

**VIDEO STORY TELLING KULINER KHAS SURABAYA
“LAPIS KUKUS SURABAYA”**

TUGAS AKHIR



Oleh :

FICKY DWI HERMAWAN

152011313029

PROGRAM STUDI D-III PERPUSTAKAAN

DEPARTEMEN TEKNIK

FAKULTAS VOKASI

UNIVERSITAS AIRLANGGA

2023

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**VIDEO STORY TELLING KULINER KHAS SURABAYA
“LAPIS KUKUS SURABAYA”**

TUGAS AKHIR



Oleh :

FICKY DWI HERMAWAN

152011313029

PROGRAM STUDI D-III PERPUSTAKAAN

DEPARTEMEN TEKNIK

FAKULTAS VOKASI

UNIVERSITAS AIRLANGGA

2023

ii

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi Tugas Akhir ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan atau Universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penulis, kecuali bila dituliskan dengan format dalam isi Tugas Akhir.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 31 Juni 2023

Penulis



Ficky Dwi Hermawan

NIM. 152011313029

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

VIDEO *STORY TELLING* KULINER KHAS SURABAYA
“LAPIS KUKUS SURABAYA”

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar ahli madya bidang
Perpustakaan

Pada Departemen Teknik Fakultas Vokasi

Universitas Airlangga

Oleh :

Ficky Dwi Hermawan

NIM. 152011313029

Disetujui oleh :

Pembimbing



Tiara Kusumaningtiyas S.Hum., M.Hum.

NIP. 199207202019032027

iv

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

VIDEO STORY TELLING KULINER KHAS SURABAYA
“LAPIS KUKUS SURABAYA”

Disusun Oleh :

Ficky Dwi Hermawan

NIM. 152011313029

Telah diuji pada tanggal 20 Juli 2023

Mengetahui,

Koordinator Program Studi D-III Perpustakaan Fakultas Vokasi Universitas
Airlangga



Dessy Harisanty, S.Sos. MA

NIP. 198412152009122007

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Tugas akhir ini telah diujikan dan disahkan dihadapan komisi penguji

Program Studi : D-III Perpustakaan
Departemen : Teknik
Fakultas : Vokasi Universitas Airlangga
Hari/Tanggal : Kamis, 20 Juli 2023
Pukul : 09.00-10.00 WIB
Tempat : Ruang 301 Gedung A, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

Panitia penguji terdiri dari :

Ketua Penguji



Dessy Harisanty, S.Sos.MA

NIP. 198412152009122007

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II



Dyah Puspitasari Srirahayu, S.Kom., M. Hum

NIP. 197905152007012001



Tiara Kusumaningtiyas, S.Hum., M.Hum.

NIP. 199207202019032027

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini tidak dipublikasikan, namun tersedia di perpustakaan dalam lingkungan Universitas Airlangga, diperkenankan untuk dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penulis dan harus menyebutkan sumbernya sesuai kebiasaan ilmiah

Dokumen tugas akhir ini merupakan hak miliki Universitas Airlangga.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang dengan judul *VIDEO STORY TELLING KULINER KHAS SURABAYA “LAPIS KUKUS SURABAYA”*. Kegiatan Magang ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam Program Studi D-III Perpustakaan. Selain untuk menuntaskan program studi yang penulis tempuh kegiatan magang ini juga banyak memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun untuk pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada di perkuliahan.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu dan mendukung dalam penyusunan Laporan kegiatan magang ini antara lain :

1. Prof. Dr. Anwar Ma'ruf, drh., M.Kes. selaku Dekan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menempuh jenjang Pendidikan di Fakultas Vokasi Universitas Airlangga.
2. Dessy Harisanty, S.Sos., M.A. selaku Koordinator Program Studi D-III Perpustakaan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses perkuliahan pada program studi D-III Perpustakaan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga
3. Tiara Kusumaningtiyas S.Hum., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta peninjauan terhadap proses penyusunan Laporan kegiatan magang.

4. Seluruh jajaran Bapak/Ibu Dosen Program Studi D-III Perpustakaan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga dengan sabar dan tulus dalam membimbing dan memberikan materi kuliah selama proses perkuliahan pada program studi D-III Perpustakaan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga, sehingga penulis mendapatkan wawasan yang luas dalam proses penyusunan Laporan tugas akhir.
5. Keluarga tercinta, Ibu Aminingsih dan Bapak Riduwan yang memberikan dorongan semangat sehingga dapat memperlancar penulis dalam melaksanakan proses persiapan tugas akhir dan penyusunan laporan tugas akhir
6. Teman-teman tersayang saya, Karen, Sasqia, Rizqa, Milanita, Aliyya, Eunike, Siti, dan Sakti yang telah setia menghibur dan memberikan semangat untuk menyelesaikan Laporan tugas akhir
7. Semua pihak yang membantu selama penyusunan Laporan Tugas Akhir, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
8. Teman-teman Troopers American Corner Universitas Airlangga, Kevin, Amalia, Savitri, Bea, Amanda, Aqila, Dinda, Najla, dan Mas Ryzkiyan yang telah memberikan dukungan moral untuk selalu berusaha dan selalu bersemangat.
9. Terakhir, terima kasih pada diri saya sendiri yang telah bersungguh-sungguh dalam mengerjakan laporan tugas akhir sehingga dapat menyelesaikan dari awal hingga selesai.

Surabaya, 31 Juni

Penulis

ABSTRAK

Kuliner merupakan salah satu aspek penting dari budaya suatu daerah. Kuliner tradisional nusantara tidak hanya menyuguhkan selera dan cita rasa yang mengundang nikmat, tetapi juga menyimpan berbagai kekayaan budaya kearifan lokal sebagai sumber dan pegangan hidup yang berharga bagi masyarakat Indonesia. Salah satu kuliner khas tradisional adalah Lapis Kukus Surabaya yang memiliki sejarah yang kaya dan merupakan bagian dari budaya kuliner Surabaya. Lapis Kukus tidak hanya sekadar makanan, tetapi juga merupakan bagian penting dari identitas dan warisan budaya Surabaya. Masyarakat Surabaya memiliki hubungan emosional yang kuat dengan Lapis Kukus Surabaya ini, karena telah menjadi bagian dari hidup sehari-hari dan menjadi simbol keberanian serta semangat pahlawan yang menjadi simbol dari semangat dan kebanggaan masyarakat Surabaya, serta bagaimana masyarakat setempat menjaga dan mempertahankan warisan kuliner ini. Dalam era digital dan popularitas media sosial, video storytelling adalah salah satu alat yang efektif untuk mempromosikan dan mengenalkan kuliner khas daerah kepada khalayak yang lebih luas. Dengan menggunakan video sebagai media utama, tugas akhir ini bertujuan untuk mengangkat keunikan Lapis Kukus Surabaya melalui cerita narasi yang menarik dilengkapi dengan gambaran visual yang menarik. Selain digunakan sebagai alat promosi dan pemasaran kuliner ini. Dalam video, Penulis juga menggali sejarah dan nilai budaya Lapis Kukus Surabaya, sehingga video *storytelling* ini juga dapat menampilkan berbagai informasi yang menarik tentang kelezatan Lapis Kukus yang dihidangkan.

Kata Kunci : Kuliner, Kuliner Tradisional, Kuliner Lapis Kukus, Lapis Kukus Surabaya, Video Kuliner, Video Storytelling.

ABSTRACT

Culinary is an important aspect of the culture of a region. The traditional culinary of the archipelago not only presents delicious tastes but also preserves various cultural riches of local wisdom. It serves as a valuable source and guide for life for the people of Indonesia. One of the traditional specialties is Lapis Kukus Surabaya, which has a rich history and is a part of Surabaya's culinary culture. Lapis Kukus is not just food; it is also an essential part of Surabaya's identity and cultural heritage. The people of Surabaya have a strong emotional connection with Lapis Kukus Surabaya because it has become a part of their everyday life and symbolizes courage and the spirit of a hero, representing the pride and spirit of the Surabaya community. The local community works hard to preserve and maintain this culinary heritage. In the digital era and with the popularity of social media, video storytelling becomes an effective tool for promoting and introducing regional specialties to a wider audience. This final project aims to highlight the uniqueness of Lapis Kukus Surabaya through an interesting narrative story accompanied by captivating visual imagery, using video as the main medium. Apart from being a culinary promotion and marketing tool, the video also explores the history and cultural values of Lapis Kukus Surabaya. Thus, this storytelling video can provide a wealth of interesting information about the delicious Lapis Kukus that is served.

Keywords : Culinary, Traditional Culinary, Kuliner Lapis Kukus, Lapis Kukus Surabaya, Culinary Video, Video Storytelling.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	2
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	3
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	4
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	5
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	6
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	7
KATA PENGANTAR	8
ABSTRAK	10
ABSTRACT.....	11
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR GAMBAR	14
DAFTAR TABEL	15
DAFTAR LAMPIRAN.....	16
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Promosi	5
2.1.1 Promosi Media Cetak.....	6
2.1.2 Promosi Media Digital	7
2.2 Storytelling.....	8
2.2.1 Metode Storytelling.....	9
2.3 Lapis Kukus Surabaya.....	10
2.3.1 Varian Lapis Kukus.....	12
BAB 3 METODE.....	13
3.1 Tempat.....	13
3.2 Waktu	13
3.3 Bahan.....	15
3.3.1 Gambar Animasi	15
3.3.1 Properti Lapis Kukus.....	15

3.4 Alat.....	16
3.4.1 Kamera	16
3.4.2 Mikrofon	17
3.4.3 Lighting	17
3.4.4 Software Edit Video.....	18
3.4.4 Software Edit Grafis.....	18
3.5 Prosedur Penyajian.....	19
3.5.1 Perencanaan.....	19
3.5.2 Pelaksanaan.....	20
3.5.3 Evaluasi	21
BAB 4 PEMBAHASAN	23
4.1 Pra Produksi	23
4.2 Produksi.....	25
4.3 Pasca Produksi	28
BAB 5 KESIMPULAN.....	36
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kamera Sony FX 3 & Sony FX 6	26
Gambar 4.2 Microphone wireless Rode	26
Gambar 4.3 Lighting Godox	26
Gambar 4.4 GFM Lighting System	26
Gambar 4.5 Proses pengambilan video storytelling	27
Gambar 4.6 Proses pengambilan gambar untuk video storytelling	28
Gambar 4.7 Proses penambahan dan trimming klip video	29
Gambar 4.8 Proses pembuatan animasi melalui aplikasi adobe express	30
Gambar 4.9 Proses editing dan color grading video	31
Gambar 4.10 Proses penambahan background musik pada video	32
Gambar 4.11 Proses penambahan pop up animasi gambar	33
Gambar 4.12 Penambahan closed caption atau subtitle pada video	34
Gambar 4.13 Proses Rendering video	35

