

PERANCANGAN BUKU FOOD PHOTOGRAPHY KULINER KOTA LAMONGAN

Intan Renita Marwiastanti¹, Meirina Lani Anggapuspa²

^{1,2}Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Surabaya

email: intan.22071@mhs.unesa.ac.id

Received:

29-07-2026

Reviewed:

29-07-2026

Accepted:

29-07-2026

ABSTRAK: Lamongan memiliki kekayaan kuliner sebagai identitas budaya dan potensi wisata, tetapi pengenalannya masih didominasi beberapa hidangan populer serta belum didukung dokumentasi visual yang terstruktur. Perancangan ini bertujuan menghasilkan buku food photography sebagai media pengenalan, dokumentasi, dan promosi kuliner Lamongan. Metode yang digunakan adalah desain analitik dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dokumentasi fotografi, dan studi literatur, kemudian dianalisis menggunakan SWOT. Hasil perancangan berupa buku berukuran 25 × 25 cm, 50 halaman, bersampul keras, dan menggunakan art paper 150 gsm. Buku memuat sebelas kuliner, mulai dari Nasi Boran dan Soto Lamongan hingga Jumbrek, Keripik Ikan Sunduk, dan Es Siwalan. Konsep visual minimalis modern menggunakan fotografi sebagai fokus utama, tipografi Script MT Bold dan Bell MT, serta palet coklat tua, kuning-oranye, krem, dan putih. Hasilnya menunjukkan konsistensi antara konsep, isi, dan identitas visual, sehingga buku berpotensi mendukung pelestarian serta promosi kuliner lokal; namun efektivitasnya masih perlu diuji kepada audiens.

Kata Kunci: buku fotografi makanan, kuliner Lamongan, media promosi, perancangan visual

ABSTRACT: Lamongan has a rich culinary heritage as a cultural identity and tourism asset, but public recognition remains concentrated on several popular dishes and is not supported by structured visual documentation. This project aimed to design a food photography book for introducing, documenting, and promoting Lamongan cuisine. It applied an analytical design method with a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, semi-structured interviews, photographic documentation, and literature study, then examined using SWOT analysis. The final product is a 25 × 25 cm, 50-page hardcover book printed on 150 gsm art paper. It presents eleven culinary items, ranging from Nasi

Boran and Soto Lamongan to Jumbrek, Keripik Ikan Sunduk, and Es Siwalan. The modern minimalist concept prioritizes food photography, combines Script MT Bold and Bell MT typefaces, and uses dark brown, yellow-orange, cream, and white. The result demonstrates consistency among concept, content, and visual identity, giving the book potential to support local culinary preservation and promotion; however, its effectiveness still requires audience testing.

Keywords: *culinary promotion, food photography book, Lamongan cuisine, visual design*

PENDAHULUAN

Kuliner merupakan bagian dari kebudayaan karena bahan, teknik pengolahan, cara penyajian, dan kebiasaan konsumsinya merekam hubungan masyarakat dengan lingkungan serta sejarah lokal. Dalam konteks pariwisata, pengalaman menikmati makanan daerah juga dapat memperkuat pemahaman wisatawan terhadap identitas suatu wilayah. Universitas Negeri Yogyakarta (2022) menempatkan gastronomi sebagai unsur yang berkaitan dengan ekonomi, pariwisata, dan kebudayaan, sehingga dokumentasi kuliner tidak hanya berfungsi mencatat produk makanan, tetapi juga menjaga pengetahuan lokal yang menyertainya.

Lamongan memiliki ragam makanan utama, jajanan, camilan, dan minuman tradisional. Soto Lamongan telah dikenal secara nasional melalui ciri khas kuah ayam dan taburan koya (Sabtiani, 2024), sedangkan Nasi Boran memiliki keterikatan kuat dengan tradisi penjualan menggunakan wadah anyaman bambu serta regenerasi pedagang lokal (Sari, 2019). Sumber populer dan kelembagaan daerah juga mencatat kekhasan Jumbrek, Wingko Babat, Keripik Ikan Sunduk, dan aneka kuliner pantura sebagai bagian dari kekayaan pangan Lamongan (Abdi, 2020; Auto2000, 2024; Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Daerah Kabupaten Lamongan, 2024; Konten Jatim, 2023; Lamongan Pos, 2016). Meskipun demikian, citra kuliner Lamongan masih cenderung terpusat pada beberapa menu yang telah populer, sementara kuliner lain belum memperoleh paparan visual yang sebanding.

