



Perancangan Buku Panduan Sebagai Sarana Informasi Warisan Budaya Kuliner di Pasar Lama Tangerang untuk Kalangan Remaja Dewasa 17-25 Tahun

Friska Bella Ananda^{1*}, Hendi Thamrin²

Desain Komunikasi Visual, Universitas Bunda Mulia, Indonesia

Alamat: UBM Tower, Alam Sutera, Jl. Jalur Sutera Bar. No.Kav.7-9, Panunggangan Tim., Kec.

Pinang, Kota Tangerang, Banten 15143

Korespondensi penulis: Friskabella12@gmail.com, hendithamrin@gmail.com

Abstract. *This guidebook is designed to introduce the culinary delights of Pasar Lama Tangerang to young adults aged 17-25 who may have a limited appreciation for culinary heritage due to a lack of informative media about Pasar Lama Tangerang's cuisine. The author has crafted the guidebook to be unique and engaging, providing various types of information. Additionally, the book offers an interactive element for readers, who can participate in a contest scheduled at specific times by placing stickers in the book once they have tried 50 different foods listed. The research methodology employs a qualitative approach, aiming to describe and obtain detailed data from field results, yielding in-depth and contextual insights. This research utilizes data collection methods such as interviews, questionnaires, direct observations of the research site, and literature searches for relevant journals and articles. The design methodology adopts the design thinking approach to find solutions through creative thinking, with iterative processes to address failures and create innovative work. The visual concept of the guidebook features a simple yet modern and cool design, supported by semi-realistic illustrations to enhance its appeal. The guidebook is expected to effectively convey information and broaden readers' knowledge about the culinary offerings of Pasar Lama Tangerang.*

Keywords: *Guidebook, Culinary, Pasar Lama, Tangerang*

Abstrak. Buku Panduan ini dirancang untuk memperkenalkan tentang kuliner di Pasar Lama Tangerang kepada target dewasa akhir berusia 17-25 tahun yang kurang suka mengenai warisan kuliner karena kendala kurangnya media informasi mengenai kuliner di Pasar Lama Tangerang. Sehingga penulis merancang buku panduan untuk memiliki kesan unik dan menarik di dalam buku menyajikan berbagai informasi, selain hal tersebut buku memberikan interaktif bagi para pembaca dengan mengikuti perlombaan yang telah tersedia pada waktu ditentukan dengan menempelkan stiker jika sudah mencoba 50 makanan yang tersedia di dalam buku. Metode penelitian menggunakan kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, mendapatkan data secara terperinci dari data lapangan hasil yang diperoleh lebih dalam dan kontekstual. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan wawancara, penyebaran angket atau kuesioner, observasi secara langsung ketempat objek penelitian dan literatur pencarian data jurnal, artikel. Metode perancangan ini menggunakan metode design thinking digunakan sebagai mencari solusi dengan berpikir kreatif sehingga hasil dari penelitian dilakukan secara berulang pada kegagalan dihadapi dan menciptakan karya yang inovatif. Konsep visual buku panduan informasi sederhana terlihat moderen, keren serta didukung dengan menampilkan ilustrasi semirealis yang dapat menjual buku, Perancangan buku panduan diharapkan menyampaikan informasi dengan baik serta mendapatkan pengetahuan yang luas mengenai kuliner di Pasar Lama Tangerang.

Kata Kunci: Buku panduan, Kuliner, Pasar Lama ,Tangerang.

1. LATAR BELAKANG

Kota Tangerang di provinsi Banten memiliki sejarah perjuangan melawan kolonialisme Belanda. Awalnya dikenal sebagai Untung Jawa, nama Tangerang berasal dari sebuah tugu bambu di barat Sungai Cisadane yang menandai batas antara Kesultanan Banten dan VOC. Nama Tangerang diresmikan pada masa pendudukan Jepang antara 1942-1945. Seiring waktu, Tangerang mengalami perkembangan pesat dalam ekonomi, industri, dan perdagangan. Salah

satu daya tarik utamanya adalah wisata kuliner di Pasar Lama Tangerang, yang terkenal dengan warisan budaya kawasan Cina Benteng, menarik banyak pecinta kuliner (Apipah & Widyastuti, 2023). Menurut data BPS Kota Tangerang, pada tahun 2018 terdapat 57 destinasi wisata di kota ini. Pasar Lama Tangerang adalah yang paling sering dikunjungi, terkenal dengan beragam street food yang lezat dan terjangkau dibandingkan pasar lainnya (Suharjono, 2022).



