

2. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

2.1 Studi Literatur

2.1.1 Rempah-Rempah

Rempah-rempah adalah salah satu daya tarik Indonesia yang telah dikenal mendunia. Rempah-rempah alami memiliki efek yang baik terhadap kelangsungan dan kesejahteraan hidup manusia. Walau saat ini tersedia rempah-rempah yang dikemas dalam bumbu instan *sachet*, manfaat dari rempah-rempah asli yang bervariasi dalam suatu masakan justru menciptakan kualitas hidup yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang serba instan. Menurut buku "*Romansa Rempah Indonesia*", rempah tunggal di Indonesia diklasifikasikan menjadi 5 kategori berdasarkan cara penggunaannya, di antaranya:

- a) Segar dan utuh: Rempah berbentuk utuh dan segar yang bila disimpan terlalu lama akan mudah busuk atau berkurang fungsinya ketika menjadi kering. Contohnya adalah andaliman, asam jawa, kunyit, jahe, lengkuas, dan serai.
- b) Kering dan utuh: Rempah berbentuk utuh namun sudah dikeringkan terlebih dahulu dan bisa disimpan lebih lama daripada rempah segar. Contohnya yaitu cengkeh dan kayu manis.
- c) Segar dan lumat: Rempah dalam kondisi segar yang perlu dilumat terlebih dahulu agar distribusi rasa maupun aromanya lebih merata dan tajam dibandingkan rempah utuh. Contohnya adalah kluwek.
- d) Kering dan lumat: Rempah dalam kondisi kering yang perlu dilumat terlebih dahulu sebelum dipakai memasak. Contohnya adalah ketumbar dan pala.
- e) Segar dan diiris: Rempah dalam kondisi segar yang biasanya diiris terlebih dahulu agar distribusi rasanya lebih merata serta lebih bagus untuk mempercantik masakan. Contohnya adalah daun jeruk purut.

(Cardoba & Tjahjanto, 2018).

2.1.1.1 Senyawa Rasa Rempah-Rempah

Rempah-rempah mengandung *volatile organic compounds* (VOCs) yang mudah menguap dan kemudian akan mengeluarkan cita rasa dan aroma khas dari tiap rempah. Senyawa yang terlepas ketika rempah-rempah dipanaskan atau dihancurkan akan merangsang indra perasa dan reseptor penciuman manusia untuk menciptakan sensasi rasa dan bau. Indra

pengecap di lidah manusia sendiri mampu mendeteksi lima rasa dasar, yaitu rasa manis, asam, asin, pahit, dan umami (gurih). Rempah-rempah mampu meningkatkan cita rasa ini dengan menutupi atau melengkapinya, misalnya kayu manis yang dapat menutupi rasa pahit pada makanan. Rempah-rempah juga merangsang reseptor penciuman. Ketika mengonsumsi makanan, senyawa akan masuk ke hidung dan mengaktifkan reseptor penciuman yang kemudian akan meningkatkan aroma makanan. Selain itu, rempah-rempah juga dapat meningkatkan persepsi tekstur pada makanan, misalnya lada hitam yang menimbulkan sensasi panas atau pedas sehingga dapat meningkatkan persepsi tekstur dan rasa di mulut (Wood, 2023).

2.1.1.2 12 Kategori Rasa Rempah-Rempah

Berdasarkan senyawa rasanya, karakteristik rasa dari rempah-rempah dikelompokkan ke dalam 12 kategori, di antaranya:

Tabel 2.1.

12 Kategori Rasa Rempah-Rempah

Kategori	Definisi	Contoh	Keterangan
<i>Sweet</i> <i>Warming</i> <i>Phenols</i>	Kategori rempah yang hangat, beraroma manis, dan memiliki rasa yang kuat dan ampuh, seperti rasa adas manis, atau terkadang rasa pahit	Cengkeh (<i>eugenol</i>), kayu manis (<i>cinnamaldehyde</i>)	Rasanya yang kuat akan berkurang saat dimasak. Sebagian besar larut dalam minyak
<i>Warming</i> <i>Terpenes</i>	Kategori rempah ini bersifat menghangatkan tanpa rasa manis yang kuat dan cenderung memiliki rasa seperti kayu, pahit, pedas, dan terkadang <i>mint</i>	Pala dan bunga pala (<i>sabinene</i>)	Mudah menguap jika dimasak dalam waktu yang lama. Umumnya larut dalam minyak
<i>Fragrant</i> <i>Terpenes</i>	Kategori rempah ini memiliki rasa segar seperti pinus, bunga, atau seperti aroma kayu. Di alam, aroma ini menyebar luas ketika dilepaskan	Ketumbar (<i>linalool</i>)	Tidak bisa dimasak dalam waktu lama. Terdispersi dalam minyak dan alkohol.

<i>Earthy Terpenes</i>	Kategori rempah ini memberikan rasa pedas dan berperan sebagai racun bagi hama di alam. Dalam jumlah kecil, senyawa ini tidak berbahaya bagi manusia	Jintan (<i>cuminaldehyde</i>)	Rasa yang larut dalam minyak sangat kuat dan tahan lama.
<i>Penetrating Terpenes</i>	Kategori rempah ini didominasi oleh senyawa terpen kuat yang memiliki rasa seperti kamper, kayu putih, atau obat-obatan.	Kapulaga (<i>cineole</i>), daun salam (<i>cineole</i>), lengkuas (<i>cineole</i>)	Ampuh dan tahan lama, dapat dipanggang untuk menutupi rasa lain
<i>Citrus Terpenes</i>	Kategori rempah ini memiliki profil rasa yang tajam dan menyegarkan seperti jeruk atau lemon dengan sedikit aroma bunga dan herbal.	Serai (<i>citral</i>)	Cepat menguap namun bisa tahan lama ketika dimasak karena terdiri dari jumlah yang banyak
<i>Sweet-Sour Acids</i>	Kategori rempah ini didominasi rasa asam dan juga disertai rasa manis dari gula nabati.	Asam jawa (<i>furfural</i>)	Larut dalam air dan tahan dimasak lama.
<i>Fruity Aldehydes</i>	Kategori rempah ini memiliki rasa buah, <i>malt</i> , atau hijau segar yang khas yang terkadang terasa berlemak.	Barberry (<i>hexanal</i>)	Aroma tidak tahan dalam suhu tinggi atau waktu masak yang lama
<i>Toasty Pyrazines</i>	Kategori rempah ini telah dipanggang sebagai bagian dari pengolahannya dan memiliki rasa seperti kacang, karamel, berasap, berdaging, dan atau seperti roti segar.	Wijen (<i>pyrazine combinations</i>)	Rasa tersebar paling baik dalam minyak. Biasanya digunakan untuk meningkatkan cita rasa masakan
<i>Sulphurous Compounds</i>	Kategori rempah ini didominasi oleh rasa bawang dan daging. Dalam konsentrasi tinggi, senyawa belerang dapat berbau tidak sedap dan busuk	Bawang putih (<i>diallyl disulphide</i>)	Terdispersi dalam lemak

<i>Pungent Compounds</i>	Kategori rempah ini memiliki senyawa bahan kimia yang menciptakan ilusi terbakar dengan 'membajak' saraf nyeri	Jahe, lada hitam (<i>piperine</i>), cabai (<i>capsaicin</i>)	Memiliki kekuatan dan daya tahan yang berbeda-beda.
<i>Unique Compounds</i>	Kategori rempah ini didominasi oleh senyawa yang bisa bersifat 'bersahaja', lembut, meresap, atau herba, dan biasanya dipadukan dengan rempah-rempah lainnya.	Kunyit (<i>tumerone</i>)	Memiliki ciri khas yang sulit ditemukan di rempah lain dan akan memberikan aroma unik pada suatu masakan

Sumber: Farrimond, S. (2018). *The science of spice: Understand flavour connections and revolutionize your cooking* (1st ed.). Dorling Kindersley Limited, pp. 12-15.

