

Investigating Original Food And Snack From Semarang City Through Mimi Lan Mintuno Blog & Vlog As A Storytelling Medium To Promote Semarang Special Culinary Interest

Cindy Citya Dima¹⁾, Syaiful Ade Septemuryantoro²⁾, Dedi Joko Purnomo³⁾
^{1,2,3} Dosen Pengelolaan Perhotelan Universitas Dian Nuswantoro Semarang
 cindyc.dima@dsn.dinus.ac.id

CHRONICLE

Keywords:
 Storytelling, Semarang
 Culinary, Blog, and Vlog

Abstract

The shorter time through digital media can be studied by the next generation in this digital era, becoming one of the new breakthroughs so that many young people are interested in becoming storytellers in the culinary field. 'Ngulik' typical cuisine and snacks of Semarang through SMG storrtelling culinary blog & vlog Mimi lan Mintuno in special interest of tourism in SMG is a solution for culinary and shopping tourism breakthrough especially in SMG City. This research is a qualitative descriptive study and included in the Phenomenological Research. The research location was Herritage Restaurant at Gajahmada Street,. The study period was in the first week of October 2019 to the first week of May 2020. Data were obtained through interviews, observations, and surveys. Data were analyzed based on indicators of conformity from the user, suitability of the material used, and content. The research method used in this study is phenomenological research and concerns with the continuity of Semarang special foods to future generations.

PENDAHULUAN

Kuliner dan Belanja menjadi salah satu potensi wisata minat khusus, karena masakan Nusantara mewakili akulturasi budaya yang salah satunya adalah masakan peranakan di Kota Semarang. Masakan Peranakan (Tionghoa dan Jawa) yaitu Lontong Cap Gomeh yang mewakili (rasa, *style*, aroma, dan nama); Wedang ronde; Lunpia; dan Bakmi Jowo. Selain Masakan Peranakan ada juga makanan khas tempo doeloe seperti Rondo Royal, Loro Gudik, Ganjeril, Mento, Bolang-baling, Kue Mangkok, Cemplung, Bir Semarang, Wedang tahu, dan Dawet. Kebanyakan wisatawan mengenal kuliner khas Kota Semarang yang *iconic* sebagai belanja oleh-oleh seperti Bandeng Duri Lunak, Lunpia, Wingko Babat, Mochi wijen, Tahu Bakso, Tahu Pong, Tahu Gimbal dan Iwak Manyung. Menurut Kacamata seorang Jongkie Tio, jarang ada yang menyukai profesi sebagai seorang *storyteller* karena butuh *passion* dan konsisten. Menyadari bahwa *storytelling* dalam dunia pariwisata yang berkesinambungan dan terintegrasi dalam dunia pramuwisata, dimana proses tersebut juga melibatkan para penggiat wisata sehingga meningkatkan kualitas SDM penggerak wisata Kota Semarang yaitu ABG CAEM (*Academy, Business, Government, Community and Media*) dan menjadi para *storyteller* untuk memviralkan makanan asli Semarang sesuai dengan konten yang ada di *Blog SMG Storytelling Culinary* untuk membuat *Vlog Storyteller Culinary* dengan *style* masing – masing individu. Membuat Viral dulu kemudian terkenal dan banyak yang ingin membuktikan apa yang ditulis di *blog* dan disampaikan di *vlog storytelling culinary* merupakan tujuan penelitian kami agar banyak orang datang ke Kota Semarang. Saat ini yang ada adalah buku karya Pak Jongkie Tio dalam 3 bahasa (Bahasa Indonesia, Inggris, dan Jepang) dan tim penulis ingin membuatnya lebih *simple* dan *eye catching* agar lebih mudah dipelajari. Menyadari hal tersebut, tim penulis sangat mengharapkan selain Buku Karya “Kota Semarang Dalam Kenangan” tertulis *Storytelling Culinary* yang diambil juga referensinya dari Beliau, akan lebih sederhana agar lebih mudah dipelajari di era sekarang dengan menggunakan perantara *gadget/smartphone* dengan konten yang lebih milenial melalui *blog* dan *vlog*. Konten yang dibuat dapat menjadi simbiosis mutualisme bagi yang memanfaatkannya misalnya seorang *storyteller culinary* menjadi suatu profesi yang masuk ke dalam pramuwisata Indonesia, para pedagang makanan khas dimudahkan promosi produknya, dan para pembeli dapat mendapatkan informasi yang jelas dan lengkap dengan hanya membaca *blog* dan melihat review *vlog culinary*. Tim Penulis mengambil lokasi di Restaurant Semarang Heritage Jalan Gajahmada karena memang terkenal dengan masakan Semarangan (peranakan) yang kebetulan pemiliknya adalah pakar *storyteller* yaitu Bapak Jongkie Tio. Ngulik masakan dan jajanan khas Semarangan melalui *blog & vlog SMG storytelling culinary* Mimi lan Mintuno pada wisata minat khusus di Kota Semarang menjadi solusi untuk terobosan wisata kuliner dan belanja khususnya di Kota Semarang.

