

**PERANCANGAN MOBILE APPLICATION PENGENALAN MASAKAN  
KHAS BETAWI UNTUK REMAJA 22 – 30 TAHUN DI JAKARTA**

***DESIGN MOBILE APPLICATION TO INTRODUCE BETAWI FOOD  
FOR ADULT 22 – 30 YEAR OLD IN JAKARTA***

Siti Badzlina Balqis

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

Balqis250694@gmail.com

---

**Abstrak**

Etnik Betawi merupakan penduduk yang memiliki ciri khas dibandingkan dengan pendatang lain yang ada di Jakarta, dimulai dari bahasa, budaya, dan adat istiadatnya. Rakyat Betawi memiliki adat dan pengetahuan yang unik seperti bahasa rakyat, cerita rakyat, seni kerajinan, dan masih banyak lagi termasuk masakan, makanan, dan minuman. Seperti halnya kebudayaan Betawi yang terdiri dari perpaduan unsur-unsur dari luar seperti Cina, Timur Tengah, dan Belanda, masakanannya pun mengandung perpaduan dari unsur-unsur luar tersebut, masakan dari unsur-unsur tersebut dapat dikenali dalam masakan khas Betawi. Hampir semua masakan khas Nusantara sudah memasuki kota Jakarta sehinggalah disayangkan masakan khas Betawi tinggal sebagian ikon kecil seperti kerak telur dan soto Betawi. 76% remaja di Jakarta kurang mengenal masakan khas Betawi. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan AIO (*activity, interest, opinions*) untuk mengetahui kegiatan sehari-hari dan kesukaan remaja saat ini. Angka pertumbuhan penggunaan internet yaitu 50% hingga 80% dan sebagian besar pengguna *gadget* adalah remaja. Dari penjelasan di atas diperlukan sebuah media yang dapat menginformasikan mengenai pengenalan masakan khas Betawi melalui *Mobile Application* dengan tampilan yang lebih menarik dengan warna khas Betawi agar lebih menarik remaja untuk mengenal dan mempelajari masakan khas Betawi. Aplikasi ini bernama “Dapur Betawi Mpok Ipeh” yang berisi Sejarah, informasi manfaat dari bahan dasar masakan, Resep, dan juga cara memasak.

**Kata kunci :** Betawi, Masakan, *Mobile Application*

---

***Abstract***

*Batavian Ethnic is original inhabitant of Special Region of Jakarta that has typical character, compared with imigrants there, such as the language, culture, and tradition. Batavian people have unique tradition and knowledge about their dialect, folktale, folk art, and craft, and many more including food and drink. As how Batavian culture that consist of combination of some foreign cultures from China, Middle East, and Netherland the cullinary is also contains the combination of those foreign countries that can be known in the traditional cullinary of Batavia. Most of all Nusantara cullinary have entered Jakarta city, until Kerak Telor and Soto Betawi are the only two left as little icons of Batavian cullinary. About 76% teenagers in Jakarta do not know much about Batavian cullinary. This reaserch using AIO (activities, interest, opinions) method of approach to recognise the daily activities and likes of Jakarta’s teenagers today. The growth number of internet usage is 50% until 80% and most of gadget users are teenagers. Based on the explanation above, an information media is needed to introduce Batavian cullinary through mobile application with more interesting display by using Batavian typical colors to get more teenager’s attention in knowing and learning the Batavian cullinary. This application named “Dapur Betawi Mpok Ipeh”, it contains history, information of benefit of the ingredients, recipes, and the steps.*