Masalah tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kekayaan objek kuliner yang tersedia dan media pengenalannya. Informasi kuliner banyak beredar dalam bentuk unggahan singkat, artikel terpisah, atau komunikasi lisan. Media tersebut efektif untuk penyebaran cepat, tetapi tidak selalu membangun dokumentasi yang terstruktur, memiliki identitas visual konsisten, dan dapat dinikmati sebagai satu kesatuan naratif. Kondisi ini berpotensi membatasi pengetahuan masyarakat, terutama generasi muda dan wisatawan, terhadap keragaman kuliner Lamongan.

Food photography dapat menjembatani kebutuhan informasi dan daya tarik visual karena fotografi makanan menampilkan bentuk, tekstur, warna, komposisi, dan suasana penyajian. Young (2015) menjelaskan bahwa kualitas foto makanan dipengaruhi oleh penguasaan pencahayaan, komposisi, fokus, properti, dan pengolahan visual. Dengan pengendalian unsur tersebut, makanan tidak hanya terdokumentasi, tetapi juga disajikan secara persuasif sehingga mampu menggugah perhatian dan membentuk persepsi terhadap kualitas objek. Dalam buku, foto dapat dipadukan dengan teks ringkas untuk menjelaskan sejarah, bahan utama, karakter, atau keunikan setiap kuliner.

Penelitian perancangan terdahulu menunjukkan bahwa buku visual dapat menjadi sarana informasi dan pelestarian. Harahap dan Oemar (2020) menggunakan gaya vintage untuk memperkenalkan makanan tradisional Melayu kepada generasi muda, sedangkan Wahyudi et al. (2021) menunjukkan bahwa buku infografis memudahkan penyajian informasi yang padat melalui kombinasi visual dan teks. Aprillia dan Kusumandyoko (2022) secara lebih spesifik merancang buku food photography kuliner tradisional Surabaya sebagai sarana pengenalan dan pelestarian. Pada konteks Lamongan, Sari (2019)

menegaskan potensi Nasi Boran sebagai daya tarik wisata kuliner, sementara Ainun Nur et al. (2022) memperlihatkan bahwa foto dan video yang ditata secara menarik dapat mendukung promosi destinasi lokal. Adiski et al. (2024) juga menempatkan buku infografis dan media pendukung sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya.

Perbedaan perancangan ini terletak pada cakupan objek dan sistem visualnya. Buku tidak hanya mengangkat satu kuliner atau satu bentuk promosi digital, tetapi menyatukan sebelas kuliner Lamongan dalam media cetak yang berorientasi pada fotografi. Desain diarahkan untuk membangun kesinambungan antara sampul, halaman pembuka, halaman isi, dan media pendukung melalui penggunaan warna, tipografi, tata letak, serta gaya fotografi yang konsisten. Dengan demikian, buku diposisikan sebagai media informasi, dokumentasi, dan promosi visual yang dapat digunakan secara berulang.

Berdasarkan permasalahan tersebut, fokus perancangan adalah bagaimana menghasilkan buku food photography yang menarik, informatif, dan mampu menampilkan karakter visual kuliner Lamongan melalui pemilihan teknik fotografi, tata letak, tipografi, serta warna yang tepat. Tujuan perancangan ini adalah menghasilkan konsep dan bentuk akhir buku yang mudah dipahami oleh target audiens, mendokumentasikan ragam kuliner lokal, serta menyediakan media promosi yang memiliki identitas visual terpadu. Kontribusi perancangan berada pada penerapan desain komunikasi visual untuk memperkuat pengenalan kuliner daerah, bukan pada pengukuran perubahan perilaku audiens. Oleh karena itu, hasil yang dibahas merupakan keluaran perancangan dan interpretasi visual; efektivitas komunikasinya masih memerlukan pengujian pengguna pada penelitian lanjutan.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Perancangan menggunakan metode desain analitik dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini menempatkan pengumpulan dan analisis data sebagai dasar pengambilan keputusan desain, sehingga keluaran tidak semata-mata ditentukan oleh preferensi estetis. Perancangan dilaksanakan dalam rangka tugas akhir tahun akademik 2025/2026, dengan pengumpulan objek kuliner di wilayah Lamongan dan pengolahan desain di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Surabaya.

Objek perancangan adalah buku food photography kuliner Lamongan. Sasaran primer ditetapkan pada laki-laki dan perempuan berusia 17–35 tahun, khususnya pelajar, mahasiswa, pekerja, wisatawan, dan masyarakat yang memiliki minat terhadap kuliner lokal, fotografi makanan, serta budaya daerah. Sasaran tersebut dipilih karena cenderung terbiasa mengonsumsi konten visual dan berpotensi menjadi penghubung antara pengetahuan kuliner tradisional dengan media komunikasi modern.

