

4PERANCANGAN BUKU FOTOGRAFI MALANG CHINESE CUISINE SEBAGAI NILAI HISTORIS DAN RUJUKAN DESTINASI KULINER DI KOTA MALANG

Eric Sutanto¹, Sultan Arif Rahmadiano², Didit Prasetyo Nugroho³

Universitas Ma Chung, Universitas Ma Chug, Universitas Ma Chung

Email Korespondensi: 331810005@student.machung.ac.id, sultan.arif@machung.ac.id, didit.prasetyo@machung.ac.id

Abstrak

Kota Malang merupakan salah satu kota di Indonesia yang menyajikan masakan khas China, tetapi dengan adanya tempat makan yang baru, depot-depot yang menjual masakan khas *Chinese* akan tidak diketahui keberadaannya. Untuk itu diperlukan suatu media promosi untuk dapat mempromosikan depot-depot tersebut sehingga dapat diketahui oleh orang-orang. Maka dari itu, dibuatlah perancangan buku fotografi yang berjudul *Malang Chinese Cuisine*, dengan tujuan untuk mempromosikan depot-depot *chinese food* yang berada di Kota Malang, khususnya untuk wisatawan luar kota, maupun luar negeri dengan range umur 35-44. Perancangan ini menghasilkan sebuah buku dengan foto-foto depot dan juga makanannya, beserta informasi singkat mengenai sejarah dan juga informasi dari makanan-makannya, dengan media berupa buku fotografi berukuran 20x20cm, dan beberapa media pendukung lainnya seperti *t-shirt*, *totebag*, *tumbler*, *cap*, *bookmark* dan juga *social media*. Perancangan ini memperoleh data melalui metode kualitatif yang akan dianalisis dan dikategorikan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data-data tersebut akan melalui proses analisis berupa *data reduction*, *data display* dan juga *conclusion*. Selain itu untuk metode konsep perancangannya melalui beberapa tahapan yaitu tujuan kreatif, strategi kreatif, program kreatif dan juga biaya kreatif, dan pada akhirnya dilanjutkan dengan final desain dan juga proses produksi, sehingga pada perancangan ini dapat menghasilkan buku yang dapat mempromosikan depot-depot tersebut.

Kata kunci: Buku Fotografi, Makanan, Promosi

Abstract

Malang city is one of the cities in Indonesia that serves Chinese foods, but with new places to eat, chinese foods restaurants will be unknown. For that we need a promotional media to be able to promote these depots so that they can be known by people. Therefore, a photography book entitled Malang Chinese Cuisine was designed, to promote Chinese food restaurants in Malang City, especially for out-of-town and foreign tourists with an age range of 35-44. This design resulted in a book with photos of the depot and its food, along with brief information about the history and information of the foods, with media in the form of a 20x20cm photography book, and several other supporting media such as t-shirts, tote bags, tumblers, stamps, bookmarks, and social media. This design obtains data through qualitative methods to be analyzed and categorized into two, namely primary data and secondary data. These data will go through an analysis process in the form of data reduction, display data, and a conclusion. In addition, the design concept method goes through several stages, namely creative goals, creative strategies, creative programs, and creative costs, and in the end, it is continued with the final design and the production process, so that this design can produce books that can promote these depots.

Keywords: Photography Book, Food, Promotion

PENDAHULUAN

Masakan khas Negara China banyak kita jumpai di berbagai negara, salah satunya adalah Negara Indonesia. Masakan – masakan khas Negara China masuk ke Indonesia, dan banyak juga masakan – masakan khas Negara China yang sudah berubah cita rasanya. Indonesia berinovasi terhadap makanan khas dari negara tirai bambu tersebut karena adanya adaptasi dengan bumbu – bumbu khas dari Indonesia, sehingga menciptakan cita rasa yang baru dan memiliki ciri khas yang baru juga. Tidak hanya bumbu saja yang beda, tetapi beberapa makanan memiliki cara penyajian yang berbeda juga, seperti contohnya makanan “Cahkwe”. Di Indonesia, makanan ini disajikan dengan cara yang beragam, seperti di daerah Solo, Jawa Tengah, penyajian “cahkwe” disertai dengan susu kedelai, sedangkan di daerah yang lain, “cahkwe” disajikan dengan menggunakan sambal asam cair. Sedangkan di Negara China sendiri, “Cahkwe” disajikan dengan cara mencelupkannya ke dalam bubur panas.