KAJIAN LITERATUR

Di bidang pariwisata kuliner dan belanja masuk menjadi salah satu minat khusus wisata. Untuk Masakan dan Jajanan Semarang ini terkenal dari akulturasi 4 budaya yaitu Jawa/Melayu, Arab, Cina, dan Belanda sehingga dari sisi masakan dan Jajanan Semarang bervariasi. *Storytelling* nya pun memiliki kekayaan untuk diulik oleh para *storyteller* agar masuk ke dalam konten *blog dan vlog* Mimi lan Mintuno.

1. Masakan dan Jajanan Semarangan (Pecinan)

Makanan Pecinan di pedalaman Jawa tengah, selain ragamnya lebih variatif dan kreatif serta inovatif dan ukurannya pun dengan proporsional. Biasanya kita bisa temukan di altar sembahyang yang dijajakan di pasar yaitu produk *homade*. Penganan atau kue (berasal dari bahasa “kwe” atau Mandarin “guo”).

Tabel 1.1 Masakan dan Jajanan Semarangan (Pecinan)

No.	Nama Masakan & Jajanan	Bahan dan rasa	Bentuk	Symbolisme
1.	Wajik Ketan	Ketan dan Gula Jawa (Rasa Manis)	Segi empat (persegi panjang dan ada pula yang dipotong seperti jajanan genjang)	(warna biru alami makanan) peristiwa kematian dan (warna merah alami makanan) ditambah telur pindang dibagikan kepada kerabat pada hari ke-40 kelahiran anggota keluarga baru (Ma-Gwee)
2.	Jadah Ketan	Ketan dan santan (Rasa Gurih)	Segi empat (persegi atau persegi panjang)	
3.	Kue Ku (Siu Ku)	Kacang tanah / kacang hijau (Rasa Manis)	Bentuk Kura-Kura karena Ku artinya kura-kura dan warnanya merah	Melambangkan panjang umur. Dalam hantaran saat bayi muaguch (genap sebulan) untuk bayi laki-laki (Kue Ku berbentuk panjang) dan untuk bayi perempuan (Kue Ku berbentuk bulat)
4.	Kue Ranjang/Kranjang (Nian Gao)	Tepung Beras	Bulat seperti keranjang (Rasa manis) ada warna hijau dari daun pandan, pink, coklat.	Bilan Imlek
5.	Bacang dan Kuecang			Pada hari Peh Cun setiap tanggal lima bulan lima imlek
6.	Tiong Jiu			Pada setiap tanggal 15 bulan delapan
7.	Ronde			Pada tangga; 15 bulan lima dan 22 desember

sumber “Budaya Tionghoa Pecinan Semarang”

2. Masakan dan Jajanan Semarangan (masakan Kampoeng tempo doeloe) yang menunya sampai sekarang masih ada di Restoran Heritage Semarang.