Gambar 1. Pasar Lama Tangerang

Sumber: Tempat.id (2023)

Pasar Lama, salah satu ikon Tangerang, pertama kali dibangun pada masa Hindia Belanda tahun 1810. Renovasi dan perbaikan dilakukan antara tahun 1970–1990 untuk meningkatkan fasilitas pasar. Dahulu, Pasar Lama merupakan pemukiman masyarakat Tionghoa, yang juga dikenal sebagai Cina Benteng (Marxalim & Anggraini, 2023). Lokasinya yang strategis menyediakan beragam produk makanan dan minuman yang dijual oleh pedagang kaki lima dengan cara yang unik (Sakya Wijaya & Soelaiman, 2023). Minat pengunjung semakin meningkat karena pemerintah Kota Tangerang memanfaatkan peluang untuk mempromosikan dan memperkenalkan Kawasan Pasar Lama, salah satunya melalui acara "Pasar Lama Culinary Night".



Gambar 2. Aktivitas Pasar Lama Tangerang

Sumber: Data Pribadi (2024)

Wisata kuliner berasal dari istilah Prancis "Voyages Culinaires," adalah aktivitas terbuka yang berlangsung selama acara kuliner, di mana pengunjung menikmati makanan dan minuman dari berbagai daerah sekitar (Rahayu et al., 2022). Kuliner merupakan bagian integral dari kebudayaan wisata yang diperkenalkan dengan keunikan khas dari setiap daerah wisata (Pradiatiningtyas, 2022).

Menurut (Fitriani, 2021) bahwa banyak generasi muda saat ini kurang peduli terhadap warisan kebudayaan lokal salah satunya di Indonesia. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya penghargaan dan pengenalan terhadap warisan tradisi dan sejarah kebudayaan kuliner (Yudistira & Kusumaningtyas, 2021). Selain itu, remaja akhir saat ini cenderung mengikuti tren viral di media sosial namun kurang memperhatikan warisan budaya. Oleh karena itu, Pasar Lama Tangerang sangat cocok untuk dikunjungi oleh remaja akhir agar mereka dapat mencicipi berbagai jajanan sebagai pusat kuliner di daerah tersebut.

Meskipun informasi tersedia di media sosial dan website data yang disajikan sering kali tidak lengkap dan banyak pedagang kecil tidak tercatat secara rinci. Dari hasil kuesioner bahwa pembuatan buku panduan di perlukan untuk mendapatkan informasi secara detail dan lengkap mengenai kuliner di Pasar Lama Tangerang. Buku panduan tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga memberikan arahan dan instruksi kepada pembaca untuk melakukan kegiatan yang tercantum di dalamnya (S. J. Putra & Ramadhan, 2021) dan sekaligus memberikan edukasi kepada target market. (Trisianti et al., 2022) mengatakan bahwa dalam bahasa Belanda, ilustrasi didefinisikan sebagai "Ilustratie" diartikan sebagai hiasan dengan gambar atau pembuatan sesuatu yang jelas pembuatan buku menyajikan ilustrasi semirealis dua gaya realis dan kartun menggunakan teknik digital.

Dikarenakan masalah yang ada, penulis tertarik untuk membuat buku panduan berjudul "Perjalanan Kuliner Terkenal di Pasar Lama Tangerang: Ditujukan untuk Usia 17-25 Tahun". Kunjungan remaja akhir ke Pasar Lama memiliki dampak yang signifikan terhadap warisan budaya kuliner Indonesia, terutama di Tangerang, dengan tujuan mempertahankan, melestarikan, dan menjaga kebudayaan agar tidak menghilang. Selain itu, buku tersebut juga memberikan informasi mendalam tentang berbagai jajanan tradisional dan tren yang dijual di tempat tersebut.