2.1.2 20 Jenis Rempah-Rempah dalam Kuliner Indonesia

Cita rasa kuliner Indonesia terkenal dengan karakteristiknya yang *vibrant*, kompleks, dan beragam. Ada pepatah tradisional yang mengatakan 'Jika matamu tidak berair, maka makanannya tidak enak' yang mengisyaratkan bahwa makanan Indonesia memiliki lebih dari sekadar rasa pedas yang menggugah selera (Farrimond, 2018).

a) Lada Putih



Gambar 2.1 Lada putih

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Lada putih (*Piper nigrum* L.) yang juga disebut *white pepper*, merica, pedes bodas, atau sahang berasal dari biji yang ada di dalam buah tanaman lada. Jenis lada putih yang khas Indonesia adalah lada putih Muntok yang banyak dihasilkan di Kepulauan Bangka Belitung. Rempah ini

berwarna putih pucat, bertekstur padat, berbentuk butiran bulat dengan permukaan biji berkerut, dan memiliki tingkat kepedasan (*piperine*) 5-7% (Pranoto & Sumiyati, 2022). Lada putih utuh yang masih berbentuk butiran biasa digiling atau dihaluskan dulu sebelum dipakai memasak. Manfaatnya yang bisa memberikan efek hangat membuat lada putih banyak digunakan untuk sop, ayam suwir, hingga makanan goreng (Susiarti et al., 2021).

b) Pala



Gambar 2.2 Pala

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pala (*Myristica fragrans* Houtt) atau *nutmeg* adalah rempah asli Indonesia yang berasal dari biji yang ada di dalam buah pohon pala. Jenis pala yang khas di Indonesia adalah pala Banda yang banyak dihasilkan di wilayah Maluku. Biji pala berwarna coklat mengkilap, berbentuk bulat hingga lonjong dan terbungkus fuli merah. Biji pala yang utuh bisa ditumbuk atau diparut dulu lalu digiling bersama rempah lainnya sebelum dipakai memasak. Manfaatnya sebagai penguat aroma dan penyedap rasa membuat pala banyak digunakan dalam masakan Indonesia seperti soto, sop konro, rendang, gulai, sop buntut, hingga bakso (Jalur Rempah, 2021).

c) Kemiri



Gambar 2.3 Biji kemiri

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kemiri (*Aleurites moluccana*) yang juga disebut *candlenut*, muncang, hambiri, kereh, kameri, hingga sapiri ini berasal dari bagian biji pohon kemiri. Salah satu daerah penghasil kemiri di Indonesia ada di Sumatera Utara. Biji kemiri berwarna kecoklatan, berbentuk bulat atau sedikit gepeng, berkulit keras, dan bercangkang kasar (Susilowati et al., 2020). Rempah ini harus disangrai atau dipanggang dulu sebelum dihaluskan dan dicampur ke dalam masakan. Manfaatnya sebagai pengental dan mampu mengeluarkan rasa atau aroma yang gurih membuat kemiri banyak digunakan dalam masakan Indonesia seperti sayur asem, soto betawi, nasi tumpeng kuning, rendang, hingga opor (Susiarti et al., 2021).

d) Kapulaga Jawa



Gambar 2.4 Kapulaga jawa

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kapulaga jawa (*Amomum Compactum* Soland. ex Maton) yang juga disebut *java cardamom*, palogo, kapol, kapolaha, hingga palagha ini merupakan rempah asli Indonesia yang berasal dari biji buah tanaman suku jahe-jahean (*Zingiberaceae*) (Komala et al., 2022). Dari data Badan Pusat Statistik, pada tahun 2022 rempah ini banyak dibudidayakan di Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur (Badan Pusat Statistik, 2023). Berdasarkan observasi, buah kapulaga jawa berwarna putih kekuningan dengan bentuk bulat telur memanjang dan bijinya dalam bentuk kecil-kecil berwarna coklat atau hitam. Buah kapulaga dapat ditumbuk ringan dan diayak untuk mendapatkan bijinya, lalu biji kapulaga perlu ditumbuk halus atau kasar sebelum dipakai memasak. Manfaatnya sebagai penguat dan penyedap rasa membuat rempah ini banyak dimanfaatkan dalam hidangan seperti soto padang dan sup konro (Cardoba & Tjahjanto, 2018).

e) Ketumbar



Gambar 2.5 Biji ketumbar

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Ketumbar (*Coriandrum sativum* L.) yang juga disebut *coriander*, tumber, katuncar, katombhar, hatumbar, hingga katumba ini berasal dari bagian biji keluarga tanaman *Umbelliferae* (Ahmad et al., 2023). Saat ini ketumbar banyak tumbuh di daerah Sumatra dan Jawa. Berdasarkan observasi, biji ketumbar berwarna kuning kecoklatan, berbentuk bulat kecil atau cenderung lonjong, dan mengandung minyak atsiri yang menghasilkan aroma khas. Rempah ini dalam bentuk utuh perlu disangrai lalu dihaluskan dulu sebelum dicampur ke dalam masakan. Manfaatnya yang mampu meningkatkan cita rasa dan aroma membuat ketumbar banyak digunakan sebagai bumbu dalam masakan Indonesia seperti soto medan, nasi kebuli, laksa Betawi, gudeg, hingga lontong balap (Cardoba & Tjahjanto, 2018).

f) Keluak



Gambar 2.6 Keluak

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Keluak (*Pangium edule* Reinw.) yang juga disebut *black nut*, kluwek, kepayang, picung, hingga simanguang ini berasal dari biji buah pohon kepayang. Rempah asli Indonesia ini mudah ditemukan karena sudah banyak tumbuh di Nusantara. Kulit biji keluak bercangkang keras dan berwarna abu-abu kecoklatan, sedangkan daging bijinya berwarna coklat kemerahan atau kehitaman, berbentuk bulat telur gepeng, serta mengandung asam sianida. Keluak perlu ditumbuk atau diulek hingga kulitnya terbelah untuk diambil bijinya. Biji keluak kemudian diseduh air panas hingga lembut lalu dapat diblender atau diulek dengan bumbu lainnya. Manfaatnya yang beragam membuat keluak paling terkenal digunakan sebagai bumbu untuk makanan rawon (Gunawan et al., 2019).

g) Kunyit Kuning



Gambar 2.7 Kunyit kuning

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kunyit kuning (*Curcuma domestica* Val.) yang juga disebut *turmeric*, kunir, kunyir, koneng, hingga konyet ini berasal dari rimpang tanaman suku jahe-jahean (*Zingiberaceae*) (Kementerian Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2019). Dari data Badan Pusat Statistik, daerah penghasil kunyit pada tahun 2022 tersebar di beberapa daerah seperti Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, hingga Sulawesi Selatan (Badan Pusat Statistik, 2023). Berdasarkan observasi, jenis kunyit ini berwarna kecoklatan pada kulitnya serta kuning tua atau kuning jingga pada bagian dagingnya, berbentuk silinder melengkung, serta permukaannya lebih halus. Rempah ini dapat dibakar lalu dikeruk kulitnya hingga tersisa daging kunyit yang kemudian dapat diblender, ditumbuk, atau diulek sebelum dipakai memasak. Manfaatnya sebagai pewarna, penyedap, maupun penguat aroma membuat kunyit kuning banyak digunakan dalam hidangan seperti semur jengkol, pepes ikan emas, rendang, hingga opor (Susiarti et al., 2021).

h) Jahe Gajah



Gambar 2.8 Jahe gajah

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Jahe gajah (*Zingiber officinale Roscoe*) yang juga disebut *ginger*, jae, halia, jahi, bahing, jhai, hingga melito ini berasal dari rimpang tanaman suku jahe-jahean (*Zingiberaceae*) (Kanal Pengetahuan Farmasi UGM, 2021). Dari data Badan Pusat Statistik, pada tahun 2022 jahe ini banyak dibudidayakan di beberapa daerah seperti Sumatera Utara, Jawa Tengah, Jawa Barat, hingga Jawa Timur (Badan Pusat Statistik, 2023). Berdasarkan observasi, jahe gajah atau jahe putih besar berwarna putih kekuningan, berukuran lebih besar, dan berbentuk seperti jemari dengan ruas yang menggembung. Rempah ini dapat dikeruk kulitnya untuk mendapatkan daging jahe yang kemudian bisa dipotong, diiris, dihaluskan, atau dimemarkan sesuai kebutuhan. Manfaatnya yang mampu menghilangkan bau amis serta memberikan sensasi hangat dan pedas membuat jahe ini banyak digunakan untuk olahan daging, garang asem, hingga tinoransak (Cardoba & Tjahjanto, 2018).

i) Lengkuas Putih



Gambar 2.9 Lengkuas putih

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Lengkuas (*Alpinia galanga*) yang juga disebut *galangal*, laos, kelawas, laja, lahwas, hingga langkuwas ini berasal dari rimpang tanaman umbi-umbian (Kementerian Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2019). Dari data Badan Pusat Statistik, pada tahun 2022 lengkuas ini banyak dibudidayakan di daerah Jawa Barat, Jawa Tengah, hingga Jawa Timur (Badan Pusat Statistik, 2023). Berdasarkan observasi, rempah ini berwarna kecoklatan pada kulitnya, berwarna putih pada dagingnya, berukuran tebal, keras, dan berbentuk seperti silindris. Lengkuas perlu dikeruk kulitnya lalu daging lengkuas umumnya diiris-iris. Setelah diiris, lengkuas dapat diparut, dicincang, atau dihaluskan bersama bumbu lainnya. Manfaatnya yang beragam membuat lengkuas putih banyak digunakan dalam masakan seperti ayam cabai hijau, sayur lodeh, hingga coto makassar (Cardoba & Tjahjanto, 2018).

j) Kencur



Gambar 2.10 Kencur

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kencur (*Kaempferia galanga* L.) yang juga disebut *aromatic ginger*, *sand ginger*, cikur, ceku, cekor, tekur, kencor, hingga bataka ini berasal dari bagian rimpang tanaman kencur (Portal Informasi Indonesia, 2019). Dari data Badan Pusat Statistik, rempah ini pada tahun 2022 banyak dibudidayakan di daerah seperti Jawa Tengah, Jawa Barat, hingga Lampung. Kencur sendiri memiliki kulit berwarna coklat dan daging berwarna putih kekuningan, bertekstur padat atau keras, berbentuk lebih kecil dan bulat dibanding jahe dan kunyit, serta bersifat anti inflamasi. Rempah ini perlu dikeruk kulitnya, setelah itu dagingnya bisa ditumbuk, diparut, atau diulek sebelum ditambahkan ke dalam masakan. Manfaatnya yang dapat memperkaya cita rasa membuat kencur banyak dimanfaatkan dalam masakan seperti olahan sayur, seblak, hingga karedok (Susiarti et al., 2021).