Tabel 2.1 Masakan & Jajanan Semarangan

No.	Nama Masakan & Jajanan	Bahan dan rasa
1.	Rondo Royal	Tempe Goreng
2.	Loro Gudik	Rasikan
3.	Ganjeril	Kue dari trigu/gaplek
4.	Mento	Nogosari isi daging
5.	Bolang-Baling	Roti dari terigu (Rasa Gurih)

6.	Kue Mangkok	Roti dari tepung beras
7.	Cemplung	Sup bola-bola tahu
8.	Bir Semarang	Minuman dari rempah-rempah
9.	Wedang Tahu	Air Sari Tahu
10.	Lunpia Semarang	Kulit Tepung,Bung,Ayam,Telur
11.	Dawet	Tepung Beras,Gula Jawa,Santan
12.	Tahu Pong	Tahu kering yang kopong (tidak ada isi)
13.	Tahu Gimbal	Tahu goreng,Telur goreng,Kol dan Kecambah goreng, dan Gimbal dari udang yg ditepungin lebar
14.	Lontong Cap Gomeh	Lontong,Opor Ayam,Sambel Goreng Ati

Sumber “ Kota Semarang Dalam Kenangan”

3. Makanan & Jajanan Khas Semarangan

Selain yang ada di resto *Heritage* SMG diatas masih banyak lagi makanan & jajanan khas Semarangan yaitu:

Tabel 3.1 Makanan & Jajanan Khas Semarangan

Jakwe	bubur candil	es cao	semar mendem	enten-enten
Untir-intir	bubur srabi	dawet nongko	pistuban,	wingko
cenil¢ot	ketan salak	gelek	mendut	ketan srikaya
klepon	bir temulawak	ganjelril	srabi inggris	kuping tikus
putu mayang	wedang jahe	Pisang plenet	onde-onde ceplis	sego ayam
mento	getuk lindri	duda kemul	jentik manis	mi kopyok
wedang tahu	jongkong	semar	putu bumbung	gandos
jamu jun	bandeng duri lunak	lekker	pecel keong semanggi	glewo koyor
Bubur juwawut				

Sumber “ Kota Semarang Dalam Kenangan”

4. Sejarah Resto Semarang Heritage

Tabel 4.1 Sejarah Resto Semarang Heritage

No.	Tahun	Keterangan
1.	1986	Usaha keluarga di bidang kuliner yaitu rumah makan /restoran Istana yaitu rumah makan pertama di Semarang (yang menjalankan usaha di luar hotel).
2.	Anrara tahun 1986-1991	Membantu bisnis keluarga selama 5 tahun sembari mempelajari resepnya dari warung-warung kecil yang ada di pinggiran Kota, sampai Mranggen (Demak), lalu Weleri (Kendal),dan daerah lainnya.
3.	1991	Membuka Usaha Restaurant yang khusus menyajikan makanan kampung dan makanan peranakan (Hasil akulturasi Jawa dan Tionghoa) dan masakan Belanda yang disesuaikan dengan lidah orang Jawa. Menu andalan yaitu Lontong Cap Go Meh , Lunpia, Wedang Ronde, Bakmi Jawa Kampung, Bestik Jawa Pendrikan, Semur, Glewo Koyor, Asem-asem daging koyor,dll. Selain erat dengan konsep budaya , makanan kampung untuk masuk ke rumah makan besar. Restoran ini terletak di Jalan Gajah Mada sebelah utara Simpang Lima Kota Semarang dan bersebelahan dengan Hotel , Mall dan Apartement.
4.	1991-1992	Muncul bistik Jawa, Mi Jawa di pinggir jalan dan pada waktu itu masakan kampung dipandang sebelah mata karena kurang memiliki tingkatan strata yang lebih tinggi khususnya bagi kalangan orang borjuis dan tepandang dan pada waktu itu enggan mencoba . Kemudian dengan terobosan baru menyelenggarakan festival masakan kampung selama 3 hari agar semua makanan kampung dibawa ke gelaran tersebut.Sejak itu petinggi-petinggi mengharuskan mempunyai wisata kuliner di setiap kota.”Dimulai dari sini Tiap Kota harus ada wisata kuliner”. Maka Walikota Semarang pada waktu itu (Bapak Soetrisno Suharto) mengadakan wisata kuliner asli Semarang. Setelah itu, barulah banyak hotel yang mengadaptasi makanan kampung hingga saat ini. Jadi Cinta dari mata turun ke perut. 75 % kuliner Nusantara terpengaruh masakan China termasuk Bakmi Jawa. Makanan yang berlabel mie itu pasti pengaruh Tionghoa. Masakan Akulturasi Budaya terlihat pada menu Bihun Jawa dan Cap Cay.

