

KAMPANYE SOSIAL KUDAPAN SEGAR KACANG KOWA ASLI KOTA SURABAYA MELALUI PEMBUATAN FILM DOKUMENTER

Sutikno¹, Yunanto Tri Laksono², Alda Agustin³

^{1,2,3}Program Studi D4 Produksi Film dan Televisi, Universitas Dinamika, Indonesia

sutikno@dinamika.ac.id, yunanto@dinamika.ac.id, agustinalda@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas film dokumenter sebagai media kampanye sosial dalam memperkenalkan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kudapan tradisional Kacang Kowa, yang merupakan produk kuliner khas Surabaya. Dalam konteks modernisasi dan pergeseran preferensi konsumsi masyarakat, banyak kudapan lokal terpinggirkan oleh produk makanan instan dan global. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini merancang, memproduksi, dan menganalisis dampak dari sebuah film dokumenter bertema pelestarian kuliner lokal. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pelaku usaha dan konsumen, serta penyebaran kuesioner sebelum dan sesudah pemutaran film. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media dokumenter efektif dalam membangun narasi emosional dan edukatif, serta mampu meningkatkan pengetahuan dan ketertarikan audiens terhadap Kacang Kowa. Kampanye ini juga mendorong partisipasi masyarakat dalam mendukung produk lokal. Kesimpulannya, film dokumenter berpotensi menjadi alat strategis dalam kampanye sosial pelestarian budaya kuliner Indonesia.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, Film Dokumenter, Kacang Kowa, Kuliner Lokal.

ABSTRACT

This research aims to explore the effectiveness of documentary film as a social campaign media in introducing and raising public awareness of the traditional snack Kacang Kowa, which is a typical Surabaya culinary product. In the context of modernization and shifting consumption preferences, many local snacks are marginalized by instant and global food products. Through a qualitative approach with a case study method, this research designs, produces, and analyzes the impact of a documentary film themed on local culinary preservation. Data were collected through observations, interviews with businesses and consumers, and questionnaires before and after the screening. The results show that documentary media is effective in building emotional and educational narratives, and is able to increase audience knowledge and interest in Kacang Kowa. The campaign also encouraged community participation in supporting local products. In conclusion, documentary films have the potential to be a strategic tool in social campaigns to preserve Indonesia's culinary culture.

Keywords: *Social Campaign, Documentary Film, Kacang Kowa, Local Culinary.*

A. PENDAHULUAN

Kudapan merupakan sajian yang memiliki ciri khas tertentu pada setiap daerah termasuk kota Surabaya. Kue adalah kudapan atau makanan ringan yang bukan makanan utama. Kue biasanya bercita rasa manis atau ada pula yang gurih dan asin. Kue sering kali diartikan sebagai makanan ringan yang dibuat dari adonan tepung, baik tepung beras, tepung sagu, tapioka, ataupun terigu (BSI, 2023). Kudapan merupakan bagian penting dari kebudayaan kuliner masyarakat Indonesia. Istilah "kudapan" mengacu pada makanan ringan yang dikonsumsi di luar waktu makan utama. Keberadaan kudapan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, baik sebagai teman bersantai, suguhan dalam berbagai acara sosial dan adat, maupun pelengkap kegiatan seperti rapat atau pertemuan keluarga. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa 5 produk kudapan termasuk kudapan (*snack*) yang dapat menggunakan klaim tinggi serat (Sardi et al., 2021).

Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang sangat beragam, termasuk dalam jenis kudapan tradisional. Setiap daerah memiliki kudapan khas yang mencerminkan kearifan lokal, seperti klepon dari Jawa, lempeng dari Sumatera, panada dari Manado, hingga bagea dari Maluku. Kearifan lokal dapat berupa makanan dan minuman, upacara adat, tari-tarian, permainan dan bahasa tradisional (Silla et al., 2023). Kudapan ini tidak hanya memiliki cita rasa yang khas, tetapi juga mengandung nilai budaya dan sejarah yang penting untuk dilestarikan. Namun, dalam perkembangan zaman, kudapan juga mengalami transformasi. Makanan ringan modern mulai bermunculan dan banyak digemari, khususnya oleh generasi muda. Perlunya inovasi pada produk ini merupakan upaya untuk dapat mempertahankan daya tarik pembeli dan pembeda dengan produk keripik singkong lainnya untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak pada peningkatan penjualan produk (Prasetyo et al., 2022). Inovasi dalam bentuk, rasa, hingga kemasan membuat kudapan menjadi salah satu sektor potensial dalam industri makanan ringan. Di sisi lain, hal ini juga menimbulkan tantangan bagi pelestarian kudapan tradisional agar tetap relevan dan diminati.

Oleh karena itu, pemahaman tentang kudapan tidak hanya penting dari sisi kuliner, tetapi juga dari sudut pandang budaya, ekonomi, dan kreativitas. Kajian mengenai kudapan dapat menjadi pintu masuk untuk memahami dinamika sosial, perkembangan industri

makanan, serta upaya pelestarian warisan kuliner bangsa. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Basuki et al., 2021), mengemukakan bahwa Usia saat mulai mengonsumsi kudapan saja tidak berhubungan dengan kejadian stunting. Frekuensi konsumsi kudapan $\geq 1x$ per hari dan usia mulai mengonsumsi kudapan kurang dari 5 tahun berhubungan dengan kejadian stunting yang lebih tinggi, $p < 0,01$ (PR: 2,02 (95% CI 1,272-1,435). Terdapat hubungan bermakna antara pola konsumsi makanan kudapan dan stunting pada anak. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Sardi, Tobing, et al., 2021), menambahkan bahwa berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa 5 produk kudapan termasuk kudapan (*snack*) yang dapat menggunakan klaim tinggi serat. Produk kudapan yang dapat diklaim tinggi serat berupa millet crispy, formula F3 labu kuning dalam bentuk cair, dan cookies.

Setiap kudapan yang dimunculkan selalu memberikan identitas yang kuat bagi setiap daerah salah satunya adalah Kota Surabaya. Pola konsumsi makanan tradisional Jawa Timur ialah informasi tentang jenis dan jumlah makanan tradisional yang dikonsumsi remaja khususnya di Surabaya Jawa Timur. Pada riset ini adalah pola konsumsi yang terdiri dari makanan utama, kudapan dan minuman (Desi Kurnia Sari, 2019). Kota Surabaya, sebagai ibu kota Provinsi Jawa Timur, memiliki kekayaan budaya dan sejarah yang turut memengaruhi ragam kuliner lokalnya, termasuk kudapan khas yang unik dan beragam. Kudapan khas Surabaya tidak hanya menggugah selera, tetapi juga mencerminkan perpaduan budaya Jawa, Tionghoa, Madura, hingga Arab yang telah hidup berdampingan selama berabad-abad.

