JURNAL TEKNIK INFORMATIKA DAN MULTIMEDIA Vol 6, No.2,Oktober 2026, pp. 161 - 169
p-ISSN : 2808-909X (print)
e-ISSN : 2798-2505 (online)
http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/JTIM · page 161
DOI : https://doi.org/10.51903/informatika.v6i2.1947

PERANCANGAN VIDEO DOKUMENTER DIGITAL UNTUK PELESTARIAN KULINER TRADISIONAL SAMBEL TUMPANG

Khozinatus Sadah[1*], Agus Wibowo[2], Agus Fahruddin[3], Santika Agmelia Miftakul Janah[4]
[1,2,3,4] Departemen Teknologi Multimedia Kreatif, Politeknik Elektronika Negeri Surabaya
Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, Telp: +62-31-5947280; Fax: +62-31-5946114, e-mail: zinsadah@pens.ac.id
[*] correspondence

ARTICLE INFO

Article history:

Received 10 July 2026
Received in revised form 20 August 2026
Accepted 15 September 2026
Available online 15 October 2026

ABSTRACT

Sambel Tumpang is a traditional Kediri dish made from over-fermented (semangit) tempeh that remains scarcely documented. This study designs a digital documentary video on Sambel Tumpang at Omah Tumpang eatery, Bujel, Botolengket, Kediri, to introduce and preserve this culinary heritage. Production followed pre-production (observation, existing-video study, interviews, scriptwriting), production (landscape shooting with varied angles), and post-production (CapCut editing and rendering). The video was published on social media and evaluated through an online survey of 29 respondents out of 1,139 views, using descriptive percentages. Of the respondents, 93.1% identified Kediri as the dish's origin, 44.8% knew it is made from semangit tempeh, 72.4% were interested in trying it, and 89.7% if it were offered for free. Because of the small sample and the absence of a pre-viewing measurement, the results are an initial picture of audience response, not statistical proof.

Keywords: Digital Documentary Video, Multimedia, Culinary Promotion, Sambel Tumpang, Kediri

Abstrak

Sambel Tumpang merupakan kuliner khas Kediri berbahan dasar tempe semangit yang masih jarang terdokumentasi. Penelitian ini merancang video dokumenter digital tentang Sambel Tumpang di Rumah Makan Omah Tumpang, Bujel, Botolengket, Kediri, untuk memperkenalkan dan melestarikan kuliner tradisional tersebut kepada masyarakat Kediri maupun luar Kediri. Produksi video melalui tahap pra-produksi (observasi, studi eksisting, wawancara, penyusunan naskah), produksi (pengambilan gambar format landscape dengan variasi sudut), dan pascaproduksi (penyuntingan dengan CapCut dan rendering), kemudian dipublikasikan melalui media sosial. Respons penonton dievaluasi melalui survei daring terhadap 29 responden dari 1.139 tayangan dengan analisis deskriptif persentase. Hasilnya, 93,1% responden menyebut Kediri sebagai asal Sambel Tumpang, 44,8% mengetahui bahan dasarnya tempe semangit, 72,4% tertarik mencoba, dan 89,7% tertarik mencoba apabila gratis. Karena sampel kecil dan tidak ada pengukuran sebelum menonton, hasil ini merupakan gambaran awal respons penonton, bukan bukti statistik peningkatan pengetahuan.

Received July 10, 2026; Accepted September 8, 2026; Available online October 15, 2026

p-ISSN : 2808-909X e-ISSN : 2798-2505

Kata Kunci: Video Dokumenter Digital, Multimedia, Promosi Kuliner, Sambel Tumpang, Kediri

1. PENDAHULUAN

Kuliner tradisional Indonesia memiliki keragaman yang mencerminkan kekayaan budaya di setiap daerah. Salah satu hidangan khas yang mencuri perhatian adalah Sambel Tumpang dari Kediri, Jawa Timur. Sambel Tumpang merupakan masakan berbahan dasar tempe semangit (tempe yang telah difermentasi lebih lanjut) yang dimasak bersama bumbu rempah dan santan, menghasilkan cita rasa gurih, pedas, dan sedikit asam yang khas.