Sumber “ Kota Semarang Dalam Kenangan”

5. Storytelling di balik Menu Makanan di Restaurant Semarang International & Garden Restaurant

Tabel 5.1 Storytelling pada Menu Makanan & Minuman di Resaurant Semarang

No.	Nama Menu	Storytelling
1.	Lontong Cap Gomeh	Adaptasi dari ketupat opor ayam yang biasanya disantap warga Muslim Jawa pada bodo kupat (perayaan lebaran ketupat sepekan setelah Idul Fitri), kemudian etnis Tionghoa peranakan membuat lontong cap gomeh yang disantap setiap perayaan imlek. (Lontong merupakan saudara muda dari ketupat opor ayam). Sekitar tahun 1743, etnis tionghoa peranakan dikarantina oleh penguasa kolonial Belanda menyusul pemberontakan Batavia. Etnis Tionghoa dimukimkan di kampung pecinan yang letaknya di dekat Kota Lama dan Kampung Kauman di Semarang. Hidup berdampingan dengan etnis lain mengembangkan sikap toleransi, saling memahami, dan saling berbagi. Ketika warga Muslim di Jawa merayakan Bodo Kupat, mereka mengirimkan opor ayam, sambel goreng ati kepada tetangga etnis Tionghoa. Dari situ, etnis Tionghoa terinspirasi mengadaptasi opor ayam menjadi lontong cap gomeh.
2.	Bakmi Jawa	Tahun 1991 Bakmi Jawa hanya ada di perkampungan Kota Semarang. Dahulu enggan menyantap bakmi Jawa karena dianggap makanan strata rendah karena hanya mie besertas kuah garam dan kecap. Namun sekarang inovasi pengolahan masakan dengan aneka bumbu dan cenderung lebih gurih serta selalu ada campuran telur. Bumbu yang sangat kaya di Indonesia menjadi suatu ciri khas pembeda antara bakmi olahan restoran Tionghua dengan Jawa begitu pula bakmi atau mie Eropa dan pembeda lainnya adalah rasa kuahnya. Selain itu, tambahn kecap, dan tingkat kepekatan minyak. Dulu disebut kawasan Mataram (sekarang JL.MT.Haryono) dahulu ada orang Jawa terkaya namanya Taspirin dan di jalan tersebut banyak penjual yang menjajakan bakmi Jawa. Bakmi Jawa banyak ditemukan tersebar hampir seluruh Pulau Jawa dengan mayoritas penjual terpusat di Jawa Tengah. Ada penyajian beralaskan daun pisang, sebagian lagi sudah pakai piring dan tersedia juga sate ayam kecap bakar arang. Warga Peranakan Tionghoa memiliki ikatan emosional dengan bakmi Jawa yang nilai akulturasi tinggi dengan Orang Jawa yang masih bertahan hingga saat ini. Bentuk bakmie yang mengikat simbol persatuan. Dulu orang kalau mau makan bakmi Jawa tidak mau dipotong. Selain itu, yang sebaiknya dikonsumsi sesuai ukuran panjang disebut menyimpan nilai filosofi bagi konsumen agar harapan tidak putus termasuk banyak rejeki. Yang tidak boleh ketinggalan adalah taburan bawang goreng, acar mentimun, cabai rawit utuh, campuran sawi dan kol. Kalau di Cina sendiri tidak ada yang seperti itu.
3.	Wedang Rondhe	Minuman Para Dewa
4.	Lunpia SEMARANG	<p>Restaurant di Jl. Gajah Mada Semarang milik Phoa Kiem Hwa (Jongkie Tio) adalah salah satu aliran kelima pembuat Lunpia yaitu para pecinta dan hobi kuliner yang menciptakan inovasi dan kreasi dari lunpia dengan memberikan sentuhan yang berbeda untuk racikan resep hasil pembelajaran dari lunpia yang sudah beredar. Terbukti lunpia di restoran ini tidak berminyak dan isinya lebih padat.</p> <p>Lalu generasi pertama hingga keempat untuk pembuat lunpia : Tjao Po Nio menikahi Tjao Thay Yoe (Wasih) Generasi Pertama = Lunpia Gang Lombok yaitu Siem Swie Kiem mendapatkan warisan ayahnya yang bernama (Siem Gwan Sing) yaitu generasi tertua di Gg.Lombok No 11 (dekat klenteng Tay Kyak Sie). Lunpia nya terkenal dengan rebung tidak berbau , campuran udang dan telurnya tidak amis.</p> <p>Generasi Kedua = Lunpia di Jl.Pemuda (alm. Siem Swie Hie) kakak dari Siem Swie Kiem dan Ayah dari Lunpia Generasi Keempat (Lunpia Mbak Lien).</p> <p>Generasi Ketiga = Lunpia Jl. Mataram (Almarhumah Siem Hwa Nio (Kakak perempuan Siem Swie Kiem) Keluarga Siwm Gwan Sing + Tjao Po Nio (menantu & putri tunggal pencipta Lunpia SMG (Tjao Thay Yoe + Wasih Generasi Keempat = Sejumlah bekas pegawai lunpia, ada Lunpia Mbak Lien alias Siem Siok Liem (2 cabang di Jl.Pemuda dan Jl.Pandanaran. Cabang siasi ku</p> <p>Generasi kelima :Cucu dari almarhun Hwa Nio membuka kios sendiri di SMG.</p>