Dalam latar belakang yang telah diuraikan, penulis menyimpulkan beberapa permasalahan yang diidentifikasi. Pertama, dibutuhkan buku panduan utama yang berukuran portabel dan dapat membantu remaja di luar Tangerang dan sekitarnya dalam mengumpulkan informasi tentang Pasar Lama yang belum diketahui secara detail. Kedua, terdapat keterbatasan akses informasi terkait tempat-tempat penjualan kuliner di Pasar Lama Tangerang bagi

kalangan remaja akhir. Ketiga, pentingnya melakukan promosi media pendukung dan pemasaran agar Pasar Lama lebih dikenal oleh masyarakat, termasuk kalangan remaja akhir.

2. KAJIAN TEORITIS

Desain Grafis

Representasi visual dua dimensi bertujuan untuk menyampaikan informasi. Istilah "graphic" berasal dari bahasa Yunani "graphein" yang berarti menulis atau menempatkan teks. Desain grafis melibatkan penggunaan gambar, lukisan, atau fotografi untuk menciptakan pesan informatif. Peran desain grafis sangat penting dalam memfasilitasi komunikasi visual, karena membuat pesan menjadi lebih jelas dan mudah dipahami (Tanu & Hidajat, 2023). Prinsip desain digunakan untuk menyatukan elemen-elemen desain menjadi karya yang lengkap. Penerapan prinsip-prinsip ini dalam proses desain adalah wajib untuk setiap proyek guna menghindari hasil yang kurang memuaskan (R. W. Putra, 2021). Prinsip-prinsip tersebut meliputi kesatuan (unity), keseimbangan (balance), ritme (rhythm), penekanan (emphasis), dan proporsi.

Dalam penelitian mereka, Thamrin, Sanjaya, dan Gabriella (2024) menekankan pentingnya citra merek dan desain produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian, yang relevan dengan perancangan buku panduan kuliner untuk remaja dewasa di Pasar Lama, Tangerang. Selain itu, Everlin dan Erlyana (2020) menunjukkan bahwa perubahan desain logo dapat berdampak signifikan terhadap persepsi merek, yang dapat diaplikasikan dalam desain visual buku panduan tersebut.

Teori Warna

Warna adalah aspek dari spektrum cahaya yang dipantulkan atau diserap oleh suatu objek. Konsep warna melibatkan tiga elemen utama: objek itu sendiri, organ penglihatan manusia, dan sifat cahaya. Prinsipnya, warna adalah komponen cahaya yang dipantulkan oleh objek dan diinterpretasikan oleh mata berdasarkan informasi cahaya yang terpantul. Warna adalah unsur penting dalam desain (Rahmawaty et al., 2023).

Teori Tipografi

Tipografi memiliki peran penting dalam evolusi desain grafis sepanjang sejarah, mencerminkan semangat zaman dan respons desainer terhadap kebutuhan komunikasi visual. Karya tipografi tidak hanya mencerminkan estetika, tetapi juga merupakan disiplin ilmu yang terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan komunikasi visual (Sihombing, 2017).

Teori Buku

Menurut Surianto Rustan dalam "Layout 2020 Buku 1," periode 618-907 Masehi diyakini sebagai masa munculnya buku cetak pertama. Hingga kini, buku cetak masih diminati

karena beberapa alasan ilmiah. Pertama, tata letaknya yang baik dianggap lebih menguntungkan bagi kesehatan mata. Kedua, informasi dalam buku cetak cenderung lebih mudah diingat. Ketiga, aspek fisik buku cetak menarik perhatian dan memiliki potensi untuk dipamerkan atau dibagikan di media sosial. Terakhir, buku cetak membangun ikatan emosional dengan pembaca melalui pengalaman membaca yang menyeluruh (Beauty & Erlyana, 2022).