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rentang waktu dalam proses pembuatan video storytelling	13
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil wawancara Lapis Kukus Surabaya	41
Lampiran 2 Preview video storytelling oral	41
Lampiran 3 Preview video storytelling animasi	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kuliner merupakan salah satu aspek penting dari budaya suatu daerah. Makanan khas daerah tidak hanya mencerminkan cita rasa yang unik dan enak, tetapi juga menggambarkan sejarah, tradisi, dan warisan kuliner dari generasi ke generasi. Kuliner tradisional khas nusantara sebagai wujud budaya penting untuk tetap dilestarikan. Kuliner tradisional nusantara tidak hanya menyuguhkan selera dan cita rasa yang mengundang nikmat, tetapi juga menyimpan berbagai kekayaan budaya kearifan lokal sebagai sumber dan pegangan hidup yang berharga bagi masyarakat Indonesia. Demikian pula, nilai-nilai yang ada di balik makanan tradisional nusantara perlu dimaknai kembali dalam konteks kekiniannya sehingga relevan bagi kehidupan masyarakat Indonesia (Setiawan, 2016). Salah satu kuliner yang khas dan terkenal di Surabaya adalah Lapis Kukus.

Lapis Kukus memiliki sejarah yang kaya dan merupakan bagian dari budaya kuliner Surabaya. Lapis Kukus diyakini berasal dari zaman tentara kolonial Belanda dan telah ada sejak awal abad ke-19. Namun, dalam perkembangannya, Lapis Kukus menjadi semakin populer di kalangan masyarakat Surabaya dan menjadi salah satu kuliner yang paling diminati. Lapis Kukus tidak hanya sekadar makanan, tetapi juga merupakan bagian penting dari identitas dan warisan budaya Surabaya. Masyarakat Surabaya memiliki hubungan emosional yang kuat dengan kuliner ini, karena telah menjadi bagian dari hidup sehari-hari dan menjadi simbol keberanian serta semangat pahlawan yang menggambarkan bagaimana Lapis Kukus menjadi simbol dari semangat dan kebanggaan Surabaya, serta bagaimana masyarakat setempat menjaga dan mempertahankan warisan kuliner ini.

Tingginya persaingan industri kuliner pada bisnis kue menyebabkan kompetisi pasar semakin ketat. Hal ini mencerminkan selera konsumen yang menginginkan suatu hal praktis untuk dikonsumsi (Feriati, 2021). Lapis kukus Surabaya ini merupakan salah satu UKM yang turut andil dalam menyumbang pembangunan sektor perekonomian Indonesia yang mampu bersaing dengan produk asing dan dapat dicintai oleh masyarakat Indonesia. Biasanya konsumen mengkonsumsi lapis kukus Surabaya di berbagai acara seperti, ulang tahun, jamuan untuk tamu, dan lainnya. Menurut salah satu Karyawan Lapis Kukus Surabaya (2023) Kue lapis kukus Surabaya juga terkena dampak dari pandemi covid-19 dan masih berdampak hingga sekarang, produk yang dipasarkan ke konsumen mengalami penurunan dikarenakan pemerintah menghimbau masyarakat agar untuk lebih was-was dalam mengkonsumsi suatu produk terutama produk pangan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh kue lapis kukus Surabaya saat pandemi kala waktu itu memilih memasarkan produknya melalui website resmi dari lapis kukus Surabaya dan berbagai sosial media seperti instagram dan facebook untuk meningkatkan penjualan produknya. Dalam era digital dan popularitas media sosial, video *storytelling* telah menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan dan mengenalkan kuliner khas daerah kepada khalayak yang lebih luas. Karena Menurut Lisa Buyer, bahwa media sosial adalah bentuk hubungan masyarakat yang paling transparan, menarik dan interaktif saat ini. Oleh karena itu, dengan menggunakan video sebagai media utama, tugas akhir ini bertujuan untuk mengangkat keunikan Lapis Kukus Surabaya melalui cerita narasi yang menarik dilengkapi dengan gambaran visual yang menarik. Selain digunakan sebagai alat promosi dan pemasaran kuliner ini. Dalam video, Penulis juga menggali sejarah dan nilai budaya Lapis Kukus Surabaya, sehingga video *storytelling* ini juga dapat menampilkan berbagai informasi yang menarik tentang kelezatan Lapis Kukus yang dihidangkan. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin membuat sebuah produk Tugas Akhir sebuah video Storytelling untuk meningkatkan kembali visibilitas dan popularitas Lapis Kukus Surabaya.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana Video *Storytelling* Kuliner Khas Surabaya “Lapis Kukus Surabaya” dapat membantu mengenalkan Lapis Kukus Surabaya dan memperkuat citra dan branding untuk Lapis Kukus Surabaya melalui video promosi ?

1.3 Batasan Masalah

Tugas akhir ini akan berfokus pada video *storytelling* yang mengangkat cerita tentang kuliner khas Surabaya, yaitu "Lapis Kukus Surabaya". Lapis Kukus Pahlawan Surabaya adalah makanan tradisional yang memiliki makna sejarah dan budaya yang kuat di Surabaya. Tugas akhir ini akan menggambarkan aspek-aspek historis, keunikan, alasan, dan informasi umum terkait kuliner Lapis Kukus Surabaya tersebut. Batasan masalah untuk tugas akhir ini adalah bahwa video *storytelling* yang dibuat akan secara umum menggambarkan informasi terkait Lapis Kukus Surabaya, tanpa membahas secara spesifik semua jenis lapis kukus Surabaya yang dijual di berbagai toko, dengan tujuan untuk memberikan gambaran umum yang menarik dan informatif kepada penonton. Video yang akan dibuat dalam tugas akhir ini akan mencakup berbagai aspek terkait Lapis Kukus Surabaya. Isi video akan mencakup sejarah, nilai-nilai budaya, dan keunikan lainnya terkait makanan tersebut. Video akan dirancang sedemikian rupa untuk memikat audiens dan memberikan informasi yang komprehensif. Tujuan yang paling utama tugas akhir ini adalah untuk memproduksi video yang menarik dan informatif tentang Lapis Kukus Surabaya. Video ini dapat digunakan untuk mempromosikan dan memperkenalkan kuliner khas Surabaya kepada masyarakat lokal maupun wisatawan. Selain itu, tugas akhir ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang sejarah dan budaya Surabaya melalui cerita makanan khasnya. Tugas akhir ini memiliki batasan waktu tertentu yang harus diperhatikan. Terdapat juga keterbatasan sumber daya seperti peralatan pengambilan gambar, tim produksi, dan akses terhadap lokasi. Oleh karena itu, perlu dilakukan perencanaan yang matang dalam hal pengumpulan materi, proses produksi, dan pengeditan agar tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan efektif. Keberhasilan tugas akhir ini akan dinilai

berdasarkan kualitas video *storytelling* yang dihasilkan, kesesuaian dengan tema dan tujuan, serta dampaknya dalam mempromosikan kuliner khas Surabaya. Evaluasi juga akan dilakukan terhadap respons dan tanggapan audiens terhadap video tersebut melalui survei atau interaksi langsung.

1.4 Tujuan

1. Meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat tentang Lapis Kukus Surabaya melalui video promosi.
2. Meningkatkan visibilitas dan popularitas Lapis Kukus Surabaya.
3. Membangun citra dan branding yang kuat untuk Lapis Kukus Surabaya melalui video promosi.
4. Mendorong kunjungan wisatawan ke Surabaya untuk mencicipi Lapis Kukus Surabaya.

1.5 Manfaat

1. Mendapatkan keterampilan komunikasi dalam menyampaikan cerita secara efektif melalui media visual.
2. Peningkatan keterampilan produksi video secara praktis dalam menghasilkan konten video yang berkualitas.
3. Memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep pemasaran dan promosi.
4. Memperkaya pengetahuan tentang warisan budaya lokal dan meningkatkan apresiasi terhadap keanekaragaman kuliner.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Promosi

Promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan, menginformasikan, dan mempengaruhi target audiens mengenai suatu produk, layanan, atau brand tertentu. Tujuan dari promosi adalah untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merek, memperluas pangsa pasar, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Kotler, 2019), "Promosi merupakan salah satu elemen pemasaran yang penting untuk mempengaruhi perilaku konsumen dengan menggunakan komunikasi persuasif."

Promosi memiliki manfaat yang signifikan dalam konteks pemasaran. Dalam jurnal yang ditulis oleh (Chang, 2018), mereka menyatakan, "Promosi efektif dapat meningkatkan penjualan, menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi, memperkuat citra merek, dan membangun loyalitas konsumen." Dalam hal ini, promosi dapat memberikan manfaat sebagai alat untuk meningkatkan hasil penjualan dan pendapatan. Selain itu, promosi juga dapat memperkuat citra merek dengan menciptakan kesan positif dan meningkatkan kesadaran merek di antara target audiens. Dalam jangka panjang, promosi yang efektif dapat membangun loyalitas konsumen yang kuat, yang berarti konsumen akan lebih cenderung memilih produk atau layanan yang dipromosikan secara berulang kali.

Selain itu, promosi juga memiliki manfaat dalam memperluas pangsa pasar. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Kotler, 2016), mereka menyatakan, "Promosi yang tepat dapat mencapai audiens yang lebih luas, menarik minat dari segmen pasar yang belum terjangkau sebelumnya, dan membantu produk atau layanan mencapai basis konsumen yang lebih besar." Dengan menggunakan

berbagai strategi promosi yang cerdas dan kreatif, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen dan memperluas basis pelanggannya. Promosi yang efektif juga dapat membantu perusahaan memenangkan persaingan di pasar yang sibuk dan mempertahankan posisi yang kuat.