Sumber " Kota Semarang Dalam Kenangan"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian fenomenologis (*phenomenological research*) adalah suatu penelitian kualitatif yang dimaksudkan untuk meneliti suatu fenomena (gejala) tertentu yang dialami oleh seseorang tertentu atau suatu kelompok masyarakat tertentu. (Merriam, Sharan B. (2009). *Qualitative Research : A Guide to Design and Implementation*. San Fransisco : Jhon Wiley & Sons, Inc

Karakteristik Penelitian Kualitatif (Merriam, 2009: 14-17) :

Ada beberapa karakteristik (ciri pokok) dari semua bentuk penelitian kualitatif :

- a. Fokus pada pencarian makna (*meaning*) dan pemahaman (*understanding*)
- b. Peneliti merupakan instrumen utama
- c. Menggunakan proses induktif dalam analisis data
- d. Hasil penelitian dinyatakan (disajikan) dengan deskripsi yang “kaya” (*rich description*), dalam bentuk kata-kata (uraian) dan kadang-kadang disertai gambar daripada dalam bentuk bilangan-bilangan
- e. Desain Penelitian bersifat emergent dan flexible , responsif terhadap perubahan situasi dari penelitian yang sedang berjalan.
- f. Pemilihan subjek bersifat nonrandom (*purposif*), dan jumlah subyek biasanya sedikit
- g. Peneliti menggunakan waktu yang cukup banyak untuk terlibat dalam kegiatan penelitian itu bersama subjeknya dalam situasi (*setting*) yang alamiah.