Keanekaragaman bahan lokal seperti beras, kelapa, gula merah, serta rempah-rempah Nusantara menjadikan kudapan Kota Surabaya memiliki cita rasa khas gurih, manis, dan kaya bumbu, menjadi salah satu komponen identitas suatu daerah (Sari, 2018). Beberapa kudapan yang terkenal antara lain adalah tahu tek, lontong balap, semanggi Surabaya, dan spikoe. Tak hanya itu, jajanan pasar seperti kue lapis, lupis, dan klepon pun tetap lestari sebagai bagian dari identitas kuliner kota ini. Tradisi menyajikan kudapan sebagai bagian dari acara keluarga, upacara adat, hingga sajian sehari-hari turut menjaga eksistensinya hingga kini. Di tengah arus modernisasi dan makanan cepat saji, kudapan

khas Surabaya tetap diminati, baik oleh warga lokal maupun wisatawan, sebagai representasi autentik dari budaya dan kearifan lokal.

Identitas adalah hal yang penting bagi pembentukan konsep diri individu (Moningka et al., 2020). Dengan meningkatnya perhatian terhadap pelestarian kuliner tradisional, kudapan khas Surabaya semakin mendapat tempat dalam industri kreatif, pariwisata, dan ekonomi lokal, menjadikannya bukan sekadar makanan, tetapi juga bagian dari warisan budaya yang patut dijaga dan dibanggakan. Identitas juga mampu dihasilkan melalui kudapan salah satunya adalah kudapan segar kacang kowa Kota Surabaya. Kacang kowa merupakan salah satu makanan atau kudapan khas dari Indonesia, lebih tepatnya berada di kota Surabaya, Jawa Timur. Kacang kowa ini sudah ada sejak lama di Surabaya, kacang kowa atau kacang kuah biasanya dijual bersamaan dengan tahwa. Kacang kowa menjadi salah satu makanan atau kudapan yang pas dikonsumsi saat dingin karena kudapan ini disajikan saat hangat. Kudapan kacang kowa ini bahan dasarnya terdiri dari kacang tanah dengan kuah jahe bersantan dan ditambah potongan cakue.

Kacang kowa (kadang juga disebut "kacang kwaci" oleh masyarakat lokal) adalah hasil olahan kacang yang dipanggang dan dibumbui secara khas. Kudapan ini telah lama menjadi bagian dari kebiasaan ngemil masyarakat Kota Surabaya, terutama saat bersantai, menonton televisi, atau menerima tamu. Produsen kudapan segar kacang kowa Kota Surabaya mulai memperbarui resep tradisional dengan teknik pengolahan modern untuk menghasilkan rasa yang lebih gurih, segar, dan tahan lama. Beberapa varian diberi tambahan rasa seperti bawang, pedas, manis, atau rempah khas. Dengan meningkatnya minat terhadap makanan ringan sehat dan lokal, kacang kowa menjadi produk unggulan yang potensial dikembangkan oleh pelaku UMKM. Kemasannya kini dibuat lebih menarik, ramah lingkungan, dan higienis untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pasar modern.

Namun, kacang kowa menghadapi persaingan ketat dari produk makanan ringan lain, baik lokal maupun produk besar berskala nasional yang memiliki daya saing tinggi dalam hal branding dan distribusi. Beberapa pelaku usaha belum banyak melakukan inovasi dalam hal varian rasa, kemasan, atau teknik pengolahan, sehingga produknya tampak kurang menarik di tengah banyaknya pilihan snack di pasaran. Banyak pelaku

usaha belum optimal memanfaatkan media digital atau platform *e-commerce* untuk memasarkan kacang kowa, sehingga jangkauan pasarnya masih terbatas secara lokal. Berdasarkan latar belakang masalah diatas diperlukan adanya media yang mampu mendukung dalam proses promosi yaitu film. Film dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan kekayaan kuliner tradisional Surabaya, khususnya kacang kowa, kepada masyarakat luas baik nasional maupun internasional. Ini berperan penting dalam memperkuat identitas budaya daerah.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Kampanye Sosial

Kampanye sosial merupakan suatu upaya yang terorganisir untuk memengaruhi sikap, perilaku, atau kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial tertentu. Kampanye ini biasanya dilakukan oleh individu, kelompok, lembaga swadaya masyarakat (LSM), institusi pemerintah, atau organisasi non-profit lainnya, dengan tujuan mendorong perubahan positif di masyarakat. Kampanye adalah suatu saluran atau program yang esensial dalam mendukung pesta pemilihan umum, kampanye adalah suatu cara untuk memperkenalkan diri serta memaparkan sebuah visi dan misi. Kampanye pada era modern telah merambah mengikuti kemajuan teknologi (Corputty, 2019). Menurut Menurut Rise dan paisley Kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi keyakinan dan perilaku orang lain dengan daya tarik komunikasi. Kampanye adalah upaya bersama yang dipimpin oleh sekelompok orang dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku tertentu (Putri et al., 2023).

Latar belakang dari pelaksanaan kampanye sosial biasanya didorong oleh permasalahan sosial yang dianggap penting dan mendesak untuk ditangani. Permasalahan tersebut bisa berupa isu lingkungan, kesehatan, pendidikan, kemiskinan, kekerasan, kesetaraan gender, dan lain sebagainya. Kampanye sosial berangkat dari fakta bahwa sebagian masyarakat belum memiliki kesadaran atau informasi yang cukup terhadap isu yang diangkat, atau belum termotivasi untuk mengambil tindakan yang mendukung perubahan. Melalui strategi komunikasi yang efektif, kampanye sosial bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, mengubah persepsi, dan mendorong partisipasi aktif dari masyarakat. Media yang digunakan bisa beragam, mulai dari media massa tradisional seperti televisi dan radio, hingga media

digital seperti media sosial, video kampanye, dan situs web. Salah satu media yang dapat digunakan dalam pelaksanaan kampanye sosial adalah media sosial, yang memiliki sifat online dan cepat (Biji Bintang Binarani et al., 2023).

Kampanye sosial sendiri adalah sebuah proses untuk mengomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Oleh karena itu kampanye sosial Makin Cakap Pikir hadir untuk membantu para generasi muda Indonesia mengasah kemampuan berpikir kritis mereka disertai dengan keberaniannya untuk berpendapat (Nabilah & Setiawan, 2023). Dengan demikian, kampanye sosial menjadi alat penting dalam membangun kepedulian publik dan mendorong kolaborasi berbagai pihak dalam menyelesaikan permasalahan sosial demi menciptakan perubahan yang berkelanjutan.