Salah satu Kota di Indonesia yang menyajikan Masakan khas Negara China adalah Kota Malang. Kota Malang merupakan sebuah Kota yang terdapat di provinsi Jawa Timur. Menurut Kompas.com (2021), Kota Malang memiliki beberapa julukan seperti kota wisata, kota pelajar, dan juga kota kuliner. Menurut Fitri, Ulla, dan Dyah (2015), Kota Malang merupakan salah satu kota tujuan wisata yang terkenal. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (2009) mengatakan bahwa, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang mencapai 102.125 orang. Jumlah tersebut sudah termasuk dengan wisatawan dari luar negeri, yang mencapai 40.630 orang. Kota Malang tidak hanya menawarkan tempat wisata alamnya, tetapi Kota Malang juga menawarkan kuliner nya yang memiliki berbagai macam makanan, mulai dari makanan tradisional, maupun makanan yang baru. Kota Malang memiliki beragam macam makanan, salah satu nya adalah makanan khas Negara China yang berada di Kota Malang.

Seiring berjalannya waktu, kuliner di Kota Malang pun berkembang semakin pesat. Wisatawan dari luar kota maupun luar negeri pun banyak berdatangan untuk mencoba kuliner dari Kota Malang. Salah satu makanan yang dapat dicoba di Kota Malang adalah makanan khas Negara China nya. Masakan khas Negara China yang berada di Kota Malang dapat menjadi salah satu tempat wisata kuliner yang memiliki potensi lebih di Kota Malang, sayangnya masih sedikit orang yang mengetahui tentang informasi tempat makan tersebut, sehingga banyak tempat makan khas Negara China di Malang pun yang sepi karena tidak semua orang mengetahui lokasi tempat makan tersebut.

Selain lokasi yang jarang diketahui oleh banyak orang, muncul lah saingan – saingan pada bidang kuliner yang muncul di Kota Malang. Banyak sekali makanan – makanan dengan inovasi yang baru dan menarik pun muncul di Kota Malang. Menurut jatintimes.com (2019), pertumbuhan bisnis kuliner di Kota Malang dalam 2 – 3 tahun terakhir ini berkembang dengan sangat pesat. Deretan kafe dan restoran pun berlomba untuk menarik konsumen pada hampir

semua deretan jalan – jalan utama kota. Menurut hasil penelitian Baseline Economic Survey (BLS) yang dilakukan oleh Kantor Perwakilan (KPw) Bank Indonesia (BI), kafe dan resto tersebut memiliki sustainability yang kurang, akan tetapi dengan adanya tempat makan baru secara terus menerus dapat membuat tempat makan yang sudah bertahan lama pun perlahan tergantikan dengan tempat makan yang baru. Jika hal ini dibiarkan, maka nama tempat makan khas Negara China di Malang akan hilang dan tidak akan diketahui oleh siapapun. Akibatnya, akan ada banyak tempat makan khas Negara China yang akan sepi pengunjung dan berujung pada penutupan tempat makan tersebut karena mengalami kerugian. Ketika banyak tempat makan yang tutup, maka berkurangnya tempat bekerja yang berada di Malang. Hal ini dapat mengakibatkan pemutusan hubungan kerja yang terdapat pada tempat makan tersebut. Penyelesaian pada hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan promosi, dan pengiklanan yang baik pada tempat makan khas Negara China di Malang. Dengan melakukan promosi dan pengiklanan yang baik, perlahan nama tempat makan tersebut akan terdengar oleh orang – orang. Dengan begitu pengunjung pun perlahan berdatangan dan akan mempromosikan ke sesama teman nya.