k) Kayu Manis



Gambar 2.11 *Cinnamomum burmanii*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kayu manis Indonesia (*Cinnamomum burmanii*) yang juga disebut Indonesian cinnamon, *padang cassia*, *batavia cassia*, korintje, kiamis, hingga keninggu ini berasal dari bagian kulit batang pohon kayu manis. Daerah penghasil terbesar untuk jenis kayu manis ini berada di daerah Jambi, Sumatera Barat, hingga Kalimantan Selatan (Putra, 2022). Berdasarkan observasi, kayu manis Indonesia berwarna kecoklatan dan berbentuk seperti gulungan-gulungan kecil. Rempah ini dalam bentuk utuh biasa direndam langsung pada cairan masakan maupun diparut, ditumbuk, atau digiling hingga menjadi bubuk. Rasanya yang manis dan aromanya yang khas membuat rempah ini biasa digunakan dalam makanan gurih maupun manis seperti nasi gurih, nasi kebuli, soto banjar, hingga aneka kue (Cardoba & Tjahjanto, 2018).

l) Serai Dapur



Gambar 2.12 Serai dapur

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Serai dapur (*Cymbopogon citratus* DC) yang juga disebut *lemongrass*, sereh, threue, sare, hingga sangge-sangge ini berasal dari bagian batang tumbuhan suku rumput-rumputan (Nuswantoro, 2022). Serai dapur saat ini dibudidayakan di daerah Jawa, khususnya Jawa Tengah. Berdasarkan observasi, serai dapur berwarna putih hingga hijau, berukuran panjang, serta memiliki pangkal batang yang menggelembung. Rempah yang dibuang akarnya terlebih dahulu ini biasanya diiris lalu dihaluskan atau dimemarkan dulu sebelum dipakai memasak. Aromanya yang khas membuat rempah ini biasa digunakan dalam hidangan seperti bubur manado, pepes ikan, dan ayam taliwang (Yen, 2020).

m) Daun Salam



Gambar 2.13 Daun salam

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Daun salam (*Syzygium polyanthum* (Wight) Walp.) yang juga disebut *Indonesian bay leaf*, *Indonesian laurel*, gowok, manting, kastolam, hingga meselengan ini berasal dari bagian daun pohon salam. Daun salam bisa ditemukan di beberapa daerah seperti Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan Bali (Gunawan et al., 2019). Berdasarkan observasi, jenis rempah daun ini memiliki warna hijau tua hingga hijau muda, berbentuk lonjong sampai elips atau bundar telur sungsang, ujung dan pangkalnya meruncing, serta tulangnya menyirip. Daun salam biasa dicampurkan langsung ke dalam masakan atau dapat dikeringkan lalu digiling halus. Manfaatnya sebagai rempah pengharum makanan membuat daun salam biasa digunakan untuk sup konro, cakalang fufu rica, ayam betutu, hingga ayam lodho (Cardoba & Tjahjanto, 2018).

n) Daun Jeruk Purut



Gambar 2.14 Daun jeruk purut

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Daun jeruk purut (*Citrus hystrix* DC.) yang juga disebut *kaffir lime leaf* ini berasal dari bagian daun tanaman jeruk purut (Budiarto et al., 2021). Daun jeruk purut sendiri bisa ditemukan di beberapa daerah seperti Jawa Timur dan Jawa Barat. Berdasarkan observasi, jenis rempah daun ini memiliki warna hijau tua, berbentuk seperti angka delapan, bagian tepinya beringgit, dan ujungnya meruncing. Daun jeruk purut dapat dicampurkan langsung ke dalam masakan atau bisa dibuang bagian tulangnya lalu diiris-iris. Manfaatnya sebagai pewangi dan penyedap masakan membuat rempah ini biasa digunakan untuk rawon, soto, rendang, kari, hingga laksa.

o) Cengkeh



Gambar 2.15 Cengkeh

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Cengkeh (*Syzygium aromaticum* (L) Merrill & Perry.) yang juga disebut *clove*, cengkik, cangkik, cengke, bungeu lawang, hingga wunga lawang ini merupakan rempah asli Indonesia yang berasal dari kuncup bunga kering tanaman cengkeh (Gunawan et al., 2019). Sebagai rempah endemik Maluku Utara, cengkeh juga dibudidayakan di daerah Sulawesi, Kalimantan Timur, Nusa Tenggara Timur, dan Jawa Timur (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Berdasarkan observasi, cengkeh sendiri berwarna coklat kehitaman, berbentuk tangkai pendek, dan memiliki empat kelopak yang membentuk bola kecil pada ujungnya. Rempah ini dapat dimemarkan, dihaluskan, atau dicampurkan langsung ke dalam masakan. Manfaatnya yang beragam membuat cengkeh biasa digunakan dalam hidangan Indonesia seperti nasi kebuli dan sup konro (Cardoba & Tjahjanto, 2018).

p) Kecombrang



Gambar 2.16 Kecombrang

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kecombrang (*Etlingera elatior*) yang juga disebut *torch ginger*, *red ginger lily*, bongkot, combrang, kantan, kincung, sambuang, hingga honje ini berasal dari bunga tanaman kecombrang yang termasuk dalam golongan *Zingiberaceae*. Sebagai rempah khas Indonesia, kecombrang dapat ditemui di beberapa daerah, salah satunya di Jawa Barat (Riyanti et al., 2023). Kecombrang sendiri berwarna merah muda dan berbentuk seperti kuncup yang meruncing ke atas. Sebelum digunakan dalam masakan, rempah ini biasa direbus maupun diiris halus lalu diperas hingga keluar airnya. Manfaatnya yang beragam membuat kecombrang biasa diolah untuk urap, pecak, campuran gulai, hingga sambal.

q) Bawang Merah Kecil



Gambar 2.17 Bawang merah kecil

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Bawang merah kecil (*Allium cepa* L. var. *aggregatum*) yang juga disebut *shallot*, bawang beureum, brambang abang, hingga bhabang mera ini berasal dari bagian umbi tumbuhan bawang merah. Sebagai rempah tak bersubstitusi, bawang merah banyak diproduksi di daerah Jawa, Sumatera Barat, dan Nusa Tenggara Barat (Kurnianingsih et al., 2018). Bawang merah sendiri berwarna merah keunguan, berbentuk bulat lonjong, serta memiliki aroma khas yang cukup menyengat. Rempah ini bisa diiris, dicincang, dimemarkan, dihaluskan, digoreng, atau dapat dimasak utuh sesuai kebutuhan. Sebagai salah satu bumbu atau rempah yang populer, bawang merah biasa digunakan untuk aneka sambal, pelengkap makanan (bawang goreng), bahan acar, hingga makanan berat seperti sate, rendang, tongseng, pepes, dan banyak lagi.

r) Bawang Putih



Gambar 2.18 Bawang putih

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Bawang putih (*Allium sativum* L.) yang juga disebut *garlic*, bawang bodas, bhabang pote, dasun putih, bawang handak, hingga kasuna ini berasal dari bagian umbi tumbuhan genus *Allium*. Bawang putih banyak diproduksi di Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat, dan Jawa Timur (Ahdiat, 2023). Bawang putih sendiri berwarna putih, berbentuk hampir bulat dan bergerombol, terdiri dari beberapa siung yang terbungkus selaput, serta memiliki bau khas yang menyengat. Rempah ini bisa diiris, dicincang, dimemarkan, dihaluskan, dibakar, digoreng, atau dapat dimasak utuh sesuai kebutuhan. Manfaatnya yang mampu menyedapkan makanan membuat bawang putih menjadi salah satu bumbu atau rempah utama dalam masakan Indonesia seperti ayam woku, ayam pop, semur, sup buntut, sayur lodeh, hingga mie celor.

s) Cabai Rawit Merah



Gambar 2.19 Cabai rawit merah

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Cabai rawit merah (*Capsicum frutescens* L.) yang juga disebut *bird's eye chili*, lombok japlak, mengkreng, cengis, ceplik, cempling, hingga cengek ini adalah rempah yang berasal dari buah tumbuhan genus *Capsicum*. Rempah pedas ini banyak diproduksi di daerah Jawa, Sumatera Utara, hingga Nusa Tenggara Barat (Widi, 2022). Cabai rawit merah sendiri berwarna merah hingga jingga, berbentuk memanjang dengan ujung runcing atau mengerucut, serta memiliki aroma pedas yang khas. Rempah ini umumnya diiris atau dihaluskan bersama bumbu lain terlebih dahulu sebelum digunakan memasak. Manfaatnya yang memberikan sensasi rasa pedas membuat cabai rawit biasa digunakan untuk aneka sambal, saus, dan hidangan seperti asem-asem daging, pindang patin, hingga tahu gejrot.

t) **Asam Jawa**



Gambar 2.20 Asam jawa

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Asam jawa (*Tamarindus indica* L.) yang juga disebut *tamarind*, asem, asang jawa, kamal, hingga accem ini adalah rempah yang berasal dari buah pohon asam. Daerah penghasil rempah ini tersebar di beberapa daerah seperti Jawa dan Bali (Gunawan et al., 2019). Asam jawa yang biasa dijual berupa daging buah asam berwarna kecoklatan yang sudah diolah hingga menjadi pasta padat. Asam jawa umumnya dilarutkan dalam air hangat sebelum digunakan memasak. Manfaatnya yang beragam membuat asam jawa biasa digunakan dalam masakan seperti gado-gado Betawi, sayur asam, hingga karedok (Cardoba & Tjahjanto, 2018).