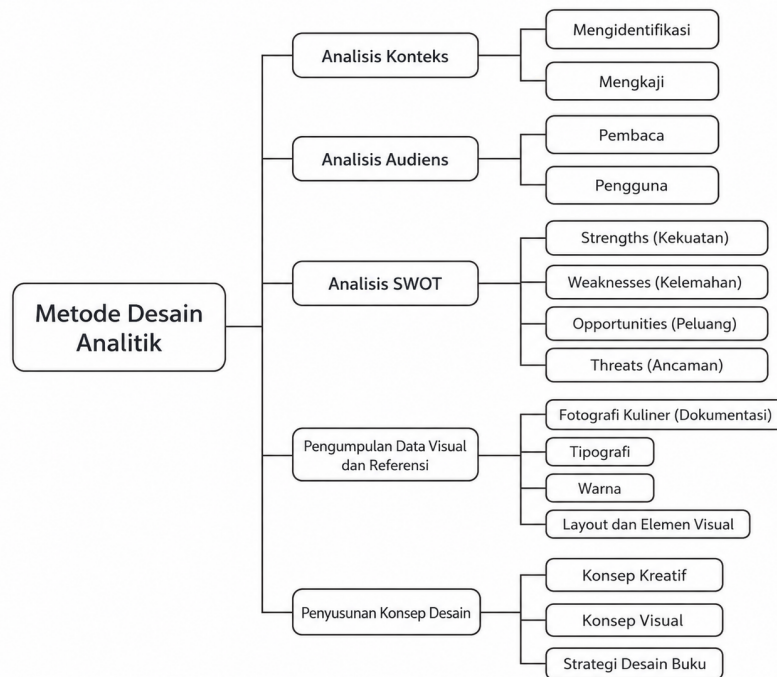
Data primer diperoleh melalui observasi terhadap bentuk, warna, tekstur, penyajian, dan ketersediaan makanan; wawancara semi-terstruktur dengan Ibu Siti Aminah sebagai pedagang Nasi Boran dan Bapak Ahmad Fauzi sebagai konsumen kuliner Lamongan; serta dokumentasi fotografi. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, penelitian terdahulu, dan sumber kelembagaan yang membahas kuliner Lamongan, desain buku, fotografi makanan, tipografi, warna, tata letak, dan promosi visual.

Pengumpulan data dilakukan melalui empat teknik. Observasi digunakan untuk memilih makanan yang memiliki kekhasan lokal dan potensi visual. Wawancara digunakan untuk memperoleh pandangan mengenai karakter kuliner dan pengaruh visual makanan terhadap ketertarikan konsumen. Dokumentasi dilakukan dengan memotret objek menggunakan Canon EOS M100, cahaya alami, bantuan flash telepon seluler, latar kayu, dan sudut dominan eye level. Studi literatur digunakan untuk membangun landasan konseptual dan membandingkan perancangan dengan karya sejenis.

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui pengelompokan informasi mengenai objek kuliner, audiens, kebutuhan isi, dan karakter visual. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman media. Hasil analisis

kemudian disintesis menjadi konsep kreatif dan konsep visual yang mencakup format buku, struktur isi, komposisi halaman, gaya fotografi, warna, dan tipografi.

Tahapan desain analitik meliputi analisis kuliner Lamongan, analisis target audiens, pengumpulan referensi visual, sintesis konsep, produksi fotografi, penyusunan tata letak, dan penerapan desain pada media utama serta media pendukung. Beberapa objek yang direncanakan pada tahap awal tidak dapat didokumentasikan karena bersifat musiman. Objek tersebut diganti dengan kuliner lain yang tersedia, tetap memiliki identitas lokal, dan sesuai dengan tujuan perancangan. Perubahan ini menghasilkan sebelas objek akhir tanpa mengubah arah konsep.



Gambar 1. Sistematika metode desain analitik (Sumber: data diolah oleh penulis, 2026).

Evaluasi pada penelitian ini dilakukan melalui peninjauan konsistensi antara data, konsep, dan hasil visual. Penelitian belum melaksanakan uji keterbacaan, uji preferensi, atau pengukuran efektivitas promosi kepada sampel audiens. Batasan tersebut penting karena kualitas visual produk tidak dapat langsung disamakan dengan efektivitas komunikasi; validasi empiris diperlukan sebelum buku dinyatakan efektif meningkatkan pengetahuan atau minat masyarakat.