Secara keseluruhan, promosi memiliki peran yang penting dalam pemasaran dengan tujuan meningkatkan penjualan, memperkuat citra merek, memperluas pangsa pasar, dan membangun loyalitas konsumen. Sebagaimana disebutkan oleh (Hutter, 2017) dalam jurnal mereka, "Promosi yang baik dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan." Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi promosi yang efektif dan kreatif guna mencapai hasil yang optimal dalam upaya pemasaran mereka.

2.1.1 Promosi Media Cetak

Ada beberapa jenis media massa yang dapat mendukung kegiatan promosi perpustakaan. Salah satu contoh media tercetak yang dipakai untuk promosi perpustakaan antara lain:

1. Brosur

Brosur adalah salah satu bentuk promosi yang berupa kertas cetak/lembaran yang isinya mencakup petunjuk umum tentang gambaran informasi umum yang dikemas secara singkat pada selembar kertas. Salah satu bentuk cara yang dianggap paling murah dan praktis untuk melakukan promosi barang atau jasa adalah dengan membuat dan menyebarkan brosur kepada masyarakat. Brosur bisa lebih banyak memberikan informasi mengenai gambaran umum sebuah barang atau jasa yang ditawarkan.

2. Poster

Poster merupakan salah satu media promosi yang biasanya dicetak menggunakan kertas dalam berbagai ukuran (A3 atau A2). Di dalam poster sendiri biasanya berisi artikel populer, selain tulisan juga biasanya disisipkan gambar agar dapat menambah visualisasinya. Poster ini dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian atau mencuri perhatian sekilas dari orang lewat di lokasi sekitar pemasangan poster. Poster yang paling efektif adalah poster yang dibuat dan diproduksi agar dapat menarik perhatian atau mencuri pandangan orang yang lewat dan berjalan di depan poster.

3. Surat Kabar

Surat Kabar merupakan salah satu media yang digunakan untuk memberikan informasi khusus kepada sejumlah orang secara teratur yang diberi juga ilustrasi atau gambar yang menarik. Isinya tentang berita untuk artikel-artikel singkat. Penampilan surat kabar dan gaya penulisan artikel di dalamnya sangat mempengaruhi hal dalam tercapainya tujuan pembuatan surat kabar.

2.1.2 Promosi Media Digital

Pada saat ini dengan pemanfaatan teknologi internet, juga terdapat beberapa jejaring sosial yang dapat juga dimanfaatkan sebagai media untuk memasang iklan gratis. Jejaring sosial yang dapat memasang iklan gratis seperti di media sosial Facebook, Twitter, Blog, Instagram, dan lain-lain.

1. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, di mana penggunaanya (user) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi dan

menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Internet, medsos dan teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong pada hal-hal baru media sosial adalah media yang memungkinkan pengguna berkumpul secara online untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, suara, video ataupun gambar serta dapat bertukar pendapat, berdiskusi, berkomunikasi dan berpartisipasi.

2. Video Kreatif

Video kreatif adalah sebuah medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau cerita secara visual dengan menggunakan elemen-elemen artistik dan teknik-teknik inovatif. Dalam video kreatif, kreator memiliki kebebasan penuh dalam mengekspresikan ide-ide mereka melalui penggunaan gambar, suara, animasi, dan berbagai elemen visual lainnya (Fowles, 2021)

Manfaat dari video kreatif sangat beragam. Pertama, video kreatif dapat menghasilkan pengalaman visual yang menarik dan memikat bagi penonton. Dengan menggunakan teknik-teknik yang unik dan kreatif, video ini mampu menarik perhatian penonton dan membuat mereka terlibat secara emosional. Selain itu, video kreatif juga memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Dalam beberapa menit, sebuah video kreatif mampu menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang lebih mudah dipahami dan diingat.

2.2 Storytelling

Storytelling adalah proses penyampaian cerita melalui kata-kata, gambar, suara, atau gerakan dengan tujuan untuk menghibur, menginspirasi, atau menyampaikan pesan kepada pendengar atau pembaca. Melalui cerita, kita dapat

menghubungkan dengan audiens secara emosional dan membawa mereka dalam perjalanan naratif yang menarik.

Tujuan utama dari *storytelling* adalah untuk menyampaikan pesan atau nilai-nilai tertentu dengan cara yang menarik dan berkesan. Dalam konteks bisnis, *storytelling* digunakan untuk mengkomunikasikan visi, merek, dan nilai perusahaan kepada karyawan, mitra bisnis, atau konsumen. Cerita dapat membantu menciptakan ikatan emosional antara organisasi dan audiensnya, sehingga mempengaruhi persepsi mereka terhadap merek atau produk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh M. McGill dan S. Anand pada tahun 2018, *storytelling* memiliki manfaat yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam pendidikan, *storytelling* dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi siswa, serta membantu mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan imajinasi kreatif. Dalam konteks pemasaran, cerita yang menarik dapat meningkatkan pengenalan merek, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, *storytelling* juga dapat digunakan sebagai alat pengajaran moral dan nilai-nilai dalam konteks sosial atau budaya.

2.2.1 Metode Storytelling

1. Metode Oral *Storytelling*

Seperti namanya, metode oral *storytelling* adalah jenis dari *storytelling* yang menggunakan cara berbicara langsung dengan pendengar. Dalam pembelajaran, ini adalah metode yang paling sederhana yang bisa dipilih. Kemampuan guru sebagai penyampai cerita harus benar-benar ditekankan. Intonasi dan mimik harus diperhatikan sedemikian rupa agar cerita yang disampaikan benar-benar hidup.

2. Metode Visual *Storytelling*

Berbeda dengan oral, cara visual *storytelling* adalah metode pembelajaran menggunakan cerita sebagai penyampai materi namun dilengkapi media visual. Media visual dalam teknik ini adalah antara lain flashcards, poster, realita, dan lainnya. Penggunaan visual bertujuan untuk memberikan gambaran kepada pendengaran, dalam hal ini peserta didik, apabila topik yang dibawakan terlampau sulit jika hanya disampaikan secara oral saja.

3. Metode Written *Storytelling*

Sesuai dengan namanya, maka *written storytelling* menggunakan bentuk tertulis atau tulisan, baik dalam bentuk buku, buku bergambar maupun lembaran. Metode *written storytelling* biasanya digunakan dalam aktifitas untuk melatih dan meningkatkan kemampuan literasi atau membaca.

2.3 Lapis Kukus Surabaya

Lapis kukus Surabaya adalah makanan tradisional yang berasal dari kota Surabaya, Indonesia. Makanan ini terkenal karena tekstur yang kenyal dan cita rasa yang lezat. Lapis kukus Surabaya terbuat dari bahan dasar seperti tepung beras, santan, gula, dan pewarna alami seperti daun pandan atau kelapa. Adonan ini kemudian dikukus dalam lapisan tipis yang berbeda untuk menciptakan lapisan-lapisan yang indah dan menarik. Lapis kukus Surabaya memiliki rasa yang manis dan aromatik. Makanan ini sering dihidangkan sebagai makanan penutup atau camilan. Kelezatannya membuatnya populer di kalangan masyarakat Surabaya dan menjadi oleh-oleh khas yang dicari oleh pengunjung yang datang ke kota tersebut. Lapis kukus Surabaya, atau dikenal juga dengan nama lapis Surabaya, adalah salah satu kue tradisional yang terkenal di Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Kue ini

memiliki sejarah yang panjang dan erat kaitannya dengan perkembangan budaya dan kuliner di daerah tersebut.

Asal mula lapis kukus Surabaya dapat ditelusuri hingga masa penjajahan Belanda di Indonesia pada abad ke-19. Kue ini terinspirasi dari kue *spekkoek*, atau lapis legit Belanda, yang diperkenalkan oleh orang Belanda kepada masyarakat setempat. *Spekkoek*, juga dikenal sebagai kue lapis legit, adalah kue tradisional yang berasal dari Belanda. Nama "*spekkoek*" berasal dari bahasa Belanda yang berarti "kue babi lemak" atau "kue lemak daging babi", mengacu pada tekstur lembut dan berlapis-lapis seperti lemak babi. *Spekkoek* terkenal karena tampilannya yang khas dengan lapisan-lapisan berwarna-warni yang terbuat dari adonan yang dipanggang secara berulang. Setiap lapisan adonan dipanggang secara terpisah sebelum lapisan baru ditambahkan. Adonan yang digunakan untuk membuat *spekkoek* biasanya terdiri dari mentega, telur, gula, tepung, dan rempah-rempah seperti kayu manis, cengkeh, dan pala. *Spekkoek* merupakan salah satu kue tradisional yang populer di Belanda dan dikenal juga di berbagai negara yang memiliki sejarah pengaruh Belanda, termasuk Indonesia. Di Indonesia, *spekkoek* telah mengalami adaptasi dan modifikasi menjadi lapis kukus Surabaya, yang memiliki rasa dan tekstur yang berbeda namun tetap mempertahankan konsep lapisan-lapisan yang khas.

Namun, dengan berjalannya waktu, kue tersebut mengalami penyesuaian dan modifikasi sesuai dengan selera dan bahan-bahan lokal yang tersedia. Seiring dengan perkembangan industri kuliner di Surabaya, lapis kukus Surabaya semakin populer pada awal abad ke-20. Lapis kukus Surabaya ini menjadi salah satu ikon kuliner kota Surabaya dan banyak dijual di toko-toko kue tradisional maupun restoran di daerah tersebut. Lapis kukus Surabaya memiliki bentuk yang khas, dengan lapisan-lapisan berwarna-warni yang menarik dan memberikan kesan yang menggoda selera. Hingga saat ini, lapis kukus Surabaya tetap menjadi salah satu kue tradisional yang sangat populer di Surabaya dan daerah sekitarnya. Banyak produsen kue lokal yang terus mempertahankan resep dan teknik pembuatan lapis

kukus Surabaya secara turun temurun. Kue ini juga menjadi salah satu oleh-oleh yang sering dibawa oleh wisatawan yang berkunjung ke Surabaya. Sejarah lapis kukus Surabaya menggambarkan bagaimana kue kuliner tradisional dapat berkembang dan beradaptasi dengan waktu, serta mencerminkan kekayaan budaya dan kuliner Indonesia. Kehadirannya menjadi bagian tak terpisahkan dari identitas kota Surabaya dan merupakan warisan yang dijaga dan dinikmati hingga saat ini.