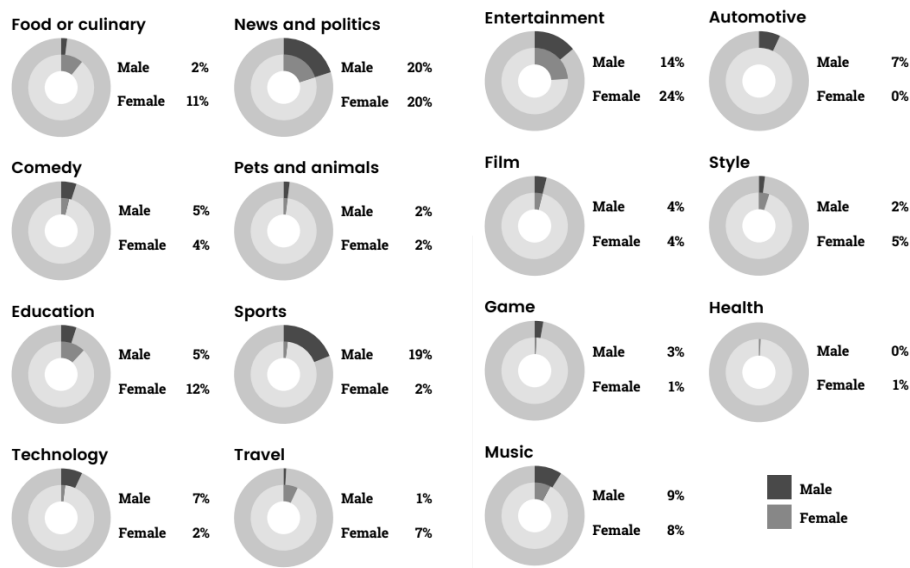
2.1.3 **Generasi Z**

Generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012 merupakan kelompok generasi dengan jumlah terbesar di Indonesia. Dalam *Indonesia Gen Z Report 2022*, sebesar 27,94% dari total penduduk atau 74,93 juta masyarakat Indonesia termasuk ke dalam golongan Generasi Z (Utomo & Heriyanto, 2022). Sebagian dari generasi ini juga telah memasuki usia produktif. Karakteristik Generasi Z terlihat dari sikap, preferensi, maupun gaya hidup mereka yang terangkum dalam 3 aspek, yaitu:

a) **Media Consumption and Social Interaction**

Sebagian besar Generasi Z dapat menghabiskan waktu lebih dari 1 jam untuk menonton berbagai konten maupun berinteraksi secara *online*. Beberapa jenis konten yang dikonsumsi ada yang lebih bersifat *gender* dibandingkan konten lainnya. Perempuan dari Generasi Z cenderung tertarik dengan konten mengenai kuliner, edukasi, hingga *entertainment*. Lain halnya dengan laki-laki, mereka lebih tertarik dengan konten musik, olahraga, otomotif, hingga teknologi. Walaupun Generasi Z saat ini cenderung mengonsumsi media *online*, hal ini tak

menyebabkan keberadaan media *offline* terpinggirkan. Media *offline* hingga kini masih tetap diakses oleh Generasi Z (Utomo & Heriyanto, 2022).



Gambar 2.21 *Topic preferred by gender*

Sumber: Utomo, W. P. & Heriyanto, D. (2022). *Indonesia Gen Z report 2022*. IDN Research Institute & IDN Media. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2022.pdf>

Selain itu, adanya kemudahan untuk berinteraksi secara *online* tak menyebabkan generasi ini meninggalkan interaksi secara *offline* atau tatap muka. Generasi Z sebenarnya sama-sama menggunakan media *online* dan *offline* dalam interaksi sosialnya. Keputusan mereka dalam memilih media mana yang akan digunakan untuk berinteraksi ditentukan dari hal apa yang ingin mereka bagikan. Generasi Z lebih memilih interaksi dan komunikasi secara langsung di dunia nyata ketika mereka ingin bersosialisasi lebih dalam ataupun ketika ingin membagikan suatu hal yang menyangkut privasi (Wibisono & Pratisti, 2022).

b) Entertainment, Hobby, and Leisure

Kegiatan yang dilakukan Generasi Z sebagai hobi, hiburan, atau mengisi waktu luang dapat berbeda-beda bergantung pada 3 faktor, yaitu kelas ekonomi, usia, dan *gender*.

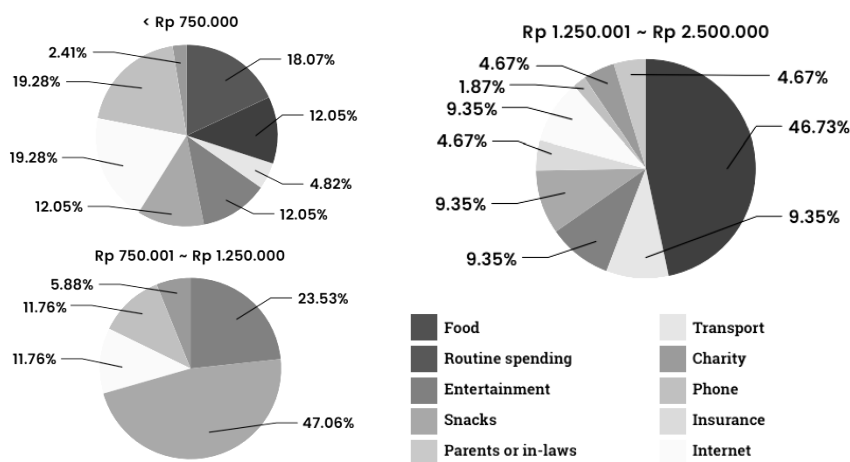
- Dari segi kelas ekonomi, Generasi Z yang berasal dari kelas atas memiliki lebih banyak preferensi atau pilihan aktivitas yang mampu dilakukan dibandingkan kelas dibawahnya.

- Dari segi usia, Generasi Z dengan usia 21-25 tahun lebih bisa mengeksplorasi banyak aktivitas dibandingkan dengan usia 15-20 tahun yang masih bergantung pada orang tua.
- Dari segi gender, laki-laki dari generasi ini cenderung menyukai aktivitas luar ruangan ataupun yang melibatkan banyak orang. Berbeda dengan perempuan, mereka lebih menyukai aktivitas sederhana dan memungkinkan untuk dilakukan sendiri.

Dari ketiga faktor yang ada, didapati bahwa kegiatan yang paling banyak dilakukan Generasi Z untuk mengisi waktu luang adalah kegiatan yang berkaitan dengan kuliner dan permainan atau *game* (Utomo & Heriyanto, 2022).

c) *Spending Behavior*

Menurut *Indonesia Gen Z Report 2022*, sebanyak 65% dari Generasi Z memiliki pengeluaran dibawah Rp 4.000.000 setiap bulannya. Dari jumlah 65% itu, sebanyak 16% dengan pengeluaran dibawah Rp 1.250.000 perbulannya rata-rata merupakan seorang pelajar. Makanan serta hiburan merupakan bagian terbesar dari pengeluaran Generasi Z di samping pengeluaran kebutuhan rutin mereka (Utomo & Heriyanto, 2022).



Gambar 2.22 *Gen Z's spending per month by income*

Sumber: Utomo, W. P. & Heriyanto, D. (2022). *Indonesia Gen Z report 2022*. IDN Research Institute & IDN Media. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2022.pdf>

Dilansir dari kanal Youtube Adhicipta R. Wirawan yang merupakan salah satu desainer *board game* di Indonesia, Generasi Z termasuk ke dalam konsumen *board game* di mana kelompok dominannya memiliki daya beli dibawah Rp 300.000 (Adhicipta Playground, 2020).

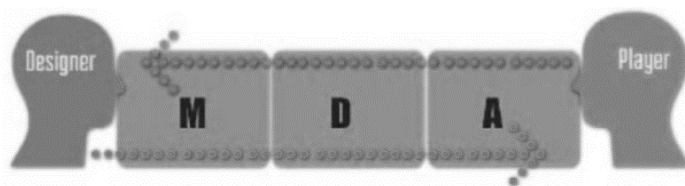
2.1.4 Board Game

Board game atau permainan papan adalah jenis permainan yang melibatkan komponen dan papan *game* disertai beberapa aturan atau pedoman. *Board game* sendiri menggunakan strategi gamifikasi atau *gamification*, yaitu serangkaian aktivitas dan proses dengan menerapkan mekanisme permainan yang ditujukan untuk memecahkan masalah terkait pembelajaran dan pendidikan (Kim et al., 2018). Umumnya *board game* dirancang untuk dimainkan oleh beberapa pemain, rata-rata sekitar 2 sampai 8 orang.