Kudapan Kacang Kowa

Kudapan yang memiliki rasa yang enak, harganya yang murah, dan dapat memberikan rasa kenyang sementara (Hilma et al., 2022). Makanan ringan, cemilan atau kudapan adalah istilah bagi angin makanan yang bukan merupakan menu utama. Makanan yang dianggap makanan ringan merupakan makanan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit pasokan tenaga ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya angin (Rifani, 2022). Kudapan atau makanan ringan merupakan bagian penting dalam kebiasaan konsumsi masyarakat Indonesia. Berbagai jenis kudapan telah menjadi bagian dari budaya kuliner lokal, mulai dari yang tradisional seperti kue lapis, lemper, hingga yang modern seperti brownies dan keripik kentang. Peran kudapan tidak hanya sebagai pengganjal rasa lapar di antara waktu makan utama, tetapi juga sebagai sajian dalam berbagai kegiatan sosial, seperti arisan, rapat, hingga perayaan.

Seiring dengan berkembangnya gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis, kebutuhan akan kudapan yang praktis, sehat, dan memiliki cita rasa yang menarik semakin meningkat. Hal ini membuka peluang besar bagi inovasi dalam industri makanan ringan, baik dari sisi bahan baku, bentuk penyajian, maupun nilai gizi. Selain itu, meningkatnya kesadaran akan pentingnya konsumsi makanan yang sehat juga mendorong banyak pelaku usaha dan konsumen untuk memilih kudapan yang lebih alami dan minim bahan pengawet. Oleh karena itu, pengembangan produk kudapan berbasis bahan lokal, organik, dan bernilai gizi tinggi menjadi salah satu solusi yang relevan dan bernilai tambah.

Film Dokumenter

Film sebagai produk dari budaya populer tak hanya dipahami sebagai media hiburan belaka. Lebih dari itu, teks film adalah wacana yang mengandung nilai-nilai intelektual tertentu (Wibisono, 2019). Film adalah media komunikasi massa yang mampu mempresentasikan dan mengonstruksi realitas sosial yang terjadi dalam masyarakat. Film dapat menampilkan potret kenyataan dalam bentuk simbolik yang mempunyai makna, pesan, dan nilai estetikanya (Novianti et al., 2022). Menurut pendapat lainnya, film adalah salah satu media komunikasi massa yang berpengaruh terhadap masyarakat. Film juga merupakan bentuk pesan yang terdiri dari berbagai tanda dan simbol yang membentuk sebuah sistem makna sehingga bisa diinterpretasikan oleh orang secara berbeda-beda, tergantung kepada referensi dan kemampuan berpikir orang tersebut (Pertiwi et al., 2020).

Genre dalam film adalah kategori untuk mengelompokan suatu film berdasarkan tema, gaya dan elemen tertentu (Hamzah, 2023). Film dokumenter adalah sebuah film yang dibuat berdasarkan kejadian nyata. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kelayakan dan respons peserta didik terhadap film dokumenter (Sofiyah et al., 2023). Film dokumenter adalah program yang menyajikan suatu kenyataan berdasarkan pada fakta objektif yang memiliki nilai esensial dan eksistensial yang memiliki relevansi kehidupan, menuturkan fakta dan realita tanpa rekayasa (Rikarno, 2015). Film dokumenter adalah film yang mendokumentasikan kenyataan. Kunci utama dari dokumenter adalah menyajikan fakta. Film dokumenter berhubungan dengan orang-orang, tokoh, peristiwa, dan lokasi yang nyata. Film dokumenter ini di buat melalui tiga tahapan penting meliputi tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi (Telaumbanua & Soufiyarno, 2020).

Kuliner Lokal

Kuliner lokal merupakan bagian tak terpisahkan dari identitas budaya suatu daerah. Setiap daerah di Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang lahir dari sejarah, tradisi, kearifan lokal, serta kondisi geografis dan sumber daya alam setempat. Makanan khas daerah tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan pangan, tetapi juga sebagai media pelestarian budaya dan identitas sosial. Kuliner lokal adalah jenis makanan yang berkaitan erat dengan suatu daerah dan diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari tradisi (Purwaning Tyas, 2017).

C. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, Penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang menggambarkan secara apa adanya mengenai kondisi atau fenomena yang ada di lapangan (Aini et al., 2022). Bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses kampanye sosial mengenai kudapan tradisional "Kacang Kowa" asli Kota Surabaya melalui media film dokumenter. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi fenomena sosial, nilai budaya, dan strategi komunikasi yang terlibat dalam proses produksi dan penyampaian pesan dokumenter.

Sumber Data

Tujuan dari triangulasi sumber data adalah untuk memastikan keakuratan dan keandalan data yang digunakan dalam penelitian Triangulasi sumber data adalah salah satu dari empat jenis triangulasi, yaitu triangulasi metode, triangulasi antar-peneliti, triangulasi teori, dan triangulasi sumber data (Ascarya Academia, 2022). Dalam proses penelitian ini dilakukan melalui 2 metode pencarian sumber data yaitu Primer dan Sekunder. Pertama Data primer diperoleh langsung dari hasil interaksi peneliti dengan subjek penelitian melalui wawancara dan observasi. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini meliputi: Tim Produksi Film Dokumenter (Sutradara, Penulis naskah, Kameramen/editor, Produser atau tim kampanye), Pelaku Usaha Kacang Kowa, Pemilik atau pengelola usaha, Pekerja yang terlibat dalam proses produksi Kacang Kowa, Tokoh masyarakat lokal yang mengetahui sejarah kudapan tersebut, Penonton atau Audiens Film Dokumenter, Masyarakat umum yang telah menyaksikan film dokumenter, Kelompok sasaran dari kampanye sosial, seperti pelajar, komunitas kreatif, atau warga lokal Surabaya, dan Responden yang memberikan umpan balik terhadap pesan dan dampak film. Sedangkan kedua adalah data sekunder yang meliputi literatur dan kajian terdahulu buku, jurnal, artikel ilmiah mengenai kampanye sosial, komunikasi visual, film dokumenter, dan pelestarian kuliner lokal dokumentasi produksi film.