2.3.1 Varian Lapis Kukus

Lapis kukus Surabaya adalah salah satu kuliner daerah khas dari kota Surabaya. Kue lapis kukus Surabaya terbuat dari 3 lapisan roti dengan tekstur yang sangat lembut. Kue lapis kukus Surabaya ini juga memiliki berbagai varian rasa, hal ini dilakukan supaya konsumen dapat memilih berbagai varian rasa yang disukai ada bermacam-macam mulai dari varian original, brownies, choco pandan, red velvet, tiramisu, bahkan varian rasa terang bulan. Adapun untuk varian original mirip seperti lapis kukus Surabaya pada umumnya yang menggunakan perpaduan warna kuning dan coklat. Kue yang berwarna kuning adalah yang rasanya original, sedangkan yang berwarna coklat menyuguhkan rasa coklat yang lezat. Varian satu ini ditambahkan taburan keju parut yang menambah rasa lezat dari Lapis Kukus Surabaya.

BAB III

METODE

3.1 Tempat

Pengambilan bahan video Produk Tugas Akhir VIDEO *STORYTELLING* KULINER KHAS SURABAYA “LAPIS KUKUS SURABAYA” dilakukan di American Corner Universitas Airlangga yang terletak di ASEEC Tower lantai 12, yang menyediakan beberapa perlengkapan untuk melakukan produksi konten audio visual seperti *podcast* dan video *vlog*. Hasil dari video tersebut akan diunggah ke beberapa *platform* sosial media seperti youtube, instagram, dan tiktok.

3.2 Waktu

Tabel 3.1 Rentang waktu dalam proses pembuatan video storytelling

No	Tanggal	Kegiatan
1	25 Maret-15 April 2023	Pengumpulan bahan dan materi pembuatan video
2	24 Mei-30 Mei 2023	Perencanaan produksi dan penyusunan naskah video
3	13 Juni 2023	Pengambilan gambar dan video oral storytelling lapis kukus surabaya
4	19 Juni 2023	Proses pengambilan gambar dan video <i>showcase</i> Lapis Kukus Surabaya

5	20 Juni 2023	Proses pembuatan gambar animasi video
6	23 Juni 2023	Proses perekaman audio untuk animasi
7	25 Juni 2023	Proses editing video dan audio animasi
8	27 Juni 2023	Tahap pengeditan video secara keseluruhan

Dalam pembuatan video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya, terdapat beberapa langkah penting yang harus diikuti. Pertama, langkah pengumpulan bahan dan materi pembuatan video dilakukan untuk mengumpulkan informasi, gambar, video, dan materi lain yang relevan dengan cerita yang ingin disampaikan. Kemudian, dilakukan perencanaan produksi dan penyusunan naskah video, di mana alur cerita dirancang dan adegan serta urutan pengambilan gambar direncanakan dengan baik. Setelah itu, dilakukan pengambilan gambar dan video oral *storytelling* Lapis Kukus Surabaya di lokasi yang melibatkan narator dan pemilik Lapis Kukus Surabaya untuk menyampaikan cerita secara lisan. Selanjutnya, dilakukan proses pengambilan gambar dan video *showcase* Lapis Kukus Surabaya, di mana gambar dan video yang memperlihatkan informasi dan gambar animasi lapis kukus ditampilkan secara visual. Setelah itu, tim melakukan proses pembuatan gambar animasi video, di mana menggunakan perangkat lunak desain grafis untuk menciptakan unsur desain animasi yang sesuai dengan cerita dan gaya visual yang diinginkan. Langkah selanjutnya adalah proses perekaman audio untuk animasi dengan merekam suara atau narasi yang mendukung cerita dan animasi, serta mengedit audio untuk menciptakan efek suara yang sesuai. Dilanjutkan dengan proses editing video dan audio animasi, di mana gambar, video, animasi, dan audio digabungkan untuk menciptakan video yang lebih

lengkap. Terakhir, tahap pengeditan video secara keseluruhan dilakukan untuk melakukan revisi dan penyesuaian yang diperlukan agar video memiliki kualitas visual yang baik dan sesuai dengan tujuan komunikatif yang ingin disampaikan.

3.3 Bahan

Berikut adalah beberapa bahan yang telah disiapkan untuk mendukung proses produksi video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya agar dapat mencapai hasil maksimal dalam menciptakan video *storytelling* yang menarik, berkualitas tinggi, dan menarik bagi penonton. Hal ini bertujuan untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh Lapis Kukus Surabaya.

3.3.1 Gambar Animasi

Penambahan gambar animasi pada video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya memiliki manfaat dan tujuan tertentu. Salah satu manfaat utamanya adalah meningkatkan daya tarik visual dan membuat video menjadi lebih menarik bagi penonton. Dengan animasi dapat menghidupkan elemen-elemen cerita, seperti karakteristik unik dari Lapis Kukus Surabaya. Animasi dapat memberikan visualisasi yang lebih kreatif, interaktif, dan mengesankan, yang dapat membuat penonton lebih terlibat dalam cerita yang disampaikan. Tujuan dari penambahan gambar animasi adalah untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan, memperjelas konsep atau proses yang mungkin sulit dipahami hanya dengan penggunaan gambar atau kata-kata. Dengan demikian, gambar animasi dalam video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya dapat membantu mengkomunikasikan informasi dengan cara yang lebih efektif, menarik perhatian penonton, dan meningkatkan pengalaman menonton secara keseluruhan.

3.3.1 Properti Lapis Kukus

Penambahan properti lapis kukus pada video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya memiliki manfaat dan tujuan yang khusus. Salah satu

manfaat utamanya adalah memberikan visual yang lebih nyata dan memperkuat pengalaman penonton dalam memahami makanan tersebut. Dengan menggunakan properti lapis kukus asli, seperti wadah lapis kukus, cetakan, atau alat-alat yang terkait, video dapat memberikan nuansa autentik dan menunjukkan keunikan dari Lapis Kukus Surabaya. Properti ini juga membantu dalam menggambarkan proses pembuatan lapis kukus dengan lebih jelas dan detail, sehingga penonton dapat melihat dengan lebih baik terkait lapis kukus Surabaya. Tujuan dari penambahan properti lapis kukus adalah untuk menciptakan koneksi emosional antara penonton dan makanan tersebut, serta memberikan pengalaman visual yang lebih jelas. Dengan melibatkan properti lapis kukus, video storytelling Lapis Kukus Surabaya dapat memberikan kesan yang lebih otentik dan meyakinkan kepada penonton tentang kelezatan dan keunikan makanan khas Surabaya ini.

3.4 Alat

Adapun alat yang digunakan untuk membantu proses produksi video storytelling Lapis Kukus Surabaya yang telah disiapkan agar dapat bekerja secara maksimal untuk menghasilkan video storytelling yang menarik, berkualitas tinggi, dan menarik bagi penonton, sehingga memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh Lapis Kukus Surabaya adalah sebagai berikut :

3.4.1 Kamera

Kegunaan alat kamera dalam pengambilan video pada video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya sangat penting untuk mencapai kualitas visual yang baik. Alat kamera yang tepat dapat memberikan kemampuan untuk mengabadikan detail-detail penting dalam proses pembuatan Lapis Kukus Surabaya, serta menangkap nuansa dan tekstur dari makanan tersebut dengan akurasi yang tinggi. Tujuan penggunaan alat kamera dalam video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya adalah untuk menghadirkan pengalaman visual yang menarik dan autentik kepada penonton, sehingga penonton

dapat benar-benar dapat memahami video *storytelling* yang berisi penjelasan tentang lapis kukus Surabaya.

3.4.2 Mikrofon

Manfaat dan tujuan penggunaan alat mikrofon dalam pengambilan video pada video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya sangat penting dalam membantu menggambarkan sejarah dan gambaran umum Lapis Kukus Surabaya dengan lebih jelas dan mendalam. Mikrofon juga dapat digunakan untuk merekam suara-suara dari latar pengambilan video *storytelling*. Tujuan dari penggunaan alat mikrofon adalah untuk menciptakan atmosfer yang autentik dan membawa penonton lebih dekat dengan pengalaman sebenarnya dalam mengenal Lapis Kukus Surabaya. Dengan suara yang jelas dan berkualitas, video *storytelling* ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang asal-usul, keunikan, dan pentingnya Lapis Kukus Surabaya dalam konteks kuliner Surabaya dan warisan budaya Indonesia secara keseluruhan.

3.4.3 Lighting

Penggunaan alat *lighting* dalam pengambilan video pada video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya adalah untuk menciptakan pencahayaan yang optimal yang dapat memperkuat visualisasi sejarah dan gambaran umum Lapis Kukus Surabaya. Alat *lighting* digunakan untuk mengatur intensitas, kualitas, dan arah cahaya yang mengenai subjek dalam video. Selain itu, dengan pencahayaan yang tepat, video *storytelling* dapat menciptakan suasana yang sesuai dengan tema dan konteks Lapis Kukus Surabaya, misalnya dengan menggunakan pencahayaan yang hangat untuk memberikan nuansa tradisional atau pencahayaan yang terang untuk menyoroti kelezatan makanan. Tujuan utama dari penggunaan alat *lighting* adalah untuk memastikan bahwa visualisasi sejarah dan gambaran umum Lapis Kukus Surabaya dapat ditampilkan secara optimal dan memberikan

dampak visual yang kuat kepada penonton. Dengan pencahayaan yang baik, video *storytelling* ini dapat menghidupkan sejarah, nilai budaya, dan keunikan Lapis Kukus Surabaya dengan cara yang menarik dan memikat.