Hidangan ini biasanya disajikan dengan nasi, sambal pecel, sayur rebus, dan lauk pelengkap seperti tempe, tahu, peyek, atau kerupuk. Keunikan Sambel Tumpang terletak pada penggunaan tempe semangit yang memberikan aroma kuat namun lezat setelah dimasak. Perpaduan cabai, bawang, dan santan menjadikan sambal ini tidak hanya menggugah selera, tetapi juga memiliki nilai historis dan budaya yang tinggi bagi masyarakat Kediri. Sambel Tumpang bukan sekadar makanan, melainkan bagian dari identitas kuliner lokal yang diwariskan secara turun-temurun.

Di tengah perkembangan teknologi multimedia, dokumentasi kuliner tradisional melalui media digital seperti video dokumenter menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk memperkenalkan dan melestarikan warisan kuliner tersebut kepada masyarakat yang lebih luas, khususnya generasi muda yang akrab dengan konten digital. Namun, dokumentasi audiovisual Sambel Tumpang khas Kediri masih terbatas. Tujuan penelitian ini adalah (1) merancang dan memproduksi video dokumenter digital tentang Sambel Tumpang di Omah Tumpang melalui tahapan riset, penyusunan naskah, pengambilan gambar, dan penyuntingan; (2) memperjelas penerapan konsep visual, struktur cerita, dan teknik pengambilan gambar dalam produksi video dokumenter kuliner; (3) mempublikasikan video melalui media sosial sebagai media penyebaran informasi; dan (4) mengevaluasi respons penonton setelah menyaksikan video, khususnya terkait pengetahuan dan ketertarikan terhadap Sambel Tumpang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian mengenai eksplorasi kuliner tradisional Jawa Timur sebagai warisan budaya takbenda pernah dilakukan oleh Sari dan Lestari [1], yang menyoroti pentingnya dokumentasi kuliner daerah untuk menjaga identitas budaya lokal. Dari sisi kajian pangan, Wulandari dkk. [2] melakukan analisis fisikokimia, sensori, dan mikrobiologis terhadap Sambel Tumpang, namun penelitian tersebut berfokus pada varian Sambel Tumpang (tumpang koyor) dari Salatiga, Jawa Tengah, sehingga varian Sambel Tumpang khas Kediri, Jawa Timur, yang menjadi objek penelitian ini masih jarang terdokumentasi secara ilmiah.

Di sisi lain, penggunaan video sebagai media promosi dan pelestarian budaya telah banyak diteliti. Lestari, Ramadhan, dan Saputri [3] serta Abdul Baqi, Mayasari, dan Rosmawati [4] merancang video promosi untuk rumah makan dengan tahapan produksi media (pra-produksi, produksi, pascaproduksi) yang serupa dengan pendekatan penelitian ini, meski keduanya berfokus pada promosi bisnis kuliner secara umum tanpa unsur pelestarian budaya. Wibowo dan Qais [5] menguji efektivitas video dokumenter ekspositori sebagai media promosi budaya Tari Boran pada Generasi Z menggunakan desain kuasi eksperimen dengan uji N-Gain dan *Paired Sample t-Test*, dan menemukan bahwa video dokumenter secara signifikan meningkatkan pemahaman serta minat generasi muda terhadap kesenian tradisional. Pada ranah kuliner, Manah dan Yudhawasthi [6] mengkaji pemanfaatan digital storytelling melalui TikTok dalam promosi kuliner Bekasi sebagai cara memperkenalkan kuliner lokal kepada khalayak yang lebih luas.

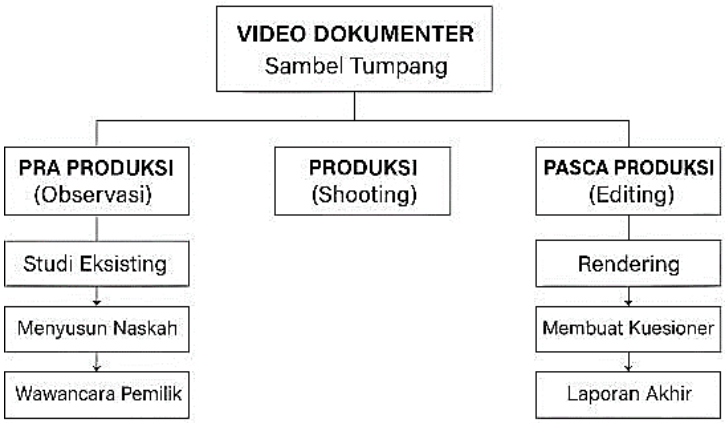
Berdasarkan tinjauan tersebut, penelitian mengenai video dokumenter sebagai media pelestarian Sambel Tumpang khas Kediri secara khusus belum ditemukan. Penelitian ini melengkapi kajian sebelumnya dengan menguraikan secara rinci proses produksi video dokumenter (konsep visual, struktur cerita, dan teknik pengambilan gambar), strategi publikasinya melalui media sosial, serta evaluasi respons penonton melalui survei kuesioner, dengan Sambel Tumpang Kediri sebagai studi kasus.