KERANGKA TEORETIK

Kuliner sebagai Identitas dan Media Promosi Daerah

Kuliner daerah dapat dipahami sebagai produk budaya yang mengandung pengetahuan mengenai bahan lokal, teknik pengolahan, kebiasaan sosial, dan sejarah. Karena itu, promosi kuliner seharusnya tidak hanya menampilkan makanan sebagai komoditas, tetapi juga menjelaskan konteks yang membuatnya berbeda dari hidangan lain. Sari (2019) menunjukkan bahwa kekhasan Nasi Boran dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata apabila promosi dan pelestariannya didukung kerja sama yang berkelanjutan. Dalam perancangan ini, informasi singkat pada setiap halaman berfungsi memberi konteks terhadap foto sehingga pembaca tidak hanya melihat bentuk makanan, tetapi juga mengenali identitasnya.

Media cetak menawarkan pengalaman yang berbeda dari media sosial. Buku memiliki urutan, ritme, material, dan durasi penggunaan yang memungkinkan pembaca menelusuri

informasi secara lebih terarah. Media digital tetap digunakan sebagai pendukung karena memiliki jangkauan yang lebih luas, sebagaimana terlihat pada pemanfaatan konten foto dan video dalam promosi Pantai Kutang (Ainun Nur et al., 2022). Hubungan antara buku dan media pendukung membentuk strategi hibrida: buku menjadi dokumentasi utama, sedangkan media digital membantu penemuan dan penyebaran konten.

Food Photography dan Komunikasi Visual

Food photography berfungsi mengarahkan perhatian pada kualitas visual makanan melalui pencahayaan, sudut pengambilan, komposisi, warna, fokus, dan properti. Young (2015) menekankan bahwa cahaya serta penataan objek menentukan kemampuan foto dalam memperlihatkan tekstur dan bentuk. Dalam komunikasi visual, foto yang kuat perlu dipadukan dengan teks yang ringkas dan hierarki yang jelas agar pembaca dapat memahami informasi tanpa kehilangan fokus terhadap objek utama.

Krum (2013) menyatakan bahwa visualisasi yang efektif menyederhanakan informasi dan membantu audiens memahami pesan secara cepat. Prinsip tersebut diterapkan melalui dominasi foto, pembatasan jumlah teks, dan penggunaan ruang kosong. Foto tidak diperlakukan sebagai dekorasi, melainkan sebagai sumber informasi visual yang menunjukkan warna, bahan, tekstur, dan cara penyajian kuliner.

Tata Letak, Tipografi, dan Warna

Tata letak mengatur hubungan antara foto, judul, deskripsi, nomor halaman, dan ruang kosong. Rustan (2008) menjelaskan bahwa layout yang harmonis memerlukan pengelolaan elemen dan prinsip visual agar informasi dapat diikuti secara terstruktur. Pada buku food photography, tata letak perlu menjaga dua kebutuhan sekaligus: memberi ruang yang cukup bagi foto dan mempertahankan keterbacaan teks.

Tipografi membangun hierarki sekaligus karakter. Sihombing (2015) menempatkan keterbacaan dan kesesuaian karakter huruf sebagai pertimbangan penting dalam desain grafis. Perancangan menggunakan Script MT Bold untuk judul dan Bell MT untuk isi. Font script membangun nuansa hangat dan personal, sedangkan Bell MT memberikan karakter klasik dengan keterbacaan yang relatif baik untuk deskripsi singkat. Warna coklat tua, kuning-oranye, krem, dan putih digunakan untuk membangun kesan hangat, natural, tradisional, serta menjaga kontras terhadap fotografi makanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data dan Penetapan Audiens

Observasi menghasilkan sebelas kuliner yang dinilai mewakili makanan utama, jajanan, camilan, dan minuman tradisional, yaitu Nasi Boran, Soto Lamongan, Tahu Campur, Asem-Asem Kuthuk, Pecel Lele, Wingko Babat, Jumbrek, Marning, Keripik Getasan, Keripik Ikan Sunduk, dan Es Siwalan. Pemilihan mempertimbangkan popularitas, kekhasan lokal, ketersediaan saat pemotretan, serta kemampuan objek menampilkan warna dan tekstur secara fotografis. Pergantian beberapa objek musiman merupakan keputusan produksi yang rasional karena mempertahankan kelangsungan dokumentasi tanpa mengubah tujuan utama.

Wawancara dengan pedagang menunjukkan bahwa kuliner Lamongan memiliki karakter visual yang dapat diperkuat melalui fotografi dan dapat didokumentasikan dalam media buku. Wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa tampilan makanan berpengaruh terhadap ketertarikan awal untuk mengenal atau mencoba hidangan. Temuan ini mendukung penggunaan foto sebagai titik masuk informasi, tetapi tidak dapat dipahami sebagai bukti efektivitas promosi karena wawancara hanya melibatkan dua narasumber dan tidak dirancang untuk menghasilkan generalisasi statistik.