**Keywords:** *Batavia, Cullinary, Mobile Application*

---

## 1. Pendahuluan

Etnik Betawi merupakan penduduk yang memiliki ciri khas dibandingkan dengan pendatang lain yang ada di Jakarta dengan ciri-ciri dari bahasa, budaya dan adat istiadatnya. Rakyat Betawi terikat secara emosional dengan kampung halamannya di Jakarta, dimana saat ini mungkin hanya tinggal kenangan karena sudah dilanda gelombang pembangunan yang besar-besaran. Dalam Shahab 2004, Sensus Penduduk tahun 1930 persentase rakyat Betawi merupakan rakyat yang dominan di Jakarta karena mencapai 64,5% dari seluruh penduduk di Jakarta, tapi pada sensus penduduk 2000 jumlah mereka hanya 27,65%. Berkurangnya rakyat Betawi dalam sensus penduduk tahun 2000, dikarenakan membanjirnya rakyat-rakyat pendatang dari wilayah nusantara. Dalam rakyat Betawi terdapat beberapa adat dan pengetahuan yang unik yaitu bahasa rakyat, cerita rakyat, tari-tarian, seni kerajinan, dan masih banyak lagi termasuk masakan, makanan dan minuman.

Makanan khas Betawi sebagaimana kebudayaannya yang merupakan sebuah perpaduan unsur dari luar seperti kuliner dari Cina, Timur Tengah dan Belanda. Masakan dari unsur-unsur tersebut dapat dikenali dalam masakan khas Betawi, namun ada beberapa masakan yang murni yang berasal dari luar Betawi namun dalam penyebarannya di Betawi makanan tersebut mengalami perubahan nama. Hampir semua kuliner khas Indonesia hadir di Jakarta, namun yang sangat disayangkan masakan khas Betawi yang merupakan suku asli Jakarta mulai terpinggirkan dalam arti sudah jarang masakan khas Betawi hadir di kota Jakarta melainkan hadir di pinggir Jakarta, tinggal sebagai kecil ikon kuliner khas Betawi yang masih sering terdengar yaitu kerak telur, nasi uduk, dan soto betawi. Berbagai masakan Nusantara yang ada di kota Jakarta menjadikan masakan khas Betawi memiliki banyak saingan dalam bidang kuliner. Hal itu menyebabkan masakan khas Betawi sulit untuk ditemukan di kota Jakarta. Rata-rata sekitar 76% remaja di Jakarta kurang mengenal masakan khas Betawi selain ikon Kuliner seperti kerak telur dan soto Betawi.

Angka pertumbuhan pengguna internet di Indonesia, yaitu 50% hingga 80% dari masing-masing kota di Indonesia dan remaja merupakan sebagian besar yang menggunakan gadget di Indonesia. *Gadget* dapat memudahkan bagi remaja untuk memasak tanpa harus membuka buku resep. Remaja dapat mengenal dan mengetahui juga informasi, sejarah dari masakan khas Betawi dengan mudah melalui *gadget*.

Dari masalah yang ada penulis ingin membuat media *mobile application* guna mengenalkan masakan khas Betawi untuk Remaja, agar masakan khas Betawi dapat tetap dinikmati di kota Jakarta dan tidak terpinggirkan keberadaannya. Tujuan perancangan aplikasi ini adalah mengenalkan masakan khas Betawi yang belum banyak diketahui terutama bagi kalangan remaja di Jakarta. Melalui *mobile application* khususnya bagi remaja yang menyukai kuliner dapat mengenal masakan tradisional Betawi dengan mudah sehingga dapat membantu mempertahankan masakan tradisional Indonesia, seperti halnya menjaga tradisi yang dilakukan oleh orang Betawi pada waktu dahulu. Sistem aplikasi ini bertujuan agar dapat menarik minat remaja untuk mengenali juga mempertahankan kuliner khas Betawi di kota Jakarta.

Dalam perancangan *Mobile Application* pengenalan masakan khas Betawi ini, masalah yang diidentifikasi yaitu: Kurangnya remaja yang mengenal masakan khas Betawi selain kerak telur dan soto betawi di kota Jakarta, dan kecanduan remaja terhadap teknologi disebabkan oleh semakin pesatnya perkembangan teknologi.