p-ISSN : 2808-909X e-ISSN : 2798-2505

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. *Pendekatan dan Alur Penelitian*

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan yang saling melengkapi. Perancangan dan produksi video dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, sebagaimana banyak diterapkan pada studi kuliner daerah untuk memahami karakteristik, aspek budaya, produksi, dan pemasaran makanan tradisional. Evaluasi respons penonton dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui survei (Subbab 3.6). Proses produksi dibagi menjadi tiga tahap utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Video yang dihasilkan kemudian dipublikasikan dan dievaluasi (Subbab 3.5 dan 3.6).



Gambar 1. Alur pembuatan video dokumenter Sambel Tumpang

3.2. *Pra-produksi*

Tahap pra-produksi bertujuan menyiapkan berbagai kebutuhan sebelum produksi dilaksanakan, meliputi observasi, studi eksisting, penyusunan naskah, dan wawancara. Setiap kegiatan menghasilkan informasi yang menjadi dasar penentuan konsep dan arah penyajian video.

3.2.1. *Observasi*

Tahap awal dilakukan dengan mencari penjual pecel yang menyediakan Sambel Tumpang di wilayah Kota dan Kabupaten Kediri. Riset awal dilakukan melalui penelusuran informasi dan bertanya kepada beberapa kerabat yang berasal dari Kediri untuk memperoleh rekomendasi tempat kuliner yang sesuai dengan objek penelitian. Setelah menemukan Rumah Makan Omah Tumpang di Bujel, Botolengket, Kediri, dilakukan survei langsung ke lokasi untuk mengetahui kondisi tempat serta mengamati aktivitas penyajian Sambel Tumpang. Pada tahap ini juga dilakukan komunikasi langsung dengan pemilik rumah makan untuk memperoleh izin dokumentasi dan pengambilan gambar.

3.2.2. *Studi Eksisting*

Studi eksisting dilakukan dengan mengumpulkan dan mengamati beberapa video dokumenter maupun video promosi bertema Sambel Tumpang atau kuliner (Gambar 2). Kajian terhadap referensi tersebut digunakan untuk menentukan pendekatan visual, gaya penyajian, dan teknik penyampaian informasi. Referensi dipilih berdasarkan kemampuannya menyampaikan informasi secara jelas, menarik, dan mudah dipahami penonton.

p-ISSN : 2808-909X e-ISSN : 2798-2505



Gambar 2. Pencarian referensi video Sambel Tumpang (sumber: tangkapan layar video pada media sosial TikTok dengan nama akun @Kendria cahaya gantari, https://vt.tiktok.com/ZSbE12C42/)

3.2.3. *Wawancara*

Wawancara dilakukan dengan pemilik atau pihak yang mengetahui proses pengolahan Sambel Tumpang di Omah Tumpang. Wawancara bertujuan memperoleh informasi langsung mengenai sejarah atau awal mula berjualan, bahan yang digunakan, proses pembuatan, dan karakteristik rasa, serta pertanyaan lain yang relevan dengan penyajian kuliner tersebut. Hasil wawancara menjadi sumber informasi dalam penyusunan naskah dan alur cerita, sehingga konten video bersandar pada keterangan narasumber.

3.2.4. *Penyusunan Naskah*

Naskah disusun berdasarkan hasil observasi, studi eksisting, dan wawancara. Naskah berfungsi sebagai pedoman alur cerita, urutan penyampaian informasi, narasi, serta kebutuhan visual selama produksi. Isi naskah mencakup pengenalan Sambel Tumpang dan informasi mengenai Rumah Makan Omah Tumpang, dengan tujuan agar informasi runtut dan mudah dipahami penonton.