Prasetyo, Everlyn, dan Yunita (2023) juga menyoroiti bagaimana analisis semiotika pada kemasan produk dapat mengungkapkan pesan mendalam mengenai branding dan persepsi konsumen, yang relevan untuk memahami bagaimana buku panduan dapat menarik minat pembaca muda. Tanu dan Hidajat (2023) juga memberikan wawasan penting mengenai perancangan buku informasi yang efektif, terutama dalam konteks kesehatan, yang dapat diterapkan dalam konteks budaya kuliner.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam perancangan buku ini adalah metode kualitatif. Metode ini bertujuan untuk melakukan investigasi objektif terhadap realitas yang bersifat subjektif, dengan memusatkan perhatian pada perspektif subjek yang terlibat. Pendekatan ini mengakui subjektivitas realitas yang diteliti dan menekankan pada akurasi serta kelengkapan data (Nina Adlini et al., 2022).

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber atau lokasi penelitian. Menurut Sugiyono, data ini diperoleh melalui wawancara, observasi, dan kuesioner yang dilakukan langsung oleh peneliti. Sebaliknya, data sekunder adalah data statistik yang tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti, tetapi diperoleh melalui perantara atau dokumentasi. Contoh dari data sekunder termasuk informasi yang didapat dari studi literatur dan pencarian internet, yang memberikan relevansi bagi penelitian. Metode perancangan menggunakan konsep Design Thinking, sebuah pendekatan pengembangan produk yang dimulai dengan mengidentifikasi dan menanggapi permasalahan masyarakat. Fokus utama dalam pengembangan Design Thinking adalah menciptakan rancangan kreatif untuk solusi tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembuatan karya ini, tujuan dan strategi perancangan buku panduan mengenai kuliner di Pasar Lama Tangerang harus diperhatikan dengan cermat. Buku panduan ini akan memberikan informasi komprehensif tentang kuliner di Pasar Lama Tangerang, dengan didukung oleh jurnal, buku, observasi langsung, dan wawancara sebagai referensi utama, serta

3. Tipografi

1. Font Philosopher

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,!.?

Gambar 5. Font Philosopher

Sumber: Data Pribadi (2024)

Penulis memilih philosopher font sebagai dasar penggunaan dalam pembuatan logo, judul, dan teks buku. Font ini dipilih karena memiliki karakteristik modern dan minimalis, dengan kait atau serif yang umum digunakan dalam pembuatan logo wisata. Untuk judul buku, akan dilakukan modifikasi agar memiliki ciri khas budaya kuliner dan tetap mudah dibaca oleh pembaca.

2. Font Baskerville

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,!.?

Gambar 6. Font Baskerville

Sumber: Data Pribadi (2024)

Jenis huruf serif dipilih karena keterbacaannya yang tinggi dan kejelasan optimal, memberikan tampilan klasik, elegan, dan profesional. Baskerville digunakan untuk subjudul karena mampu memvisualisasikan judul buku dengan kontras visual yang menarik tanpa mengurangi konsistensi desain.

3. Font Pacifico

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,!.?

Gambar 7. Font Pacifico

Sumber: Data Pribadi (2024)

Font Pacifico memberikan kesan profesional dalam konteks pembuatan buku yang dibuat penulis dengan gaya yang kasual dan santai. Desainnya yang menyerupai goresan tangan

menciptakan nuansa informal dalam elemen desain, mampu menyampaikan kesan yang kreatif dan unik.

4. Konsep Imagery



Gambar 7. Moodboard

Sumber: Data Pribadi (2024)

Hasil moodboard menunjukkan bahwa konsep imagery dalam buku informasi tentang kuliner Pasar Lama Tangerang menggunakan ilustrasi semirealis dengan warna hangat. Style ini dipilih karena mendekati hasil nyata namun tetap menarik dengan gaya yang dieksplorasi. Buku ini akan terdiri dari 45% gambar dan 55% tulisan, memudahkan target audiens dengan informasi penting. Informasi yang disajikan mencakup makanan dan minuman, nama toko, cara pengejaan nama makanan dalam bahasa Inggris, harga, sejarah, varian jajanan, asal negara, dan popularitas tahunannya.