Perlu dilakukan promosi pada makanan khas Negara China untuk menyelesaikan masalah yang sudah disebutkan diatas. Menurut Kompas.com (2022), Promosi memiliki beberapa tujuan yaitu adalah untuk menarik perhatian pembeli ataupun calon pembeli yang baru, sehingga informasi dan juga branding dari perusahaan tersebut dapat terkomunikasikan dengan baik. Ketika konsumen baru berdatangan, otomatis akan menaikkan tingkat penjualan serta laba atau keuntungan pada suatu perusahaan. Branding dalam konteks ini bertujuan untuk membentuk citra produk di mata konsumen sesuai yang diinginkan. Selain promosi, juga perlu dilakukan pengiklanan pada produk yang mau diiklankan. Banyak sekali macam media periklanan yang ada sekarang. Menurut ilmuekonomi-id.com (2017), media – media yang digunakan untuk mengiklankan sebuah produk adalah media elektronik, seperti televisi, radio, internet dan lain – lain. lalu media cetak, seperti tabloid, brosur, majalah dan lain – lain, dan media luar Gedung seperti billboard, poster, signage, dan lain – lain.

Salah satu solusi dari permasalahan ini adalah membuat periklanan yang menggunakan media buku esai foto tentang tempat – tempat makanan khas Negara China yang terletak di Kota Malang. Selain dapat mempromosikan tentang tempat makan nya, kita juga bisa melihat makanan yang disajikan dari buku esai foto tersebut. Pilihan buku esai foto sangatlah tepat untuk media periklanan dari tempat makan khas Negara China di Kota Malang. Menurut madiunkota.go.id (2018), sebuah statistik menunjukkan suatu bentuk visual dapat diproses 60000 kali lebih cepat dibandingkan dengan teks. Foto – foto juga bisa lebih mudah diingat dibandingkan dengan gambar bergerak atau video karena merupakan irisan tipis waktu, bukan waktu yang berjalan (Sontag, 1977).

Permasalahan lain yang muncul dari buku foto adalah visualisasi yang kurang menarik dan akhirnya kurang diminati. Perlunya visualisasi yang menarik dari buku esai foto tersebut, karena jika buku foto tidak menarik, peminatnya akan berkurang. Maka dari itu tugas akhir yang berbentuk buku foto dengan topik Perancangan Buku Fotografi “Malang Chinese Cuisine” Sebagai Nilai Historis dan Rujukan Destinasi Kuliner di Kota Malang” akan dibuat dengan visualisasi yang menarik sehingga buku ini dapat diminati oleh banyak orang.

Melihat permasalahan-permasalahan yang sudah disebutkan diatas, maka pada kesempatan ini akan dibuat sebuah buku fotografi yang berisikan beberapa nama depot yang menjual makanan khas dari Negara China khususnya di Kota Malang. Buku ini akan berisikan menu favorit dari setiap depot yang akan di tampilkan, dan juga sedikit sejarah dari depot tersebut sehingga orang-orang dapat

mengetahui dan mengenal lebih lanjut tentang depot tersebut. Dengan adanya buku fotografi ini diharapkan dapat mengenalkan lebih lanjut depot-depot yang menjual makanan khas Negara China yang terletak di Kota Malang.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, masalah yang menjadi dasar penelitian adalah:

- a. Ada banyak sekali usaha tempat makan dan kafe yang baru, sehingga persaingan antar tempat makan semakin banyak, sehingga depot khas China dapat terlupakan. Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya potensi masakan khas China di Malang.
- b. Orang yang memiliki depot khas China di Malang akan mengalami pengurangan pemasukan karena banyak orang yang tidak mengetahui depot tersebut.
- c. Semakin tinggi potensi tutup dari depot khas China di Malang.
- d. Kurang adanya informasi tentang depot khas China di Malang.
- e. Banyak orang-orang yang tidak mengetahui adanya informasi tentang masakan khas China di Malang.

