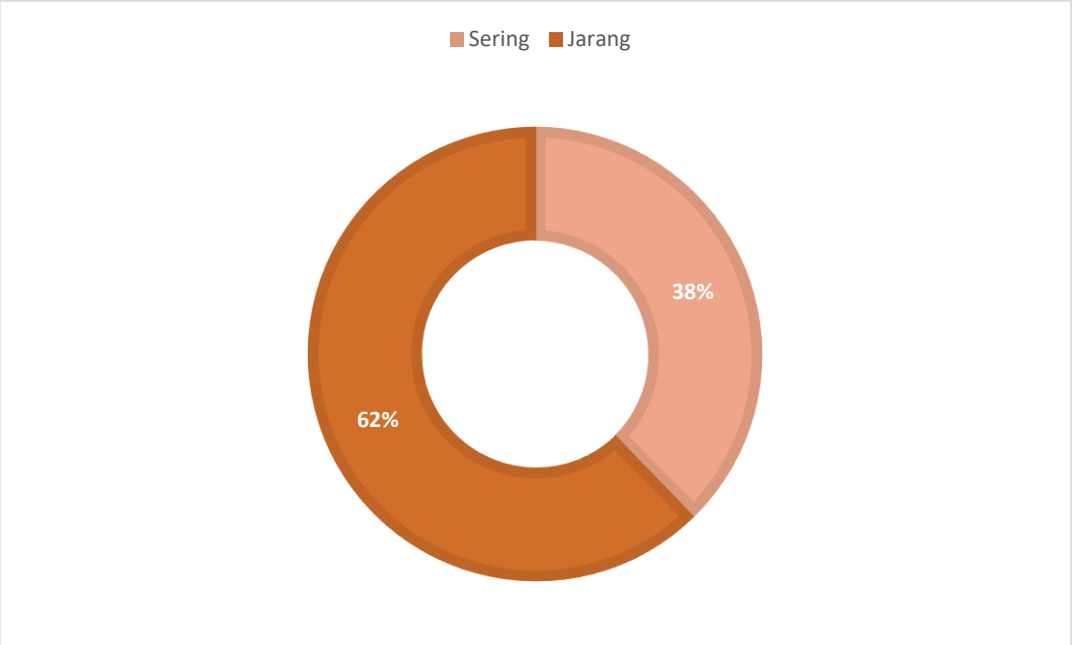


Gambar II.20 Garut Memiliki Burayot
Sumber: Dokumentasi Pribadi (18 juni 2018)

Dari tabel diatas responden yang menjawab tidak adalah 64% dan yang menjawab mengetahui bahwa Garut memiliki makanan tradisional Burayot adalah 36%, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan masyarakat tidak mengetahui bahwa daerah Garut Jawa Barat memiliki makanan tradisional Burayot.

2. Apakah anda pernah melihat spanduk, billboard, dll yang menunjukan identitas makanan tradisional Garut ?

Tujuan mempertanyakan pertanyaan tersebut adalah untuk mengetahui apakah masyarakat pernah melihat logo dari suatu produk pada saat perjalanan menuju daerah Garut Jawa Barat, dan mengetahui penyebab mengapa salah satu makanan tradisional Burayot khas Garut ini kurang diketahui oleh kebanyakan masyarakat.