Peta kawasan Pasar Lama disertakan untuk memudahkan lokasi, serta nomor pengaduan untuk melaporkan gangguan seperti pengemis. Ilustrasi menggambarkan contoh makanan, minuman, dan beberapa bahan yang digunakan, dengan warna yang sesuai objek. Proses pembuatan buku meliputi pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara, buku, dan website, dilanjutkan dengan pencarian ide gambar dari referensi, pembuatan sketsa, pewarnaan menggunakan aplikasi Sai dan Adobe Illustrator, dan penyusunan layout menggunakan Adobe InDesign.

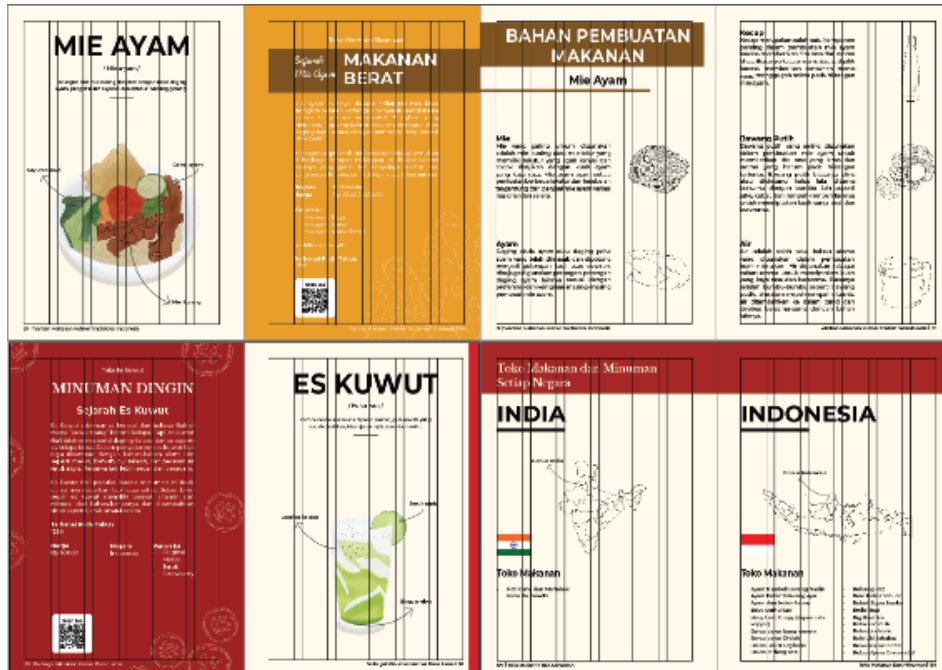
5. Key Visual



Gambar 8. Key Visual

Sumber: Data Pribadi (2024)

6. Grid & Layout



Gambar 9. Layout & Grid

Sumber: Data Pribadi (2024)

Grid pada perancangan buku panduan ini menggunakan column grid dengan 6 kolom untuk mengatur dan memudahkan peletakan gambar dan teks, memberikan kesan terstruktur, konsisten, dan rapi bagi pembaca. Layout isi buku menggunakan picture window dan axial layout. Picture window layout dipilih karena peletakan ilustrasi besar yang memperkuat narasi visual, dikelilingi oleh teks, menciptakan kesan hidup.

7. Logo

Petualangan Kuliner Pasar Lama

Jejak Rasa Di Setiap Jajanan

Gambar 10. Logo

Sumber: Data Pribadi (2024)

Judul buku dirancang dengan penjelasan "Jejak Rasa di Setiap Jajanan," yang menggambarkan bahwa pengenalan jajanan memberikan pengalaman baru dan meninggalkan kesan mendalam dari setiap rasa khas. Warna coklat dipilih untuk judul agar mudah dibaca, dengan penambahan bayangan untuk memberikan dimensi yang lebih hidup dan kesan profesional, inovatif, kreatif, modern, serta mengikuti tren. Lurik pada huruf "S" memberikan kesan sederhana dan autentik, meskipun terlihat tradisional, tetap fleksibel dalam hasil akhir buku.