Target primer berusia 17–35 tahun dan menyukai eksplorasi kuliner, fotografi, budaya lokal, serta konten visual estetik. Penetapan ini mengarahkan penggunaan bahasa ringkas, visual modern, dan navigasi sederhana. Buku juga dapat dibaca wisatawan dan masyarakat umum karena isinya tidak memerlukan pengetahuan khusus.

Tabel 1. Karakteristik target audiens

Aspek	Karakteristik
Demografis	Laki-laki/perempuan usia 17–35 tahun; pelajar, mahasiswa, pekerja, wisatawan, dan masyarakat umum.
Geografis	Masyarakat Indonesia, terutama pembaca yang ingin mengenal kuliner Lamongan.
Psikografis	Menyukai kuliner lokal, fotografi makanan, budaya daerah, dan visual estetik.
Kebutuhan media	Informasi ringkas, foto dominan, navigasi sederhana, dan identitas visual konsisten.

Analisis SWOT dan Strategi Desain

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama buku terletak pada fotografi kuliner dan fokus pada kekayaan lokal. Kelemahannya adalah kedalaman informasi yang terbatas dan jangkauan media cetak yang lebih sempit dibandingkan media digital. Peluang berasal dari meningkatnya minat terhadap kuliner lokal dan konten visual, sedangkan ancaman muncul dari banyaknya konten kuliner digital yang dapat diakses secara cepat. Strategi yang dipilih adalah memperkuat kualitas foto, membatasi teks agar tidak menutupi visual, membangun identitas warna yang konsisten, serta menambahkan media pendukung digital.

Tabel 2. Ringkasan analisis SWOT dan implikasi desain

Aspek	Temuan	Implikasi desain
Strengths	Foto menonjolkan warna, tekstur, dan karakter kuliner lokal.	Foto berukuran besar menjadi fokus halaman.
Weaknesses	Informasi ringkas dan distribusi cetak terbatas.	Teks dipilih secara selektif; promosi diperluas melalui Pinterest.
Opportunities	Minat terhadap kuliner lokal dan food photography meningkat.	Buku diposisikan sebagai dokumentasi sekaligus media promosi.
Threats	Konten digital sangat banyak dan cepat diperbarui.	Identitas visual dibuat konsisten agar mudah dikenali dan dibedakan.

Sumber: data diolah oleh penulis, 2026.

Konsep Kreatif dan Konsep Visual

Konsep kreatif ditetapkan sebagai visual minimalis modern dengan makanan sebagai pusat perhatian. Minimalisme diterapkan melalui pembatasan elemen dekoratif, penggunaan ruang kosong, dan deskripsi singkat. Pendekatan ini relevan dengan prinsip komunikasi visual yang menempatkan kejelasan pesan di atas kepadatan elemen (Krum, 2013). Namun, nuansa lokal tetap dibangun melalui palet hangat, tekstur kayu, dan pemilihan foto yang mempertahankan tampilan autentik makanan.

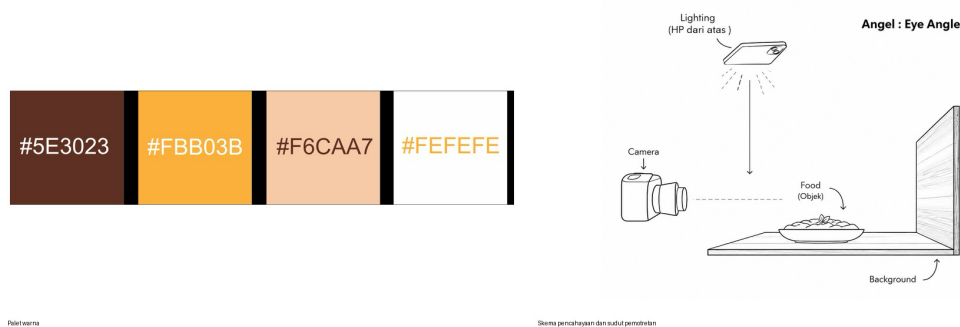
Buku berformat persegi 25 × 25 cm dan terdiri atas 50 halaman. Bentuk persegi dipilih karena memberikan bidang yang seimbang untuk foto vertikal, horizontal, maupun komposisi dua halaman. Isi dicetak pada art paper 150 gsm agar warna dan detail foto dapat tampil jelas, sedangkan hard cover meningkatkan ketahanan dan kesan eksklusif. Keputusan material mendukung fungsi buku sebagai media dokumentasi yang dirancang untuk digunakan berulang.