Teknik Analisis Penelitian

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif (Imran & Rasul, 2020). Analisis ini

bertujuan untuk mengidentifikasi, mengorganisasi, dan menginterpretasikan pola-pola makna (tema) dari data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Pada tahap ini, data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi dan disederhanakan sesuai fokus penelitian. Informasi yang relevan dengan kampanye sosial, proses produksi film dokumenter, dan persepsi masyarakat terhadap kudapan Kacang Kowa disaring untuk dianalisis lebih lanjut.
2. Seluruh data yang telah direduksi kemudian dikoding, yaitu dengan memberi label atau tanda tertentu pada potongan data yang bermakna. Koding dilakukan secara manual atau dengan bantuan perangkat lunak kualitatif (misalnya NVivo atau Atlas.ti jika tersedia).
3. Setelah proses koding dan kategorisasi, peneliti menyusun tema-tema utama yang muncul dari data. Tema ini berfungsi sebagai dasar dalam menyusun narasi deskriptif mengenai bagaimana film dokumenter digunakan sebagai media kampanye sosial dan bagaimana pesan yang disampaikan diterima oleh masyarakat.
4. Peneliti menarik kesimpulan dari hubungan antar tema dan konteks sosial-budaya yang melingkupi kampanye. Hasil analisis ini akan menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan gambaran menyeluruh tentang efektivitas serta makna sosial dari kampanye yang dilakukan.

Keabsahan Data

Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini valid dan dapat dipercaya, peneliti menerapkan beberapa teknik uji keabsahan data yang lazim digunakan dalam penelitian kualitatif. Teknik-teknik tersebut meliputi:

1. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan mengonfirmasi data dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan: Triangulasi sumber: membandingkan informasi dari narasumber yang berbeda, seperti tim produksi film, pelaku usaha Kacang Kowa, dan penonton film. Triangulasi teknik: membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi waktu: melakukan pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk melihat konsistensi informasi.

2. Teknik ini dilakukan dengan mengonfirmasi hasil wawancara dan interpretasi awal kepada informan yang bersangkutan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa informasi yang ditangkap peneliti sesuai dengan apa yang dimaksud oleh informan, serta meminimalkan kesalahan penafsiran.
3. Peneliti melakukan diskusi atau konsultasi dengan sejawat atau pembimbing yang memahami metodologi kualitatif. Tujuannya adalah untuk mendapatkan masukan kritis dan menjaga objektivitas peneliti dalam menganalisis dan menafsirkan data.
4. Peneliti mencatat secara rinci proses pengumpulan data, langkah-langkah analisis, dan pengambilan keputusan selama penelitian berlangsung. Dokumentasi ini memungkinkan orang lain (*auditor independen*) untuk menelusuri logika dan prosedur penelitian sebagai bentuk pertanggungjawaban ilmiah.

D. TEMUAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan beberapa poin penting terkait kampanye sosial melalui film dokumenter mengenai kudapan tradisional Kacang Kowa di Kota Surabaya. Temuan ini dikelompokkan ke dalam empat tema utama:

1. Kacang Kowa sebagai Identitas Kuliner Lokal yang Mulai Terpinggirkan
Dari hasil wawancara dengan pelaku usaha dan tokoh masyarakat, ditemukan bahwa Kacang Kowa merupakan kudapan legendaris khas Surabaya yang mulai ditinggalkan, terutama oleh generasi muda. Banyak yang tidak mengetahui sejarah, keunikan rasa, dan nilai budaya yang terkandung dalam pembuatan kacang ini. “Kalau anak-anak sekarang, mereka lebih kenal snack luar. Padahal ini Kacang Kowa dulu cemilan wajib Lebaran”. Wawancara dengan Ibu Sumini, pengusaha Kacang Kowa.
2. Strategi Kampanye Sosial Melalui Film Dokumenter
Tim produksi memilih pendekatan naratif personal dan visual nostalgia dalam dokumenter. Film menggambarkan proses pembuatan kacang, wawancara dengan pengrajin, serta potongan arsip foto Surabaya tempo dulu. Tujuannya untuk membangkitkan kesadaran dan emosi penonton agar menghargai produk lokal. “Kami ingin penonton merasa dekat, terhubung secara emosional. Makanya kami

pakai footage lama dan cerita dari generasi tua”. Wawancara dengan Sutradara Dokumenter.

3. Peran Film dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat

Setelah pemutaran film, ditemukan peningkatan minat masyarakat terhadap Kacang Kowa. Beberapa penonton menyatakan mereka baru tahu bahwa kudapan itu asli dari Surabaya, dan mulai mencari tempat yang menjualnya. “Jujur saya baru tahu Kacang Kowa itu dari sini. Setelah nonton, saya malah pengen beli buat oleh-oleh”. Respon dari audiens setelah pemutaran film.

4. Hambatan dalam Pelaksanaan Kampanye Sosial

Temuan juga menunjukkan adanya tantangan, seperti keterbatasan dana produksi, distribusi film yang masih terbatas (hanya di komunitas dan festival lokal), serta kurangnya dukungan pemerintah kota dalam promosi kuliner warisan. “Kami bergerak mandiri. Belum ada bantuan resmi, padahal ini kan kampanye budaya lokal”. Produser film dokumenter.

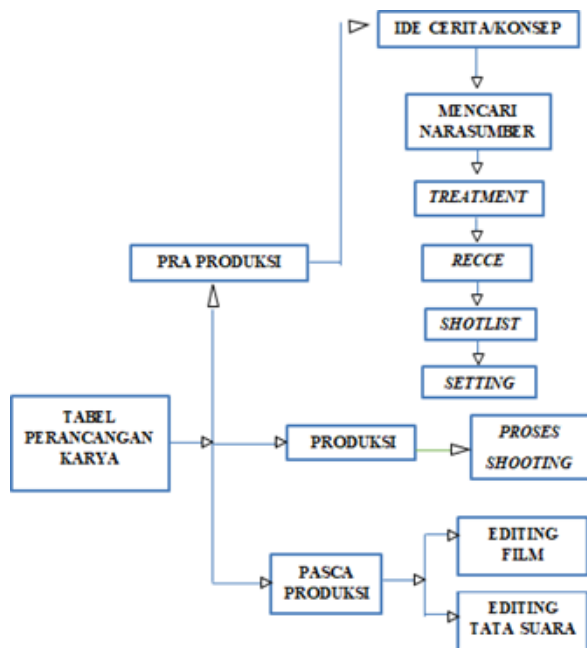
E. BAHASAN

Temuan menunjukkan bahwa film dokumenter berfungsi tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat kampanye sosial yang efektif dalam membangun kesadaran budaya. Hal ini sejalan dengan pendapat Aufderheide (2007) bahwa film dokumenter memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan sosial secara emosional dan reflektif. Penggunaan narasi personal, visual nostalgia, dan testimoni pelaku usaha dalam film tentang Kacang Kowa menunjukkan strategi kampanye yang bersifat edukatif dan persuasif, yang sesuai dengan pendekatan kampanye sosial berbasis budaya lokal. Film sebagai media kampanye sosial mampu menciptakan "koneksi emosional" yang sulit dicapai oleh iklan komersial biasa.