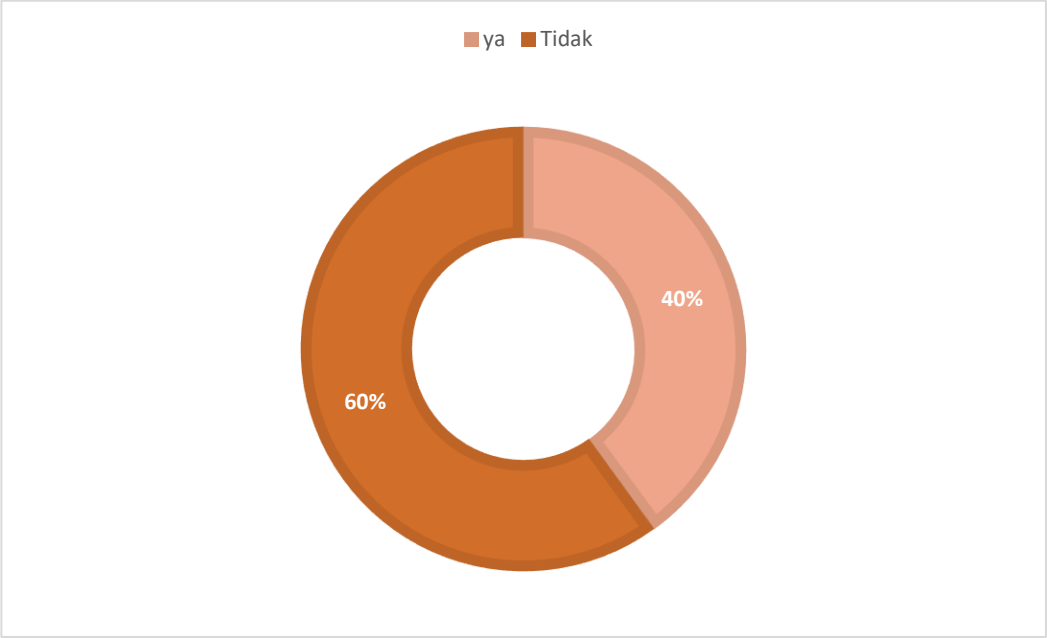
Gambar II.21 Media Pada Perjalanan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2018)

Pada data yang diperoleh, 38% masyarakat yang pergi ke daerah Garut Jawa Barat menjawab sering melihat media yang berisikan identitas dari suatu makanan tradisional Garut Jawa Barat, dan 62% masyarakat yang pergi ke daerah Garut Jawa Barat menjawab jarang melihat suatu media yang

menunjukan identitas dari salah satu makanan tradisional khas Garut Jawa Barat, pada penjelasan tersebut dapat disimpulkan mengapa makanan tradisional yang berada di daerah Garut Jawa Barat terutama Burayot, kurang diketahui oleh banyak masyarakat, karena masyarakat yang hendak pergi ke daerah Garut Jawa Barat, cukup jarang melihat suatu identitas dari salah satu makanan tradisional yang berada di Garut Jawa Barat.

3. Apakah teks yang berada pada gambar terlihat cukup jelas ?

Pada pertanyaan ini ditampilkan foto dari salah satu identitas visual suatu UKM Bulilis yang berada di daerah Leles Garut Jawa Barat, dengan tujuan untuk mengetahui apakah kebanyakan masyarakat dapat melihat dengan jelas teks yang ada di dalam logo atau tidak.



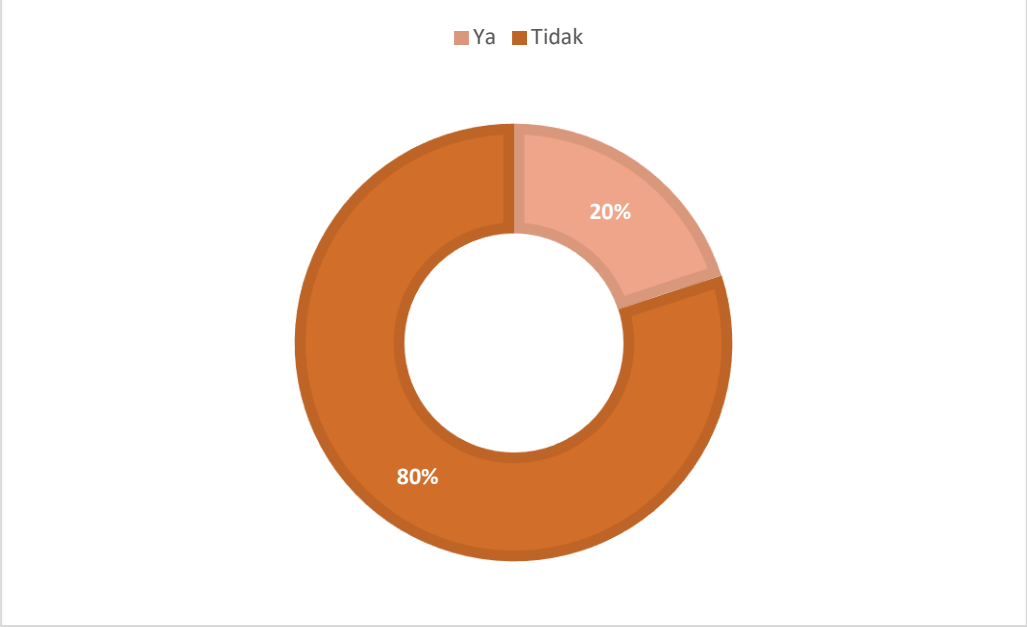
Gambar II.22 Keterbacaan Teks
Sumber: Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2018)

Pada data tersebut 60% masyarakat tidak dapat melihat dengan jelas teks apa saja yang terdapat pada salah satu logo UKM Burayot yang berada di Garut, dan 40% menjawab bahwa teks yang terdapat pada logo tersebut cukup jelas, informasi yang berada dalam logo UKM Bulilis kurang dapat

dibaca oleh banyak orang, sehingga penyampaian informasi yang ada didalam logo tersebut kurang.