Untuk mendapatkan data yang akurat, penulis menggunakan metode kualitatif dalam penyusunan tugas akhir ini yang berlandaskan pada filsafat *post-positivisme*. Dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, maka digunakan untuk meneliti pada kondisi objek ilmiah, dan teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan diantaranya adalah: wawancara, observasi, studi literatur, dan kuesioner.

## 2. Dasar Teori /Material dan Metodologi/perancangan

### 2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain yaitu hal yang berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, dan kreativitas, komunikasi yaitu ilmu maupun sarana yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan, dan visual adalah sesuatu yang dapat dilihat (Kusrianto, 2007: 12). Komunikasi visual adalah sebuah komunikasi yang menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk menyampaikan

### **2.1.1 Teori Tipografi**

Rangkaian huruf sebuah kata atau kalimat selain memberikan suatu makna yang mengacu pada sebuah objek atau gagasan melainkan memiliki kemampuan menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Huruf memiliki nilai fungsional dan nilai estetis, pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam sebuah disiplin seni yang disebut seni (Danton Sihombing, 2001: 2). Fungsi dari huruf selain sebagai media penyampai pesan juga mempunyai fungsi utama, yaitu fungsi komunikasi, fungsi identitas, dan fungsi, estetis. Tipografi juga mempunyai peranan sebagai prasarana komunikasi grafis tidak mungkin terlepas dari syarat keterbacaan (*legibility*), yaitu huruf yang menjadikan susunannya mudah dibaca (Soedewi, 2006: 11).

### **2.1.2 Teori Ilustrasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian ilustrasi yaitu gambar (foto, lukisan) untuk membantu memperjelas informasi, karangan, dan sebagainya. Ilustrasi digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat, cepat, serta tegas, dan merupakan terjemahan dari sebuah judul. Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tak terbaca namun bisa mengurai cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi maka pesan lebih berkesan, karena pembaca akan lebih muda mangingat gambar daripada kata-kata.

### **2.1.3 Teori Warna**

Dewasa ini orang memilih warna tidak hanya sekedar mengikuti selera berdasarkan perasaan saja melainkan dengan kesadaran penuh dalam memilih warna atas kegunaannya. Pada abad ke-15, Leonardo da Vinci menemukan warna utama yang fundamental atau warna utama psikologis, yaitu merah, kuning, hijau, biru, hitam, dan putih. Warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dan dapat mempengaruhi emosi manusia, warna juga dapat menggambarkan suasana hati seseorang. Warna sering terungkap dalam seni sastra baik lama maupun sastra modern, puisi atau prosa sebagai kiasan atau perumpamaan.

### **2.1.4 Teori Layout**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia komposisi merupakan integrasi warna, garis, bidang untuk mencapai kesatuan yang harmonis. Layout atau komposisi adalah perencanaan penempatan semua unsur naskah iklan mulai dari tulisan, gambar, ilustrasi, teks, nama, alamat, dan sebagainya, dengan pengukuran seksama (melalui bidang-bidang pengukur yang ketat), Jefkins (1996) dalam Surianto (2009: 47).

### **2.1.5 Teori Fotografi**

Fotografi merupakan seni atau proses penghasilan gambar dan cahaya film. Karya fotografi merupakan salah satu elemen dari desain grafis, yang fungsinya sama seperti lukisan, gambar, maupun ornamen dekoratif, yaitu memberikan hiasan atau ilustrasi. Sebagai elemen, foto dapat menjadi fokus utama dari sebuah desain grafis. Namun foto yang dapat berdiri sendiri dalam membawakan sebuah pesan sangat terbatas. Secara minimum masih diberi teks untuk memperkuat pesan yang disampaikan (Kusrianto, 2007: 119).