Kacang Kowa dalam film digambarkan sebagai simbol dari identitas lokal yang terancam punah akibat dominasi produk makanan modern. Ini mendukung teori resistensi budaya (cultural resistance) yang mengatakan bahwa kampanye sosial berbasis budaya lokal bisa menjadi bentuk perlawanan terhadap homogenisasi global. Temuan ini juga menegaskan pentingnya revitalisasi budaya melalui media, di mana produk lokal seperti Kacang Kowa

tidak hanya dipertahankan secara fisik, tetapi juga secara naratif dan simbolik lewat visualisasi budaya dalam film.

Alur Perancangan Karya



Gambar 1. Bagan Perancangan Karya (Agustin, 2021)

Pra Produksi

Pada tahapan pra produksi ini meliputi beberapa tahap, yaitu:

Ide/konsep

Ide film dokumenter ini terinspirasi dari ketertarikan pada film dokumenter, yang mana film dokumenter menyajikan suatu fakta dengan situasi yang nyata. Referensi peneliti juga dari film *Street Food Asia* yang di produksi oleh Netflix dan juga berasal dari pengamatan peneliti dimana kuliner kacang kowa merupakan kudapan khas Surabaya. Alur cerita yang digunakan yaitu alur maju, menggunakan genre film dokumenter perjalanan, dan gaya film yang akan digunakan pada film yang akan dibuat yaitu tipe *reflexive*. Kacang kowa ini mengacu pada penjual keliling kacang kowa dan tahwa yang ada di kawasan Banyu Urip, Surabaya, Jawa Timur. keberadaan kacang kowa dikatakan mulai tersaingi dan hampir langka dengan adanya makanan dan minuman modern yang masuk di Indonesia, khususnya Kota Surabaya, Jawa Timur.

Sinopsis

Pada film dokumenter ini ingin menjelaskan dan menjelajah salah satu kuliner yang ada di kota Surabaya, Jawa Timur yaitu kacang kowa. Kacang kowa adalah kolaborasi antara kuliner Taiwan yang dipadukan dengan rempah Indonesia yaitu jahe dan santan, membuat kacang kowa sangat cocok di lidah dan digemari masyarakat Surabaya. Dan juga memberikan pengetahuan langsung dari para penjualnya yang diwawancarai langsung. *Kudapan Kacang Kowa Asli Surabaya* menjelaskan hubungan antara makanan dan kehidupan orang-orang yang membuatnya. memahami sisi lain dari kehidupan sosial, dimana para penjual mayoritas adalah orang tua, belajar menguasai teknik memasak hidangan andalan agar bisa melanjutkan hidup. Sosok yang diwawancarai adalah Bapak Aji, seorang penjual kacang kowa yang berasal dari Surabaya, Jawa Timur.

Treatment

Melalui pendekatan dokumenter kreatif, film ini akan menampilkan sisi historis, proses pembuatan, serta peran sosial ekonomi kudapan ini di tengah masyarakat. *Treatment* dalam film ini, yaitu menjelaskan konsep pengambilan gambar mulai dari wawancara narasumber hingga *footage* berbagai macam terutama kacang kowa dan juga ada deskripsi audio dari setiap *scene*. Konsep pengambilan gambar dirancang untuk menampilkan keotentikan narasi melalui kombinasi *footage* observasional, wawancara narasumber, *footage* sinematik produk (kacang kowa), serta elemen visual khas Kota Surabaya. *Treatment* ini disusun untuk membangun koneksi emosional dengan penonton sekaligus mengedukasi dan mengajak partisipasi dalam mendukung kudapan lokal khas Surabaya. Jika kamu membutuhkan breakdown storyboard per scene atau skrip wawancara juga, saya bisa bantu selanjutnya.

TREATMENT		
Film "Kudapan Sagar Kacang Kowa Asli Surabaya"		
* NID - Narasumber 1 (Bapak Aji)		
Narasumber 2 (interview)		
Karakteristik (kehidupan dan chef)		
Video/Footage	Breakdown	Audio
1. Opening - Narasumber 1 yang menceritakan kacang kowa (Bapak Aji) - Alunan musik latar (soft) - Alunan musik latar (soft) - Narasumber 2 yang menceritakan kacang kowa - Narasumber 2 yang berbicara tentang kacang kowa - Narasumber 2 yang berbicara tentang kacang kowa - Narasumber 2 yang berbicara tentang kacang kowa - Narasumber 2 yang berbicara tentang kacang kowa	1. Narasumber 1 menceritakan kacang kowa 2. Narasumber 2 menceritakan kacang kowa	Background music "Kacang Kowa"
2. Logo/Title - Judul Film "Kudapan Sagar Kacang Kowa Asli Surabaya"		Background music
3. Footage - Footage Kacang Kowa	1. Menampilkan kacang kowa (santan, jahe, kacang kowa, dll)	

Gambar 2. Tabel *Treatment*

Shotlist

Tujuan penulisan shotlist ini adalah untuk merinci kebutuhan teknis dan artistik dalam pengambilan gambar, sekaligus menjelaskan alasan pemilihan setiap jenis shot agar mendukung narasi dokumenter secara visual dan emosional. *Shotlist* dalam film ini, yaitu menjelaskan latar tempat, shot, angle, audio hingga deskripsi dari pengambilan gambar pada wawancara narasumber hingga *footage*. Shotlist dalam film dokumenter ini bukan hanya urutan teknis, melainkan strategi visual untuk menyampaikan pesan sosial, memperkenalkan warisan kuliner lokal, dan membangun empati penonton. Setiap shot dipilih dengan pertimbangan artistik, budaya, dan nilai edukatif.