4. Apakah anda paham terhadap ilustrasi yang ditampilkan pada gambar tersebut ?

   Pada pertanyaan ini ditampilkan foto salah satu UKM Bulilis yang bergerak dibidang pembuatan makanan tradisional Burayot Garut Jawa Barat, bertujuan untuk mengetahui apakah kebanyakan masyarakat paham terhadap ilustrasi yang ditampilkan pada identitas visual tersebut.



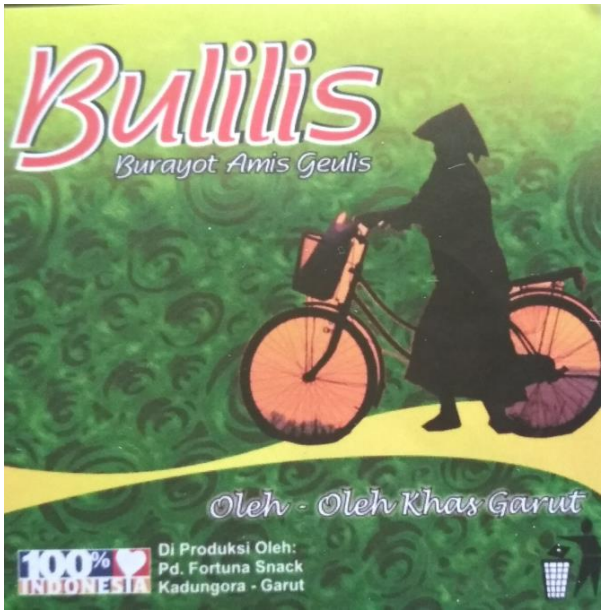
Gambar II.23 Pemahaman Terhadap Ilustrasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi (18 Juni 2018)

Pada data diatas, dapat disimpulkan bahwa 80% masyarakat tidak bisa mengetahui arti dari ilustrasi yang terdapat didalam identitas visual UKM Bulilis, dan 20% menjawab bahwa ilustrasi yang terdapat pada identitas visual UKM Bulilis bisa dimengerti, sehingga kebanyakan orang akan sulit mengetahui identitas dan citra dari UKM Bulilis, kebanyakan masyarakat hanya mengetahui bahwa logo tersebut memiliki kesan tradisional, namun

tidak mengetahui lebih lanjut terkait informasi logo UKM Bulilis yang bergerak dibidang pembuatan makanan tradisional Garut Jawa Barat.

II.3.4 Analisis Permasalahan

UKM Bulilis yang bergerak dibidang pembuatan makanan tradisional khas Garut Jawa Barat ini memiliki permasalahan pada logo dan permasalahan lainnya, logo yang digunakan sebelumnya terlihat kurang menarik, dan terdapat juga beberapa masalah lainnya, beberapa permasalahan yang seperti logo yang kurang menarik serta masih memiliki ilustrasi yang kurang dipahami oleh banyak masyarakat sehingga kebanyakan masyarakat kurang mengetahui identitas dari salah satu makanan tradisional Burayot ini.



Gambar II.24 Logo UKM Bulilis
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

II.3.4.1 Analisis Identitas UKM Bulilis

a. Makna Logo

Makna logo yang terdapat didalam logo UKM Bulilis masih kurang dapat dipahami oleh banyak masyarakat, sehingga identitas yang ingin ditunjukan masih kurang dapat dipahami, UKM Bulilis yang bergerak dibidang makanan tradisional daerah Garut masih belum terlihat dalam identitas visual tersebut.

b. Anotomi Logo

- *Picture Mark*

Pada bagian anotomi logo UKM Bulilis menggunakan *picture mark* orang yang sedang menuntun sepedah dengan keranjang didepan sepedahnya, pada ilustrasi tersebut diperlihatkan orang yang sedang menuntun sepedah sedang menggunakan topi yang biasa digunakan petani ketika mereka sedang bekerja disawah, kebanyakan masyarakat tidak mengetahui maksud dari ilustrasi tersebut, karena mereka berpendapat bahwa jika hanya melihat dari *picture mark* nya saja, identitas produk yang perusahaan ini jual adalah perlengkapan untuk bertani.