## **2.2 Teori Media Informasi**

media informasi yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui sarana komunikasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media informasi adalah sarana atau alat yang digunakan dalam proses penyimpanan pesan oleh komunikator kepada komunikan yang menimbulkan efek tertentu. Komunikasi dalam desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi mekanikal saja tetapi ada fungsi lainnya, yaitu memberi inspirasi, informasi dan

menggerakkan kita untuk beraksi. Berikut empat fungsi desain komunikasi visual: 1. Untuk memberitahu dan memberi informasi, 2. Untuk memberi penerangan, 3. Untuk membujuk, 4. Untuk melindungi.

### 2.3 Teori *Mobile Application*

Mobile application adalah sebuah perangkat pada perangkat *mobile* yang beroperasi untuk melakukan tugas-tugas bagi para pengguna ponsel. (Fauzia & Hidayat, 2008: 5). *Mobile application* dapat dibagi menjadi enam kelompok kategori yaitu: komunikasi, permainan, multimedia, produktivitas, *travel*, *utilities*

### 2.4 Teori Psikologi Remaja dan Dewasa Dini

Masa remaja (*adolescence*) sebagai periode transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan-perubahan biologis, kognitif dan sosio-emosional. Perubahan biologis, kognitif, dan sosio-emosional yang dialami remaja dapat berkisar mulai dari perkembangan fungsi seksual hingga proses berpikir abstrak dan kemandirian. Tugas pokok remaja adalah mempersiapkan diri memasuki masa dewasa. Rentang waktu masa remaja dimulai berkisar antara 10-13 tahun dan berakhir pada sekitar usia 13-22 tahun. Masa dewasa awal (*early adulthood*) biasanya dimulai di akhir usia belasan tahun atau awal dua puluhan dan berakhir sampai usia tiga puluhan. Masa ini merupakan saat untuk mencapai kemandirian pribadi dan ekonomi, serta perkembangan karir (Santrock, 2007: 20 - 21).

## 3. Pembahasan

### 3.1. Konsep Pesan

Berdasarkan analisis teori dan data yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka didapatkan konsep pesan yang menjadi dasar acuan dalam proses perancangan *mobile application* pengenalan masakan khas Betawi untuk remaja. Konsep pesan yang ingin di sampaikan yaitu: “*Kenali dan jangan lupakan masakan khas Betawi. Pertahankan dan jaga kuliner khas Betawi agar tidak terpinggirkan dari Kota Jakarta*”. *Tagline* yang digunakan “nyok, masak di dapur Betawi” maksud dari *tagline* tersebut adalah katanya *nyok* yang berarti mengajak ealam bahasa Betawi untuk mengajak remaja dengan melihat resep dari aplikasi Dapur Brtawi karena resep yang diperoleh asli dari dapur orang Betawi. Berikut ini bebrapa gagasan dasar dakam merancang *mobile application* tersebut, yaitu:

1. Hadirnya *mobile application* tentang pengenalan masakan khas Betawi dengan sejarah dan beberapa informasi seputar masakan khas Betawi yang ditujukan untuk khalayak sasaran remaja dengan tampilan menarik dirasa belum ada, sehingga diharapkan dengan adanya aplikasi ini dapat menjadi sebuah media yang berbeda dan lebih menarik minat remaja untuk mengenal masakan khas Betawi.
2. Dengan adanya *mobile application* pengenalan masakan khas Betawi untuk remaja ini diharapkan tidak sekedar melihat dan mempraktikan, melainkan terdorong untuk membuat masakan khas Betawi saat kumpul bersama keluarga, dan dapat mempertahankan masakan khas Betawi di kota Jakarta.
3. Diharapkan dengan *mobile application* ini dapat membantu mempertahankan masakan khas Betawi yang sudah mulai sulit ditemukan di kota Jakarta, dan tetap dipertahankan sampai kapanpun dan jangan sampai menghilang dari Jakarta.