Tipografi menggunakan Script MT Bold untuk judul dan Bell MT untuk isi. Penggunaan dua jenis huruf membangun perbedaan hierarkis antara identitas halaman dan informasi deskriptif. Meskipun font script memiliki karakter dekoratif, penggunaannya dibatasi pada judul agar tidak mengurangi keterbacaan. Bell MT digunakan pada teks pendek sehingga

karakter serifnya tetap nyaman dibaca. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip bahwa pemilihan huruf harus mempertimbangkan fungsi dan konteks, bukan hanya gaya (Sihombing, 2015).

Palet warna terdiri atas coklat tua (#5E3023), kuning-oranye (#FBB03B), krem (#F6CAA7), dan putih (#FEFEFE). Coklat tua berfungsi sebagai warna utama yang mengasosiasikan kehangatan, material alami, dan tradisi. Kuning-oranye digunakan sebagai aksen untuk membangun energi visual, sedangkan krem serta putih memberi ruang napas dan kontras. Tata letak menerapkan foto dominan, blok teks terbatas, dan konsistensi posisi judul. Prinsip tersebut membantu menjaga hierarki dan ritme halaman sebagaimana disarankan Rustan (2008).

Pemotretan menggunakan Canon EOS M100 dengan cahaya alami yang dibantu flash telepon seluler. Eye level menjadi sudut dominan agar bentuk dan lapisan makanan terlihat natural, sedangkan latar kayu dipilih untuk membangun suasana hangat. Strategi ini efektif pada hidangan berlapis dan bertekstur, tetapi penerapan satu sudut secara dominan juga berisiko menghasilkan ritme visual yang monoton. Karena itu, beberapa objek menggunakan penyesuaian sudut sesuai bagian makanan yang paling menarik.



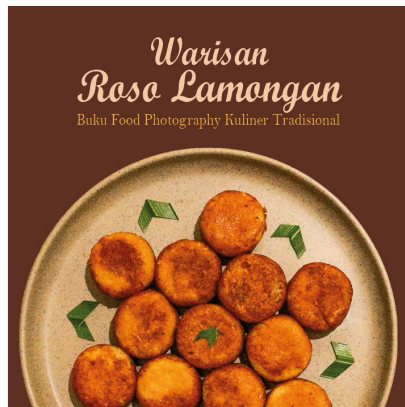
Gambar 2. Palet warna dan skema fotografi (Sumber: data diolah oleh penulis, 2026).

Hasil Perancangan Buku

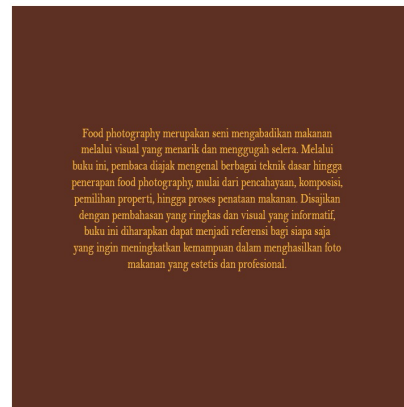
Struktur buku meliputi cover depan, cover belakang, halaman deskripsi, daftar isi, halaman kuliner, dan halaman penutup. Cover depan menggunakan Wingko Babat sebagai objek utama karena bentuk bundar, warna kecoklatan, dan teksturnya menghasilkan komposisi yang sederhana namun kuat. Judul ditempatkan pada area yang tidak bersaing dengan objek foto. Cover belakang memuat sinopsis ringkas dan mempertahankan warna serta tipografi yang sama untuk membangun kesinambungan visual.

Halaman isi menggunakan variasi foto penuh, foto dengan bidang warna samping, dan komposisi teks di atas area negatif. Nasi Boran menonjolkan keragaman lauk dan warna; Soto Lamongan menampilkan kuah, koya, serta pelengkap; Jumbrek menekankan bentuk pembungkus janur; dan Es Siwalan memberi variasi visual melalui transparansi serta kesan segar. Setiap halaman menyertakan deskripsi singkat agar foto memiliki konteks informatif.

Penyajian tersebut memperluas pendekatan yang digunakan Aprillia dan Kusumandyoko (2022), yaitu menggabungkan foto dan informasi singkat untuk memperkenalkan kuliner tradisional. Perbedaannya, buku Lamongan membangun identitas melalui palet coklat-oranye dan mengelompokkan sebelas objek dari kategori makanan utama, camilan, jajanan, dan minuman. Dibandingkan buku infografis Harahap dan Oemar (2020), komponen utama perancangan ini bukan ilustrasi atau resep, melainkan fotografi sebagai bukti visual objek yang didokumentasikan.



Cover depan



Cover belakang

Gambar 3. Desain cover depan dan cover belakang (Sumber: desain penulis, 2026).