Gambar II.25 *Picture Mark*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

- *Lettermark*

UKM Bulilis menggunakan *Lettermark* pada logonya, *lettermark* pada logo UKM Bulilis menjadi *logotype* yang bertuliskan Bulilis, dengan karakter

tulisan yang memiliki keterbacaan kurang, sehingga kebanyakan masyarakat sulit untuk membaca *lettermark* ini.



Gambar II.26 *Lettermark*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

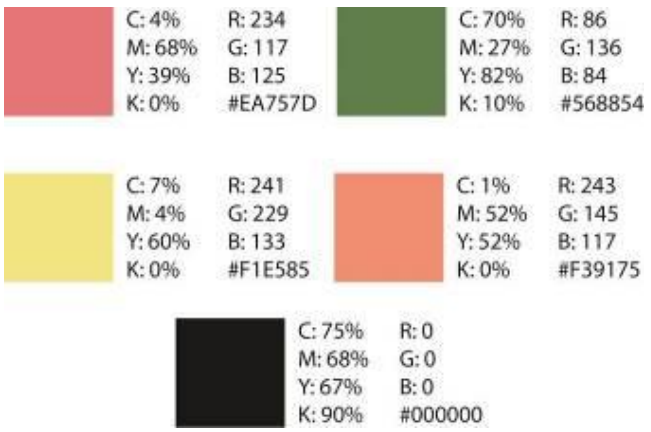
- *Tageline*

Penggunaan karakter pada huruf yang digunakan di *tageline* memiliki tingkat keterbacaan yang kurang, dan ukuran huruf yang kecil, sehingga kebanyakan masyarakat akan sulit untuk membacanya.



Gambar II.27 *Tageline*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

- Warna

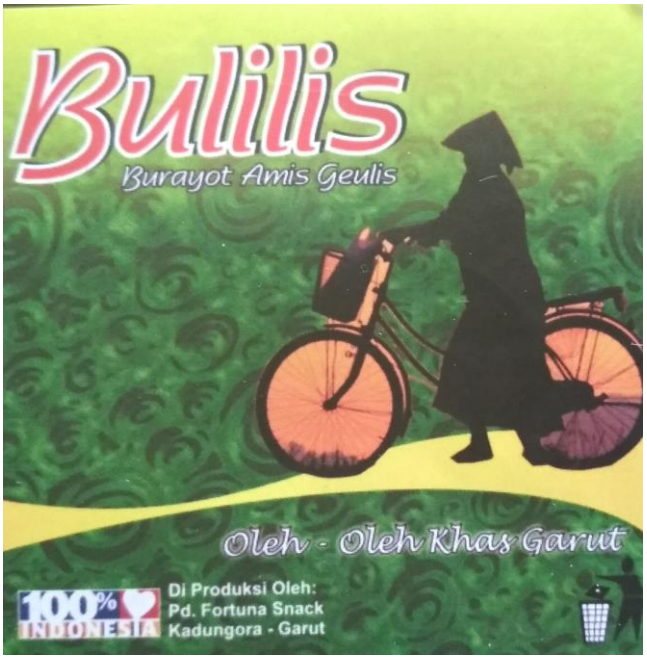


Gambar II.28 Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Warna yang digunakan pada logo UKM Bulilis menggunakan warna hijau tua, merah muda, kuning, oren, dan hitam, pada pemilihan warna tersebut belum mewakili dari produk yang UKM Bulilis jual, yaitu Burayot Pancawarna.

II.3.4.2 Permasalahan Logo UKM Bulilis

- Identitas visual UKM Bulilis masih kurang mewakili produk yang dijual.
- Tidak adanya elemen visual seperti gambar Burayot yang menjadi produk UKM Bulilis yang dapat memperlihatkan bahwa UKM tersebut menjual produk makanan tradisional Burayot.
- Informasi yang ditulis pada logo masih kurang keterbacaannya, sehingga informasi yang hendak disampaikan tidak dapat diterima dengan baik oleh kebanyakan masyarakat.