3.2.5. *Konsep Visual dan Struktur Cerita*

Video dirancang dengan gaya informatif yang memadukan narasi (*voice-over*) dan wawancara narasumber, didukung visual suasana serta proses pembuatan hidangan. Secara visual, video diambil dalam format *landscape* agar objek dan lingkungan rumah makan tampil lebih luas, dengan *Medium Shot* untuk wawancara dan variasi sudut, termasuk *high angle*, untuk gambar hidangan dan proses pengolahan. Musik latar, teks, dan efek visual ditambahkan seperlunya agar tampilan tidak mengganggu informasi. Struktur cerita disusun dari pengenalan umum ke informasi yang lebih spesifik, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Struktur cerita video

No	Bagian	Isi dan sumber informasi	Visual dan audio
1	Pembuka	Pengenalan Sambel Tumpang dan kekhasannya (tempe semangit, rempah, santan)	Gambar hidangan, narasi (*voice-over*), musik latar
2	Mengenal Omah Tumpang	Lokasi (Bujel, Botolengket, Kediri) serta lingkungan dan suasana rumah makan	Gambar lingkungan format *landscape*, narasi

p-ISSN : 2808-909X e-ISSN : 2798-2505

No	Bagian	Isi dan sumber informasi	Visual dan audio
3	Wawancara narasumber	Sejarah awal berjualan, bahan, proses pembuatan, dan karakteristik rasa	*Medium Shot* narasumber, suara narasumber, teks
4	Proses pengolahan dan penyajian	Aktivitas pengolahan dan penyajian Sambel Tumpang	Variasi sudut (*high angle* dan lainnya), musik latar
5	Penutup	Ajakan pemilik Rumah Makan Omah Tumpang kepada masyarakat Kediri dan sekitarnya untuk berkunjung dan mencoba Sambel Tumpang.	Wawancara pemilik warung yang menyampaikan ajakan berkunjung, dilanjutkan dengan *footage* proses penjual menyajikan pecel tumpang dan musik latar.

3.3. *Produksi*

Tahap produksi adalah pelaksanaan pengambilan gambar dan suara berdasarkan konsep dan naskah, dilakukan langsung di Rumah Makan Omah Tumpang dengan menggunakan tiga unit telepon genggam, yaitu dua unit untuk merekam video dan satu unit untuk merekam audio (untuk wawancara). Penggunaan perangkat tersebut bertujuan untuk memperoleh materi visual dan audio yang dibutuhkan dalam proses pembuatan video dokumenter. Cakupan pengambilan gambar dan teknik yang digunakan dirangkum pada Tabel 2, dan salah satu sesi pengambilan gambar ditunjukkan pada Gambar 3. Setiap pengambilan gambar mempertimbangkan komposisi, sudut pengambilan, pencahayaan, dan variasi *shot* agar visual mendukung informasi dan alur cerita.

Tabel 2. Cakupan dan teknik pengambilan gambar

Objek	Teknik	Tujuan
Lingkungan dan suasana rumah makan	Format *landscape* dengan variasi komposisi	Memberi ruang visual lebih luas bagi objek dan lingkungan sekitar
Aktivitas penyajian dan proses pengolahan Sambel Tumpang	*High angle* dan variasi sudut lain sesuai objek	Memperlihatkan hidangan dan proses pembuatan secara jelas
Wawancara narasumber	*Medium shot*	Menampilkan narasumber beserta sebagian lingkungan sekitarnya

Pemilihan teknik pengambilan gambar disesuaikan dengan karakter objek agar informasi mengenai lingkungan, narasumber, hidangan, dan proses pengolahan dapat terlihat dengan jelas.



Gambar 3. Tahap pengambilan video (*footage*)

p-ISSN : 2808-909X e-ISSN : 2798-2505

3.4. *Pascaproduksi*

Tahap pascaproduksi mengolah materi audio dan visual hasil produksi menjadi video yang utuh. Penyuntingan dilakukan secara mandiri menggunakan CapCut (Gambar 4): footage diseleksi, dipotong, dan dirangkai sesuai alur cerita; durasi disesuaikan; wawancara dan narasi disusun; serta ditambahkan *voice-over*, musik latar, teks, dan efek visual seperlunya. Pada tahap *rendering*, seluruh komponen audio dan visual diolah menjadi satu berkas video dengan format, resolusi, dan kualitas yang disesuaikan dengan media publikasi (dengan format MP4, orientasi *landscape*, dan resolusi 1920 × 1080 piksel. Video yang dihasilkan memiliki durasi akhir 4 menit 24 detik). Hasil *rendering* diperiksa kembali untuk memastikan tidak ada kesalahan pada gambar, suara, teks, maupun transisi sebelum dipublikasikan.