Hasil Buku Panduan



Gambar 10. Buku Panduan Kuliner

Sumber: Data Pribadi (2024)

Buku ini merupakan jenis buku panduan dengan tema kuliner, berjudul "Petualangan Kuliner Pasar Lama: Jejak Rasa di Setiap Jajanan." Buku ini dirancang khusus untuk kalangan remaja dewasa berusia 17-25 tahun dan memiliki 156 halaman. Ukuran produk adalah A5 (21 cm x 14,8 cm), yang nyaman untuk dibawa dan dibaca. Material yang digunakan adalah kertas Art Paper 150 gsm dengan hardcover (board) doff, memberikan tampilan yang elegan dan tahan lama. Desain buku ini menggabungkan elemen visual yang menarik, sebagaimana

pentingnya desain produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Thamrin et al., 2024), serta memperhatikan aspek perubahan desain yang dapat berdampak signifikan terhadap persepsi pembaca (Everlin & Erlyana, 2020). Selain itu, analisis semiotika yang mendalam pada elemen desain buku juga diharapkan mampu mengungkap pesan yang mendalam dan menarik minat pembaca muda (Prasetyo et al., 2023; Tanu & Hidajat, 2023).

Isi Buku

Tampilan isi buku panduan kuliner berjudul Petualangan Kuliner Pasar Lama Tangerang Jejak Rasa Di Setiap jajanan.terdiri dari setiap bab awal sampai akhir yang diwakili beberapa yang ditampilkan dibagian bawah:



Gambar 11. Isi Buku Panduan Kuliner

Sumber: Data Pribadi (2024)

Karya Pendukung



Gambar 12. Karya Pendukung

Sumber: Data Pribadi (2024)

Penulis membuat media pendukung berupa *feeds* Instagram, *story* Instagram, poster, *roll banner*, *web banner* dan *flye*. Untuk mempromosikan produk buku kepada pembaca, media pendukung akan dicetak pada saat pre-launching, launching buku, dan pasca-launching.



Gambar 13. Merchandise

Sumber: Data Pribadi (2024)

Merchandise sebagai media pendukung dalam buku ini berupa kipas tangan, stiker, baju, tumbler, pembatas buku, tas jinjing dan voucher hadiah. Nantinya merchandise ini akan ada beberapa dibagikan secara gratis melalui Instagram dan giveaway event yang diadakan selama masih berlaku.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini berupa rancangan buku panduan untuk usia 17-25 tahun, yang mencakup pengenalan kota Tangerang, sejarah Pasar Lama, lokasi jajanan tradisional dan tren. Konten utama buku ini mencakup kuliner dengan desain ilustrasi semirealis, tipografi, layout, dan penggunaan warna hangat untuk meningkatkan daya tarik visual dan selera. Data buku diperoleh dari kuesioner, jurnal, observasi, dan website terpercaya. Hasil diskusi kelompok menunjukkan desain dan konten buku sangat informatif dan menarik bagi target audiens, dengan informasi yang mudah dipahami. Buku panduan ini memberikan pengalaman unik dan berbeda tentang kuliner di Pasar Lama Tangerang, dan diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta mempertahankan warisan budaya kuliner di kota Tangerang bagi remaja dewasa akhir.

Saran yang diberikan dari penulis dan pembaca untuk memperbaiki kekurangan perancangan buku panduan agar mengalami peningkatan pemahaman bermanfaat bagi para pembaca yang akan datang yaitu informasi dari sejarah kuliner makanan dan minuman

konsisten, pada bagian cover menarik tetapi kurang ramai, buku diharapkan terdapat beberapa seri baru sesuai dengan jenis penelitian tentang kuliner, diharapkan buku ini dapat bermanfaat bagi para remaja akhir yang ingin membeli buku panduan, jika mengunjungi Pasar Lama dan diharapkan perancangan buku dapat memberikan pengetahuan wawasan mengenai kuliner di Pasar Lama Tangerang.