Gambar II.29 Logo
Sumber: Dokumentasi Pribadi (6 Mei 2018)

Seperti wajah pada manusia, logo adalah salah satu elemen paling utama dalam sebuah identitas visual dan paling utama yang terlihat secara fisik. Logo akan

menggambarkan semua atribut non fisik lainnya sebagai jiwa dari entitas tersebut seperti visi dan misinya, seluruh kepribadiannya serta hal lainnya (Rustan, 2009).

Berdasarkan permasalahan dapat disimpulkan bahwa logo UKM Bulilis masih memiliki kekurangan dari penyampaian informasi yang hendak disampaikan, hingga ilustrasi yang masih kurang untuk menggambarkan identitas dari UKM Bulilis.

II.3.4 Hasil Analisis

Kesimpulan analisis yang didapat dari metode kualitatif yang dilakukan dari hasil kuisioner dengan responden masyarakat yang hendak berpergian ke Garut Jawa Barat, dan wawancara pada beberapa UKM (Usaha Kecil Menengah) di Garut Jawa Barat terlampir bahwa.

Kebanyakan masyarakat yang masih ingin menjaga dan melestarikan makanan tradisional sangat banyak, namun informasi yang didapat masih kurang, salah satu makanan tradisional khas Garut Jawa Barat yaitu Burayot sudah hampir terlupakan oleh masyarakat, UKM (Usaha Kecil Menengah) makanan tradisional Burayot tersebut tidak membuat persediaan Burayot yang cukup banyak, karena makanan tradisional Burayot memiliki masa kadaluarsa tidak cukup lama, kemudian UKM (Usaha Kecil Menengah) daerah Leles yang berada di Garut Jawa Barat tentu masih ingin mempertahankan salah satu makanan tradisional yang diturunkan oleh nenek moyang tersebut terlihat dari, dan kebanyakan UKM (Usaha Kecil Menengah) pembuat Burayot yang berada di Garut memiliki semangat yang tinggi untuk mempertahankan salah satu makanan tradisional Burayot, karena hasil wawancara beberapa pemilik UKM (Usaha Kecil Menengah) yang terdapat di Garut, pada hari hari besar seperti *Iduladha*, dan sebagainya produksi makanan tradisional Burayot meningkat cukup banyak, namun beberapa UKM (Usaha Kecil Menengah) seperti Burayot Pancawarna Bulilis yang terdapat di daerah Garut hanya mengandalkan promosi dari media sosial *Instagram* serta menggunakan logo yang kurang dapat dipahami oleh banyak orang, sehingga identitas dari makanan tradisional Burayot kurang diketahui oleh banyak masyarakat.

II.4 Resume

Berdasarkan dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa makanan tradisional Burayot diarahkan pada pembuatan identitas visual yang dapat membuat masyarakat luas mengetahui dan mengingat salah satu UKM makanan tradisional di Garut Jawa Barat, dan memberikan citra yang baik sehingga masyarakat luas akan terus mengetahi salah satu makanan tradisional Garut Jawa Barat melalui salah satu UKM Bulilis yang terletak di daerah Leles Garut, kemudian membuat suatu media yang menginformasikan kembali identitas UKM (Usaha Kecil Menengah) Burayot Pancawarna Bulilis sebagai salah satu dari beberapa banyak UKM (Usaha Kecil Menengah) Burayot yang ada di daerah Garut. Sehingga makanan tradisional Burayot akan kembali diketahui oleh banyak masyarakat yang hendak berpergian ke Garut Jawa Barat, dan membuat UKM Bulilis memiliki identitas visual yang kuat.

II.5 Solusi Perancangan

Dari resume diatas dapat disimpulkan solusi perancangan yang dibutuhkan makanan tradisional Burayot adalah pembuatan kembali Logo UKM Bulilis, iklan cetak seperti baliho, billboard, dan sebagainya yang ditampilkan pada beberapa jalan menuju Leles Garut Jawa Barat, sehingga masyarakat yang berpergian menuju Garut Jawa Barat akan melihat iklan tersebut, dengan tujuan membuat masyarakat yang mengunjungi acara tersebut dapat mengetahui bahwa makanan Burayot adalah salah satu makanan khas dari Garut Jawa Barat, sehingga masyarakat yang sudah mengetahui dan merasakan makanan tradisional Burayot ikut menjaga dan melestarikan salah satu makanan tradisional Garut Jawa Barat tersebut.