SHOTLIST
Film: "Kacang Kacang Kacang Kacang Kacang"
4:00 - Narasumber (Dipaparkan)
Narasumber (Dipaparkan)
(Akademi / Akademisi dan shot)

No	Shot	Shot Type	Angle	Audio	Shot & Lokasi	Shot (Footage)	Caption
1	1	EST	1.5	1.5	Narasumber B	Narasumber B yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
2	2	EST	1.5	1.5	Narasumber C	Narasumber C yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
3	3	EST	1.5	1.5	Narasumber D	Narasumber D yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
4	4	EST	1.5	1.5	Narasumber E	Narasumber E yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
5	5	EST	1.5	1.5	Narasumber F	Narasumber F yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
6	6	EST	1.5	1.5	Narasumber G	Narasumber G yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
7	7	EST	1.5	1.5	Narasumber H	Narasumber H yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
8	8	EST	1.5	1.5	Narasumber I	Narasumber I yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
9	9	EST	1.5	1.5	Narasumber J	Narasumber J yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
10	10	EST	1.5	1.5	Narasumber K	Narasumber K yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
11	11	EST	1.5	1.5	Narasumber L	Narasumber L yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
12	12	EST	1.5	1.5	Narasumber M	Narasumber M yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
13	13	EST	1.5	1.5	Narasumber N	Narasumber N yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
14	14	EST	1.5	1.5	Narasumber O	Narasumber O yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
15	15	EST	1.5	1.5	Narasumber P	Narasumber P yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
16	16	EST	1.5	1.5	Narasumber Q	Narasumber Q yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
17	17	EST	1.5	1.5	Narasumber R	Narasumber R yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
18	18	EST	1.5	1.5	Narasumber S	Narasumber S yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
19	19	EST	1.5	1.5	Narasumber T	Narasumber T yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
20	20	EST	1.5	1.5	Narasumber U	Narasumber U yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
21	21	EST	1.5	1.5	Narasumber V	Narasumber V yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
22	22	EST	1.5	1.5	Narasumber W	Narasumber W yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
23	23	EST	1.5	1.5	Narasumber X	Narasumber X yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
24	24	EST	1.5	1.5	Narasumber Y	Narasumber Y yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	
25	25	EST	1.5	1.5	Narasumber Z	Narasumber Z yang berbicara tentang kacang (Dipaparkan) dan kacang (Dipaparkan)	

Gambar 3. Tabel *shotlist*

Produksi

Produksi film adalah proses menciptakan sebuah film dari awal hingga akhir, mencakup semua tahapan yang diperlukan untuk mewujudkan ide cerita menjadi karya audiovisual. Latar belakang produksi film dokumenter ini didasari oleh kebutuhan untuk mengangkat kembali nilai-nilai lokal yang mulai tergerus oleh arus modernisasi, khususnya dalam sektor pangan tradisional. Kacang Kowa, sebagai salah satu kudapan khas Kota Surabaya, memiliki nilai historis, sosial, dan ekonomi yang patut dipertahankan serta disosialisasikan kepada masyarakat luas, terutama generasi muda. Pada tahap produksi, peneliti bersama tim melakukan syuting tentang proses membuat kacang kowa, wawancara terhadap narasumber beserta para akademisi, dan lain-lain. Produksi film bisa melibatkan ratusan orang dari berbagai bidang keahlian, seperti sutradara, produser, penulis skenario, kameramen, editor, dan banyak lagi. Setiap tahap sangat penting untuk menghasilkan film yang berkualitas dan menarik untuk ditonton.

Film dokumenter dipilih sebagai medium utama karena mampu menyampaikan fakta secara mendalam, empatik, dan mengedepankan human interest. Bentuk dokumenter memungkinkan eksplorasi narasi melalui kombinasi wawancara, footage observasional, dan audio visual yang autentik. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya memberi informasi, tetapi juga membangun ikatan

emosional antara penonton dan kisah yang disampaikan. Produksi film dokumenter ini merupakan langkah konkret dalam membangun kesadaran sosial berbasis budaya kuliner. Dengan pendekatan sinematik yang emosional, tim produksi berharap film ini dapat menjadi medium edukasi dan inspirasi yang relevan bagi masyarakat luas serta menjadi dokumentasi penting bagi pelestarian kuliner tradisional Surabaya.

Seperti gambar berikut.



Gambar 4. Proses *Shooting*

Pasca Produksi

Pasca produksi adalah tahap akhir dalam proses produksi suatu karya, terutama dalam bidang film, video, musik, fotografi, dan media digital lainnya. Tahap ini dilakukan setelah seluruh proses produksi utama (seperti perekaman atau pengambilan gambar) selesai. Pasca produksi adalah proses penyempurnaan dan penyelesaian teknis dari sebuah karya agar siap untuk dirilis atau ditayangkan. Tahap ini sangat krusial karena hasil akhirnya sangat bergantung pada kualitas proses pasca produksi. Tahap pasca produksi, seperti di bawah ini/dijelaskan sebagai berikut:

a. Compositing

Compositing adalah proses dalam pasca produksi (terutama di film, video, dan animasi) di mana berbagai elemen visual dari sumber yang berbeda digabungkan menjadi satu gambar akhir yang tampak menyatu dan realistis. Langkah selanjutnya adalah masuk pada tahapan penggabungan seluruh shot. Membuat tampilan akhir sebuah adegan yang tidak bisa (atau tidak praktis) dibuat langsung dalam satu pengambilan gambar di dunia nyata.



Gambar 5. Penggabungan video

b. Editing

Editing adalah proses pascaproduksi dalam pembuatan film atau video yang bertujuan untuk menyusun, merangkai, dan menyempurnakan hasil rekaman gambar (*footage*), suara, efek visual, serta elemen narasi lainnya agar menjadi satu kesatuan yang utuh, koheren, dan komunikatif sesuai dengan visi sutradara dan naskah film. Dalam konteks film dokumenter “Kampanye Sosial Kudapan Segar Kacang Kowa Asli Kota Surabaya”, editing berfungsi sebagai jembatan utama antara *footage* hasil wawancara, gambar ilustratif (*B-roll*), musik latar, dan narasi *voice-over*, agar pesan kampanye sosial dapat tersampaikan secara emosional dan informatif kepada audiens. Selanjutnya adalah proses pengeditan dan penambahan *subtitle* Bahasa Indonesia. Pemberian warna pada video, penambahan effect, transisi agar film lebih menarik dan penambahan bacsound atau musik agar film lebih bagus. Seperti gambar berikut contoh yang sudah *dicolouring*.



Gambar 6.Wawancara dengan Bapak Sadiman

Hasil wawancara ini dapat dipadukan dengan visual shot Pak Sadiman sedang mengaduk kacang, menata toples, dan berdialog dengan pelanggan. Audio direkomendasikan tetap menggunakan suara asli narasumber untuk mempertahankan keaslian karakter.



Gambar 7. Wawancara Akademisi Kebudayaan Bu Pratiwi

Hasil wawancara yang dilakukan, kacang kowa itu bukan sekadar makanan ringan. Ia merupakan bagian dari sejarah hidup masyarakat urban Surabaya. Dari segi antropologi kuliner, makanan seperti ini punya nilai simbolis dia mewakili ingatan kolektif, rasa nostalgia, dan koneksi antar-generasi. Karena kita hidup di era konsumsi cepat. Makanan tradisional banyak yang tidak punya daya saing visual dan pemasaran di tengah dominasi makanan instan atau luar negeri. Sayangnya, kita jadi lupa bahwa makanan seperti kacang kowa dibuat dengan tangan, dengan cerita, dan dengan waktu. Bukan sekadar produk tapi warisan. Apalagi sekarang anak muda mulai mencari identitas lokal, mencari jati diri budaya.