### 3.2 Konsep Kreatif

Strategi kreatifif yang dilakukan dalam perancangan *mobile application* ini adalah menampilkan resep masakan khas Betawi dengan beberapa informasi seperti sejarah dan manfaat bahan masakan yang digunakan pada masakan khas Betawi. Menggunakan pengambilan foto masakan yang lebih menarik dan tampilan yang memiliki warna khas Betawi yaitu dengan warna yang mencolok seperti merah, kuning hijau, biru dan jingga. *Mobile application* ini memiliki tampilan yang lain dalam menulis resep yaitu adanya gambar bahan-bahan yang digunakan, dan menggunakan tipografi yang tidak kaku yaitu menggunakan font *handwriting*.

#### 3.2.1 Strategi Pendekatan

Penyampaian pesan pada *mobile application* ini dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu menggunakan tahap AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

<i>Attention</i> (Perhatian)	: Memberi tahu khalayak sasaran remaja bahwa masakan khas Betawi tidak hanya sekedar kerak telur dan soto Betawi. Serta masakan khas Betawi yang mulai sulit ditemukan di kota Jakarta bisa dibuat sendiri dan sehat untuk dihidangkan bersama keluarga.
<i>Intrest</i> (Minat)	: Membuat khalayak sasaran tertarik untuk mengenal dan berminat untuk mempelajari resep makanan khas Betawi serta sejarah dari masakan khas Betawi tersebut dengan tampilan yang lebih menarik.
<i>Desire</i> (Keinginan)	: Memberikan rasa keingintahuan terhadap sejarah dan uniknya masakan khas Betawi serta beberapa informasi manfaat mengenai masakan khas Betawi dengan menggunakan <i>mobile application</i> pengenalan 10 masakan khas Betawi.
<i>Action</i> (Tindakan)	: Diharapkan khalayak sasaran terus mencoba untuk memasak masakan khas Betawi dan dipertahankan sebagai bentuk kepedulian terhadap masakan khas Betawi.

### 3.3 Konsep Media

Dalam perancangan *mobile application* pengenalan masakan khas Betawi ini media yang digunakan sebagai media utama adalah *mobile application* yang dapat digunakan dalam gadget android. Berikut media pendukung lainnya yang tersedia di dalam perancangan *mobile application* ini adalah:

1. Mobil Promosi, yaitu mobil yang bertujuan untuk mempromosikan aplikasi pengenalan masakan khas Betawi dan juga mempromosikan masakan khas Betawi lewat demo masak yang dilakukan didalam mobil ini, untuk kejelasan info tentang resep dan cara memasak bisa dilihat di aplikasi Dapur Betawi Mpok Ipeh.



Gambar 3.3 Mobil Promosi

(Sumber: Data Pribadi)

2. Apron/ Celemek, Sarung Tangan Memasak, media ini digunakan sebagai media pendukung lain yang diambil dari consumer journey terhadap kegiatan yang dilakukan di dapur. Maka dipilihlah Apron dan sarung tangan memasak sebagai media pendukung untuk mempromosikan aplikasi Dapur Betawi Mpok Ipeh.



Gambar 3.3 Apron/Celemek  
(Sumber: Data Pribadi)



Gambar 3.3 Sarung Tangan Memasak  
(Sumber: Data Pribadi)

### 3.4 Perancangan

#### 3.4.1 Foto Masakan

Sebagai foto pendukung dari aplikasi digunakan fotografi tentang masakan yang dibuat dan disusun semenarik mungkin yang dapat menggugah selera tiap pengguna aplikasinya. Dalam foto masakan dapat terlihat beberapa bahan masakan yang digunakan dalam masakan.

