

PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* UNTUK MENGENALKAN KULINER TIMUR TENGAH DI KAMPUNG ARAB SURABAYA

Nughrhani Putri Irawan¹, Tri Cahyo Kusumandyoko²

¹Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
nughrhani.18054@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
tricahyo@unesa.ac.id

Abstrak

Kampung Arab merupakan salah satu wilayah di daerah Surabaya Utara dengan kebudayaan yang masih dilestarikan hingga kini. Salah satu wujud kebudayaan tersebut terdapat pada makanan khas Timur Tengah yang dapat ditemui dengan mudah. Kuliner di wilayah Kampung Arab telah diperkenalkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya melalui event tahunan “Festival Kuliner Ampel” yang menyajikan wisata kuliner masakan khas Timur Tengah agar dapat melestarikan budaya kuliner dan dapat menaikkan perekonomian warga Kampung Arab Surabaya. Festival tersebut terakhir digelar pada tahun 2019 dan terhenti akibat adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan data hasil kuesioner yang dibagikan kepada warga Surabaya, dari banyaknya makanan Timur Tengah yang ada di Kampung Arab Surabaya, hanya beberapa makanan yang pernah mereka ketahui sebelumnya. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan makanan Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya yang kurang dikenal dengan cara mendeskripsikan perkiraan harga, bahan, citarasa, dan sejarah singkat menggunakan medium *motion graphic*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data studi literatur, kuesioner, dan observasi yang kemudian diteliti dengan metode kualitatif dan metode pengembangan 4D. Hasil akhir *motion graphic* berdurasi 5 menit 45 detik yang disebarluaskan melalui media sosial *Youtube* dan *Instagram*. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang budaya khususnya kuliner Timur Tengah yang ada di Kampung Arab Surabaya.

Kata Kunci: Budaya Kuliner, Kampung Arab, Motion Graphic makanan, Surabaya

Abstract

Kampung Arab is one of the areas at North Surabaya with a culture that is preserved until today. One form of that culture is found in Middle Eastern food that can be found easily. Culinary in Kampung Arab area has been introduced by the Culture and Tourism Department of Surabaya with the holding of annual "Ampel Culinary Festival" event which presents culinary tours of Middle Eastern cuisine in order to preserve culinary culture and increase the economy of the residents of Kampung Arab Surabaya. The festival was last held in 2019 and was suspended due to the Covid-19 pandemic. Based on the data from the questionnaire distributed to the residents of Surabaya, there is a lot of Middle Eastern Cuisine in Kampung Arab Surabaya, but only a few foods they had heard before. The purpose of this artwork is to introduce the lesser known Middle Eastern food in Kampung Arab Surabaya by describing the estimated price, ingredients, flavors, and a brief history using motion graphic medium. This study research used data collection techniques from literature studies, questionnaires, and observations which were examined with qualitative methods and 4D development methods. The final result of a motion graphic with a duration of 5 minutes 45 seconds distributed through social media Youtube and Instagram. This research is expected to add insight and knowledge in the field of culture, especially Middle Eastern cuisine in Kampung Arab Surabaya.

Keywords: Culinary Culture, Arab Village, Motion Graphic food, Surabaya

PENDAHULUAN

Indonesia terletak di geografis yang strategis sehingga banyak kapal asing dari berbagai negara yang singgah di Indonesia. Hal ini membuat Indonesia memiliki keberagaman budaya. Sehingga terjadi pencampuran budaya dan suku. Menurut data yang diperoleh dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia (Kemlu, 2017), ada lebih dari 1.340 etnik atau suku bangsa di Indonesia. Dengan kebudayaan Indonesia yang beragam, kita bisa memperoleh berbagai manfaat seperti keberagaman kuliner, bahasa, wisata, dan dari keberagaman tersebut dapat memunculkan rasa toleransi antar masyarakat Indonesia untuk terus bersatu menghormati satu sama lain.

Keberagaman budaya juga dapat dilihat di salah satu kota besar di Indonesia, Surabaya. Surabaya adalah kota besar yang menjadi tujuan pendidikan, bisnis, dan lain sebagainya. Banyaknya suku bangsa di Surabaya sudah terlihat sejak tahun 1843, ketika pemukiman di Surabaya dikelompokkan berdasarkan etnis mengikuti ketentuan undang-undang *Wijkenstelsel* yang dibuat pemerintahan Belanda. Undang-undang tersebut mengharuskan kelompok tertentu untuk bermukim di wilayah yang ditunjuk. Pemukiman Eropa berlokasi di Jematan Merah bagian barat sedangkan pemukiman Timur Asing disebelah Timurnya. Pemukiman Timur Asing antara lain Tionghoa (Pecinan), Arab (Kampung Arab), dan tersebar pemukiman pribumi di sekitar Pecinan dan Kampung Arab. Undang-undang *Wijkenstelsel* tidak berlaku lagi sejak tahun 1920-an, namun kebijakan ini masih membekas di kawasan hunian Eropa, Arab dan Tionghoa (Ubaidillah, 2016).

Salah satu pemukiman yang masih aktif hingga saat ini ialah pemukiman masyarakat Arab. Pemukiman Arab atau Kampung Arab berlokasi di kawasan wisata religi islami Ampel dengan peninggalan dari Sunan Ampel (Raden Ali Sayyid Rahmatullah) berupa Masjid dan Makam. Kawasan Ampel kini menjadi pusat penyebaran agama Islam di Pulau Jawa yang memiliki ribuan pengunjung dari berbagai kota terutama pada bulan Ramadhan. Letak Kampung Arab yang dekat dengan wisata islami Sunan Ampel, dan warga Arab yang umumnya bekerja

sebagai pedagang membuat eksistensi etnis Arab hingga keturunannya masih mudah ditemui hingga saat ini di Kampung Arab Surabaya. Keadaan ini sangat berbeda dengan kawasan pemukiman Eropa, dimana yang tersisa hanyalah bangunan bergaya Eropa tanpa adanya warga keturunan Eropa. Hal ini dikarenakan sejak bangsa Belanda yang akan datang untuk kembali menjajah Indonesia pasca kemerdekaan, para pejuang mengambil secara sepihak rumah-rumah tersebut (Yuliwardhani, 2014). Tidak berbeda dengan pemukiman Eropa, pemukiman masyarakat Tionghoa atau yang biasa dikenal sebagai Pecinan sejak tahun 2000-an mengalami penurunan jumlah pedagang akibat pergeseran pusat perdagangan. Sehingga banyak generasi muda etnis Tionghoa pindah ke kawasan Surabaya Barat yang perkembangannya lebih pesat (Laily, 2021).

