

Harmony in Every Bite: Komunikasi Budaya melalui Inovasi Dorayaki Fruit Sando pada Event Kampung Jepang

Yexy Margareta Sari¹, Fadhilah Rahmah Ilmiyah², Divqa Wahyuningtyasty³, Wulan Anggraini⁴,
Revalani Septania A S⁵, Daffa Hilmi⁶, Erlanda Putrakusuma⁷, Rafael William⁸, Bernardino R. A.
Tokan⁹, Nara Garini Ayuningrum¹⁰

¹⁻¹⁰Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*e-mail korespondensi: yexysari@gmail.com¹

Abstrak

Perkembangan globalisasi mendorong terjadinya interaksi budaya yang semakin luas, salah satunya melalui penyelenggaraan festival budaya dan inovasi di bidang kuliner. Kuliner tidak hanya sebagai kebutuhan tetapi juga menjadi media komunikasi budaya yang memperkenalkan nilai dan identitas suatu bangsa kepada masyarakat. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan konsep Harmony in Every Bite melalui inovasi Dorayaki Fruit Sando pada Event Kampung Jepang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan hasil pelaksanaan kegiatan. Produk ini tidak hanya menawarkan cita rasa yang unik, tetapi menjadi sarana memperkenalkan antarbudaya yaitu Negara Indonesia dan Jepang. Dengan konsep Harmony in Every Bite membuktikan bahwa inovasi kuliner memiliki potensi sebagai media komunikasi budaya dan juga memberikan pengembangan kreatif produk berbasis budaya.

Kata kunci: Komunikasi budaya, Inovasi kuliner, Harmony in Every Bite, Dorayaki Fruit Sando, Event Kampung Jepang

Abstrak

The advancement of globalization has spurred increasingly widespread cultural interaction, one example of which is the organization of cultural festivals and innovations in the culinary field. Cuisine is not merely a necessity but also serves as a medium of cultural communication that introduces a nation's values and identity to the public. This article aims to describe the concept of "Harmony in Every Bite" through the innovation of Dorayaki Fruit Sando at the Kampung Jepang Event. This study employs a descriptive qualitative approach, utilizing data collection techniques such as observation, documentation, and the results of the event's implementation. This product not only offers a unique flavor but also serves as a means of fostering intercultural exchange between Indonesia and Japan. The "Harmony in Every Bite" concept demonstrates that culinary innovation has the potential to serve as a medium for cultural communication and to foster the creative development of culture-based products.

Keywords: Cultural Exchange, Culinary Innovation, Harmony in Every Bite, Dorayaki Fruit Sando, Japanese Village Event

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, interaksi dan pertukaran budaya antarnegara semakin mudah terjadi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya festival budaya internasional yang

diselenggarakan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Salah satu festival yang menarik perhatian masyarakat adalah festival budaya Jepang. Melalui kegiatan ini, masyarakat semakin mengenal berbagai aspek budaya Jepang mulai dari kesenian, Bahasa, budaya populer, hingga kuliner. Oleh karena itu, festival budaya tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi media komunikasi antarbudaya yang mempererat hubungan dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap budaya Jepang. (Sihabudin, 2022) Komunikasi antar budaya adalah proses komunikasi yang terjadi antara individu atau kelompok dengan latar budaya yang berbeda. Dalam hal itu, budaya memengaruhi cara seseorang memahami komunikasi membangun pemahaman antarbudaya.

Selain sebagai kebutuhan sehari-hari, kuliner merupakan salah satu bagian yang paling mudah di kenal oleh masyarakat. Melalui makanan, seseorang tidak hanya menikmati rasa, tetapi juga dapat mengenal tradisi dan identitas budaya yang ada dibaliknya. Makanan khas Jepang saat ini semakin mudah ditemukan di Indonesia dan mendapat respon positif dari masyarakat. Menariknya, beberapa jenis makanan mulai dikembangkan dengan menyesuaikan bahan maupun cita rasa lokal dengan selera masyarakat Indonesia. Dengan demikian, kuliner tidak hanya menjadi produk yang dikonsumsi, tetapi juga menjadi media komunikasi budaya yang menyampaikan identitas suatu negara sekaligus menciptakan ruang interaksi antara budaya global dan budaya lokal (Fatimah, 2025).