2.1.4.1 Metode dalam Mendesain Board Game

a) MDA Framework

Menurut Angelia et al. (2020), *Mechanics-Dynamics-Aesthetics (MDA) Framework* adalah metode yang digunakan untuk menganalisis maupun mendesain elemen permainan. *Mechanics* atau mekanisme merupakan komponen konkrit yang memungkinkan pemainnya melakukan suatu aksi, umumnya mencakup *genre*, objektif, dan *level*. *Dynamics* atau dinamika adalah interaksi atau respon yang terjadi antara pemain terhadap mekanisme yang ada dalam permainan, umumnya mencakup *storyline*, karakter, dan *challenge*. *Aesthetics* atau estetika sendiri merupakan respon emosional yang dihasilkan pemain terhadap dinamika permainan, umumnya mencakup *sensasy*, *fantasy*, hingga *expression*. Dalam *MDA Framework*, perancang menggunakan pendekatan *M-D-A (Mechanics-Dynamics-Aesthetics)* sedangkan pemain menggunakan pendekatan *A-D-M (Aesthetics-Dynamics-Mechanics)*.



Gambar 2.23 MDA framework

Sumber: Angelia, F., Suharjito., & Isa, S. M. (2020). Improving English learning by gamification with MDA framework. *Journal of Games, Game Art and Gamification*, 5(2). <https://doi.org/10.21512/jggag.v5i2.7474>

b) 6-11 Framework

Menurut Angelia et al. (2020), *6-11 Framework* adalah metode yang digunakan untuk menganalisis maupun mendesain permainan yang berfokus pada 6 emosi dan 11 insting dalam psikologi. 6 emosi tersebut di antaranya *fear*, *anger*, *joy/happiness*, *pride*, *sadness*, dan

excitement. Sedangkan 11 insting itu sendiri terdiri dari *survival (fight or flight)*, *self identification*, *collecting*, *greed*, *protection/care/nurturepush*, *aggressiveness*, *revenge*, *competition*, *communication*, *exploration/curiosity*, dan *appreciation*. 6-11 Framework menjadi metode yang dapat membuat permainan mampu menarik alam bawah sadar pemain dengan mengandalkan subset emosi dasar dan naluri.

2.1.4.2 Elemen-elemen *Board Game*

Menurut Nugraha & Mansoor (2021), elemen-elemen dalam *board game* yang menjadi dasar dalam pembuatan suatu konsep game terbagi menjadi 2 macam, yaitu elemen formal dan elemen dramatis.

a) Elemen formal: Elemen-elemen yang wajib ada untuk membantu menciptakan suatu struktur permainan yang lengkap, terdiri dari:

- *Players*: Berkaitan dengan jumlah, peran, hingga tipe interaksi antar pemain.
- *Objectives*: Tujuan yang ingin dicapai dan mampu memotivasi pemain untuk menyelesaikan permainan.
- *Procedures*: Cara atau tindakan yang dapat dan perlu dilakukan pemain dari awal hingga akhir untuk mencapai tujuan permainan.
- *Rules*: Aturan-aturan untuk membatasi dan menentukan tindakan yang boleh dan tidak boleh dilakukan pemain selama permainan.
- *Resources*: Kumpulan aset-aset yang memiliki fungsi yang akan menentukan jalannya permainan, contohnya *lives*, *health*, atau *opportunities*.
- *Conflict*: Kendala yang akan dihadapi pemain untuk mencapai tujuan permainan.
- *Boundaries*: Batasan area pada dunia permainan yang dapat dijangkau pemain.
- *Outcome*: Hasil akhir yang akan didapat pemain. Ketidakpastian dalam hasil menjadi sesuatu yang penting agar dapat memotivasi pemain untuk mencoba bermain.

b) Elemen dramatis: Elemen-elemen tidak wajib yang dapat membantu menciptakan pengalaman bermain yang lebih emosional dan bermakna

- *Challenge*: Tantangan yang perlu dihadapi untuk memperoleh sesuatu yang bisa menguntungkan pemain di permainan.
- *Play*: Aktivitas yang bisa dilakukan pemain selama masih menaati mekanisme.
- *Premise*: Dasar atau landasan dalam membangun narasi permainan.
- *Characters*: Tokoh yang menjadi bagian permainan dan memiliki detail tertentu seperti ciri-ciri, kemampuan, ataupun kelebihan.

2.1.4.3 Jenis-jenis *Board Game*

Menurut Negoita (2023) dan Truong (2023), *board game* dikelompokkan dalam beberapa jenis, yaitu:

- a) ***Strategy/Abstract games***: Menggunakan keterampilan berpikir kritis untuk merencanakan dan melaksanakan strategi kemenangan, contohnya catur.
- b) ***Family games***: Cocok untuk pemain segala usia dan sering kali dirancang agar mudah dipelajari dan cepat dimainkan, contohnya Monopoli dan *Scrabble*.
- c) ***Party games***: Untuk dimainkan dalam kelompok besar dan sering kali didasarkan pada keberuntungan atau peluang, contohnya *Pictionary* dan *Codenames*.
- d) ***Thematic games***: Didasarkan pada tema tertentu, seperti sejarah, fiksi ilmiah, atau fantasi, contohnya *Star Wars: X-Wing*.
- e) ***Educational/Children's games***: Untuk pemain muda dan sering kali melibatkan aturan sederhana dan permainan yang penuh warna, contohnya *Santorini*.
- f) ***Role Playing games (RPGs)***: Mengandalkan mekanisme *leveling* (pemain mendapatkan level dan meningkatkan karakter dari waktu ke waktu), contohnya *Mice and Mystics*.

2.1.4.4 Manfaat *Board Game* sebagai Media Edukasi

Menurut Rajković et al. (2019) dan Stephenson (2019), *board game* sebagai media edukasi memiliki beberapa manfaat, yaitu:

- a) Memicu keterlibatan aktif dalam proses perolehan pengetahuan dan pengembangan keterampilan.
- b) Dapat memberikan umpan balik yang jelas, mudah dipahami, dan relevan bagi pemain.
- c) Sudah menyesuaikan kapasitas mental, kebiasaan belajar, dan gaya belajar individu.
- d) Memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk terlibat dalam interaksi tatap muka dan dapat membantu membangun hubungan dan memperkuat ikatan.
- e) Mengurangi stres dan kecemasan serta membantu meningkatkan suasana hati dan kesejahteraan secara keseluruhan.

2.2 Tinjauan Subyek atau Obyek Perancangan

2.2.1 Permasalahan

Kemajuan era yang ditandai dengan masuknya budaya asing serta munculnya berbagai produk praktis menimbulkan dampak positif maupun negatif. Budaya asing, khususnya kuliner dan rempah mancanegara yang masuk ke Indonesia memang membuat Generasi Z dapat mengeksplor lebih jauh budaya luar tanpa perlu pergi ke negara asalnya. Namun, fenomena ini

lambat laun berpotensi menyebabkan kuliner dan rempah Indonesia semakin terabaikan di rumahnya sendiri. Saat ini pun, kemudahan dalam membeli makanan dari rumah lewat aplikasi *online* juga menunjukkan bahwa generasi ini jarang menghabiskan waktu untuk memasak sendiri. Selain itu, hadirnya bumbu instan *sachet* turut mempermudah anak muda dalam memasak tanpa perlu repot menyiapkan rempah satu-persatu.

Beberapa kondisi tersebut akhirnya mengarah kepada satu permasalahan, yaitu Generasi Z Indonesia menjadi kurang familiar dengan rempah-rempah lokal yang merupakan warisan budayanya sendiri. Dalam jangka panjang, permasalahan ini berpotensi menyebabkan minimnya jumlah Generasi Z yang mau menggunakan dan mewariskan rempah-rempah Indonesia ke generasi berikutnya. Semakin sedikit yang mewariskan secara tidak langsung berdampak pada lunturnya ciri khas kuliner Indonesia di masa depan. Rendahnya minat Generasi Z untuk mengenal dan memanfaatkan lebih jauh rempah-rempah Indonesia disebabkan oleh kurang adanya motivasi yang mendorong mereka terutama dari segi media.

Berdasarkan riset dan observasi, ditemukan fakta bahwa Generasi Z cenderung mengonsumsi media interaktif yang bersifat menghibur. Namun, media interaktif bertema rempah-rempah Indonesia yang ada saat ini masih belum mampu untuk mempengaruhi dan menggerakkan Generasi Z. Sebagian besar media menjadikan generasi ini sebagai ‘penikmat’ atau penonton dan kurang mengajak mereka untuk ikut terlibat. Selain itu, aplikasi tema ke dalam media yang ada kurang memberikan edukasi yang relevan dan berguna bagi keseharian Generasi Z.

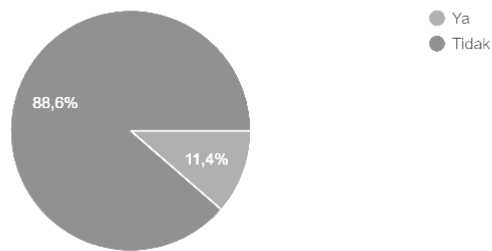
2.2.2 Fakta-fakta Lapangan

2.2.2.1 Pengetahuan dan Kebiasaan Generasi Z dalam Menggunakan Rempah-Rempah

Dari hasil survei yang diperoleh pada bulan Agustus 2023 dari 44 responden berusia 17-22 tahun, sebanyak 88,6% berpendapat bahwa anak muda saat ini kurang mengenal baik rempah-rempah Indonesia. Alasan dari responden beragam, namun alasan yang mendapat suara terbanyak adalah karena anak muda jarang di dapur atau jarang memasak, anak muda suka pakai bumbu instan, dan karena rempah-rempah Indonesia banyak jenisnya sehingga sulit dikenali dan dibedakan.