Pedagang Arab menawarkan berbagai barang dan jasa untuk diperdagangkan di daerah yang disinggahi. Salah satunya berupa bahan dan makanan khas daerahnya. Beberapa diantaranya mendapatkan pengaruh dari budaya negara lain sebelum mereka ke Indonesia. Sehingga makanan yang dibawa tidak hanya dari Arab namun juga dari negara Timur Tengah lainnya. Makanan yang dibawa oleh pedagang Arab tersebut dapat menjadi potensi wisata kuliner di Surabaya. Wisata kuliner telah menjadi populer di kalangan wisatawan Indonesia saat ini. Eksplorasi kuliner dapat menjadi bagian penting dalam perjalanan wisata sehingga dapat diartikan bahwa adanya keunikan suatu kuliner dapat menjadi kesengajaan dipilihnya suatu destinasi (Kautsar, 2018). Dibandingkan mengunjungi sebuah *landmark* ataupun pusat perbelanjaan barang, beberapa orang lebih memilih berwisata kuliner karena makanan membawa ciri khas dari daerah asal makanan tersebut. Kuliner Arab yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia dapat menjadi bagian dari akulturasi budaya Arab-Indonesia yang telah terjadi sejak ratusan tahun (Ulung & Deorona, 2014, h. 9).

Akulturasi Kuliner Arab dan negara Timur Tengah terdapat pada citarasa makanan yang telah disesuaikan dengan selera penduduk sekitar. Makanan tersebut dapat dengan mudah ditemui di Kampung Arab dan beberapa diantaranya jarang ditemui di daerah Surabaya

lainnya (Catharina dkk, 2016). Terdapat banyak makanan Arab yang telah tersebar disegala penjuru Indonesia seperti kebab dan roti maryam. Namun, beberapa makanan Arab lainnya kurang dikenal dan keberadaannya kurang diketahui oleh masyarakat bahkan warga asli Surabaya sendiri.

Hal ini dibuktikan dari hasil survei peneliti yang dilakukan melalui Google Form kepada beberapa warga Surabaya. Data tersebut menunjukkan bahwa 15 responden menyatakan bahwa makanan yang paling sering diketahui adalah nasi kebuli dan roti maryam dengan persentase 73,3%. Sedangkan posisi paling akhir ialah gulai kacang hijau, nasi tomat, nasi kabsah, dan nasi samin dengan persentase 6,7%.

Memperkenalkan wisata kuliner di Kampung Arab dapat memberitahukan masyarakat luas akan keberagaman suku dan budaya yang dimiliki Kota Surabaya. Keberagaman tersebut dapat menarik minat kunjungan wisatawan nusantara hingga mancanegara agar dapat melestarikan budaya Kampung Arab dan memasarkan produk UMKM warga kota Surabaya. Hal ini dapat menaikkan perekonomian warga Kampung Arab dan sekitarnya. Menurut sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Surabaya, Ahmad Agung Nurawan (2018), Pemkot Surabaya terus berupaya untuk mengembangkan produk lokal, termasuk kuliner Timur Tengah yang banyak diproduksi di Ampel guna menarik minat wisatawan agar jumlahnya terus bertambah (Khusaini, 2018). Diantaranya adalah menggelar event tahunan Festival kuliner Ampel. Dalam festival bersuasana khas Timur Tengah tersebut, terdapat produk UMKM warga Surabaya dan beraneka kebudayaan Kampung Arab. Namun, festival ini vakum beberapa tahun terakhir akibat pandemi (Mahruna, 2021).

Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan media informasi untuk memperkenalkan kuliner Timur Tengah yang kurang dikenal di Kampung Arab. Sehingga diperlukan media yang dapat disebarluaskan dan dapat menggabungkan audio serta visual guna memberikan informasi semaksimal mungkin.

Media yang tepat untuk memperkenalkan kampung Arab kepada masyarakat luas diperlukan agar informasi dapat tersampaikan

tidak hanya suatu wilayah tertentu. Pada tahun 2020, survei dari Katadata Insight Center (KIC) tercatat bahwa media sosial terpilih menjadi sumber informasi yang paling mudah diakses masyarakat Indonesia dengan 76% responden. Urutan kedua ialah televisi dengan 59,5% responden, dan berita dalam jaringan (daring) dengan 25,2% responden. Media sosial sebagai media yang digunakan untuk menyebarkan informasi pada jaman sekarang dikarenakan menawarkan kecepatan dan partisipasi publik untuk saling bertukar informasi melalui internet. Sedangkan mencari informasi di tabloid, koran majalah, dan media konvensional lainnya menjadi referensi paling akhir (Kominfo, 2015).

Salah satu media dengan kriteria audio visual yang dapat disebarluaskan melalui media sosial adalah *Motion Graphic*. Menurut Sari (2021), *motion graphic* dapat terdiri dari foto, ilustrasi, teks, video dan audio yang digabungkan menggunakan teknik animasi. Hal ini membuat pesan dapat tersampaikan dengan mudah, lebih menarik, dan estetis. Menurut Wicaksono (2017), pemilihan *motion graphic* sebagai media informasi dapat menjadi media digital yang dianggap efisien dalam menyampaikan informasi dan pengaplikasiannya yang mudah karena bisa diaplikasikan pada media *online* sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Pergerakan elemen dalam *motion graphic* diharapkan menjadi lebih hidup dibandingkan dengan konten visual yang tidak bergerak. *Motion graphic* dipilih menjadi media panduan kuliner di Kampung Arab karena dapat menjelaskan bahan dan sejarah makanan Timur Tengah dengan lebih menarik. Fotografi digunakan untuk menjelaskan detail makanan, dan audio yang menjelaskan citarasa makanan dengan paduan vektor.

Survei yang dilakukan *We are Social* menghasilkan data pengguna media sosial terbanyak di Indonesia pada tahun 2021. Dari 10 media sosial, Youtube berada di posisi pertama, WhatsApp ke-2, dan Instagram berada di posisi ke-3.