Beberapa penelitian telah menjelaskan bahwa festival budaya menjadi media komunikasi antarbudaya, sedangkan kuliner Jepang di Indonesia menunjukkan adanya proses adaptasi dengan budaya lokal. (Apriliani, 2026). Namun, masih sedikit penelitian yang mengkaji bagaimana perpaduan kuliner Jepang dengan bahan lokal Indonesia yang dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi budaya dalam kegiatan festival budaya. Padahal inovasi itu memiliki potensi untuk memperkenalkan budaya Jepang dengan mudah kepada masyarakat Indonesia.

Melihat semakin berkembangnya perpaduan budaya dalam dunia kuliner, kami menghadirkan Dorayaki Fruit Sando dengan mengusung tema Harmony in Every Bite. Produk ini menggabungkan kuliner khas Jepang dengan buah lokal Indonesia sebagai bentuk perpaduan budaya yang diharapkan dapat memberikan pengalaman baru bagi masyarakat. Konsep tersebut kemudian kita wujudkan melalui partisipasi dalam event Kampung Jepang, tidak hanya produk yang disajikan tetapi juga melalui desain kemasan dan penataan stand yang bernuansa budaya Jepang. Melalui kegiatan ini, kami ingin menunjukkan bahwa kuliner dapat menjadi media untuk mengenalkan budaya dengan mudah di terima oleh masyarakat. Oleh karena itu, artikel ini mendeskripsikan penerapan konsep Harmony in Every Bite melalui inovasi Dorayaki Fruit Sando sebagai media komunikasi budaya pada Event Kampung Jepang.

METODE

Kegiatan ini merupakan praktikum entrepreneurship komunikasi yang dilakukan melalui pengembangan produk Dorayaki Fruit Sando dengan mengusung tema Harmony in Every Bite. Praktikum merupakan metode yang mengarahkan mahasiswa belajar berdasarkan pengalaman konkret sehingga memperoleh kesempatan untuk menguji dan melaksanakan teori dalam keadaan nyata (Afifi, 2020). Produk Dorayaki Sando ini dikenalkan kepada masyarakat melalui Event Kampung Jepang sebagai upaya mengenalkan kuliner dengan perpaduan budaya Jepang dan Indonesia. Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan serta penerapan konsep komunikasi budaya dalam produk yang di kembangkan.

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2026 di Kampung Jepang Surabaya dalam rangka Event Social Preneurship 1.0, Event Kolaborasi Prodi Administrasi Bisnis dan Ilmu komunikasi Fisip Untag Surabaya dengan Kampung Jepang Surabaya. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu dengan menyusun konsep produk, menyiapkan bahan baku, membuat Dorayaki Fruit Sando, mendesai kemasan, menata stand, dan memasarkan produk selama kegiatan berlangsung serta mendokumentasikan seluruh rangkaian kegiatan. Data yang di peroleh menjadi acuan analisis untuk menggambarkan proses pelaksanaan kegiatan dan konsep inovasi Dorayaki Fruit Sando dengan tema Harmony in Every Bite di Event Kampung Jepang Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai bagian dari Kampung Jepang, kami menghadirkan inovasi produk Dorayaki Fruit Sando dengan tema Harmony in Every Bite. Tema ini dipilih karena sesuai dengan konsep produk yang memadukan unsur budaya Jepang dan Indonesia dalam satu sajian. Perpaduan tersebut di kombinasi dari dorayaki dan fruit sando khas Jepang dengan buah lokal Indonesia, yaitu strawberry dan mangga. Menggunakan buah lokal tidak hanya memberikan cita rasa bagi masyarakat Indonesia, tetapi menjadi symbol bahwa budaya berbeda dapat di padukan secara harmonis. Konsep Harmony in Every Bite tidak hanya terlihat pada produk penyajian tetapi juga di tetapkan pada kemasan dan penataan stand yang mengusung nuansa Jepang, sehingga pengunjung dapat menikmati produk sekaligus merasakan pengalaman budaya didalamnya.