Gambar 4. Proses editing menggunakan CapCut

3.5. *Strategi Publikasi dan Distribusi*

Video dipublikasikan melalui media sosial TikTok dengan nama akun @ kafxiez0z pada tanggal 9 Juni 2025. Media sosial dipilih karena menjangkau khalayak yang luas, termasuk generasi muda dan masyarakat di luar Kediri, sejalan dengan kajian Manah dan Yudhawasthi [6] tentang pemanfaatan TikTok untuk mempromosikan kuliner lokal. Tautan kuesioner (Google Forms) dibagikan bersama video agar penonton dapat langsung memberi tanggapan. Untuk pengembangan berikutnya, video dapat diunggah pula ke YouTube sebagai arsip jangka panjang yang mudah ditemukan melalui pencarian, dilengkapi judul, deskripsi, dan kata kunci yang memuat nama kuliner dan lokasinya, kemudian dibagikan ulang melalui media sosial lain.

3.6. *Desain Evaluasi*

Evaluasi respons penonton menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring (Google Forms) yang dibagikan bersama video di media sosial, sejak video diunggah pada 9 Juni 2025 dan tetap dapat diisi selama periode pengumpulan data, kepada penonton yang telah menyaksikan video. Kuesioner terdiri atas lima pertanyaan yang mengukur dua aspek: pengetahuan (pertanyaan 1, 2, dan 4) dan ketertarikan (pertanyaan 3 dan 5), seperti dirinci pada Tabel 3. Data dianalisis secara deskriptif dalam bentuk persentase untuk melihat kecenderungan respons. Evaluasi dilakukan setelah penonton menyaksikan video sehingga hasilnya digunakan untuk menggambarkan respons penonton, bukan untuk mengukur peningkatan pengetahuan sebelum dan sesudah menonton.

p-ISSN : 2808-909X e-ISSN : 2798-2505

Tabel 3. Indikator evaluasi

No	Pertanyaan	Aspek
1	Pengetahuan tentang Sambel Tumpang setelah menonton video	Pengetahuan
2	Asal daerah Sambel Tumpang	Pengetahuan
3	Ketertarikan untuk mencoba Sambel Tumpang	Ketertarikan
4	Pengetahuan bahwa Sambel Tumpang berbahan dasar tempe semangit (fermentasi)	Pengetahuan
5	Ketertarikan mencoba Sambel Tumpang secara gratis apabila diberi kesempatan	Ketertarikan

Responden berjumlah 29 orang yang mengisi kuesioner secara sukarela setelah menonton video. Saat pengumpulan data direkapitulasi, video telah memperoleh 1.139 tayangan, yaitu akumulasi sejak video diunggah pada 9 Juni 2025. Dengan demikian, pengisian kuesioner tidak terbatas pada hari pengunggahan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan berpartisipasi. Responden berasal dari penonton yang membuka tautan kuesioner. Dengan demikian, 29 responden (sekitar 2,5% dari tayangan) tidak merepresentasikan seluruh penonton, dan hasilnya digunakan sebagai gambaran awal respons audiens.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. *Hasil Produksi dan Publikasi Video*

Penelitian ini menghasilkan video dokumenter berjudul "Sambel Tumpang Omah Tumpang" dengan durasi 4 menit 24 detik yang memuat pengenalan mengenai Sambel Tumpang, profil Omah Tumpang, wawancara pemilik, serta proses pengolahan dan penyajian sesuai struktur pada Tabel 1. Video dipublikasikan melalui media sosial dan memperoleh 1.139 tayangan sejak diunggah pada 9 Juni 2025 hingga data evaluasi direkapitulasi. Jumlah tayangan kemudian bertambah menjadi 1.142 ketika tangkapan layar untuk dokumentasi pada Gambar 5 diambil. Perbedaan jumlah tersebut terjadi karena pengambilan tangkapan layar dilakukan setelah periode pengumpulan data.