Asal dikemas dengan pendekatan visual yang menarik dan narasi yang menyentuh seperti film dokumenter ini kacang kowa bisa jadi simbol perlawanan budaya terhadap arus globalisasi. Masyarakat perlu menyadari bahwa mereka adalah pelaku sejarah. Membeli, mengonsumsi, dan membagikan cerita tentang makanan lokal adalah tindakan budaya. Pemerintah harus mendukung UMKM tidak hanya dengan dana, tapi juga dengan platform promosi yang kreatif media sosial, festival kuliner, dokumenter, semuanya penting.



Gambar 8. Wawancara Akademisi Makanan Bu Rudi.

Hasil wawancara dengan Ibu Rudi yang merupakan akademisi di bidang makanan. Kacang kowa merupakan contoh kudapan lokal berbasis bahan sederhana tapi sangat kaya nilai gizi dan kultural. Ia berbasis kacang tanah, yang tinggi protein nabati, dan diproses secara manual menggunakan teknik pengolahan tradisional seperti pemanggangan kelapa dan karamelisasi gula. Nilai gizinya sebenarnya cukup tinggi jika tidak diberi bahan tambahan sintetis. Tantangannya ada pada dua hal: regenerasi dan standarisasi. Banyak produsen yang sudah sepuh, seperti Pak Sadiman itu. Anak muda jarang mau meneruskan. Kedua, tidak semua tahu cara menjaga kualitas agar awet, bersih, dan tetap enak saat didistribusikan. Itu tantangan yang bisa dijawab dengan pendekatan teknologi sederhana.

Anak muda hari ini sangat visual dan digital. Jadi kemasannya harus menarik, ceritanya harus kuat. Kita bisa buat branding berbasis cerita sejarahnya, proses manualnya. Dan tentu saja perlu dukungan kampanye sosial, seperti lewat dokumenter ini. Cerita yang kuat bisa membuat produk sederhana jadi bernilai luar biasa. Harapan saya, generasi muda mau mencoba, mencicipi, dan kemudian meneruskan. Tidak hanya menjadikannya konsumsi sesekali, tapi juga kebanggaan. Makanan lokal itu bukan nostalgia tapi identitas. Kalau kita lestarikan, itu berarti kita menyelamatkan sejarah hidup kita sendiri

Rendering

Rendering adalah proses dalam produksi film, video, animasi, atau grafis komputer di mana komputer mengolah dan menggabungkan semua elemen visual seperti gambar, efek, pencahayaan, tekstur, dan animasi menjadi sebuah output final berupa video atau gambar yang utuh dan siap ditampilkan atau diedit lebih lanjut. Dalam konteks pembuatan film dokumenter “Kampanye Sosial Kudapan Segar Kacang Kowa Asli Kota Surabaya”, rendering biasanya dilakukan setelah

proses editing selesai, untuk menghasilkan file video final dengan kualitas tinggi yang bisa diputar di berbagai perangkat atau disebarakan ke publik. Tahap akhir dari proses produksi adalah rendering. Proses rendering ini adalah tahap akhir setelah melakukan pengeditan agar menjadikan hasil video yang sempurna.

Hasil Film (Screen Shoot film)

Scene 1



Gambar 9. *Capture Film Scene 1 (Agustin, 2021) scene 3*



Gambar 10. *Capture Film Scene 3 (Agustin, 2021)*

Scene 4



Gambar 11. *Capture Film Scene 4 (Agustin, 2021)*

Scene 5



Gambar 12. *Capture Film Scene 5 (Agustin, 2021)*

Scene 6



Gambar 13. *Capture Film Scene 6* (Agustin, 2021)

Scene 8



Gambar 14. *Capture Film Scene 8* (Agustin, 2021)

Scene 11



Gambar 15. *Capture Film Scene 11* (Agustin, 2021)

Respon positif dari audiens setelah menonton film menunjukkan bahwa media visual dapat meningkatkan literasi budaya dan mengubah persepsi. Ini sesuai dengan model efek media dari McGuire (1985), bahwa tahapan perubahan dimulai dari atensi, pemahaman, penerimaan, hingga perubahan sikap. Film dokumenter ini berhasil memicu awareness (kesadaran awal) serta behavioral intention (niat membeli atau mendukung produk lokal), meskipun belum sepenuhnya mengubah perilaku konsumsi secara masif. Namun, sebagai langkah awal kampanye, ini merupakan indikator keberhasilan yang signifikan. Temuan mengenai keterbatasan dana dan distribusi mengindikasikan perlunya dukungan lintas sektor terutama pemerintah daerah dan komunitas budaya untuk mendukung inisiatif kampanye sosial berbasis media. Kampanye sosial yang dilakukan oleh kelompok kreatif secara mandiri memiliki potensi besar, namun rentan dari segi keberlanjutan. Ini memperkuat pandangan bahwa kampanye sosial berbasis budaya memerlukan kolaborasi antara pelaku kreatif, pelaku

UMKM lokal, dan institusi publik, agar pesan yang dibawa dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan berdampak jangka panjang.

F. KESIMPULAN

Film dokumenter terbukti menjadi media kampanye sosial yang efektif dalam menyampaikan nilai budaya dan menggugah kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian kuliner lokal, khususnya kudapan Kacang Kowa sebagai bagian dari identitas kota Surabaya. Strategi komunikasi yang digunakan dalam film dokumenter, seperti penggunaan narasi personal, wawancara tokoh lokal, dan visualisasi proses produksi Kacang Kowa, mampu membangun koneksi emosional antara penonton dengan cerita yang disampaikan. Pendekatan ini memberikan dampak kognitif dan afektif yang kuat dalam memperkenalkan kembali produk lokal kepada generasi muda.

Kampanye sosial ini berhasil meningkatkan kesadaran audiens, dibuktikan dari respon positif setelah pemutaran film, seperti meningkatnya minat terhadap Kacang Kowa, munculnya rasa ingin tahu akan budaya lokal, serta adanya dorongan untuk mendukung produk UMKM Surabaya. Tantangan utama dalam kampanye ini terletak pada keterbatasan distribusi dan dukungan eksternal, terutama dari pemerintah dan media arus utama. Hal ini mengindikasikan perlunya sinergi antara komunitas kreatif, pelaku usaha lokal, dan institusi publik untuk memperluas jangkauan dan keberlanjutan kampanye.