Gambar 1. Produk Dorayaki Fruit Sando

Strengths

(Kekuatan) dari produk kami yakni bentuk dorayaki sando yang memperlihatkan isian warna-warni seperti potongan buah segar dan krim yang sangat instagrammable, sehingga memudahkan pemasaran organik di media sosial. Perpaduan antara kulit dorayaki yang lembut dan manis dengan isian krim yang ringan serta buah yang segar memberikan pengalaman rasa yang premium. Isian bisa dimodifikasi dengan mudah sesuai dengan tren, misalnya rasa matcha, tiramisu, atau varian buah musiman. Dorayaki sando sendiri mudah dikonsumsi di mana saja tanpa memerlukan alat makan tambahan sehingga memiliki kesan praktis. Weaknesses (Kelemahan) dari produk kami yakni bahan fresh cream dan buah asli, proses penyimpanan pendingin agar tidak rusak, dan kemasan produk ini karena bahan-bahan tersebut merupakan tantangan. Opportunities (Peluang) dari produk ini karena terbelang sangat tinggi dan mudah dikenali oleh masyarakat, serta dikemas dengan wadah yang praktis. Threats (Ancaman) dari produk ini yakni banyak pesaing yang menjual makanan ini tanpa memerlukan pertambahan modal. Produk ini juga akan mudah untuk dipasarkan terlebih lokasi pemasaran yang akan dituju berpotensi tinggi menarik pengunjung untuk mencoba. Strengths (Kekuatan) dari produk kami yakni bentuk dorayaki sando yang memperlihatkan isian warna-warni seperti potongan buah segar dan krim yang sangat instagrammable, sehingga memudahkan pemasaran organik di media sosial. Perpaduan antara kulit dorayaki yang lembut dan manis dengan isian krim yang ringan serta buah yang segar memberikan pengalaman rasa yang premium. Isian bisa dimodifikasi dengan mudah sesuai dengan tren, misalnya rasa matcha, tiramisu, atau varian buah musiman. Dorayaki sando sendiri mudah dikonsumsi di mana saja tanpa memerlukan alat makan tambahan sehingga memiliki kesan praktis. Weaknesses (Kelemahan) dari produk kami yakni bahan fresh cream dan buah asli, proses penyimpanan pendingin agar tidak rusak, dan kemasan produk ini karena bahan-bahan tersebut merupakan tantangan. Opportunities (Peluang) dari produk ini karena terbelang sangat tinggi dan mudah dikenali oleh masyarakat, serta dikemas dengan wadah yang praktis. Threats (Ancaman) dari produk ini yakni banyak pesaing yang menjual makanan ini tanpa memerlukan pertambahan modal. Produk ini juga akan mudah untuk dipasarkan terlebih lokasi pemasaran yang akan dituju berpotensi tinggi menarik pengunjung untuk mencoba.



Gambar 2. Dokumentasi bersama pengunjung

Selama kegiatan berlangsung Dorayaki Fruit Sando mendapat respon yang cukup baik dari pengunjung. Produk yang kami tawarkan berhasil menarik perhatian karena menghadirkan konsep yang berbeda dari jajanan pada umumnya. Banyak pengunjung yang tertarik untuk mengetahui perpaduan antara Dorayaki dan Fruit Sando dengan buah lokal Indonesia sebelum memutuskan untuk membeli. Interaksi tersebut menjadi kesempatan bagi kami untuk menjelaskan makna dibalik tema Harmony in Every Bite sehingga pengunjung tidak hanya membeli produk tetapi memahami konsep perpaduan budaya. Dari hasil penjualan sekitar 40 produk yang berhasil kami jual secara langsung, dan juga melebihi target kami. Kedua varian favorit bagi mereka sehingga tidak ada perbedaan yang signifikan dalam penjualan. Hasil penjualan mampu menutup seluruh biaya produksi meskipun keuntungan yang kita dapatkan relatif terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa produk kami memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

Keberhasilan kegiatan ini dipengaruhi oleh beberapa hal. Salah satunya adalah tema Harmony in Every Bite yang menjadi identitas utama produk sehingga mudah dikenal pengunjung. Selain itu penggunaan buah lokal seperti strawberry dan mangga membuat cita rasa Dorayaki Fruit Sando lebih mudah di terima selera orang Indonesia. Selain itu, terdapat beberapa kendala selama kegiatan berlangsung, terdapat beberapa pengunjung yang belum mengenal konsep kami sehingga perlu menjelaskan mengenai produk kami. Dengan kegiatan ini memberikan pengalaman yang bermanfaat bagi kami, terutama mengembangkan produk, berkomunikasi, serta memahami strategi pemasaran.

Pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa inovasi kuliner dapat menjadi salah satu media untuk memperkenalkan budaya kepada masyarakat dengan mudah, melalui tema Harmony in Every Bite berhasil mewujudkan sebuah produk yang tidak hanya menawarkan cita rasa, tetapi juga menyampaikan makna mengenai harmony antara dua budaya. Oleh karena itu pengunjung lebih mudah memahami konsep ketika disampaikan melalui makanan yang dapat mereka lihat, rasakan, dan nikmati secara langsung.