Batasan Masalah

Beberapa masalah yang diselesaikan secara desain komunikasi visual sekaligus perancangan meliputi:

- a. Depot-depot khas Negara China yang berada di Kota Malang, yang dijadikan buku foto untuk menginformasikan kepada semua orang, mengenai sejarah dari setiap depot, dan juga informasi mengenai menu favorite dari setiap depot.
- b. Objek foto yang digunakan dalam buku foto ini adalah tampak depan dari depot tersebut, interior dari setiap depot dan tiga menu favorite dari setiap depotnya.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah, yaitu Bagaimana “Perancangan Buku Fotografi “Malang Chinese Cuisine” Sebagai Nilai Historis dan Rujukan destinasi Kuliner di Kota Malang” dapat memberikan informasi panduan wisata kuliner khas masakan china di kota malang bagi wisatawan luar kota maupun wisatawan luar negeri yang berkunjung ke kota malang?

Tujuan Masalah

Tujuan perancangan yang didapatkan berdasarkan dari rumusan masalah adalah memperoleh rancangan konsep dan visualisasi dari buku esai foto tentang tempat makan khas Negara China di Kota Malang.

Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan dari perancangan ini berupa:

- 1) Bagi Mahasiswa
Mampu memberikan wawasan dan ide dalam merancang sebuah buku foto, dan dapat menjadi sebuah referensi untuk pembuatan tugas akhir mahasiswa, serta dapat dijadikan referensi untuk portofolio
- 2) Bagi Pembaca
Dapat memberikan informasi panduan wisata kuliner serta acuan dalam memilih tempat makanan khas negara China
- 3) Bagi Universitas
Dapat dijadikan sebagai sebuah panduan serta standar untuk proses bimbingan pengerjaan tugas akhir mahasiswa, serta sebagai referensi terhadap perancangan media dalam bentuk buku foto yang informatif dan komunikatif, dan juga memberikan impresi yang baik untuk universitas di dalam dan juga diluar lingkungan universitas
- 4) Bagi Pemilik Usaha
Dapat membantu meningkatkan penjualan dari setiap depotnya,



dan juga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen untuk mengunjungi setiap depot, serta dapat melestarikan keberadaan masakan china di Kota Malang.

Landasan Teori Fotografi

Kata fotografi berasal dari 2 kata dari bahasa Yunani, yaitu *phos* dan *graphie*. *Phos* yang memiliki arti cahaya, dan *graphie* yang memiliki arti melukis atau menggambar. Dari kata-kata tersebut, kata fotografi dapat diartikan sebagai “melukis atau menggambar dengan menggunakan cahaya”. (Oxon: Routledge, 2010).

Buku Fotografi

Buku Fotografi, atau yang biasa disebut *photobook*, merupakan sebuah buku yang berisi berbagai macam rangkaian foto yang saling memiliki keterkaitan satu sama lain. Banyak sekali macam tema-tema yang dapat diangkat kedalam *photobook*, seperti contohnya makanan, wedding, wisata, ulang tahun, dan berbagai macam tema lainnya (Hartoyo, 2014).

Buku Fotografi merupakan kumpulan karya fotografi yang dicetak pada kertas atau media lainnya dan dijilid pada salah satu bagiannya menjadi satu kesatuan (Nugroho, 2019)

Layout

Layout adalah tata letak dari sebuah desain. Layout merupakan salah satu factor pendukung dari penilaian dalam suatu karya. Jika penataan layout baik, maka karya tersebut akan lebih mudah dipahami oleh orang-orang. Jika penerapan layout tidak rapi atau berantakan, maka karya tersebut lebih sulit untuk dipahami.