REFERENSI

- Aini, T. S., Syahfitri, D., & Hidayani, S. (2022). PERAN PERPUSTAKAAN TERHADAP MINAT BACA ANAK DI MIS MAWADDAH GEBANG. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 3(1). <https://doi.org/10.53695/js.v3i1.666>
- Ascarya Academia. (2022). Triangulasi Data, Contoh, Penjelasan Dan Prakteknya Pada Riset. *Ascarya Souldution*.

- Basuki, S. R., Sastramihardja, H. S., & Setiowulan, W. (2021). Hubungan Pola Konsumsi Kudapan dengan Stunting pada Anak Kelas 1-2 SDN 036 Ujungberung Kota Bandung. *Sari Pediatri*, 23(2). <https://doi.org/10.14238/sp23.2.2021.121-8>
- Biji Bintang Binarani, Dewi Zahara, Dinda Dewi Auni, Firdha Rizki Nurulit, & Tutut Chusniyah. (2023). Kampanye Media Sosial tentang “Air Pollution Awareness.” *Flourishing Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.17977/um070v3i22023p44-47>
- BSI. (2023). Pengertian KUR. *UIN Tulungagung*.
- Corputty, P. (2019). Masa Tenang Kampanye Politik Pada Media Sosial Dan Ketentuan Pemidanaanya. *Jurnal Belo*, 5(1). <https://doi.org/10.30598/belovol5issue1page110-122>
- Desi Kurnia Sari, M. W. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Makanan Tradisional Jawa Timur pada Remaja di Kelurahan Pakis Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 8(2).
- Hamzah, A. (2023). Analisis Komparatif Teknik Penceritaan dan Pengembangan Karakter pada Film Mencuri Raden Saleh dan Ocean’s Eleven. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 5(1). <https://doi.org/10.35134/judikatif.v5i1.113>
- Hilma, S. R., Mubaiyanah, I., Zahro, K., Firdaus, A., Dinar, I. Y., Setiawan, H., Qomariyah, W., Mahardika, B. M., Qulby, N. W., & Sihombing, D. A. M. (2022). Perspektif Mahasiswa terhadap Perilaku Mengonsumsi Gorengan. *Biokultur*, 11(1). <https://doi.org/10.20473/bk.v11i1.36220>
- Imran, A., & Rasul, M. (2020). Pengembangan Tempat Sampah Pintar Menggunakan Esp32. *Jurnal Media Elektrik*, 17(2).
- Moningga, C., Owena, A., & Herlita, H. (2020). Adaptasi Skala Identitas Etnis: Studi Pada Etnis Jawa Dan Etnis Tionghoa Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.6919>
- Nabilah, D., & Setiawan, R. F. (2023). Penerapan Kampanye Sosial “Makin Cakap Pikir” Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Pada Generasi Muda di Indonesia Melalui Platform Campaign. *Journal of Community Service*, 1(3).
- Novianti, N., Musa, D. T., & Darmawan, D. R. (2022). Analisis Wacana Kritis Sara Mills Tentang Stereotipe Terhadap Perempuan Dengan Profesi Ibu Rumah Tangga Dalam Film Rumput Tetangga. *Rekam*, 18(1). <https://doi.org/10.24821/rekam.v18i1.6893>

- Pertiwi, M., Ri'aeni, I., & Yusron, A. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru.” *Jurnal Audiens*, 1(1). <https://doi.org/10.18196/ja.1101>
- Prasetyo, J., Debora, F., Pupung, M., & Widodo, A. (2022). Perbaikan Desain Kemasan Makanan Ringan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Optimalisasi*, 8(1). <https://doi.org/10.35308/jopt.v8i1.5334>
- Purwaning Tyas, A. S. (2017). Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(2). <https://doi.org/10.22146/jpt.24970>
- Putri, B. T. C., Rahmawati, R., & Ilmar, N. (2023). Strategi Kampanye Politik Partai Nasdem Di Media Instagram Pada Pemilu 2019. *Journal of Politics and Democracy*, 2(2). <https://doi.org/10.61183/polikrasi.v2i2.21>
- Rifani, J. (2022). Efektivitas Produksi Ukm Dalam Upaya Meningkatkan Laba (Studi Kasus Makaroni Gula Merah Mama Asmi). *Administraus*, 6(3). <https://doi.org/10.56662/administraus.v6i3.246>
- RIKARNO, R. (2015). Film Dokumenter Sebagai Sumber Belajar Siswa. *Ekspresi Seni*, 17(1). <https://doi.org/10.26887/ekse.v17i1.71>
- Sardi, M., Nurhabibah, M., Tobing, B., Putri, A., & Nasution, A. M. (2021). Klaim Kandungan Zat Gizi pada Berbagai Kudapan (Snack) Tinggi Serat : Literature Review Nutritional Claim in Different Types of High Fiber Snack : Literature Review. *Jurnal Gizi Pangan*, 1(13).
- Sardi, M., Tobing, M. N. B., Putri, A. widani, Nasution, A. M., Pratiwi, A., Butar, K. A. B., Putri, R. N., Tumangger, S. H., & Sahira, S. (2021). Klaim kandungan zat gizi pada berbagai kudapan (snack) tinggi serat : literature review. *Andaliman: Jurnal Gizi Pangan, Klink Dan Masyarakat*, 1(13).
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1). <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5281>
- Silla, E. M., Dopong, M., Teuf, P. J., & Lipikuni, H. F. (2023). Kajian Etnosains pada Makanan Khas Usaku (Tepung Jagung) sebagai Media Belajar Fisika. *Jurnal Literasi Pendidikan Fisika (JLPF)*, 4(1). <https://doi.org/10.30872/jlpf.v4i1.2060>
- Sofiyah, S., Hadi, W. P., Qomaria, N., Fikriyah, A., & Rakhmawan, A. (2023). Pengembangan Film Dokumenter Berbasis Audio Visual Sebagai Media Pembelajaran Pada Materi Pencemaran Lingkungan. *Natural Science Education Research*, 6(1). <https://doi.org/10.21107/nser.v6i1.18979>

Telaumbanua, F., & Soufiyarno, M. (2020). Cara Pembuatan Film Dokumenter Bola - Bola Mimpi Di Ramzan Studio. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 6(1). <https://doi.org/10.46961/jip.v6i1.79>

Wibisono, G. (2019). Hidup Adalah Komedi: Analisis Filsafat Eksistensialisme Pada Teks Film 'Joker.' *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi, & Antropologi*, 3(2).
<https://doi.org/10.20961/habitus.v3i2.36069>