Youtube dan Instagram menjadi media informasi yang tepat untuk menyebarkan hasil video *motion graphic* karena Youtube saat ini menjadi salah satu situs berbagi video terbesar di dunia. Situs ini dapat membuat penggunaanya

berpartisipasi mengunggah dan berbagi kepada seluruh dunia (Baskoro, 2009). Seiring dengan perkembangannya, fungsi Youtube menjadi beragam. Mulai dari menjadi sarana promosi produk, berbagi tutorial, sarana hiburan, dan sebagainya. Youtube menjadi sumber media berita dan informasi yang menarik untuk saat ini karena disajikan dengan audio visual bagi khalayak luas (Rohman, 2017). Youtube disebut sebagai literasi visual yang dapat digunakan untuk inovasi belajar pengganti buku ataupun koran yang dirasa monoton karena berisi banyak tulisan. Fitur *chapter* dalam Youtube dapat mempermudah penonton dalam mendapatkan bagian informasi yang diperlukan dengan cepat. Hal ini dikarenakan fitur tersebut membuat pengguna dapat mempercepat bagian yang ingin segera ditonton tanpa perlu melihat seluruh bagian video (Murniasih, 2020). Fitur ini serupa dengan daftar isi yang merupakan salah satu bagian dalam buku. Selain itu, adanya sistem rekomendasi pada Youtube membuat pengguna dapat menemukan video yang ingin mereka tonton tanpa harus mengikuti akun Youtube terkait. Sehingga tidak menutup kemungkinan video yang diunggah kreator baru di Youtube dapat segera dinikmati banyak orang.

Media sosial Instagram digunakan sebagai penyebaran karya *motion graphic* ke-2 karena mudahnya mengakses informasi dari Instagram untuk memenuhi kebutuhan. Instagram dapat mempermudah komunikasi, mencari informasi, dan mengikuti perkembangan tren. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, media sosial Instagram telah mendapatkan popularitas yang dapat terlihat dari 1 juta pengguna dalam 2 bulan, hingga 800 juta pada bulan september 2017 (Hasanudin, 2019). Terdapat berbagai fitur Instagram yang memudahkan penggunaannya. Fitur-fitur yang tersedia di Instagram (<https://about.instagram.com/features>, 2021), diantaranya adalah *reels*, *IGTV*, *stories direct messenger*, *feeds*, *shopping*, *search* dan *explore*.

Beragam komunitas juga dapat ditemukan di Instagram. Seperti akun Instagram yang informasinya mencakup seluruh Indonesia misalnya @PesonaIndonesia dan @ExploreIndonesia hingga pada suatu lingkup kota yang mengekspos berbagai informasi tentang kota tersebut. Contoh instagram di

Surabaya diantaranya adalah @surabaya, @aslisuroboyo, @exploresurabaya, dan lainnya. Media sosial instagram akhirnya menjadi jembatan yang menghubungkan antara pemerintah daerah dan masyarakatnya. Dengan visualnya, *Instagram* dapat menjadi media penyebaran informasi mengenai budaya, kekayaan alam, makanan khas, dan berbagai keunikan dari suatu daerah.

Baik Youtube atau Instagram memiliki fitur rekomendasi sehingga tanpa mengikuti sebuah akun, video yang sesuai dengan minat keseharian kita dapat muncul di beranda. Hal inilah yang juga menjadi alasan mengapa aplikasi Whatsapp yang berada di urutan ke-2 tidak digunakan untuk menyebarkan hasil final *motion graphic*.

Informasi yang dimuat dalam *motion graphic* berisi tentang kisaran harga, rasa, bahan, dan sejarah asal makanan. Hasil akhir dalam penelitian ini diharapkan lebih banyak lagi masyarakat yang mengenal makanan Timur Tengah yang ditawarkan di Kampung Arab agar tertarik untuk membeli sehingga dapat menaikkan perekonomian warga setempat.

Terdapat beberapa penelitian *motion graphic* yang pernah dilakukan sebelumnya. Kurniawan (2021) menemukan permasalahan dari surveinya ialah kebanyakan remaja dengan rentang usia 15-24 tahun tidak mengenal batik ndulit. Sehingga dibuatlah kuesioner dengan hasil 10 dari 15 respondennya memilih media *motion graphic* karena mempunyai unsur visual dan unsur suara sehingga mampu menyampaikan pesan dengan lebih baik. Metode yang digunakan dalam perancangannya adalah Design Thinking dengan teknik analisis 5W + 1H. Perancangan final video nantinya akan ditayangkan melalui beberapa platform sosial media.

Penelitian lainnya oleh Rahmi (2020) dengan permasalahan generasi milenial yang saat ini tidak terlalu memperdulikan peran dan fungsi *Mamak*, yaitu salah satu bentuk peradaban nilai-nilai sosial dan budaya di masyarakat Minangkabau. Sehingga dibuatlah media informasi dan komunikasi dalam bentuk *motion comic* 2D yang disukai anak usia remaja karena kegemarannya membaca komik. Perancangannya dibuat dengan metode

perancangan pengembangan 4D dan teknik analisis SWOT. Hasil akhir *motion comic* didistribusikan melalui Youtube.

Kedua penelitian tersebut walaupun menggunakan medium yang berbeda, namun pada dasarnya sama-sama menggunakan prinsip animasi dengan tujuan yang sama yakni untuk mengenalkan budaya kepada remaja dan didistribusikan melalui media sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan perancangan ini ialah mengenalkan makanan khas Timur Tengah yang ada di Kampung Arab Surabaya melalui *motion graphic*. Sedangkan tujuan penelitiannya adalah untuk menjelaskan proses perancangan *motion graphic* makanan khas Timur Tengah dengan visual yang cocok dengan target audiens yang dituju.

Adapun manfaat dari karya *motion graphic* ini ialah agar informasi mengenai makanan khas Timur Tengah beserta gambaran rasa dan tampilannya dapat tersampaikan ke masyarakat Surabaya.

METODE PENELITIAN

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis mengalir dari teori Miles dan Huberman dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dan metode pengembangan 4D (*define, design, development, disseminate*) yang dikembangkan Thiagarajan (1974). Menurut Miles dan Huberman terdapat 3 komponen analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013). Reduksi data berarti merangkul dan memilah data yang didapat dari hasil observasi dan literasi buku yang sesuai dengan tema. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan deskripsi singkat, grafik, *flowchart*, dan lainnya.