Gambar 5. Tampilan video Omah Tumpang di media sosial

p-ISSN : 2808-909X e-ISSN : 2798-2505

4.2. *Respons Penonton*

Kuesioner diisi oleh 29 responden. Seluruh pertanyaan diajukan setelah responden menonton video, sehingga hasilnya menggambarkan pengetahuan dan ketertarikan pada saat itu, bukan perubahan dari kondisi sebelumnya. Rangkuman jawaban disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil kuesioner (n = 29)

Pertanyaan	Distribusi jawaban
1. Pengetahuan tentang Sambel Tumpang	Tidak tahu sama sekali 24,1%; pernah mendengar, tetapi belum pernah mencoba 27,6%; tahu dan pernah mencoba 34,5%; tahu dan sering mengonsumsi 13,8%.
2. Asal daerah	Kediri, Jawa Timur 93,1%; tidak tahu 6,9%
3. Ketertarikan mencoba	Sangat tertarik 27,6%; tertarik 44,8%; netral 20,7%; tidak tertarik 6,9%
4. Bahan dasar tempe semangit	Tahu 44,8%; pernah mendengar 34,5%; tidak tahu 20,7%
5. Ketertarikan mencoba secara gratis	Sangat tertarik 48,3%; tertarik 41,4%; ragu-ragu 3,4%; tidak tertarik 6,9%

4.3. *Pembahasan*

Pengetahuan. Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 29 responden. Sebanyak 93,1% responden menyebut Kediri sebagai asal Sambel Tumpang, sedangkan 6,9% responden belum mengetahuinya. Mengenai pengetahuan tentang Sambel Tumpang, sebanyak 24,1% responden menyatakan tidak tahu sama sekali, 27,6% pernah mendengar namun belum pernah mencoba, 34,5% mengetahui dan pernah mencoba, serta 13,8% mengetahui dan sering mengonsumsi Sambel Tumpang. Sementara itu, terkait bahan dasar tempe semangit, 44,8% responden menyatakan mengetahui bahan tersebut, 34,5% pernah mendengarnya, dan 20,7% tidak mengetahuinya. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan responden mengenai Sambel Tumpang dan bahan dasarnya masih beragam. Artinya, sebagian penonton baru mengenal Sambel Tumpang, dan video berpotensi menjadi pintu masuk perkenalan bagi kelompok ini. Karena tidak ada pengukuran sebelum menonton, peningkatan pengetahuan tidak dapat dipastikan; pengetahuan yang terukur dapat berasal dari video maupun dari pengalaman responden sebelumnya.

Ketertarikan. Sebanyak 72,4% responden tertarik atau sangat tertarik untuk mencoba Sambel Tumpang sedangkan 20,7% menyatakan netral dan 6,9% tidak tertarik. Pada pertanyaan mengenai ketertarikan mencoba Sambel Tumpang secara gratis, sebanyak 89,7% responden menyatakan sangat tertarik atau tertarik, 3,4% menyatakan ragu-ragu, dan 6,9% menyatakan tidak tertarik. Hasil tersebut menunjukkan adanya ketertarikan yang cukup tinggi terhadap kuliner yang ditampilkan dalam video dokumenter. Meskipun demikian, ketertarikan yang dinyatakan melalui kuesioner belum dapat diartikan sebagai bukti bahwa responden benar-benar melakukan pembelian atau mencoba Sambel Tumpang setelah menonton video. Temuan ini memberikan gambaran bahwa penyajian informasi kuliner melalui video dokumenter digital berpotensi menarik perhatian audiens dan mendorong minat untuk mengenal kuliner tradisional lebih lanjut. Pola ini menunjukkan respons positif penonton yang mengisi kuesioner.

Kaitan dengan penelitian terdahulu. Temuan ini sejalan dengan arah hasil Wibowo dan Qais [5] bahwa video dokumenter dapat meningkatkan pemahaman dan minat generasi muda terhadap budaya tradisional, serta dengan kajian Manah dan Yudhawasthi [6] yang memandang digital storytelling di media sosial sebagai sarana memperkenalkan kuliner lokal kepada khalayak yang lebih luas. Namun, penelitian [5] menggunakan uji inferensial (N-Gain dan *Paired Sample t-Test*), sedangkan penelitian ini hanya menggunakan analisis deskriptif persentase.