KESIMPULAN

Dengan mengusung tema Harmony in Every Bite, praktikum entrepreneurship komunikasi dengan inovasi Dorayaki Fruit Sando menunjukkan bahwa inovasi kuliner dapat digunakan sebagai alat komunikasi budaya untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya Jepang kepada masyarakat sambil mempertahankan unsur-unsur budaya lokal Indonesia. Melalui partisipasi pada Event Kampung Jepang, konsep perpaduan budaya tidak hanya diwujudkan melalui produk yang ditawarkan, tetapi juga melalui kemasan, penataan stan,

serta interaksi langsung dengan pengunjung. Hasil kegiatan positif, yang ditunjukkan oleh minat tinggi pengunjung terhadap produk dan tercapainya target penjualan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa selain memberikan pengalaman kewirausahaan bagi mahasiswa, pendekatan komunikasi budaya melalui inovasi kuliner dapat menjadi alat yang berguna untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap keberagaman budaya. Oleh karena itu, tujuan kegiatan untuk mengembangkan produk kreatif sekaligus memperkenalkan budaya melalui media kuliner telah tercapai.

Untuk mengembangkan produk Dorayaki Fruit Sando yang lebih baik di masa depan, variasi rasa harus diperluas, inovasi kemasan yang lebih praktis, dan strategi promosi digital harus digunakan. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas budaya, pelaku UMKM, dan penyelenggara festival budaya dapat ditingkatkan. Ini memungkinkan produk untuk berkembang secara berkelanjutan selain dipasarkan pada kegiatan tertentu. Sebagai dasar untuk penyempurnaan metode pelaksanaan dan pengembangan program berikutnya, kegiatan pengabdian serupa juga diharapkan dapat mencakup evaluasi kepuasan pengunjung secara lebih terstruktur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memfasilitasi pelaksanaan praktikum entrepreneurship komunikasi. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengelola Kampung Jepang Surabaya atas kesempatan dan dukungan yang diberikan selama penyelenggaraan Event Social Preneurship 1.0. Apresiasi turut diberikan kepada seluruh dosen pembimbing, panitia penyelenggara, rekan satu tim, serta seluruh pengunjung yang telah memberikan dukungan, partisipasi, dan apresiasi terhadap inovasi Dorayaki Fruit Sando sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, R. &. (2020). Implementasi Model Pembelajaran Berbasis Proyek Dalam Praktikum untuk Meningkatkan Intensi Berwirausaha Mahasiswa. . *Quagga: Jurnal Pendidikan dan Biologi*, 12(1), 17-23.
- Apriliani, A. W. (2026). PERAN KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM DIPLOMASI PUBLIK: STUDI KASUS HUBUNGAN INDONESIA-JEPANG. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 6(01), 29-43.
- Bening, I. (2026, Juni 14). *HARIAN DISWAY*. Retrieved from Diversum Synergasia 3.0, Sinergi Mahasiswa Untag dan Kampung Jebal Gairahkan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: <https://harian.disway.id/read/952086/diversum-synergasia-30-sinergi-mahasiswa-untag-dan-kampung-jebal-gairahkan-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif>

- Dua, F. M. (2025). PERAN MAKANAN TRADISIONAL DALAM MEMPERTAHANKAN IDENTITAS BUDAYA DI ERA GLOBALISASI. . *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(04), 336-347.
- Fatimah, R. &. (2025). Fenomena Kuliner Jepang di Indonesia: Antara Tren, Budaya, dan Adaptasi. *KIRYOKU*, 9(2), 396-409.
- Kuantitatif, P. P. (2016). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Nadra, N. M. (2025). Traditional cuisine as a social symbol: A socio-cultural analysis of the collective identity of Indonesian society. *Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies*, 4(3), 460-473.
- pustakalewi. (2026, Juni 13). Retrieved from Estetika Menjual: Peran Kreativias Hiasan Tenant Mahasiswa Entrepreneurship Komunikasi di Kampung Jepang: <https://www.pustakalewi.com/estetika-menjual-peran-kreativias-hiasan-tenant-mahasiswa-entrepreneurship-komunikasi-di-kampung-jepang/>
- Sihabudin, H. A. (2022). Komunikasi antarbudaya: Satu perspektif multidimensi. Bumi Aksara.
- yudha. (2026, Juni 14). *NETRALNEWS.COM*. Retrieved from Diversum Synergasia 2026 Untag Surabaya Meriahkan Kampung Jepang Bali: <https://www.netralnews.com/diversum-synergasia-2026-untag-surabaya-meriahkan-kampung-jepang-bali/VGhYdWFmdE5LV2pHNWFSazQ2dGJOQT09>