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penumpulan data dengan Triangulasi Data yaitu Menurut Sugiyono (2013:330) teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipasif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Data primer adalah observasi dan wawancara, data sekunder yang dibutuhkan adalah data infrastruktur fisik penunjang pengembangan *Blog* dan *Vlog* Mimi Mintuno *storytelling* kuliner di Kota Semarang.

a. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam akan dilakukan terhadap narasumber dan wisatawan laman *blog* dan *vlog* mimi mintuno. Tujuan wawancara mendalam adalah untuk mendapatkan respon narasumber yang di dalamnya adalah orang-orang pakar *storytelling* kuliner, dan wisatawan laman *blog* dan *vlog* mimi mintuno mengenai design terdahulu dengan design konten *storytelling* digital. Hasil wawancara ini, kemudian akan dikemas dan ditranskripsikan untuk mempermudah penulis dalam menggali respons.

b. Observasi

Observasi akan dilakukan dalam proses pembuatan *design blog* dan *vlog* mimi mintuno *storytelling* kuliner. Tujuan observasi adalah untuk mendapatkan *design* terdahulu dengan *design* dengan konten kekinian yang berbasis *design digital* yang ideal.

c. Survei

Survei akan dilakukan terhadap wisatawan laman *blog* dan *vlog*. Tujuan dari kegiatan survei ini, para penulis akan mendapatkan persepsi dari penggiat narasumber dan wisatawan laman *blog* dan *vlog* mimi mintuno mengenai materi/*design*/konten *storytelling*.

d. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Proses analisis adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan suatu uraian dasar. Sebelum dianalisis dan diolah terlebih dahulu, kegiatan-kegiatan yang dilakukan meliputi (narkubo dan achmadi: 153-155):

1. *Editing*, adalah memeriksa daftar pertanyaan yang telah dikembangkan oleh responden. Tujuan editing adalah mengurangi kesalahan atau kekurangan yang ada di dalam daftar pertanyaan yang sudah diselesaikan sejauh mungkin.
2. *Koding* atau pengkodean adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban responden kedalam kategori-kategori.

Menurut Hamid (2005:88) berdasarkan jenis data kualitatif, analisis data kualitatif, kata-kata dibangun dari hasil wawancara atau pengamatan terhadap data yang dibutuhkan untuk mendiskripsikan dan dirangkum. Adapun kegiatan dalam penelitian ini meliputi:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Dalam tahapan ini reduksi data merupakan bagian dari analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan. Akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

2. Penyajian data

Penyajian yang dimaksud adalah dengan menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah untuk dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan didasarkan pada konsep dan alat yang diperoleh oleh peneliti dari lapangan. Data-data tersebut sebelumnya telah melalui proses

verifikasi atau proses pembuktian kembali yang dimaksudkan untuk mencari pembenaran dan persetujuan sehingga validasi dapat tercapai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- 1) Menelaah Kekurangan *storytelling* terdahulu, belum ada *youtuber* yang membuat *vlog* sedetail mimi lan mintuno *storytelling*. *Blogger* sudah banyak berkunjung dan melakukan kegiatan di Resto Semarang, tetapi tidak secara terus-menerus memberikan *update* kontennya.
- 2) Observasi dilakukan secara berkala intens satu bulan sekali (oktober 2019-Mei 2020) agar informasi yang diperoleh tim selalu update yaitu mulai dari renovasi area parkir, interior tambahan hiasan nuansa natal, tahun baru serta imlek tahun 2020 dan pembangunan area apartemen, hotel dan mall disebelahnya membuat restoran ini tetap kokoh berdiri dengan idealisme sang pemilik yang berkomitmen sejak awal untuk mengangkat masakan kampung ke resto.
- 3) Wawancara dengan narasumber dilakukan bila sudah janji via telepon dengan pemilik resto ini, rumah beliau menjadi satu dengan bangunan resto di belakang resto (resto memanjang kebelakang). Beliau sangat ramah walaupun sudah berumur beliau masih mau berbagi cerita dengan Kami (selain tim kami juga banyak anak muda mulai dari mahasiswa, kementerian pariwisata, dinas pariwisata, blogger, dan liputan reporter maupun jurnalis serta masih banyak lagi. Kami mendapatkan data wawancara dari mendengarkan wawancara beliau dengan peneliti lain tetapi kami menggaris bawahi dari segi cerita kuliner dan mengajukan pertanyaan yang efektif dan efisien (sudah 2x berkesempatan bertemu beliau di restoran) hingga bulan Maret 2020 dan ada rekaman beliau yang ada di halaman blog *culinary story*.
- 4) Wawancara terhadap pengikut laman *blog* dan *vlog* mimi mintuno sementara ini belum dilakukan hingga kini di bulan maret 2020 karena belum dianggap sempurna menurut tim Kami, tetapi kami sudah mengajak 3 orang mahasiswa perhotelan (Bagaskara, Sadam, dan Icha) untuk mengamati secara langsung dan membuat *vlog* dengan *script* yang mereka bawakan per *segment*. (sangat disayangkan sekali memori setelah dipindah ke laptop, laptop rusak dan video dari *mobile phone* di *share* ke teman untuk proses *editing* dari *mobile phone* sumber via *whatsup* untuk diedit ke temannya belum ada khabarnya hingga sekarang karena mahasiswa setelah uas belum ke kampus lagi) tetapi *script vlog* ada di bab lampiran penelitian ini. Dengan kata lain terjadi kendala di *human error* dan laptop yang rusak) jadi kami harus mengambil *take video* kembali untuk konten *vlog*. (<https://culinarystoryindonesia.blogspot.com/>)