3.4.4 Software Edit Video

Software edit video CapCut digunakan dalam proses editing video pada video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya. Tujuannya adalah untuk memberikan hasil akhir yang profesional, menarik, dan sesuai dengan tema sejarah dan gambaran umum Lapis Kukus Surabaya. CapCut merupakan salah satu *software editing* video yang populer dan *user-friendly*, yang menyediakan berbagai fitur dan efek untuk memodifikasi dan mengolah video secara kreatif. Dalam konteks ini, software ini dapat digunakan untuk menggabungkan rekaman video, mengatur urutan klip, menambahkan transisi yang halus, dan mengatur tempo atau kecepatan video sesuai kebutuhan. Tujuan utama dari penggunaan CapCut adalah untuk menghasilkan video *storytelling* yang memiliki alur narasi yang baik, visual yang menarik, dan menggugah emosi penonton. Dengan menggunakan *software edit* video ini, video dapat diberi sentuhan artistik, seperti penyesuaian warna, penambahan teks atau narasi, serta efek suara yang mendukung cerita tentang sejarah dan gambaran umum Lapis Kukus Surabaya. Selain itu, CapCut juga memungkinkan penyuntingan video dengan kemudahan dan kecepatan, sehingga mempercepat proses pengeditan dan produksi video *storytelling* secara efisien.

3.4.4 Software Edit Grafis

Pembuatan unsur desain grafis untuk elemen gambar animasi, juga memanfaatkan perangkat lunak Canva yang mudah digunakan dan gratis. Canva merupakan alat desain grafis yang populer dan sangat berguna dalam membuat unsur desain grafis yang menarik untuk proses editing video *storytelling*. Dengan menggunakan Canva, tim desainer grafis di Lapis

Kukus Surabaya dapat dengan mudah membuat gambar animasi yang sesuai dengan kebutuhan klien. Canva menawarkan berbagai template desain yang sudah siap pakai, sehingga desainer dapat dengan cepat memilih dan mengkustomisasi unsur desain yang sesuai dengan cerita yang ingin disampaikan. Ini memungkinkan mereka untuk menghemat waktu dalam proses pembuatan dan fokus pada kreativitas. Selain itu, Canva juga menyediakan beragam elemen grafis seperti ikon, vektor, latar belakang, dan font yang dapat digunakan dalam pembuatan unsur desain grafis. Desainer di Lapis Kukus Surabaya dapat dengan mudah menjelajahi dan memilih elemen-elemen ini, menyesuaikannya dengan gaya visual video *storytelling*, serta menggabungkannya dengan gambar dan teks lainnya. Dengan adanya Canva, proses pembuatan unsur desain grafis menjadi lebih cepat, efisien, dan kreatif.

3.5 Prosedur Penyajian

Adapun prosedur penyajian yang telah disiapkan untuk produk Tugas Akhir video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya meliputi beberapa tahapan yang secara detail direncanakan dan dijalankan. Dengan menjalankan prosedur penyajian ini, diharapkan produk Tugas Akhir video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya akan mampu memberikan pengalaman yang menarik, berkualitas tinggi, dan berkesan bagi para penonton.

3.5.1 Perencanaan

Proses perencanaan persiapan untuk melakukan pembuatan video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya melibatkan beberapa langkah yang penting. Pertama, perlu melakukan penelitian dan pengumpulan data yang mendalam tentang Lapis Kukus Surabaya, termasuk sejarah, dan nilai budaya yang terkait. Hal ini membantu dalam memperoleh pemahaman dan informasi yang komprehensif tentang kuliner tersebut. Setelah itu, diperlukan menyusun rencana skrip yang akan diikuti dalam video. Skrip

ini harus mencakup informasi tentang gambaran umum Lapis Kukus Surabaya, sejarah singkatnya, dan beberapa informasi umum terkait Lapis Kukus Surabaya seperti varian rasa dan makna. Rencana ini akan menjadi panduan dan pedoman utama selama proses pengambilan gambar dan *editing*. Selanjutnya, perlu mengidentifikasi lokasi yang sesuai untuk pengambilan gambar. Lokasi yang dipilih nantinya adalah sebuah ruang produksi video yang sudah diset sesuai dengan konsep *talkshow* monolog. Memilih lokasi yang sesuai akan membantu menciptakan atmosfer yang tepat dan memperkuat pengalaman *visual* bagi penonton. Selain itu, perlu mempersiapkan peralatan yang diperlukan, seperti kamera, mikrofon, tripod, dan pencahayaan. Pastikan semua peralatan berfungsi dengan baik dan terpenuhi kebutuhan teknis agar proses pengambilan gambar berjalan lancar. Selain dengan cara *talkshow* monolog penulis juga menambahkan gambar animasi kartun bergerak yang membantu video agar terlihat lebih menarik dan tidak monoton. Dengan melakukan perencanaan persiapan yang matang, termasuk penelitian dan pengumpulan data informasi yang cermat dan tepat, penulisan skrip yang baik, pemilihan lokasi yang tepat, peralatan yang memadai, pembuatan video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya dapat dilakukan dengan efisien dan menghasilkan hasil akhir yang menarik dan informatif.

3.5.2 Pelaksanaan

Proses pelaksanaan pembuatan video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya melibatkan serangkaian langkah yang penting. Pertama-tama, langkah awal adalah melakukan pengambilan gambar dengan menggunakan kamera yang telah dipersiapkan sebelumnya. Pengambilan gambar dilakukan dengan memperhatikan komposisi yang baik, pencahayaan yang tepat, dan sudut pandang yang menarik untuk menghadirkan *visual* yang menarik dan informatif.

Selanjutnya, proses pelaksanaan melibatkan penggunaan alat mikrofon untuk merekam suara dengan kualitas yang baik. Dengan memastikan kualitas audio yang baik, video *storytelling* akan lebih immersif dan mudah dipahami oleh penonton. Proses pelaksanaan juga mencakup penjelasan informasi. Proses penjelasan ini memberikan informasi yang lebih rinci dan mendalam tentang sejarah, dan nilai budaya yang terkait dengan Lapis kukus Surabaya ini. Selama proses pelaksanaan, penting untuk menjaga kesinambungan alur penjelasan informasi yang telah dirancang sebelumnya. Mengikuti skrip yang telah disusun dengan baik dan memastikan bahwa setiap adegan atau klip video terkait dengan pesan yang ingin disampaikan dalam video *storytelling*. Terakhir, proses pelaksanaan juga melibatkan pengaturan dan penyesuaian setelah pengambilan gambar. Ini meliputi pengeditan video, pemotongan klip yang tidak diperlukan, penambahan efek *visual* atau suara, serta penyesuaian warna atau pencahayaan untuk memperkuat suasana dan pesan yang ingin disampaikan. Dengan melalui proses pelaksanaan yang cermat dan terorganisir, pembuatan video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya dapat dilakukan dengan baik. Proses ini memastikan bahwa semua elemen visual, audio, dan naratif saling terkait dan menghasilkan video yang menggugah emosi dan memberikan pengalaman yang mendalam bagi penonton.

3.5.3 Evaluasi

Setelah melakukan pembuatan video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya, proses evaluasi menjadi tahap penting untuk memastikan kualitas dan kesesuaian video dengan tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan dengan melihat hasil akhir video secara keseluruhan, termasuk penggunaan gambar, audio, dan narasi. Proses ini melibatkan peninjauan kualitas *visual*, seperti kejernihan gambar, komposisi yang baik, dan pemilihan klip yang relevan. Selain itu, evaluasi juga melibatkan penilaian terhadap kualitas audio, seperti suara yang jelas, penggunaan musik yang

sesuai, dan pengaturan suara yang seimbang. Selama evaluasi, juga penting untuk memeriksa apakah pesan yang ingin disampaikan dalam video *storytelling* telah tersampaikan dengan baik dan apakah cerita yang dihadirkan memiliki alur yang baik. Jika ditemukan kekurangan atau perbaikan yang diperlukan, proses evaluasi ini memberikan kesempatan untuk melakukan revisi dan perbaikan sebelum video dipublikasikan. Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif, pembuatan video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya dapat mencapai hasil yang maksimal dan menghasilkan karya yang memuaskan serta memenuhi ekspektasi penonton.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Pra Produksi

Tahapan pra produksi dalam pembuatan video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya" melibatkan beberapa langkah penting. Langkah pertama yang dilakukan adalah penulis akan melakukan riset dan perencanaan pembuatan video. Penulis mengumpulkan berbagai informasi penting tentang Lapis Kukus Surabaya, seperti sejarah, bahan-bahan yang digunakan, dan nilai-nilai budaya yang terkait. Selanjutnya, penulis membuat rancangan alur video yang sesuai untuk video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya, memilih narasi yang tepat, serta menentukan alur dan fokus visual yang ingin disampaikan.

Langkah yang dilakukan berikutnya adalah proses penyusunan skrip video *storytelling*. Penulis akan menulis skrip yang berisi beberapa dialog, narasi, dan instruksi bagi tim pembantu proses pengambilan video lainnya. Skrip ini akan memandu proses pengambilan gambar, pengaturan aksi dalam kamera, dan rekaman suara yang diperlukan untuk video. Selama tahap ini, juga akan ditentukan lokasi syuting, pemilihan narator, serta berisi banyak elemen visual yang akan digunakan untuk proses pengambilan video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya. Setelah skrip selesai, penulis dan tim produksi akan melakukan pra-produksi yang melibatkan perencanaan logistik dan teknis. Dalam tahap ini penulis mengatur jadwal untuk pelaksanaan syuting, melakukan perizinan jika diperlukan, dan mengatur proses pembiayaan untuk produksi. Persiapan teknis seperti pemilihan kamera yang digunakan, pemilihan pengaturan pencahayaan dalam set, dan peralatan lainnya juga dilakukan pada tahap ini. Berikut adalah beberapa tahapan utama pada proses pra produksi video *storytelling* :

1. Melakukan pengumpulan data terkait Lapis Kukus Surabaya dari berbagai sumber termasuk studi literatur dan wawancara lapangan.
2. Pembuatan konsep penyajian produk video *storytelling*.
3. Pembuatan skrip narasi untuk pengisian suara pada animasi dan narator pada video.