Keterbatasan. Pertama, responden hanya 29 orang dengan *accidental sampling*, dan penonton yang bersedia mengisi kuesioner kemungkinan lebih tertarik pada kuliner sehingga hasilnya dapat condong positif. Kedua, tidak ada pretest-posttest, sehingga peningkatan pengetahuan belum diuji secara statistik. Ketiga, kuesioner belum menilai kualitas video (isi, visual, audio, dan keterpaduan narasi) secara langsung. Keempat, publikasi baru melalui satu media sosial sehingga jangkauan penonton belum beragam.

p-ISSN : 2808-909X e-ISSN : 2798-2505

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. *Kesimpulan*

Penelitian ini merancang video dokumenter Sambel Tumpang di Omah Tumpang melalui tahap riset, penyusunan naskah, pengambilan gambar, dan penyuntingan, kemudian mempublikasikannya melalui media sosial. Konsep visual yang diterapkan berupa gaya informatif yang memadukan narasi, wawancara narasumber, dan variasi sudut pengambilan gambar (*medium shot* dan *high angle*) dengan struktur cerita dari pengenalan umum ke informasi yang lebih spesifik. Survei terhadap 29 responden menunjukkan respons positif: 93,1% mengenali asal Sambel Tumpang, 44,8% mengetahui bahan dasarnya, sedangkan 34,5% pernah mendengar bahan tersebut dan 20,7% belum mengetahuinya. Dari aspek ketertarikan, sebanyak 72,4% responden menyatakan tertarik atau sangat tertarik untuk mencoba Sambel Tumpang. Persentase tersebut meningkat menjadi 89,7% pada pertanyaan mengenai ketertarikan mencoba Sambel Tumpang secara gratis. Hasil ini mengindikasikan bahwa video dokumenter digital berpotensi menjadi media pengenalan dan pelestarian kuliner tradisional, meskipun efektivitasnya belum dapat disimpulkan secara statistik.

Kontribusi utama penelitian ini adalah menghadirkan salah satu dokumentasi audiovisual mengenai Sambel Tumpang khas Kediri, sekaligus menguraikan proses produksi dan publikasinya sebagai rujukan awal bagi penelitian multimedia tentang kuliner tradisional daerah di Indonesia.

5.2. *Saran*

Penelitian selanjutnya disarankan (1) melibatkan responden yang lebih banyak dan beragam; (2) menerapkan desain pretest-posttest dengan uji statistik seperti N-Gain atau *Paired Sample t-Test*; (3) menambahkan penilaian kualitas video, seperti kesesuaian isi, kejelasan informasi, kualitas visual dan audio, serta keterpaduan narasi dengan gambar; (4) memperluas distribusi video ke platform lain seperti YouTube dan membandingkan jangkauan antarplatform; dan (5) mengembangkan pendekatan serupa pada kuliner tradisional lain sebagai upaya pelestarian budaya yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] R. N. Sari and D. Lestari. “Eksplorasi kuliner tradisional Jawa Timur sebagai warisan budaya takbenda”. *Jurnal Gastronomi Indonesia*, vol. 4, no. 1, pp. 22–29, 2020.

[2] D. Wulandari et al. “Physicochemical, sensory analysis and gastronomic significance of Sambal Tumpang as a traditional Javanese fermented condiment”. *Discover Food*, vol. 6, art. no. 22, Dec. 2025, https://doi.org/10.1007/s44187-025-00751-6.

[3] K. S. Lestari, A. Ramadhan, and A. I. Saputri. “Media video marketing sebagai sarana promosi pada Rumah Makan Saung Kecapi”. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 2, pp. 236–250, Aug. 2023, https://doi.org/10.33050/mavib.v4i2.2706.

[4] M. P. Abdul Baqi, Mayasari, and M. F. Rosmawati. “Perancangan video sebagai media promosi pada Restoran Gubug Makan Mang Engking Citra Raya”. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 5, no. 1, pp. 118–127, Feb. 2024.

[5] A. Wibowo and A. N. Azzam Qais. “Efektivitas video dokumenter ekspositori sebagai media promosi Tari Boran”. *MAVIB Journal: Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 7, no. 2, pp. 238–247, Aug. 2026, https://doi.org/10.33050/mavib.v7i2.4258.

[6] M. Manah and C. M. Yudhawasthi. “Digital storytelling melalui media sosial TikTok dalam promosi kuliner Bekasi”. *Scriptura*, vol. 14, no. 1, pp. 25–33, 2024, https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.25-33.