Perancangan Design :

- 1) Menyempurnakan dan merancang design *Blog* dan *Vlog* yang berbasis Konten *Storytelling* kuliner Semarang, mulai dari pemberian nama judul

blog yaitu *blog culinarystoryindonesia*, dan juga vlog mimi lan mintoni *culinary storytelling*.

- 2) Menelaah isi destinasi *design* konten blog dan vlog untuk melihat kesesuaian materi dengan indikator yang telah ditetapkan, bersumber dari data di laman google, sumber dari buku dan video Yongki Tio yang kami buat blog lebih sempurna dilengkapi dengan vlog yang kami buat. Kami sepakat dari banyaknya menu dan cerita yang ada kami mengangkat top four menu yang terkenal di Resto Semarang ini.
- 3) Menyempurnakan Struktur Design, membutuhkan tampilan yang *eye catching* diperlukan saran dari pembaca laman yang mewakili dari generasi x, y, dan z. Generasi x (1937-1959), Dr. Sri Yuwanti survey tentang makanan sejenis di tempat lain/ resto lain diperlukan dan menginformasikan bahwa sejarah restoran yang bangunan rumahnya mempunyai nilai historis harus digali, Generasi Y (1981-1994) yaitu Desti Dwiyanasari, S.Kom yaitu (alumni TI Udinus) dan founder duaide.com, menginformasikan bahwa digital content meliputi *video, text, image, dan audio* harus selaras dan khususnya blog memang gunanya untuk post artikel tinggal ditambah artikel-artikel lagi dan dibuat *good article* yang enak dibaca dan Bapak Andi Hallang Lewa, S.S, M.M., Ka admisi UDINUS bagian promosi PMB menginformasikan bahwa ada resto peranakan sebagai pembanding lain di area Semarang dan Generasi Z (1995-2010) yaitu fitiamy cantika, mahasiswi semester 2 ilkom udinus, vlogger tutorial make up dan brand ambassador make up serta juara 1 puteri batik Jateng dan harapan 2 denok kenang 2018 menginformasikan bahwa memberikan informasi menu & *price list*.
- 4) Memberi Penjelasan setiap indikator yang telah ditelaah, berdasarkan hasil wawancara via *whatsapp* setiap indikator Blog mulai direvisi sesuai dengan informasi yang diberikan oleh masing-masing perwakilan generasi x, generasi Y dan Z.
- 5) Menyimpulkan hasil telaah terhadap *design*.