Menurut anda, apakah anak muda saat ini mengenal baik rempah-rempah Indonesia?

44 jawaban



Gambar 2.24 Grafik survei pendapat tentang pengetahuan rempah-rempah

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam survei yang dibagikan, terdapat pula kuis yang meminta responden untuk menjawab nama dan fungsi rempah-rempah berdasarkan foto yang diberikan, di antaranya ada kunyit, lengkuas, pala, keluak, dan cengkeh. Dari 5 pertanyaan yang ada, didapati bahwa rata-rata jumlah responden yang ragu, salah menjawab, atau tidak tahu jawaban lebih besar daripada jumlah responden yang mampu menyebutkan dengan benar, baik secara lengkap maupun salah satu saja.

					
Benar menyebutkan nama & fungsi	14	Benar menyebutkan nama & fungsi	11	Benar menyebutkan nama & fungsi	4
Bisa menyebutkan nama/fungsi	8	Bisa menyebutkan nama/fungsi	9	Bisa menyebutkan nama/fungsi	5
Ragu	2	Ragu	2	Ragu	2
Salah menjawab	14	Salah menjawab	15	Salah menjawab	4
Tidak tahu	6	Tidak tahu	7	Tidak tahu	29

					
Benar menyebutkan nama & fungsi	16	Benar menyebutkan nama & fungsi	10		
Bisa menyebutkan nama/fungsi	4	Bisa menyebutkan nama/fungsi	11		
Ragu	0	Ragu	0		
Salah menjawab	6	Salah menjawab	1		
Tidak tahu	18	Tidak tahu	22		

Gambar 2.25 Hasil rekap kuis rempah-rempah

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain itu, dilakukan wawancara pada bulan Agustus-September 2023 dengan 4 narasumber sebagai perwakilan target audiens yang tertarik dengan memasak maupun kuliner serta tinggal di Surabaya, yaitu:

1. Alexandra Christie Aileen (21 tahun, mahasiswa yang tinggal dengan keluarga)
2. Maria Valencia (21 tahun, mahasiswa yang tinggal dengan keluarga)
3. Cindy Natalia Wiyono (20 tahun, mahasiswa yang tinggal dengan keluarga)
4. Kevin Perdana Cahyadi (21 tahun, mahasiswa rantau yang tinggal di kos)

Berdasarkan hasil wawancara, penggunaan rempah-rempah ketika memasak bergantung pada situasi dan kondisi narasumber. Namun, mereka cenderung menggunakan rempah-rempah instan untuk memasak makanan Indonesia yang sederhana seperti nasi goreng, sop sayur, dan ayam goreng. Beberapa faktor yang membuat mereka kurang mengeksplor masakan yang lebih kompleks dan mengandung banyak rempah adalah karena keterbatasan waktu dan bahan, takut gagal, serta kurangnya pengetahuan tentang rempah-rempah yang diperlukan. Kurangnya pengetahuan rempah-rempah disini mencakup bagaimana cara mengolahnya, bisa digunakan untuk masakan apa saja, serta apakah rempah tersebut bisa disubstitusi dengan rempah lainnya.

Selain itu, dilakukan juga wawancara dengan Bapak William Wirjaatmadja Wongso selaku pakar kuliner Indonesia pada bulan Oktober 2023. Menurut beliau, penting tidaknya mempelajari rempah-rempah bagi anak muda tergantung dari profesi apa yang ingin mereka tekuni ke depannya. Jika ingin menjalani profesi yang berhubungan dengan dunia kuliner seperti koki, lebih baik apabila mereka mempelajari penggunaan rempah-rempah dalam bentuk utuh. Sedangkan untuk anak muda yang ingin menjalani profesi di luar itu, mereka bisa mulai mempelajari dari bumbu jadinya terlebih dahulu sebelum mendalami rempah utuh. Rempah-rempah utuh sendiri memiliki keunggulan di mana aroma dan cita rasa nya lebih kuat dibandingkan yang sudah siap pakai dalam bentuk bubuk.

2.2.2.2 Peluang dan Tren *Board Game* di Kalangan Generasi Z

Board game telah menjadi tren bagi anak muda yang sedang dalam fase gencar-gencarnya bermain (Anggraeni et al., 2022). Dari hasil wawancara dengan Bapak Adhicipta R. Wirawan sebagai salah satu *board game designer* di Indonesia pada bulan Oktober 2023, didapati bahwa *board game* saat ini masih tetap diminati di tengah maraknya *video game* yang lebih mudah diakses. Menurut beliau, *board game* menjadi media yang akan terus berkembang karena sudah banyak bermunculan *event-event* khusus untuk *board game*. Saat ini pun telah hadir *cafe board game* yang memfasilitasi pengunjungnya agar dapat makan

sambil bermain. Dari pengamatan beliau, 90% orang yang mengunjungi *cafe board game* adalah anak muda. Tak hanya di *cafe board game*, di tempat lainnya pun anak muda terkadang juga berkumpul sambil memainkan permainan papan.

Menurut Bapak Adhicipta, *board game* juga menjadi media yang bersifat *timeless*. Adanya konsep di mana manusia merupakan ‘makhluk bermain’ (*homo ludens*) sendiri menunjukkan bahwa *board game* akan selalu memiliki peminat dan menjadi media yang tak memiliki batasan. *Quality* dan *experience* yang didapat dari bermain *board game* selama 1-2 jam akan terasa lebih memuaskan dibanding menatap layar dan bermain *video game* selama berjam-jam lamanya. Selain dalam bentuk fisik, jenis permainan ini juga sudah banyak dibuat versi digitalnya yang mana bisa ditemukan di *Play Store*, *App Store*, maupun *website online* lainnya. Di zaman sekarang, mulai bermunculan tren-tren baru pada media *board game*, diantaranya menggabungkan komponen *board game* dengan aplikasi hingga memasukkan unsur hologram dan *Augmented Reality* (AR) ke dalam ide permainan.

Dari wawancara yang dilakukan dengan Kak Michelle selaku *game master* di Tabletoys Boardgames Library, Café, and Store Surabaya pada bulan September 2023, didapati bahwa memang masih banyak Generasi Z yang memiliki minat terhadap *board game*. Biasanya, Generasi Z datang mengunjungi *cafe board game* bersama kelompok teman atau pasangannya paling banyak pada saat *weekend*. Generasi Z cenderung mencari *board game* dengan *level* mudah karena lebih santai dan bisa dimainkan tanpa harus berpikir keras. Preferensi Generasi Z terhadap tema dan tipe *board game* tertentu tak bisa diukur secara pasti. Rata-rata Generasi Z bisa menghabiskan waktu 3-4 jam untuk bermain jenis *game* ini. Indikator dari *board game* yang menarik minat Generasi Z untuk mau memainkannya adalah dari visual kemasan dan cara bermain yang tak monoton.

Selain itu, dari wawancara lanjutan pada bulan Agustus-September 2023, 4 narasumber yaitu Alexandra Christie Aileen, Maria Valencia, Cindy Natalia Wiyono, dan Kevin Perdana Cahyadi juga membagikan jawaban mereka mengenai media *board game*. Berdasarkan hasil wawancara, didapati bahwa mereka adalah tipe orang yang menyukai *board game* dan mau bermain ketika ada yang mengajak. Tidak menutup kemungkinan bahwa mereka juga bisa menjadi pihak yang berinisiatif mengajak jikalau *board game* bersangkutan memang benar-benar menarik. Mereka juga tidak memiliki batasan khusus dalam memilih tipe atau tema *board game* yang ingin dimainkan. Hal paling kasat mata yang dapat menarik minat mereka adalah dari desain visual dan sinopsis cerita atau cara bermain yang ada pada kemasan.

2.2.2.3 Board Game Bertemakan Kuliner

Board game yang bertemakan kuliner secara umum dapat dengan mudah dijumpai di *marketplace*, toko fisik, hingga di tempat penyewaan *board game*. Kuliner ikonik dari berbagai negara seperti burger, pizza, hingga ramen dapat ditemui dalam *board game* berjudul Bob's Burgers: Belcher Family Food Fight, Monopoly Pizza Game, dan Ramen Ink. Media yang mirip *board game*, yaitu *card game* dengan tema kuliner umum juga sudah cukup merajalela. Beberapa contoh yang populer adalah Sushi Go!, Ramen Fury, dan Happy Dimsum.

Saat ini, belum banyak *board game* yang menjadikan kuliner, khususnya rempah-rempah Indonesia menjadi ide dan aktivitas utama permainan. Sepengetahuan Kak Michelle sebagai *game master* di Tabletoys Boardgames Library, Café, and Store Surabaya pada saat wawancara di bulan September 2023, *game* cetak yang menyinggung tema rempah-rempah Indonesia belum banyak di pasaran. Saat ini yang dapat dijumpai hanyalah Waroong Wars dan itu pun merupakan sebuah *card game*.