Nasi Boran



Soto Lamongan



Jumbrek



Es Suralan

Gambar 4. Contoh halaman kuliner dalam buku (Sumber: fotografi dan desain penulis, 2026).

Mockup dan Media Pendukung

Mockup digunakan untuk memperlihatkan penerapan desain pada bentuk buku yang mendekati kondisi cetak. Visualisasi cover menunjukkan hubungan antara foto utama, judul,

dan bidang warna, sedangkan mockup isi memperlihatkan konsistensi tata letak pada bentang dua halaman. Tahap ini penting untuk menilai proporsi, ritme halaman, dan keterbacaan sebelum produksi fisik.

Media pendukung meliputi kaos, kalender, pin kulkas, stiker, dan Pinterest. Kaos serta pin/stiker berfungsi memperluas identitas visual pada benda sehari-hari. Kalender mempertahankan interaksi dalam jangka panjang dengan menampilkan foto kuliner pada tiap bulan. Pinterest dipilih karena berorientasi pada pencarian dan penyimpanan konten visual. Penggunaan media pendukung sejalan dengan temuan Ainun Nur et al. (2022) bahwa kualitas foto dan konsistensi pengelolaan media dapat memperkuat daya tarik promosi lokal.

Kombinasi media cetak dan digital juga mengurangi salah satu kelemahan buku, yaitu distribusi yang terbatas. Namun, penggunaan Pinterest dalam perancangan ini masih berupa penerapan awal dan belum dianalisis melalui indikator jangkauan, penyimpanan, klik, atau interaksi. Oleh sebab itu, fungsinya dibahas sebagai potensi strategis, bukan hasil efektivitas yang telah terukur.



Mockup cover



Mockup isi buku

Gambar 5. Mockup cover dan isi buku (Sumber: desain penulis, 2026).



Kaos



Kalender



Pin/stiker



Pinterest

Gambar 6. Penerapan identitas pada media pendukung (Sumber: desain penulis, 2026).

Evaluasi Akademik dan Keterbatasan Perancangan

Secara visual, hasil perancangan menunjukkan keterkaitan yang jelas antara masalah, strategi, dan produk. Masalah kurangnya dokumentasi visual dijawab melalui buku yang mengutamakan fotografi; kebutuhan identitas dijawab melalui konsistensi warna, tipografi, dan tata letak; sedangkan keterbatasan jangkauan cetak direspons melalui media pendukung digital. Hubungan ini memperlihatkan bahwa keputusan desain tidak berdiri sendiri, tetapi diturunkan dari analisis data.

Meskipun demikian, beberapa keterbatasan perlu ditegaskan. Pertama, informasi sejarah dan proses kuliner masih ringkas sehingga fungsi edukatif buku belum sedalam dokumentasi etnografis atau gastronomis. Kedua, wawancara hanya melibatkan dua narasumber sehingga variasi perspektif pelaku kuliner, budayawan, pemerintah daerah, dan

wisatawan belum terwakili. Ketiga, belum terdapat validasi ahli desain, uji keterbacaan, atau uji pengguna. Keempat, dominasi eye level dan latar kayu dapat menghasilkan keseragaman yang berlebihan apabila tidak diselingi variasi komposisi. Kelima, sumber mengenai beberapa kuliner masih berasal dari artikel populer, sehingga pengembangan berikutnya perlu melibatkan sumber sejarah dan narasumber lokal yang lebih kuat.

Keterbatasan tersebut tidak meniadakan nilai hasil perancangan, tetapi menentukan batas klaimnya. Buku dapat dinilai telah selesai sebagai produk desain dan memiliki potensi promosi, tetapi belum dapat dinyatakan efektif meningkatkan pengetahuan, minat kunjung, atau keputusan konsumsi. Pengujian lanjutan diperlukan agar penilaian tidak hanya berpusat pada kualitas bentuk, melainkan juga pada keberhasilan komunikasi kepada audiens.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan menghasilkan buku food photography kuliner Lamongan berukuran 25 × 25 cm, 50 halaman, dengan hard cover dan isi art paper 150 gsm. Buku memuat sebelas kuliner yang mewakili makanan utama, jajanan, camilan, dan minuman tradisional. Konsep visual minimalis modern diterapkan melalui foto dominan, tata letak sederhana, Script MT Bold untuk judul, Bell MT untuk isi, serta palet coklat tua, kuning-oranye, krem, dan putih. Proses desain menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, analisis deskriptif kualitatif, dan SWOT. Hasil akhir menunjukkan konsistensi antara tujuan dokumentasi, strategi visual, dan bentuk media, sehingga buku memiliki potensi menjadi sarana pengenalan serta promosi kuliner Lamongan.