DAFTAR REFERENSI

- Apipah, A. N., & Widyastuti, D. T. (2023). Koridor Pecinan Dengan Karakter Foodscape Pada Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang. *TRANSFORM: Journal of Tropical Architecture and Sustainable Urban Science*, 2(1), 124–131.
- Beauty, A., & Erlyana, Y. (2022). PERANCANGAN BUKU BERJUDUL “MY ACNE JOURNEY, KENALI, ATASI, CEGAH JERAWAT” UNTUK REMAJA USIA 13-18 TAHUN DENGAN TEKNIK ILUSTRASI DIGITAL. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 143–162.
- Everlin, S., & Erlyana, Y. (2020). Analisis Perubahan Desain Logo Gojek Tahun 2019. *DESKOMVIS J. Ilm. Desain Komun. Vis. Seni Rupa dan Media*, 1(1), 72-88.
- Fitriani, R. (2021). Tinjauan Visual dalam Buku Kuliner Khas Pekalongan. *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV)*, 1(1), 507–513.
- Marxalim, N. K., & Anggraini, D. (2023). PENERAPAN METODE DISPROGRAMMING & ARSITEKTUR SIMBIOSIS DALAM REDESAIN PASAR ANYAR TANGERANG DI KAWASAN PECINAN TANGERANG LAMA. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 4(2), 619–630. <https://doi.org/10.24912/stupa.v4i2.21688>
- Nina Adlini, M., Hanifa Dinda, A., Yulinda, S., Chotimah, O., & Julia Merliyana, S. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA* (Vol. 6, Issue 1).
- Pradiatiningtyas, D. (2022). Perencanaan Strategis Kampung Kuliner Klaten Sebagai Salah Wisata Kuliner Kabupaten Klaten Dengan Kearifan Lokal. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 155–162.
- Prasetyo, M. E., Everlyn, S., & Yunita, Y. (2023). Analisis semiotika pada produk kemasan kaleng kopi “Starbucks BPJS”. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 23(2), 106-112. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.106-112>.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.
- Putra, S. J., & Ramadhan, I. (2021). SURGA KULINER PEDAS! (STUDI KASUS PERANCANGAN BUKU KULINER NEGERI LOMBOK). *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 9(2). <https://doi.org/10.34010/visualita.v9i2.3518>
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). ANALISIS POTENSI WISATA KULINER DALAM MENDUKUNG PEREKONOMIAN UMKM PESISIR SALIPERATE DI KABUPATEN SUMBAWA. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan*, 5(1), 1–8.
- Rahmawaty, A., Diana, D., & Yuniarti, Y. (2023). Efektivitas Metode Pencampuran Warna Melalui Video Animasi Berbasis PowerPoint Terhadap Kemampuan Mengenal Warna

- Sekunder di Tk Sirajuddin Pontianak Barat. *JEA (Jurnal Edukasi AUD)*, 9(1), 61.
<https://doi.org/10.18592/jea.v9i1.8934>
- Sakya Wijaya, J., & Soelaiman, L. (2023). MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG UNTUK BERKUNJUNG KEMBALI KE SENTRA KULINER PASAR LAMA TANGERANG SEBAGAI DUKUNGAN TERHADAP PEREKONOMIAN UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 92–101.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.22789>
- Sihombing. (2017). *Tipografi Dalam Desain Grafis* (2nd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suharjono, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Pasar Lama Tangerang. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 295–303.
- Tanu, J., & Hidajat, H. (2023). PERANCANGAN BUKU INFORMASI BERJUDUL “CERDAS MENGHADAPI DIABETES MELITUS “UNTUK REMAJA. *Titik Imaji*, 5(2).
- Thamrin, H., Sanjaya, W., & Gabriella, J. (2024). Analisis pengaruh brand image dan product design terhadap purchase decision (Studi empiris: Konsumen Scarlett di DKI Jakarta). *Jurnal Global Ilmiah*, 1(6), 370-375.
- Trisianti, L., Kusuma, S. D., & Sevtiana, A. (2022). Buku Saku Ilustrasi dengan Gaya Semi-Realis Mengenai Panduan Berpakaian untuk Perempuan dengan Masalah Bentuk dan Berat Tubuh. *Jurnal Grafis*, 1(1), 29–38.
- Yudistira, P., & Kusumaningtyas, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kuliner Tradisional Di Cafe Gulo Jowo, Surakarta Melalui Media Instagram. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 1(1), 1–12.