Judul : Lapis Kukus Surabaya

Kuliner merupakan salah satu aspek yang penting dari budaya di suatu daerah. Makanan khas daerah tidak hanya mencerminkan cita rasa yang unik namun harus juga harus enak. Salah satu kuliner yang khas dan terkenal di Surabaya adalah Lapis Kukus Surabaya. Siapasih yang disini enggak tahu tentang lapis kukus surabaya??? Pasti semuanya tahu kan tentang Lapis Kukus surabaya

Lapis Kukus memiliki sejarah yang kaya dan merupakan bagian dari budaya kuliner Surabaya. Lapis Kukus diyakini berasal dari zaman kolonial Belanda dan telah ada semenjak awal abad ke-19 yang dibawa ketika masa penjajahan tentara kolonial belanda ketika menjajah surabaya.

Bernama asli "spekkoek" berasal dari bahasa Belanda yang berarti "kue babi lemak" atau "kue lemak daging babi", spek yang artinya babi dan koek yang artinya kue. Mengacu pada tekstur lembut dan berlapis-lapis seperti lemak daging babi. Spekkoek terkenal karena tampilannya yang khas dengan lapisan-lapisan yang bermacam-macam. Spekkoek merupakan salah satu kue tradisional yang populer di Belanda dan dikenal juga di berbagai negara yang memiliki pengaruh sejarah Belanda, termasuk negara kita indonesia Indonesia.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman Spekkoek telah mengalami adaptasi dan modifikasi menjadi lapis kukus Surabaya, yang memiliki rasa dan tekstur yang berbeda namun tetap mempertahankan konsep lapisan-lapisan yang khas. Kue lapis kukus Surabaya ini juga dijual kembali dan dimodifikasi oleh brand-brand ternama loh, beberapa brand

terkenal ya seperti Spikoe resep kuno, Lapis kukus pahlawan, Lapis Tugu Surabaya, Lapis kukus semanggi surabaya, Soerabaja Lapis Legit Spesial, srikandi lapis kukus, brownies Suramadu, Lapis kukus jos gandhos, dan masih banyak lagi brand-brand lainnya yang gak kalah terkenal loh.

Lapis Kukus tidak hanya menjadi sekadar makanan, tetapi juga merupakan bagian penting dari identitas dan warisan budaya Surabaya. Masyarakat Surabaya memiliki hubungan emosional yang kuat dengan kuliner ini, karena telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu dapat disimpulkan lapis kukus menjadi simbol keberanian yang menggambarkan bagaimana Lapis Kukus menjadi simbol dari semangat dan kebanggaan Masyarakat Surabaya.

4. Tim produksi dan penulis akan melakukan persiapan lokasi yang tepat.
5. Memilih tempat yang sesuai dengan konsep video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya.
6. Memastikan tempat tersebut dapat menggambarkan suasana dan karakteristik video secara visual.
7. Melakukan penataan dekorasi dan penataan visual.
8. Mengatur pencahayaan yang digunakan.
9. Menyusun set pengambilan video agar mencerminkan nuansa yang diinginkan dalam video.

4.2 Produksi

Ketika melakukan pengambilan video dalam video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya", tahapan produksi yang harus dilakukan melibatkan beberapa langkah penting. Yaitu pertama-tama, tim produksi akan melakukan beberapa persiapan lokasi pengambilan video. Penulis dan tim produksi akan memilih tempat dan memastikan tempat tersebut dapat tepat sesuai konsep untuk menggambarkan suasana dan karakteristik video *storytelling* Lapis Kukus Surabaya secara visual. Hal ini meliputi penataan dekorasi dan penataan visual, pengaturan pencahayaan

yang digunakan, dan pengaturan set pengambilan video agar mencerminkan nuansa yang diinginkan dalam video.



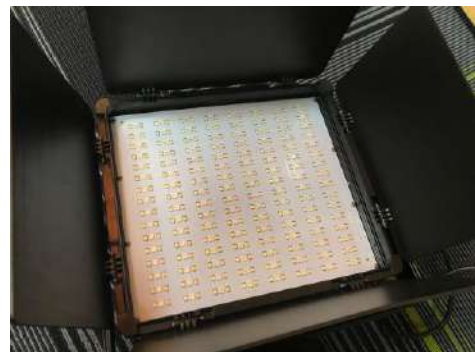
Gambar 4.1 Kamera Sony FX 3 & Sony FX 6



Gambar 4.2 Microphone wireless Rode



Gambar 4.3 Lighting Godox dan Gambar 4.4 GFM Lighting System



Setelah itu, penulis dan tim produksi akan mempersiapkan peralatan yang diperlukan untuk pengambilan gambar. Penulis dan tim produksi akan memilih kamera yang sesuai dengan kebutuhan visual dan kualitas yang diinginkan. Selain itu, pencahayaan yang tepat juga harus diatur agar setiap pergerakan objek terlihat jelas dan menarik. Peralatan lain seperti tripod, mikrofon, dan alat bantu lainnya akan disiapkan untuk memastikan suara yang baik dan stabilitas gambar saat

pengambilan video dilakukan. Setelah persiapan peralatan selesai, tim produksi akan memulai pengambilan video sesuai dengan skrip narasi yang telah disusun sebelumnya. Penulis dan tim produksi akan mengatur jalannya pengambilan video, melakukan pengaturan *angle* kamera yang optimal, dan mengarahkan model maupun narator dalam melaksanakan peran mereka. Tim produksi harus memastikan bahwa setiap adegan diambil dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang telah disusun di skrip dan sesuai dengan tujuan pembuatan video storytelling.

Selama proses pengambilan gambar, penulis dan tim produksi juga akan memperhatikan beberapa hal dan aspek teknis seperti fokus kamera, intensitas pencahayaan yang digunakan, dan komposisi visual pada satu frame video. Penulis dan tim produksi akan memastikan bahwa gambar dapat terlihat jelas, detailnya tertangkap dengan baik, dan setiap adegan dapat diambil dengan sudut pandang yang tepat dan menarik. Pada saat yang sama, suara dan dialog juga harus direkam dengan jelas dan bebas dari gangguan audio yang tidak diinginkan.



Gambar 4.5 Proses pengambilan video storytelling



Gambar 4.6 Proses pengambilan gambar untuk video storytelling

4.3 Pasca Produksi

Setelah tahap produksi selesai, tugas penulis selanjutnya akan mengambil alih untuk memastikan bahwa video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya" mencapai hasil akhir yang sempurna dan layak untuk ditonton. Proses pasca produksi dimulai dengan langkah *editing* klip video yang mendetail.

1. Penambahan dan Trimming Klip Video

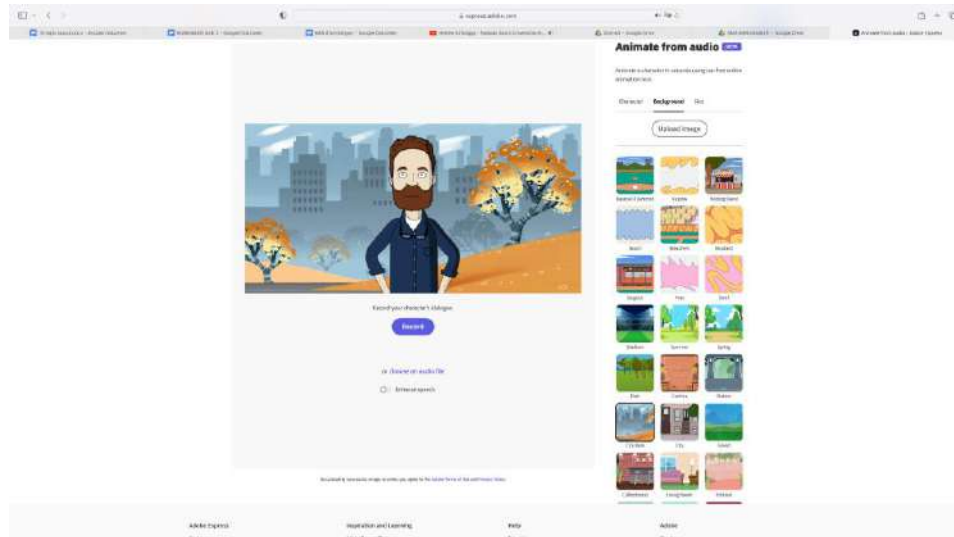
Dalam tahap ini, stok video adegan- adegan yang telah direkam akan disusun dan diatur sedemikian rupa sehingga alur dari video terungkap dengan jelas dan menarik. Selanjutnya penulis sebagai editor akan memotong, menggabungkan, dan memanipulasi beberapa adegan sesuai dengan kebutuhan, menjaga ritme video dan kualitas *visual* video agar mencapai hasil akhir video yang sempurna.



Gambar 4.7 Proses penambahan dan trimming klip video

2. Pembuatan Karakter Animasi Video

Dalam pembuatan video animasi menggunakan aplikasi *Adobe Express Animation* untuk memperjelas visual dan mempermudah penyampaian isi video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya," kita dapat menciptakan gambar animasi yang menarik dan interaktif. Melalui penggunaan aplikasi ini, berbagai elemen gambar animasi seperti ilustrasi bahan-bahan, langkah-langkah pembuatan, dan penampilan lapis kukus dapat ditambahkan dengan mudah. Dengan menganimasikan gambar-gambar tersebut, penonton dapat memiliki pengalaman visual yang lebih kaya dan pemahaman yang lebih baik tentang proses pembuatan lapis kukus. Selain itu, aplikasi *Adobe Express Animation* juga memungkinkan kita untuk menambahkan efek dan transisi yang menarik, memperkuat kesan visual dalam video *storytelling*, sehingga menghasilkan video yang informatif dan menarik secara visual bagi penonton.