Evaluasi Design :

- 1) Wawancara terhadap pakar kuliner yaitu perwakilan dari anggota ICA (Indonesia Chef Assosiation), Chef Desika, dosen tata boga USM menginformasikan bahwa info tentang kuliner sudah cukup bagus, Chef Setyo Prasiyanto Nugroho, dosen tata boga AMTA adalah muatan *storytelling* lebih mendalam.
- 2) Observasi berupa *intangibile* dan *tangible* dari perwakilan mahasiswa perhotelan yakni akan mengajak keluarga untuk kembali berkunjung. Bahkan mahasiswa asal Semarang tidak sadar dan tidak tahu ada restoran yang melibatkan *chemistri* paling beda dari restoran yang ada di Semarang yakni kekuatan *storytelling* bila gencar promosi.
- 3) Survey responden bisa dilakukan di bulan April-Mei 2020.

Blog dan Vlog Mimi dan Mintuno mendeskripsikan ke khas an kuliner Semarang dengan akulturasi budaya Jawa/ Melayu, Cina, Arab dan Belanda. Blog merupakan

panduan untuk kemasan storytelling yang kontennya dapat dipakai untuk wisatawan, pemandu wisata bahkan untuk pariwisata Kota Semarang. Vlog nya lebih ekspresif dan mengandung unsur ajakan untuk menggugah selera makan. Blog dan Vlog Mimi lan Mintuno memberikan kemudahan di era smartphone untuk mengakses promosi konten storytelling sehingga banyak kunjungan di online (viewer) dan kunjungan wisatawan khusus kuliner di Kota Semarang. Penyajian secara visual, audio, maupun audio visual pada literatur digital dapat dimanfaatkan khalayak umum untuk guiding secara virtual maupun real/nyata.

KESIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan temuan dan wawancara dan analisis data penelitian secara kualitatif terhadap Ngulik masakan dan jajanan khas Semarang melalui Blog dan Vlog Storytelling mimi lan mintono untuk wisata khusus Kota Semarang diambil kesimpulan antara lain:

1. Penggunaan blog dan vlog SMG Culinary dapat meningkatkan minat generasi muda dengan adanya culinary storyteller sebagai minat khusus kuliner sebagai daya tarik wisata Kota SMG. Banyak sekali warga Semarang yang belum mengetahui kekayaan kuliner makanan kampung yang dibawa ke ranah resto dan merupakan kekayaan budaya yakni akulturasi Tionghoa dan Jawa yang biasanya disebut dengan masakan peranakan, setelah adanya blog dan vlog ini generasi muda menyukai kekuatan cerita kuliner di dalam setiap menu masakan yang ada di restoran ini. Selain masakannya yang lezat juga kekuatan storytelling ditunjukan dilaman blog dan vlog mimi lan mintuno. Jadi, untuk media digital yang digunakan akan mendatangkan banyak sekali tamu bukan hanya di lingkup Kota Semarang.
2. Penggunaan blog dan vlog SMG *Culinary* dapat meningkatkan pembaca digital (literasi) kuliner dengan tidak terbatas ruang dan waktu , mudahnya mengakses informasi tersebut setiap individu mampu menjadi *storyteller* karena kekuatan *storytelling* yang ada di blog dan vlog mampu menyajikan informasi dengan sudut pandang pembaca. Intinya sama namun interpretasinya dapat berbeda tergantung dari *storyteller* nya.

REFERENSI

- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson Learning.
- Cahyo, Andriani. 2018. Pengaruh Vlog sebagai Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, (online), (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2656>, diakses Oktober 2019)

Kotler, Amstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga

- Schiffman dan Kanuk.2007.Perilaku Konsumen.Edisi Kedua.Jakarta:PT.Indeks Gramedia.
- Soenarto,Rafael.2013. Budaya Tionghua Pecinan Semarang San Bao Long Tang Ren Jie Zhong Hua Wen Hua.Semarang:Koleksi Seri Buku Budaya Tionghua.
- Sugiyono.2013. Metode Penelitian Kulitatif.Bandung: Alfabeta
- Narbuko dan Achmadi.2013.Methodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara
- Patilima,Hamid.2007.Metode Penelitian Kualitatif.Bandung : Alfabeta
- Tio,Jongkie.Kota Semarang Dalam Kenangan.Semarang: Cetakan ketiga