Sugiyono (2013, h. 35) mengemukakan bahwa deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menemukan nilai variabel mandiri, tanpa menghubungkan dengan variabel lainnya. Sedangkan deskriptif kualitatif sendiri adalah metode untuk menjelaskan, meringkas, atau menggambarkan berbagai situasi, kondisi, fenomena ataupun variabel penelitian menurut

kejadian apa adanya yang dapat diungkapkan secara dokumenter (Bungin, 2015, h.48-49).

Penggunaan deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendapatkan informasi secara mendetail terhadap objek yang diteliti seperti rasa makanan, visual, dan beragam informasi kuliner Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya. Jenis data yang dikumpulkan pada perancangan ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari hasil kuesioner dan observasi secara langsung. Sedangkan data sekunder didapat dari sumber yang sudah tersedia seperti buku, internet, dan lainnya (Sarwono & Lubis, 2007).

Observasi adalah pengamatan dengan dipusatkannya perhatian pada suatu objek dengan menggunakan seluruh daya panca indera (Arikunto, 2013). Teknik ini digunakan untuk mengamati akulturasi kuliner khas Timur Tengah apa saja yang dapat ditemukan di Kampung Arab sehingga bisa dimasukkan dalam perancangan *motion graphic*. Kuesioner dilakukan dengan membagikan Google Form kepada masyarakat Surabaya mengenai pengetahuannya tentang Kampung Arab beserta kulinernya. Studi literatur dapat diartikan sebagai penelitian yang menggunakan informasi dari sejumlah majalah atau buku yang berkaitan dengan tujuan penelitian (Danial & Warsiah, 2009). Sumber-sumber tersebut berupa penelitian terdahulu yang relevan, sejarah, kajian desain yang diperlukan dalam proses perancangan, serta informasi lain yang belum didapatkan sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan metode pengembangan 4D yang dikembangkan oleh Thiagarajan (1974). Ada 4 tahap utama dalam model penelitian dan pengembangan 4D, diantaranya adalah *define, design, develop, dan disseminate*. Proses penelitian dan pengembangan 4D secara rincinya adalah sebagai berikut :

a. *define*, yang merupakan tahap untuk mendefinisikan syarat yang dibutuhkan dalam pengembangan. Sehingga penulis perlu menganalisis kebutuhan untuk dapat mendefinisikan syarat pengembangannya. Hal tersebut dapat dilakukan melalui studi literatur dan analisa terhadap penelitian terdahulu.

b. *design* yang berarti mulai memilih media, materi, dan konsep yang sesuai dengan kebutuhan hingga membentuk prototipe.

c. *develop* yaitu mulai mewujudkan desain yang telah dirancang pada tahap sebelumnya. Umpan balik pada tahap ini dibutuhkan agar dapat melalui proses evaluasi dan revisi.

d. *disseminate* yaitu tahap terakhir proses produksi yang telah mendapat penilaian positif dan siap dipublikasikan secara luas.



Gambar 1. Bagan metode pengembangan 4D
Sumber : (Suryaningtyas & Kristanti, 2013)

KERANGKA TEORETIK

Kuliner Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya

Kuliner berasal dari Bahasa Inggris, *culinary*, yang berarti hal – hal yang berkaitan dengan dapur atau makanan (Chol, Shadily, 2000). Kuliner mulai marak di Indonesia sejak adanya media massa. Wisata dan berpergian memiliki keterkaitan dengan kuliner, namun kuliner lebih memacu terhadap makanan daripada jalan-jalan. Makanan dan budaya adalah kesatuan yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah destinasi, Kuliner dapat menjadi wujud eksplorasi wisatawan pada citarasa makanan daerah tertentu. Wisatawan dapat memahami berbagai informasi budaya suatu daerah yang terlukis melalui makanan tersebut.

Wisata kuliner dapat menjadi alternatif dalam perjalanan wisata karena makanan dapat menceritakan budaya sekaligus sejarah pada daerah asalnya. Begitu juga dengan makanan khas Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya.

Makanan Timur Tengah yang dibawa pedagang Arab menuju Kampung Arab Surabaya merupakan salah satu hasil akulturasi budaya Arab-Indonesia yang telah ada sejak

ratusan tahun. Akulturasi budaya berupa makanan di Kampung Arab dapat menjadi ketertarikan tersendiri bagi wisatawan secara umum tanpa harus memandang golongan tertentu. Akulturasi budaya pada makanan Arab terdapat pada waktu penyajiannya yang disesuaikan dengan budaya di Indonesia dan citarasa yang telah disesuaikan dengan selera masyarakat pribumi.

Ciri dari makanan khas Timur Tengah terdapat pada kekayaan rempah dan bahan dasar yang kebanyakan menggunakan daging kambing. Menurut sejarah, orang-orang Arab sempat singgah ke beberapa negara sambil mengamati dan mengambil beberapa budaya khas negara tersebut sebelum ke Indonesia. Hal tersebut membuat kuliner yang mereka bawa juga telah tercampur dengan kuliner dari negara-negara lain yang mereka singgahi (Catharina dkk, 2016).

Motion Graphic

Motion graphic berasal dari gabungan 2 kata bahasa Inggris yaitu *motion* yang berarti gerak/gerakan dan *graphic* yang berarti grafis. Singkatnya *motion graphic* dapat diartikan sebagai pergerakan dari sebuah grafis. Menurut Betancourt (2013), *Motion Graphic* adalah *motion* atau gerakan ilusi yang diciptakan oleh media dari video atau teknologi animasi dan biasanya ditambahkan audio sebagai kombinasi sehingga menjadi sebuah multimedia. *Motion graphic* juga perpaduan antara desain grafis dan animasi (Chew, 2019). Krasner (2008) mengatakan bahwa *motion graphic* adalah sebuah grafis yang dianimasikan untuk mendapatkan ilusi pergerakan rotasi dengan adanya penambahan kombinasi audio.

Istilah *motion graphic* awalnya dipopulerkan oleh Trish Meyer dan Chris Meyer dalam bukunya yang berjudul “Creating Motion Graphic with After Effects” pada tahun 2000. *After effects* sendiri adalah salah satu *software* yang mendukung proses pembuatan animasi dan penambahan efek visual yang dikembangkan Adobe. *Motion Graphic* dapat dengan mudah ditemukan di Youtube ataupun Instagram dengan berbagai pembahasan seperti pelajaran, hobi, film, bisnis, promosi, dan konten lainnya.