2.2.3 Data Visual

Media permainan dengan tema sejenis meliputi:

- a) Waroong Wars (*Second Edition*)



Gambar 2.26 Waroong Wars (*Second Edition*)

Sumber: Santoso, D. (2018). *Waroong Wars (Second Edition)* [Photograph].

<https://boardgamegeek.com/image/4339729/waroong-wars-second-edition>

Waroong Wars (*Second Edition*) merupakan *card game* lokal bertema kuliner Indonesia yang diterbitkan Tabletoys Indonesia pada tahun 2018. Permainan ini mengharuskan para

pemainnya bersaing untuk mengumpulkan pelanggan dan skor popularitas sebagai pemilik warung tradisional dengan mencocokkan kartu bahan dan menu.

b) Balap Kuliner



Gambar 2.27 Balap Kuliner

Sumber: Harisa, A. B. (2018). *Balap Kuliner* [Photograph].

<https://boardgamegeek.com/image/4432164/balap-kuliner>

Balap Kuliner merupakan *board game* lokal bertema kuliner Semarang yang diterbitkan Kompas pada tahun 2018. Permainan ini mengharuskan para pemainnya berlomba-lomba mencari cara tercepat untuk menuju toko yang menjual makanan Semarang serta harus menghadapi rintangan agar dapat kembali dengan selamat.

c) Steam Up: A Feast of Dim Sum (Deluxe Edition)



Gambar 2.28 Steam Up: A Feast of Dim Sum

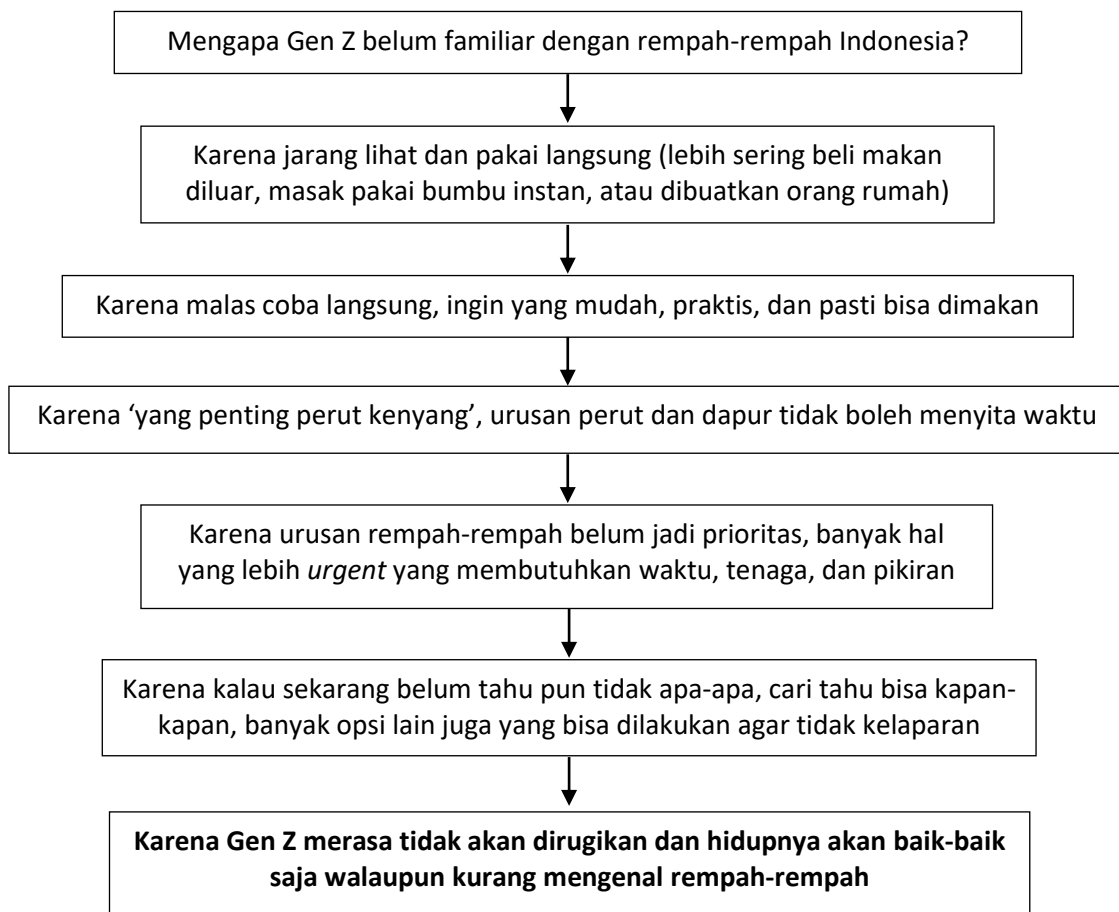
Sumber: Wynter, D. (2023). *Steam Up: A Feast of Dim Sum* [Photograph].

<https://boardgamegeek.com/image/7439127/steam-feast-dim-sum>

Steam Up: A Feast of Dim Sum merupakan *board game* impor bertema makanan dimsum yang diterbitkan Hot Banana Games, Broadway Toys LTD, Guf Studios, dan Kobold Spieleverlag pada tahun 2023. Permainan ini mengharuskan para pemainnya mengumpulkan *hearty points* sebanyak-banyaknya dengan membelanjakan token mereka.

2.3 Analisis dan Sintesis

2.3.1 Analisis *Why Test*



Gambar 2.29 Hasil *why test*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

2.3.2 Analisis 4P

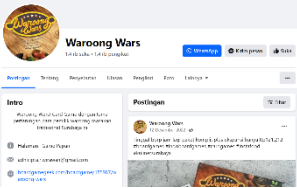
Tabel 2.2.

Analisis 4P Media dengan Tema yang Serupa

	Waroong Wars (<i>Second Edition</i>)	Balap Kulinier	Steam Up: A Feast of Dim Sum (Deluxe Ed)
			
Product	Penerbit Tabletoys Indonesia	Penerbit Kompas	Penerbit Hot Banana Games, Broadway Toys LTD, Guf Studios, dan Kobold Spieleverlag
	Tahun terbit 2018	Tahun terbit 2018	Tahun terbit 2023
	Jumlah & usia pemain 3-5 orang, >8 tahun	Jumlah & usia pemain 2-4 orang, >10 tahun	Jumlah & usia pemain 2-5 orang, >8 tahun
	Durasi bermain 30-45 menit	Durasi bermain 15-25 menit	Durasi bermain 40-60 menit
	Kategori <i>Card game</i>	Kategori <i>Party game, racing</i>	Kategori <i>Trading card game, party game</i>
	Game system Setiap putaran, pemain sebagai pemilik warung harus mengumpulkan bahan-bahan di fase belanja dengan	Game system Pemain memerankan salah satu tokoh (Mr. Jon Keri, Keluarga Eko, Manseo, atau Princess Rempong) dan harus	Game system Di awal permainan, <i>streamers</i> yang berisi berbagai jenis Dim Sum ditumpuk dan ditempatkan di meja

	menyusun secara bersamaan. Setelah itu, pemain mencoba “memasak” dengan mencocokkan kartu bahan dengan kartu menu untuk mendapat kartu pelanggan yang bisa menguntungkan. Pemenang adalah pemain yang memiliki skor popularitas tertinggi.	berjuang mencari jalur tercepat untuk mendapatkan jajanan khas Semarang. Setelah mendapatkan jajanan, pemain harus menghadapi rintangan dan membawa jajanan itu dengan selamat sampai ke <i>shuttle bus</i>. Pemenang adalah pemain pertama yang tiba di <i>shuttle bus</i> dan membawa 2 kartu jajanan.	putar. Setiap pemain bergiliran melakukan 2 tindakan berbeda setiap putaran, yaitu mendapatkan dan membelanjakan <i>token</i> makanan untuk membeli Dim Sum di <i>steamers</i> dalam <i>Feast Zone</i> mereka. Mulai ronde ke-2, kartu <i>Fortune</i> akan terungkap di setiap ronde. Permainan berakhir ketika sejumlah <i>steamer</i> dibeli atau dek <i>Fate</i> dikosongkan. Pemain dengan <i>hearty points</i> terbanyak adalah pemenangnya.
	Mekanisme <i>Hand management, memory, set collection, open drafting, turn order: progressive, variable players power</i>	Mekanisme <i>Grid movement, open drafting, tile placement</i>	Mekanisme <i>Set collection, variable player powers, variable set-up</i>
	Komponen 39 <i>ingredient menu</i>, 32 <i>menu cards</i>, 32 <i>customer cards</i>, 5 <i>character cards</i>, 5 <i>go boy! cards</i>, 18 <i>extra</i>	Komponen 1 papan permainan, 2 <i>token shuttle bus</i>, 4 <i>token karakter</i>, 8 kartu jajanan, 20 kartu jalur, 32 kartu lalu lintas	Komponen 75 Dim Sum, 50 <i>food tokens</i>, 18 <i>streamers</i>, 1 <i>turntable</i>, 26 <i>Fate cards</i>, 50 <i>Fortune cards</i>, 12 <i>animal scoring</i>