Gambar 4.8 Proses pembuatan animasi melalui aplikasi adobe express

3. Proses Color Grading Video

Proses *color grading* dan koreksi warna merupakan salah satu langkah penting dalam proses pasca produksi video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya". Dalam tahap ini, penulis sebagai *editor* akan berfokus pada penyesuaian visual untuk mencapai tampilan warna yang diinginkan dan konsisten dalam seluruh video. *Color grading* melibatkan manipulasi warna dan nada untuk menciptakan suasana yang diinginkan dan meningkatkan estetika *visual* video. Penulis akan memperhatikan setiap adegan secara individual dan secara keseluruhan, memastikan bahwa pencahayaan dan nuansa warna sesuai dengan visi kreatif yang diinginkan. Mereka dapat menyesuaikan kecerahan, kontras, kejenuhan, serta mengatur tonalitas dan tingkat warna secara keseluruhan. Dalam beberapa klip video, penulis juga menggunakan teknik *grading* selektif untuk mengubah warna atau memfokuskan perhatian pada area tertentu dalam adegan. Selain itu, koreksi warna juga dilakukan untuk memperbaiki ketidaksempurnaan pencahayaan yang mungkin terjadi selama proses produksi. Misalnya, jika ada adegan yang terlalu gelap atau terang, penulis dapat melakukan penyesuaian untuk menyempurnakan tampilan visualnya. Proses color

grading dan koreksi warna ini tidak hanya mencakup penyesuaian global untuk keseluruhan video, tetapi juga pengaturan adegan per adegan, memastikan konsistensi visual yang harmonis sepanjang video *storytelling*. Dalam kolaborasi penulis dengan tim produksi akan mencapai tampilan visual yang sesuai dengan tema, suasana, dan tujuan video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya". Dengan penyesuaian warna yang tepat, video akan memancarkan keaslian, keindahan, dan daya tarik visual yang menarik perhatian penonton, memperkuat pesan dan cerita yang ingin disampaikan.

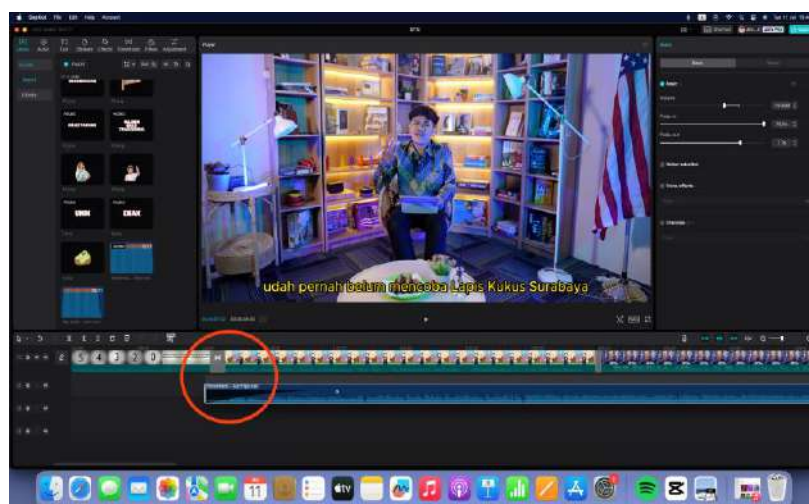


Gambar 4.9 Proses editing dan color grading video

4. Penambahan Latar Belakang Musik

Dalam proses pasca produksi video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya", penulis juga akan berfokus pada aspek audio. Penulis akan melakukan berbagai tindakan untuk memastikan kualitas suara yang optimal bagi penonton. Salah satu langkah yang diambil adalah menyempurnakan suara latar dengan memastikan keseimbangan yang tepat antara elemen audio yang berbeda. Dengan melakukan penyesuaian volume, penonjolan suara yang diinginkan dapat diperkuat dan diprioritaskan, sehingga pesan dan dialog dapat dengan jelas terdengar.

Selain itu, tim juga akan mengatasi ketidakseimbangan audio yang mungkin terjadi selama proses produksi. Mereka akan memperbaiki ketidakseimbangan dalam tingkat volume antara adegan yang berbeda, memastikan transisi yang mulus dan konsistensi audio. Selanjutnya, noise yang tidak diinginkan, seperti suara bising latar atau distorsi, akan dihilangkan atau dikurangi sebanyak mungkin. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman mendengar yang jernih dan imersif bagi penonton, memungkinkan mereka sepenuhnya terlibat dalam cerita "Lapis Kukus Surabaya" tanpa gangguan suara yang mengganggu. Dengan perhatian terhadap aspek audio ini, video *storytelling* akan mencapai tingkat kesempurnaan yang lebih tinggi, menyajikan cerita secara visual dan auditori yang menarik secara holistik. Selain itu, proses pasca produksi juga melibatkan pilihan musik latar yang sesuai dengan suasana dan tujuan video. Musik dapat memberikan dimensi emosional tambahan dan meningkatkan keterlibatan penonton. Tim pasca produksi akan memilih musik dengan cermat, memastikan bahwa itu sesuai dengan mood dan tema video, dan tidak mengganggu atau menyimpang dari pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 4.10 Proses penambahan background musik pada vide

5. Penambahan Pop up Animasi Gambar

Untuk meningkatkan kejelasan visual dan memudahkan penyampaian isi video, penambahan *pop-up* gambar animasi pada video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya" menjadi langkah yang tepat. Dengan menggunakan elemen animasi, gambar-gambar yang merepresentasikan proses pembuatan lapis kukus dapat muncul secara interaktif di layar. Misalnya, saat menjelaskan sejarah lapis kukus, gambar animasi bisa menampilkan urutan kejadian yang ditambahkan satu per satu ke dalam video. Selain itu, *pop-up* gambar animasi juga dapat memberikan ilustrasi visual yang lebih rinci tentang tekstur dan penampilan lapis kukus yang sedang dibahas dalam video. Hal ini akan memungkinkan penonton untuk lebih memahami proses pembuatan dan mencapai pengalaman visual yang lebih kaya saat menonton video tersebut.



Gambar 4.11 Proses penambahan pop up animasi gambar

6. Penambahan Closed Caption Video

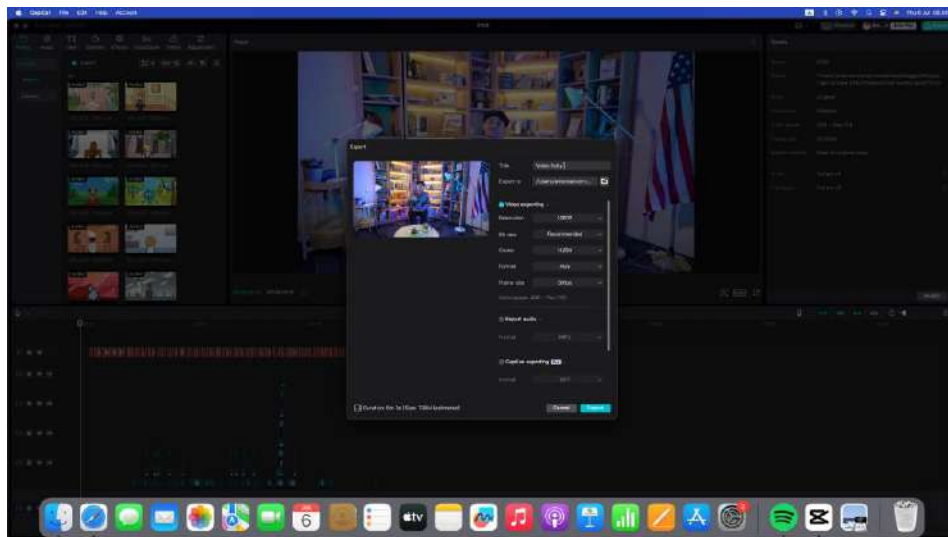
Dalam proses *editing video storytelling* "Lapis Kukus Surabaya", langkah penting lainnya adalah pemberian *closed caption* atau *subtitle*. Proses ini dilakukan dalam tahap editing dengan tujuan untuk memberikan dukungan teks yang menyertai visual dalam video. *Closed caption* atau *subtitle* berperan penting dalam meningkatkan aksesibilitas video kepada penonton dengan berbagai kebutuhan, seperti mereka yang memiliki gangguan pendengaran atau yang tidak memahami bahasa yang digunakan dalam video. Penulis akan menyunting dan menyelaraskan teks dengan durasi adegan yang relevan dalam video. Hal ini memungkinkan penonton untuk membaca dan memahami konten video dengan lebih baik, termasuk dialog, narasi, atau informasi penting lainnya. Pemberian *closed caption* atau *subtitle* juga dapat meningkatkan keterlibatan dan pemahaman penonton terhadap informasi yang disampaikan. Penulis sebagai *editor* akan memastikan bahwa subtitle ditampilkan dengan tampilan yang jelas dan mudah dibaca, sesuai dengan gaya dan format yang sesuai. Dengan adanya *closed caption* atau *subtitle*, video *storytelling* "Lapis Kukus Surabaya" akan mencakup dan menghargai keberagaman audiens, memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima oleh semua penonton secara inklusif.



Gambar 4.12 Penambahan closed caption atau subtitle pada video

7. Proses Rendering Video

Setelah semua elemen audio dan visual selesai, tahap akhir adalah rendering video. Di sini, video akhir akan diekspor dalam format yang sesuai, yang memungkinkan publikasi dan distribusi secara online. *Render* video memastikan bahwa kualitas gambar tetap terjaga dan siap untuk dikonsumsi oleh penonton di berbagai platform.