Dasar-dasar dalam pembuatan *motion graphic*, diantaranya adalah :

1. *Timing*

Memperhatikan pembagian waktu yang tepat agar dapat memenuhi aspek *weight, force, gravity, dynamics, friction*.

2. *Transition*

Proses beralihnya satu adegan ke adegan berikutnya.

3. *Sound*

Berbagai efek suara ataupun musik latar dapat mempengaruhi mood dan mendukung tersampainya informasi dari sebuah visual.

4. *Motion*

Memperhatikan pergerakan objek agar “*motion*” dalam *motion graphic* dapat benar-benar menjadi pembeda dari sebuah karya cetak.

5. *Cartooning*

Memberikan efek pergerakan dengan menggunakan *rotation, stretching*, ataupun *squashing*.

6. *Colors*

Penggunaan warna dengan komposisi yang tepat dapat menentukan keefektifan tersampainya informasi dalam *motion graphic* dan meningkatkan ketertarikan mata penonton.

7. *Motion blur*

Pemerian *motion blur* dalam pergerakan suatu objek dapat memberikan ilusi pergerakan yang *smooth*.

8. *Movement*

Menerapkan bahasa gerak yang tepat dengan memahami beberapa prinsip dasar animasi.

9. *Information and time*

Pemberian jumlah teks dan kecepatan waktu suatu adegan dapat mempengaruhi tersampainya pesan dalam suatu karya. Maka penting untuk memastikan agar tiap komponen dapat dinikmati oleh penonton terlebih dahulu.

Menurut JR Canest dalam (Crawford, 2020) terdapat 10 prinsip *motion graphic*, yaitu :

1. *Timing, Spacing, and Rhythm*

Prinsip ini memberikan dimensi ke-4 pada desain grafis dengan mengatur waktu yang disesuaikan ritme audio melalui *frame rate* yang diubah.

2. *Eases*

Mengatur kecepatan dan kelancaran transisi untuk dapat mempengaruhi perasaan penonton.

3. *Mass & weight*

Mengatur pergerakan objek sesuai dengan berat objek di dunia nyata.

4. *Anticipation*

Menambahkan arah yang berlawanan sebelum melakukan gerakan inti.

5. *Arcs*

Memberikan pergerakan senatural mungkin dengan mempertimbangkan gravitasi, momentum, dan lain sebagainya.

6. *Squash, stretch, & smears*

Prinsip ini dapat membuat animasi menjadi lebih hidup karena mempertimbangkan keadaan objek saat bergerak.

7. *Follow through & overlapping action*

Memberikan gerakan astisipatif untuk menunjukkan adanya kekuatan saat suatu objek berhenti.

8. *Exaggeration*

Memberikan efek yang melebih-lebihkan untuk membuat sebuah animasi tampak lebih nyata.

9. *Secondary and Layered Animation*

Menambahkan sesuatu yang baru pada gerakan yang sederhana untuk mendapatkan perhatian agar tidak membosankan.

10. *Appeal*

Mempertimbangkan desain animasi yang menarik dengan memperhatikan keseluruhan elemen dalam animasi.

Proses pembuatan animasi *motion graphic* ini terdiri dari 3 tahap. Tahap pertama yang merupakan proses pra-produksi ialah dengan menentukan konsep, membuat *storyline*, membuat sketsa *Storyboard*, mengumpulkan aset, *dubbing*, memberikan musik latar dan efek suara. Tahap kedua mulai memasuki produksi dengan memperhatikan layout, proses animasi, menggabungkan musik latar dan efek suara yang sudah ditentukan sebelumnya. Tahap terakhir ialah post-produksi yang meliputi proses *composite, editing, dan rendering*.

Motion graphic dikemas dengan gaya minimalis agar lebih mudah dipahami. Visualnya merupakan gabungan dari vector dan beberapa foto. Foto makanan diambil dengan

memperhatikan beberapa point dan teknik *food photography*.

Food photography adalah salah satu cabang fotografi dengan tujuan agar segala macam bentuk makanan dapat terlihat lezat. Biasanya, *food photography* diterapkan pada buku menu, buku resep, *packaging*, dan *advertising* (Surya, 2011). Beberapa hal penting yang perlu diketahui saat melakukan proses *food photography* adalah sebagai berikut :

1. Mengatur penataan makanan.
2. Segera foto makanan setelah disajikan.
3. Menggunakan cahaya yang baik.
4. Menggunakan *angle* yang tepat.
5. Mempertahankan warna asli makanan.

Fotografi memiliki beragam komposisi mulai dari yang mudah hingga sulit. Namun dalam *food photography*, hanya beberapa jenis yang dapat diaplikasikan. Beberapa komposisi yang dimaksud tersebut adalah *eye angle*, *45 degree angle*, *flat lay*, *rule of third*, *perspektif*, *framing*, *background & foreground*, dan dimensi yang disesuaikan dengan karakter makanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Data diperoleh dari hasil kuesioner, observasi, dan studi literatur. Kuesioner dibagikan kepada 15 warga Surabaya dengan rentang usia 19-23 tahun melalui Google Form tentang jenis makanan Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya. Terdapat 9 dari 12 makanan Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya yang kurang dikenal karena hasil persentasenya di bawah 50%. Hasil tersebut menjadikan ke-9 jenis makanan dikategorikan sebagai makanan yang “kurang dikenal” oleh penduduk Surabaya. Makanan tersebut diantaranya adalah gulai kacang hijau, gulai maryam, pukis arab, nasi tomat, nasi kabsah, nasi samin, nasi bukhari, nasi mandhi, dan sambosa. Sedangkan 3 makanan lainnya yang dikategorikan “cukup dikenal” adalah roti maryam, nasi kebuli, dan nasi briyani.

Observasi dilakukan di Jln. KH. Mas Mansyur, Nyamplungan, Surabaya. Jalan tersebut dipilih karena dikenal sebagai jalanan yang menawarkan banyak makanan khas Timur Tengah. Mengikuti rekomendasi dari buku *Jejak*

Kuliner Arab di Pulau Jawa karya Gagas Ulung dan Deerona pada tahun 2014, terdapat beberapa tempat makan yang menjadi tujuan observasi penelitian ini. Tempat makan yang dikunjungi antara lain Depot Tujuh, Depot Almutlik, Depot Yaman, dan Noor Ayla. Hasil observasi ini mendapatkan data berupa rasa dan harga yang kemudian dicocokkan dengan data yang diperoleh dari internet.

Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari artikel, buku, dan internet. Data yang diambil berupa informasi tentang rasa dan harga makanan guna mendapatkan informasi yang valid dari hasil observasi sebelumnya. Selain itu, data yang didapat dari data sekunder adalah sejarah dan bahan dari masing-masing makanan.

1. Hasil Analisis Data

Hasil analisis data yang diperoleh dari pembagian kuesioner kepada warga Surabaya adalah usia responden yang berumur 19-23 tahun atau dewasa. Dengan target audiens tersebut, maka visual *motion graphic* dibuat menjadi lebih informatif dengan tampilan foto dan vector. Dari proses pengumpulan data juga ditemukan permasalahan yang terjadi di Kampung Arab. Yakni hanya dikenalnya beberapa makanan Timur Tengah sehingga membuat keberadaannya jarang ditemui dan sulit ditemukan. Berdasarkan data kuesioner yang dibagikan, dari 12 makanan yang ditunjukkan, terdapat 9 makanan yang persentase dikenalnya dibawah 50%. Sehingga dipilihlah 9 makanan tersebut untuk dijadikan *motion graphic* dalam perancangan ini. Informasi seputar makanan Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya yang disampaikan pada karya *motion graphic* diperoleh dengan teknik observasi dan studi literatur. Banyaknya data yang didapat melalui proses reduksi sehingga hanya menyisakan informasi penting dan valid mengenai visual makanan, bahan, citarasa, dan sejarah makanan Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya.

2. Metode Pengembangan 4D

a. Define

Proses identifikasi menentukan secara spesifik permasalahan yang dihadapi Kampung Arab Surabaya, yaitu :

- 1) Masyarakat hanya mengenal sebagian dari banyaknya kuliner Arab di Kampung Arab Surabaya.
- 2) Kurangnya media yang mengekspos beberapa makanan Timur Tengah yang kurang dikenal seperti gulai maryam, gulai kacang hijau, pukis arab, nasi tomat, nasi kabsah, nasi samin, nasi mandhi, sambosa, dan nasi bukhari.

b. Design

Tahap berikutnya adalah proses perumusan isi konten yang akan dimasukkan dalam *motion graphic*. Pembuatan *motion graphic* menggunakan *software Adobe After Effect, Adobe Illustrator, dan Adobe Photoshop*. Tahap ini dibagi menjadi beberapa sub bab sebagai berikut :

1) Target audiens perancangan

Target audiens dalam perancangan ini mengikuti responden dalam kuesioner Google Form yang telah dibuat sebelumnya.

- a) Geografis : Masyarakat di wilayah Kota Surabaya.
- b) Demografis : Laki-laki dan perempuan berusia 19 hingga 23 tahun atau awal dewasa yang baru lulus sekolah, mulai bekerja, hingga mahasiswa dengan status ekonomi menengah ke bawah.
- c) Psikografis: Masyarakat umum yang suka berwisata kuliner.

2) Konsep dan tema karya

Motion graphic dibuat dengan konsep alur informasi yang dikemas sepadat mungkin agar penonton tidak merasa bosan. Informasi dijelaskan bersamaan dengan foto makanan Timur Tengah yang diambil langsung dari kampung Arab Surabaya. Terdapat penjelasan berupa vektor agar dapat menjelaskan informasi seputar sejarah dan informasi lainnya yang tidak dapat dijelaskan melalui visual foto. Keseluruhan *motion graphic* ini bertema modern *flat design* dengan kombinasi foto. *Motion graphic* dilengkapi dengan teks dan *dubbing* agar mudah dipahami oleh target audiens. Hasil akhirnya akan disebarluaskan melalui Youtube dan Instagram dengan format MP4.

3) Bentuk pesan

Pesan akan disampaikan secara naratif melalui rekam audio menyesuaikan visual yang tertera pada *motion graphic*. Pesan yang disampaikan seputar harga, sejarah, bahan, dan

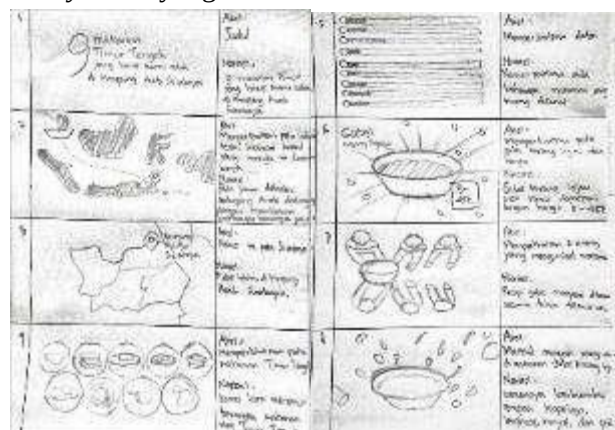
rasa setiap makanan khas Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya dengan urutan yang sama.

Urutan pesan yang disampaikan antara lain sebagai berikut :

- a) *Scene 1*. Judul
- b) *Scene 2*. Penjelasan masuknya makanan khas Timur Tengah ke Indonesia
- c) *Scene 3*. Daftar makanan Timur Tengah yang kurang diketahui
- d) *Scene 4*. Penjelasan seputar gulai kacang hijau
- e) *Scene 5*. Penjelasan seputar gulai maryam
- f) *Scene 6*. Penjelasan seputar pukis arab
- g) *Scene 7*. Penjelasan seputar nasi tomat
- h) *Scene 8*. Penjelasan seputar nasi kabsah
- i) *Scene 9*. Penjelasan seputar nasi bukhari
- j) *Scene 10*. Penjelasan seputar nasi samin
- k) *Scene 11*. Penjelasan seputar nasi mandhi
- l) *Scene 12*. Penjelasan seputar sambosa
- m) *Scene 13*. Ajakan untuk berwisata kuliner ke Kampung Arab Surabaya

4) Storyboard

Adegan yang telah diurutkan diubah menjadi *storyboard* yang dilengkapi penjelasan narasi, visual, dan perkiraan durasi. Berikut contoh *storyboard* yang telah dibuat.



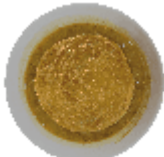
Gambar 2. Penggalan Storyboard Scene 1-4
(Sumber : Nughrhani, 2022)

c. Develop

1) Konten visual

Pesan dalam *motion graphic* ini disampaikan dalam bentuk visual fotografi makanan. Berikut foto makanan Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya yang kebanyakan diambil jenis

komposisi *eye angle*, *45 degree angle*, dan *flat lay*.