##### a. Gabus Pucung



Gambar 3.4.1 Foto Masakan Gabus Pucung

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. Pecak Gurame



Gambar 3.4.1 Foto Masakan Pecak Gurame

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

### 3.4.2 Warna

Warna yang digunakan menggunakan warna cerah dan mencolok yang menjadi ciri khas warna Betawi. Menurut Dinas Kebudayaan dan Permuseuman Provinsi DKI Jakarta dalam buku Ikhtisar Kesenian Betawi (Rachmat Ruchiat, 2003: 126), pada umumnya orang Betawi menyukai warna yang cerah. Dapat dilihat dari pakaian yang dipakai none Jakarta yang memadu madankan warna pakaian yang mencolok warnannya, dapat juga dilihat dari batik Betawi yang menggunakan warna cerah didalamnya. Berikut keterangan warna yang dijelaskan dalam buku *Warisan Teori dan Kreativitas Penggunanya* oleh sulasmi Darmaprawira, yang digunakan dalam perancangan.

### 3.4.3 Tipografi

Font untuk tipografi menggunakan tipe handwriting sans serif, berdasarkan hasil observasi font yang banyak digunakan dan dipilih remaja yaitu sans serif. Dikarenakan khalayak sasaran remaja maka font ini terlihat tidak kaku namun tetap mudah untuk dibaca. Dari hasil mindmapping ditentukan karakter font yang tepat untuk remaja yaitu aktif..

### 3.4.4 Hasil Perancangan

Berikut adalah beberapa tampilan yang terdapat dalam aplikasi Dapur Betawi Mpok Ipeh, di dalamnya terdapat sejarah, resep, cara memasak, dan ada pula daftar belanja yang dapat memudahkan remaja dalam mencatat bahan apa saja yang sudah dan belum terbeli.. Dengan tampilan yang lebih berwarna dan foto masakan yang lebih menarik membuat remaja tertarik untuk melihat dan mengenal.



Gambar 3.4.4 Tampilan Aplikasi Dapur Betawi Mpok Ipeh

(Sumber: Data Pribadi)

#### 4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian Tugas Akhir yang sudah dilakukan mengenai judul Perancangan *Mobile Application* Pengenalan Masakan Khas Betawi Untuk Remaja Usia 22 – 30 Tahun di Jakarta, maka didapatkan hasil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Didapat sebuah aplikasi mengenai pengenalan masakan khas Betawi bukan hanya sekedar resep dan cara memasak, melainkan terdapat sejarah, dan manfaat dari bahan dasar dengan tampilan yang lebih menarik untuk remaja.
- b. Berdasarkan pengamatan dan observasi yang telah dilakukan terhadap remaja, didapatkan perilaku serta gaya hidup dari khalayak sasaran yang kurang mengenal masakan khas Betawi. Maka dari itu, dalam tugas akhir ini dirancang sebuah aplikasi sebagai media utama guna memperkenalkan masakan khas Betawi untuk remaja di Jakarta untuk mempertahankan masakan khas Betawi di kota Jakarta.

#### Daftar Pustaka:

- Yusuf, Syamsu. 2014. *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: Anggota IKAPI.
- Saputra, Yahya Andi dkk. 2012. *Warisan Kuliner Orang Betawi*. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta
- Chaer, Abdul. 2012. *Folklor Betawi: Kebudayaan & Kehidupan Orang Betawi*. Jakarta: Masup Jakarta
- Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- W. Santrock, John. 2007. Alih Bahasa: Widyasinta, Benedictine. *Remaja Edisi Kesebelasan*. Jakarta: Erlangga.
- Dharmaprawira W.A Sulasmi. 2002. *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaanya*. Bandung: ITB
- Sihombing, Danton. 2011. *Tipografi Dalam Desain Grafis* Jakarta: Gramedia
- Kusmiati R., Artini dkk. 1999. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Anggota IKAPI
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain komunikasi Visual*. Surabaya: Andi.

#### Sumber lain:

<http://thesis.binus.ac.id> (diunduh Mei 2015)

<http://jakarta.go.id> (diunduh April 2015)

<http://bajubetawi.files.wordpress.com> ( diunduh April 2015)

<http://lembagakebudayaanbetawi.com> (diunduh April 2015)

<http://playyourveil.blogspot.com> (diunduh April 2015)