	<i>victory points token, 1 first cooking marker</i>		<i>markers, 2 Feast Zone indicators, 10 Feast Zone markers, 1 first player marker, 1 lucky die, 5 reference cards, 12 animal boards, 1 steamer counter, 1 score board, 1 Dim Sum bag</i>
	Tingkat kesulitan <i>Easy</i>	Tingkat kesulitan <i>Easy</i>	Tingkat kesulitan <i>Medium</i>
	Kemasan <i>Hard box bahan karton yang dilapisi plastik</i>	Kemasan <i>Hard box karton</i>	Kemasan <i>Hard box karton tebal</i>
Price	Harga Jual Rp 210.000	Harga Jual Rp 259.000	Harga Jual Rp 1.120.000
	Pricing strategy - <i>Promotional pricing</i> Pernah promosi harga saat 12.12 di bulan Desember 2022	Pricing strategy - <i>Promotional pricing</i> Pernah memberi potongan harga saat HUT ke-58 Harian Kompas - <i>Bundle pricing</i> Pernah membuat <i>bundling</i> eksklusif saat Ramadhan 2023	Pricing strategy - <i>Segmented pricing</i> Membebaskan harga yang berbeda untuk produk <i>Steam Up Deluxe Edition</i> dan <i>Steam Up Standard Edition</i>
	Diskon/cashback -	Diskon/cashback Diskon 50% di Shopee dan gerai.kompas.id, <i>cashback</i> 3% dan 4% di Tokopedia	Diskon/cashback <i>Cashback</i> 5% di Tokopedia (MonopolisWonder)
	Cara pembayaran	Cara pembayaran	Cara pembayaran

	COD, tunai, <i>cashless</i> (GoPay, ShopeePay, mbanking, dll)	COD, tunai, <i>cashless</i> (GoPay, ShopeePay, mbanking, dll)	COD, tunai, <i>cashless</i> (GoPay, ShopeePay, mbanking, dll)
Place	Toko fisik - Tabletoys Store, Surabaya - Monopolis Board Games Store & Cafe, Jakarta	Toko fisik - Gramedia Store - Gerai Kompas di Bentara Budaya Jakarta	Toko fisik - Monopolis Board Games Store & Cafe, Jakarta
	Marketplace Shopee, Tokopedia, BukaLapak	Marketplace Shopee, Tokopedia, Blibli.com, gerai.kompas.id	Marketplace Blibli.com, Tokopedia
Promotion	Direct Marketing  Social Media Marketing 	Direct Marketing Social Media Marketing menggunakan akun Kompas 	Direct Marketing Social Media Marketing menggunakan akun Hot Banana Games 

			<i>Website Marketing</i> 
	Sales Promotion Pameran di Internationale Spieltage SPIEL 2018 (Jerman)   Surabaya Board Game Market 2018  London Book Fair 2019 	Sales Promotion Open booth di Universitas Multimedia Nusantara  Idea Fest 2023 	Sales Promotion Open booth di Gen Con 2023 

	Advertising Waroong Wars <i>Second Edition</i> Trailer 	Advertising -	Advertising Steam Up: A Feast of Dim Sum - Trailer 
--	---	-------------------------	---

Sumber: Dokumentasi Pribadi

2.3.3 Analisis SWOT

Tabel 2.3.

Analisis SWOT Media dengan Tema yang Serupa

	Waroong Wars (Second Edition)	Balap Kuliner	Steam Up: A Feast of Dim Sum (Deluxe Ed)
Strengths	- Komponen <i>game</i> (kartu dan token) praktis untuk dimainkan - Tema universal dan <i>level easy</i> sehingga bisa dimainkan siapa pun - Mudah ditemui di <i>marketplace</i>, toko fisik, dan <i>cafe board game</i> - <i>Publisher</i> Waroong Wars (TableToys Indonesia) punya reputasi yang baik	- Harga (Rp 259.000) cukup terjangkau jika dibandingkan dengan <i>board game</i> dari luar negeri - <i>Publisher</i> Balap Kuliner (Kompas) punya reputasi yang besar sehingga <i>board game</i> ini bisa dikenal banyak orang - Gaya desain kartun yang ringan mudah diterima oleh banyak kalangan - Bisa dimainkan	- Label '<i>board game impor</i>' membuat permainan ini lebih mudah mendapat kepercayaan dari target audiens - Komponen unik, kompleks, dan hampir menyerupai bentuk aslinya - Pernah meraih penghargaan <i>Ion Award Best Light Game Winner 2021</i> - Foto dan video produk digarap

	sehingga <i>game</i> ini bisa banyak dikenal - Beberapa kali mengikuti <i>event</i> seperti pameran hingga ke luar negeri sehingga sudah memiliki <i>brand awareness</i>	dalam durasi yang singkat (15-25 menit)	dengan menarik dan sesuai konsep hidangan Tiongkok
Weaknesses	- Media sosial untuk promosi terlihat sudah tidak aktif dan tidak terurus	- Beberapa komponen terkadang mudah terkelupas	- Harga jauh lebih mahal - Distribusi belum meluas. Produk cukup sulit ditemukan karena belum banyak dijual di Indonesia
Opportunities	- Minimnya <i>game</i> yang mengangkat tema kuliner lokal membuat Waroong Wars berpeluang untuk mendominasi pasar - Adanya kebiasaan bermain <i>game</i> ketika di lokasi liburan membuat orang ingin <i>game</i> cetak yang mudah	- Rutinitas yang padat membuat orang mencari <i>game</i> yang bisa dimainkan dalam waktu singkat - Hadirnya <i>cafe board game</i> dapat dimanfaatkan pihak Balap Kuliner untuk memperluas pangsa pasar - Adanya <i>event-event</i> seperti pameran dan bazaar bisa menjadi	- Adanya konsumen yang ingin <i>board game</i> dengan komponen yang lebih unik dan bukan sekedar kartu - Adanya pandangan bahwa <i>board game</i> yang pernah meraih penghargaan itu sudah pasti bagus. Maka dari itu

	dibawa bepergian - Adanya Tabletoys Boardgames Library, Café, and Store Surabaya yang menyediakan Waroong Wars membuat <i>game</i> ini punya peluang untuk dicoba lebih banyak orang	peluang untuk berpromosi - Adanya peluang untuk <i>endorse</i> atau kerjasama dengan <i>content creator</i> yang biasa mengulas produk <i>game</i>	muncul peluang untuk memanfaatkan <i>title</i> tersebut dalam materi promosi
Threats	- Adanya persaingan dengan <i>card-based video game</i> yang lebih mudah diakses di gawai - Kemungkinan adanya kompetitor <i>card game</i> impor dengan kualitas dan promosi yang lebih baik	- Adanya stigma bahwa <i>board game</i> lokal masih belum bisa menyaingi <i>board game</i> impor - Adanya kemungkinan persaingan dengan kompetitor lain yang produknya lebih berkualitas	- Tidak semua orang rela mengeluarkan uang di atas Rp 1.000.000 untuk sebuah <i>board game</i> - Adanya produk <i>board game</i> lain yang sama-sama impor namun distribusinya lebih luas dan mudah ditemui konsumen

Sumber: Dokumentasi Pribadi

2.3.4 Sintesis Data

Rempah-rempah dalam dunia kuliner merupakan warisan budaya yang masih terdokumentasi, dapat dilihat, dan dirasakan hingga detik ini. Namun, Generasi Z saat ini rata-rata belum mengenal dengan baik rempah-rempah khas Indonesia. Hal ini disebabkan karena Generasi Z terbiasa membeli makanan jadi ataupun memasak dengan bumbu instan sehingga mereka jadi jarang melihat dan memanfaatkan rempah-rempah secara langsung. Padahal,

Generasi Z dan rempah-rempah adalah satu kesatuan yang tak bisa dipisahkan karena mereka sering atau hampir setiap hari mengonsumsi hidangan Indonesia berbahan rempah-rempah. Dari permasalahan ini, timbul peluang untuk menciptakan media edukasi yang mampu mengenalkan rempah-rempah secara langsung kepada Generasi Z.

Board game sendiri menjadi salah satu media edukasi interaktif yang efektif karena mampu mengajak target audiens untuk merasakan pengalaman dan praktik secara langsung yang nantinya bisa lebih membekas di ingatan. Selain itu, *board game* adalah media yang tak mudah termakan zaman dan masih diminati Generasi Z hingga saat ini. Bila membandingkan hasil wawancara antara *game master* dari Tabletoys Boardgames Library, Café, and Store Surabaya dengan 4 narasumber sebagai target audiens, didapati bahwa yang paling menarik minat Generasi Z untuk mau bermain *board game* adalah visual produk dan cara bermain yang mengandalkan sisi emosional.

2.4 Usulan Pemecahan Masalah

Berdasarkan hasil analisis dan sintesis data, maka usulan yang diajukan dalam perancangan ini adalah media interaktif *board game*. *Board game* yang dirancang akan menyesuaikan dengan karakteristik Generasi Z usia 15-24 tahun dan memiliki komponen berupa replika rempah-rempah. Rempah-rempah yang diangkat adalah rempah-rempah yang khas dan dibudidayakan di Indonesia. Media yang dirancang perlu memperkenalkan rempah-rempah sebagai langkah untuk menambah wawasan mengenai aplikasi rempah yang bisa diterapkan dalam kegiatan memasak sehari-hari.