	Gulai kacang hijau
	Gulai maryam
	Pukis Arab
	Nasi tomat
	Nasi kabsah
	Nasi bukhari
	Nasi samin
	Nasi mandhi
	Sambosa

Gambar 3. Aset makanan Timur Tengah
(Sumber : Nughrhani, 2022)

2) Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan *motion graphic* ini berjenis sans serif dan dekoratif yang dipilih dengan mementingkan aspek keterbacaan agar informasi dapat tersampaikan dengan mudah. Menurut Darmawanto (2019), berpendapat bahwa sans serif dengan ciri khas tanpa kait memberikan

kesan modern dan mudah dibaca. Selain itu, font lain dalam perancangan *motion graphic* adalah Edo SZ yang berjenis dekoratif. Penggunaan font dekoratif ialah agar peonoton tidak merasa bosan namun tetap mementingkan aspek keterbacaan.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 4. Poppins Medium
Sumber : (Nughrhani, 2022)

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Gambar 5. Edo SZ
Sumber : (Nughrhani, 2022)

3) Warna

Warna dalam perancangan ini ialah warna-warna yang diambil dari foto bahan dan makanan Timur Tengah yang ada di Kampung Arab.



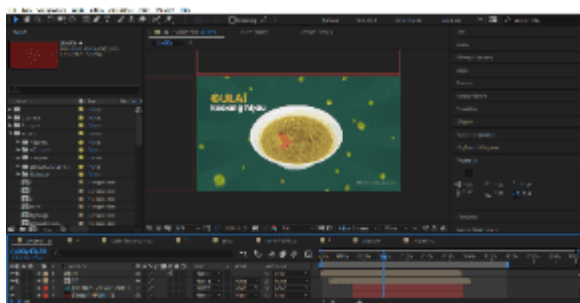
Gambar 6. Warna
Sumber : (Nughrhani, 2022)



Gambar 7. Makanan Timur Tengah
Sumber : (Nughrhani, 2022)

a. Proses animasi

Proses penggabungan aset dan background yang telah dikumpulkan sebelumnya sesuai dengan urutan scene yang dibuat dalam *storyboard*. Animasi dilakukan dengan memasang *keyframe* menggunakan Adobe After Effect. Proses selanjutnya adalah memberikan teks narasi, efek suara, dan musik latar.



Gambar 8. Proses Animasi Scene 4
Sumber : (Nughrhani, 2022)

b. Hasil akhir

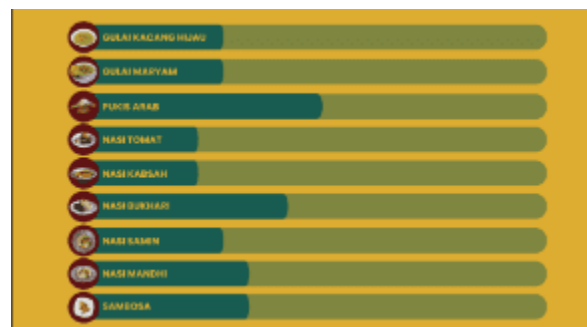
Hasil akhir berupa karya video *motion graphic* yang berdurasi 5 menit 45 detik. Berikut penggalan dari beberapa *frame* dari *scene* yang telah dibuat.



Gambar 9. Hasil Akhir Scene 1
Sumber : (Nughrhani, 2022)



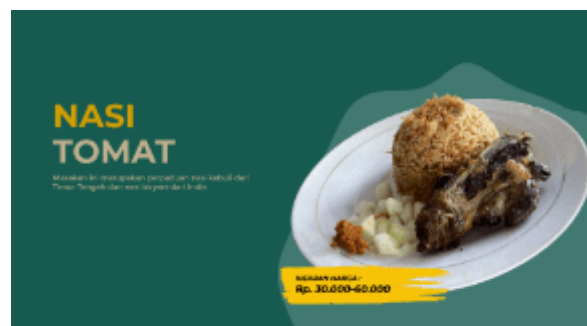
Gambar 10. Hasil Akhir Scene 2
Sumber : (Nughrhani, 2022)



Gambar 11. Hasil Akhir Scene 3
Sumber : (Nughrhani, 2022)



Gambar 12. Hasil Akhir Scene 5
Sumber : (Nughrhani, 2022)



Gambar 13. Hasil Akhir Scene 7
Sumber : (Nughrhani, 2022)



Gambar 14. Hasil Akhir Scene 9
Sumber : (Nughrhani, 2022)



Gambar 15. Hasil Akhir Scene 10
Sumber : (Nughrhani, 2022)

d. Disseminate

Proses *disseminate* atau penyebaran ialah tahap terakhir dimana hasil video *motion graphic* diunggah dengan rasio 1920x1080 *pixels* melalui Youtube pada tanggal 27 Juni 2022 dengan *link* <https://www.youtube.com/watch?v=ohEhYl633wQ>. Dua minggu sejak diunggah, video “Kuliner Kampung Arab Surabaya” telah ditonton sebanyak 205 kali, dengan jumlah *like* sebanyak 57 dan 34 komentar. Komentar yang diberikan oleh audiens umumnya bersifat positif.



Gambar 16. Komentar audiens
Sumber : (Nughrhani, 2022)



Gambar 17. Komentar audiens
Sumber : (Nughrhani, 2022)

Hasil akhir karya juga disebarakan melalui Instagram dengan menandai akun media sosial yang biasanya memposting informasi seputar Surabaya pada tanggal 5 Juli 2022 dengan *link* https://www.instagram.com/tv/CfnKMwRlf63/?i_gshid=MDJmNzVkMjY=.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan ini bertujuan untuk mengenalkan makanan khas Timur Tengah yang ada di Kampung Arab Surabaya yang kurang dikenal masyarakat bahkan warga Surabaya sendiri. Berdasarkan tujuan tersebut, maka dibuatlah karya *motion graphic* dengan durasi 5 menit 45 detik. Karya tersebut menjelaskan sejarah masuknya pedagang Arab ke Kota Surabaya dan penjelasan mengenai kisaran harga, sejarah singkat, bahan, dan rasa dari ke-9 makanan Timur Tengah yang menurut data kuesioner google form kurang dikenal karena mendapatkan persentase kurang dari 50%. Video *motion graphic* dikemas menggunakan gaya minimalis dengan visual foto makanan dan vector sebagai pendukung. Informasi disampaikan secara singkat dan jelas tanpa adanya ornamen berlebihan mengikuti target

audiens perancangan, yaitu warga Kota Surabaya dengan usia 19-23 tahun agar audiens dapat mengetahui adanya kuliner asal Timur Tengah di Kampung Arab Surabaya tanpa merasa bosan.