Gambar 4.13 Proses Rendering video

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Lapis Kukus Surabaya merupakan salah satu makanan khas yang sangat istimewa dan memiliki sejarah yang sangat terikat emosional dengan masyarakat di kota Surabaya. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, kuliner merupakan salah satu aspek penting dari budaya suatu daerah. Makanan khas daerah tidak hanya mencerminkan cita rasa yang unik dan enak, tetapi juga menggambarkan sejarah, tradisi, dan warisan kuliner dari generasi ke generasi. Pada awal, dijelaskan mengenai asal-usul Lapis Kukus Surabaya dan bagaimana hidangan tersebut telah menjadi bagian dari tradisi kuliner masyarakat Surabaya selama bertahun-tahun bahkan dari temurun generasi ke generasi berikutnya. Terdapat penekanan pada keunikan dan kelezatan Lapis Kukus Surabaya yang menjadikannya sebagai ikon kuliner yang tidak bisa dilewatkan ketika mengunjungi kota Surabaya. Selanjutnya, dalam upaya mempromosikan kembali Lapis Kukus Surabaya, video *storytelling* ini juga menjelaskan deskripsi kuliner tersebut tersebut. Setiap lapisan yang cantik dengan variasi warna yang berbeda menambah daya tarik pada Lapis Kukus Surabaya. Ditampilkan pula ada juga beberapa varian rasa dan topping yang dapat dipilih sesuai dengan kemauan konsumen pada Lapis Kukus Surabaya ini, memberikan kesan bahwa Lapis Kukus Surabaya memiliki macam yang dapat disesuaikan dengan selera masing-masing. Video *storytelling* ini diproduksi untuk memenuhi tujuannya mempromosikan kembali Lapis Kukus Surabaya. Informasi yang dikemas penulis telah disampaikan dengan jelas dan runtut, serta didukung dengan objek visual yang menarik, dimaksudkan untuk membuat penonton terinspirasi untuk menjadi lebih tahu dan mengenal lebih dalam tentang Lapis Kukus Surabaya ini. Diharapkan, melalui upaya promosi menggunakan video

storytelling ini, Lapis Kukus Surabaya dapat semakin dikenal dan diapresiasi oleh masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan laporan tugas akhir yang telah disajikan, terdapat beberapa saran untuk memperbaiki dan meningkatkan promosi kembali Lapis Kukus Surabaya melalui video *storytelling* yang jelas dan runtut. Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan :

1. Pembuat video *storytelling* selanjutnya diharapkan dapat melakukan analisis mendalam tentang strategi pemasaran dan promosi dengan metode lain yang efektif untuk memperkenalkan dan memasarkan Lapis Kukus Surabaya secara lebih luas.
2. Dapat menambahkan beberapa informasi penting yang tidak tercakup penuh penuh dalam produk, seperti menambah lebih luas tentang keberadaan toko-toko yang menjual Lapis Kukus Surabaya dan menambahkan alamat toko yang dapat mempermudah konsumen untuk mengetahui letak toko atau gerai terdekat, tidak lupa untuk pembuat video *storytelling* selanjutnya dapat menambahkan testimoni atau review dari konsumen.
3. Selain menggunakan gambar dan animasi, merekam proses pembuatan Lapis Kukus Surabaya secara langsung dapat memberikan pengalaman yang lebih nyata kepada penonton. Menggabungkan adegan pembuatan Lapis Kukus Surabaya, mulai dari persiapan bahan hingga tahap pengukusan sampai tahap penyajian, akan memberikan kejelasan tentang proses tersebut dan menunjukkan visual Lapis Kukus Surabaya dengan lebih jelas kepada penonton.
4. Selain melalui video *storytelling*, disarankan untuk memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan Lapis Kukus Surabaya. Membagikan cuplikan video, gambar menarik, atau

informasi menarik tentang hidangan ini di platform seperti Instagram, Facebook, atau Twitter dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan promosi

DAFTAR PUSTAKA

- Chang, T. Z., Chen, T. K., & Wang, D. T. (2018). Effects of sales promotion, product quality, and brand image on brand loyalty. *The Service Industries Journal*, 38(9-10), 622-638.
- Detik.com. (n.d.). Asal Usul Kue Lapis Surabaya yang Disebut Spiku. Detik Jatim. Diakses pada 31 Mei 2023 , dari <https://www.detik.com/jatim/kuliner/d-6466033/asal-usul-kue-lapis-surabaya-yang-disebut-spiku>
- Doyle, E. (2019). The Power of Creativity in Video Marketing. *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 7(4), 334-343. doi:10.14705/rpnet.2019.36.9782490057502
- Fowles, J. (2021). Exploring the Value of Creativity in Video Advertising. *International Journal of Advertising*, 40(2), 283-307. doi:10.1080/02650487.2021.1900010
- Gufroni, A. (2022). Media Sosial dan Promosi Perpustakaan Berbasis Media Digital. *Jurnal Dewantara*, 13(01), 34-45.
- Hutter, K., & Hoffmann, S. (2017). The consequences of a lack of differentiation in the promotion of environmentally friendly products: Evidence from German grocery stores. *Journal of Cleaner Production*, 157, 132-141.
- Kompas.com. (2021, 6 September). Apa Itu Spikoe Kuno Lapis Surabaya yang Dibuat dari Resep Belanda. Kompas Food. Diakses pada 31 Mei 2023, dari <https://www.kompas.com/food/read/2021/09/06/131644975/apa-itu-spikoe-kuno-lapis-surabaya-yang-dibuat-dari-resep-belanda>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Liputan6.com. (n.d.). Asal Usul Spikoe Surabaya yang Diadaptasi dari Resep Belanda. *Liputan6 Regional*. Diakses pada 31 Mei 2023, dari <https://www.liputan6.com/regional/read/5162069/asal-usul-spikoe-surabaya-yang-diadaptasi-dari-resep-belanda>
- McGill, M., & Anand, S. (2018). The Effect of Storytelling on Empathy and Attitudes Toward Elderly People With Dementia: A Quantitative Study. *SAGE Open*, 8(3), 2158244018790148.
- Mulyadi, A., & Sunarto, M. R. (2020). The Effect of Video Storytelling on Audience Engagement in Social Media Marketing. *Indonesian Journal of Science and Technology*, 5(2), 175-183.
- Setiawan, R. (2016). Memaknai Kuliner Tradisional diNusantara: Sebuah Tinjauan Etis. *Respons: Jurnal Etika Sosial*, 21(01), 113-140.
- Sulaksono, Tegar (2021) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kue Lapis Kukus Surabaya Di Jalan Ahmad Yani Surabaya Pada Era Covid-19*. Skripsi thesis, Universitas PGRI Adibuana Surabaya.
- Toko Boga Jaya. (n.d.). Sejarah Lapis Surabaya. Diakses pada 31 Mei 2023, dari <https://www.tokobogajaya.com/sejarah-lapis-surabaya/>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil wawancara Lapis Kukus Surabaya

Pewawancara : Ficky

Tanggal Wawancara: 27 Maret 2023

Nama Narasumber : Pemilik usaha lapis kukus brand x

Pewawancara : Selamat pagi, terima kasih sudah bersedia mewawancarai saya untuk laporan ini.

Pewawancara : Pertama-tama, bagaimana pandemi COVID-19 mempengaruhi usaha Lapis Kukus Surabaya Anda?

Pemilik Usaha : Pandemi ini memberikan dampak yang signifikan pada usaha kami. Selama masa covid mas dan pembatasan, kami mengalami penurunan penjualan yang drastis. Banyak permintaan pesanan dari langganan yang dibatalkan, sehingga penjualan akan produk kami menurun secara signifikan. Kami juga menghadapi tantangan dalam mempromosikan kembali produk kami

Pewawancara : Bagaimana Anda mengatasi hambatan-hambatan tersebut?

Pemilik Usaha : Kami pastinya gak tinggal diam aja, kami mengambil beberapa langkah untuk mengatasi dampak pandemi ini mas. Pertama, kami meningkatkan kehadiran online kami dengan memperluas jangkauan melalui media pemesanan makanan daring dan media sosial. Kami juga memberikan diskon khusus dan penawaran menarik kepada pelanggan setia kami untuk mempertahankan loyalitas mereka.

Pemilik Usaha : Selain itu, kami juga menjaga kebersihan dan kualitas produk kami.

Pewawancara : Bagaimana variasi rasa Lapis Kukus Surabaya dikembangkan?

Pemilik Usaha : Kami selalu berusaha untuk menciptakan varian rasa yang menarik bagi pelanggan kami. Selain rasa tradisional yang sudah terkenal, seperti rasa klasik, kami juga menciptakan varian modern seperti cokelat original keju, brownies, chocopandan, redvelvet, tiramisu, dan terang bulan. Kami mendapatkan

ide-ide baru dari umpan balik pelanggan dan melalui eksperimen sendiri untuk menciptakan rasa-rasa yang unik dan menggugah selera.

Pewawancara : apakah anda bisa memberikan gambaran umum tentang Lapis Kukus Surabaya, termasuk bahan-bahan yang digunakan dan cara pembuatannya?

Pemilik Usaha : Tentu. Lapis Kukus Surabaya kami mas terbuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi seperti tepung terigu, telur, gula, santan, dan sedikit pewarna makanan alami. Semua bahan ini diolah dengan hati-hati dan dicampur dalam takaran yang tepat untuk menciptakan tekstur yang lembut dan rasa yang enak. Tahap pembuatannya melibatkan lapisan demi lapisan dari adonan yang dikukus secara bertahap hingga matang.

Pewawancara : Apa target penjualan yang ingin Anda capai dalam waktu dekat?

Pemilik Usaha : Kami memiliki target penjualan yang ambisius untuk waktu dekat. Kami berharap dapat meningkatkan target pasar kami di Surabaya dan sekitarnya, serta menjalin kerjasama dengan restoran dan kafe lokal untuk memperkenalkan Lapis Kukus Surabaya kepada lebih banyak orang. Kami juga sedang mempertimbangkan untuk mengembangkan layanan pengiriman kami ke wilayah lain di Indonesia.

Pewawancara : Terima kasih banyak atas waktu dan informasinya. Semoga usaha Lapis Kukus Surabaya semakin sukses dan berkembang di masa yang akan datang.

Pemilik Usaha : Terima kasih kembali mas.

Lampiran 2 Preview video storytelling oral



Lampiran 3 Preview video storytelling





UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS VOKASI
DEPARTEMEN TEKNIK
PROGRAM STUDI D-III PERPUSTAKAAN

Jl. Srikana 65 (Kampus B) Surabaya, email : adm.pstpv@gmail.com

FORM BIMBINGAN PERWALIAN

Nama Mahasiswa : Ficky Dwi Hermawan
NIM : 152011313029
Email : ficky.dwi.hermawan-2020@vokasi.unair.ac.id
Alamat : Pranti RT06 RW05, Menganti, Gresik
Dosen Pembimbing : Tiara Kusumaningtyas S Hum., M Hum.

Tanggal	Topik Konsultasi	TTD Mahasiswa	TTD Pembimbing
30 Mei 2023	Konsep Video dan BAB I		
1 Juni 2023	Revisi Bab I dan Batasan masalah		
06 Juni 2023	BAB II dan Konsep Video Revisi		
15 Juni 2023	Revisi Video dan konsultasi BAB 3		
23 Juni 2023	Revisi Naskah Skrip Video dan BAB 4		
03 Juli 2023	Revisi BAB 4 dan Revisi Video		
08 Juli 2023	Revisi BAB 5 dan konsultasi Video Final		
18 Juli 2023	Revisi Akhir dan Revisi Final Video		