Pengembangan berikutnya disarankan memperluas jumlah dan keragaman narasumber, memverifikasi sejarah kuliner melalui sumber lokal yang lebih kuat, serta menambah informasi mengenai bahan, proses, dan konteks budaya. Produk perlu diuji melalui validasi ahli desain dan uji pengguna yang mengukur keterbacaan, daya tarik, pemahaman, serta minat terhadap kuliner. Variasi pencahayaan, sudut pengambilan, dan properti dapat ditingkatkan untuk memperkaya ritme visual. Buku juga dapat dikembangkan menjadi versi digital interaktif dan dihubungkan dengan strategi media sosial yang memiliki indikator kinerja terukur.

REFERENSI

- Abdi, H. (2020, Oktober 31). 10 makanan khas Lamongan Jawa Timur yang paling enak dan bikin ketagihan. Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/4396470/10-makanan-khas-lamongan-jawa-timur-yang-paling-enak-dan-bikin-ketagihan>
- Adiski, S. N., Ghifari, M., & Putri, A. S. (2024). Perancangan buku infografis Rumah Adat Batak Toba sebagai upaya pelestarian ragam hias. *Creativa Scientia*, 1(2), 16–32. <https://doi.org/10.70429/creativascientia.v1i2.120>
- Ainun Nur, J. I. K., Anwar, M., Ramadhan, I. B., Mardiyanti, A. D., Nugroho, N. L., & Oktarina, R. A. (2022). Optimalisasi media promosi objek wisata Pantai Kutang Lamongan Jawa Timur. *Prapanca: Jurnal Abdimas*, 2(1), 51–60.
- Aprillia, V. P., & Kusumandyoko, T. C. (2022). Perancangan buku food photography kuliner tradisional khas Surabaya. *BARIK*, 3(1), 145–156. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v3i1.44730>
- Auto2000. (2024, Februari 19). 8 kuliner Pantura Lamongan: Kelezatan kuliner khas daerah. <https://auto2000.co.id/berita-dan-tips/kuliner-pantura-lamongan-tips>
- Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Daerah Kabupaten Lamongan. (2024, Mei 15). Literasi kuliner: Mengenal legitnya Jumbrek Lamongan. <https://www.lamongankab.go.id/beranda/dinarpustaka/posting/15644>

- Harahap, N. A., & Oemar, E. A. B. (2020). Inspirasi desain gaya vintage dalam perancangan buku infografis makanan populer tradisional Melayu Kepulauan Riau. *BARIK*, 1(3), 50–63. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v1i3.36082>
- Konten Jatim. (2023, Mei 15). Kelezatan Keripik Sunduk Lamongan, sensasi gurih yang menggoda. <https://kontenjatim.com/read26552/kelezatan-keripik-sunduk-lamongan-sensasi-gurih-yang-menggoda>
- Krum, R. (2013). *Cool infographics: Effective communication with data visualization and design*. John Wiley & Sons.
- Lamongan Pos. (2016). Keripik Sunduk, oleh-oleh khas Lamongan Pantura. <https://lamonganpos.com/2016/12/keripik-sunduk-oleh-oleh-khas-lamongan-pantura/>
- Rustan, S. (2008). *Layout dasar dan penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sabtiani, L. (2024, November 8). Keunikan dan sejarah Soto Lamongan, kuliner khas Indonesia. RRI. <https://rri.co.id/kalimantan-tengah/kuliner/1106162/keunikan-dan-sejarah-soto-lamongan-kuliner-khas-indonesia>
- Sari, W. R. (2019). Pemasaran Nasi Boranan sebagai ikon baru wisata kuliner Kota Lamongan Jawa Timur [Skripsi sarjana, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta]. Repository STIPRAM.
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam desain grafis (Edisi diperbarui)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Universitas Negeri Yogyakarta. (2022, Oktober 3). Pengembangan wisata gastronomi guna memperkuat kebijakan ekonomi, pariwisata, dan budaya bangsa Indonesia. https://www.uny.ac.id/id/fokus-kita/prof-dr-marwanti-mpd_pengembangan-wisata-gastronomi-guna-memperkuat-kebijakan-ekonomi
- Wahyudi, H. A., Wardhana, M. I., & Sutrisno, A. (2021). Perancangan buku infografis sebagai media informasi tentang penyakit-penyakit kronis bagi remaja. *Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(6), 794–807. <https://doi.org/10.17977/um064v1i62021p794-807>
- Young, N. S. (2015). *Food photography: From snapshots to great shots (2nd ed.)*. Peachpit Press.