Motion graphic dibuat melalui proses analisis mengalir, dan melalui proses perancangan metode pengembangan 4D yang melalui tahap *disseminate* sehingga hasil akhir telah disebarluaskan ke media sosial Youtube dan Instagram dan telah mendapat respon positif dari komentar yang ditinggalkan audiens.

Saran untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan tema serupa adalah melakukan observasi dan penelitian lebih dalam agar data yang terkumpul lebih banyak dan lebih informatif dalam mengenalkan topik yang dipilih.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Betancourt, Michael. (2013). *The History of Motion Graphics*. Wildside Press: United States.
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Catharina, C., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. 2016. “Perancangan Media Online “1001 Rasa” Kuliner Kampung Arab Surabaya”. *Jurnal DKV Adiwarna*, Vol. 1, No. 8, Hlm 8.
- Chew, Johnny. (2019). What Are Motion Graphics?. Diunduh pada tanggal 25 Maret 2022 dari <https://www.lifewire.com/what-are-motion-graphics-4056786>
- Chol, J. & Shadily, H. (2000). *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Crawford, Adam. (2020). “10 Principles of Motion Design” diunduh pada tanggal 25 Maret 2022, dari <https://blog.vmgstudios.com/10-principles-motion-design>
- Danial, E. & Warsiah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan.
DOI: <https://doi.org/10.24252/jdt.v13i1.300>
- Hasanudin, Irvan. 2019. *Pembangunan Webservice Pencarian Orang Di Sosial Media Instagram*. Skripsi S1. Bandung : Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Komputer Indonesia.
- Hootsuite (We are Social): *Indonesian Digital Report 2021*. (2021). Diunduh pada tanggal 25 Maret 2022 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Kautsar, M. A. 2018. “Food Tourism Rises as New Trend In Travel”. *The Jakarta Post* <https://www.thejakartapost.com/life/2018/10/14/food-tourism-rises-as-new-trend-in-travel.html>
- Kemlu. (2017). “Suku Budaya” diunduh pada tanggal 23 Maret 2022, dari <https://indonesia.go.id/profil/suku-bangsa/kebudayaan/suku-bangsa>
- Khusaini, A. (2018). Jadi Ajang Promosi UMKM Warga Asing Ikut Nikmati Festival Kuliner Ampel 2018. *Jawa Pos*. Diakses dari <https://www.pressreader.com/indonesia/jawa-pos/20180430/282492889312862>
- Kominfo. (2015). *Kemkominfo: Internet Jadi Referensi Utama Mengakses Berita dan Informasi*. Diakses pada 25 Maret 2022, dari https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/5421/Kemkominfo%3A+Internet+Jadi+Referensi+Utama+Mengakses+Berita+dan+Informasi/0/berita_satker
- Krasner, J. S. 2008. *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics*. USA: Focal Press.
- Laily, R.N. 2021. “Kya Kya, Kawasan Pecinan Surabaya yang Didatangi Pedagang Arab hingga Eropa”. Diunduh pada tanggal 5 Mei 2022 dari <https://www.merdeka.com/jatim/ky-kya-kawasan-pecinan-surabaya-yang-didatangi-pedagang-arab-hingga-eropa.html>
- Mahrana, S. (2021). Tetap Buka, tapi Pengunjung Dibatasi. *Jawa Pos*. Diakses dari <https://www.pressreader.com/indonesia/jawa-pos/20210330/282578790834507>
- Murniasih, Indah. (2020). Mengenal Chapter Fitur YouTube yang Memudahkan Pengguna Nonton Video. Diunduh pada tanggal 25 Maret 2022 dari <https://tirto.id/fGKU>
- Pertiwi, D.H., & Syahrul, Y. (2017). *Motion Graphic Masjid Agung Palembang Sebagai*

- MediaPromosi Pariwisata Kota Palembang. Jurnal CSRID. Vol 9, No. 3
- Pusparisa, Yosepha. (2020). Masyarakat Paling Banyak Mengakses Informasi dari Media Sosial. Diunduh pada tanggal 25 Maret 2022 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/masyarakat-paling-banyak-mengakses-informasi-dari-media-sosial>
- Rohman, J.N.A. 2017. "Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015". Jurnal Ilmu Perpustakaan, Vol. 6, No. 1, Hlm 2.
- Sari, E. M. 2021. *Perancangan Video Motion Graphic Peduli Kertas Peduli Pohon Sebagai Media Edukasi Peduli Lingkungan Untuk Siswa Kelas Enam Di Sekolah Dasar Negeri Samir Tulungagung*. Skripsi S1. Surabaya : Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya.
- Sarwono Jhonatan & Hary Lubis. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET (Penerbit Andi).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : IKAPI.
- Surya Indra, Denny. 2011. *Food Photography Tutorial*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Suryaningtyas, W dan Kristanti, F. (2013). Pengembangan Perangkat Pembelajaran Dengan Media "Gabuz" Mata Kuliah Statistika Dasar Menggunakan Model 4-D Thiagarajan. Surabaya : Tidak diterbitkan.
- Ubaidillah, A.A. 2016. *Kajian Sejarah Maritim: Peranan Sungai Kalimas Sebagai Jalur Perdagangan Dan Pengaruhnya Bagi Etnis Arab di Surabaya Tahun 1902-1930 M*. Skripsi S1. Surabaya : Jurusan Sejarah dan Kebudayaan Islam, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Ulung, G. Deerona. (2014). *Jejak Kuliner Arab di Pulau Jawa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Wicaksono, Y.B.A. 2017. *Perancangan Motion Graphic Media Informasi Pondok Pesantren Doaqu*. Skripsi S1. Semarang : Program Studi Seni Rupa Kons. DKV, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang.
- Yuliwardhani, D. F. 2014. "Surabaya Di Atas Kampung-kampung (PART-2)". Diunduh pada tanggal 5 Mei 2022 dari <https://idea.grid.id/read/09698756/surabaya-di-atas-kampung-kampung-part-2?page=all>