Tipografi

Kata tipografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *typos* dan *graphein*. *Typos* yaitu cetakan, impresi atau bentuk, dan *graphein* yaitu menulis atau mengukir. Tipografi adalah suatu proses kesenian dan Teknik memilih dan menata huruf dengan mengatur jarak antar huruf pada ruang yang tersedia. Hal ini bertujuan untuk menciptakan suatu kesan tertentu, agar orang yang membaca menjadi nyaman. Tipografi merupakan seni dan Teknik dalam mengatur bentuk font, ukuran font, Panjang garis font, spacing dari suatu karakter untuk ditampilkan dalam suatu media. (Kurniawan, 2020).

Chinese Food

Chinese food, atau masakan khas China, merupakan masakan yang berasal dari negara China, yang dapat ditemukan di mana saja, dari kota besar, hingga kota-kota kecil di berbagai penjuru.

Tahapan Perancangan Buku Fotografi

Dalam merancang sebuah buku fotografi tentu tidak hanya sekedar mengambil gambar tanpa tujuan, dan langsung diaplikasikan kedalam sebuah buku fotografi. Menurut T, Herry (2016), hal yang pertama kali dilakukan dalam pembuatan buku fotografi adalah menentukan konsep yang akan diambil sesuai dengan tema yang ingin diterapkan dalam buku foto tersebut. Setelah menentukan konsep, mulai menyusun jadwal pembuatan yang terdiri dari penulisan, pemotretan, mengumpulkan data, dan kegiatan lainnya. Setelah ditentukan jadwal kegiatannya, dapat dimulai untuk pengambilan foto yang ingin ditampilkan dalam buku fotonya. Setelah foto-foto sudah terkumpul, maka dapat dimulai untuk proses editing di setiap fotonya, sehingga foto-foto tersebut dapat terlihat menarik di mata pembacanya. Setelah semua foto selesai di edit, maka dapat melanjutkan prosesnya ke proses layouting untuk buku fotonya. Setelah proses layouting selesai, maka dapat beralih ke proses produksi pada buku foto tersebut.

Metode yang digunakan dalam perancangan buku fotografi kuliner ini menggunakan metode kualitatif, yang juga dinamakan sebagai metode baru karena popularitasnya belum lama. Metode ini disebut sebagai metode artistik dikarenakan proses penelitiannya lebih bersifat seni atau kurang terpolo. Metode ini juga biasa disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitiannya lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2013). Untuk teknik pengumpulan data pada metode kualitatif dibagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan sumber yang data nya tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, contohnya dapat melalui orang lain maupun dokumen tertentu. Maka dari itu untuk pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, Studi Literatur dan juga Dokumentasi (Sugiyono, 2013).

Data Primer

Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan data dari tempat makan yang ingin dipromosikan lebih lanjut. Untuk pemilihan tempat makan terdapat beberapa kualifikasi. Yang pertama, tempat makan tersebut tentunya harus menjual masakan khas dari Negara China, karena inti topik yang ingin di tonjolkan adalah masakan khas Negara China. Selain itu, tempat makan tersebut harus berbentuk depot, sehingga restoran tidak termasuk dalam kategori yang akan dibawa pada tugas akhir ini. Selain hal tersebut, depot juga harus sudah berjalan selama lebih dari 20 tahun, karena yang akan ditonjolkan dalam buku ini adalah nilai historis nya, sehingga untuk depot yang berjalan kurang dari 20 tahun tidak akan masuk ke dalam kategori. Selain hal tersebut, depot juga harus menjual makanan yang berbeda di setiap depotnya, sehingga ketika pemaparan gambar pada buku, tidak ada kesamaan antar depotnya. Depot yang akan dipilih juga merupakan depot yang terlihat menarik, dan juga memiliki makanan yang enak dan memiliki khas nya tersendiri. Selain kualifikasi berdasarkan profil depot nya, juga akan dilakukan kualifikasi depot berdasarkan rating dari platform google review. Dari observasi tersebut, didapatkan 6 depot yang memenuhi kualifikasi. Yang pertama adalah depot Sari Rasa, yang kedua adalah Depot Hoklay, yang ketiga adalah Depot Mie Gadjahmada, yang keempat adalah Depot Bubur Agus, yang kelima adalah Depot Gang Djangkrik, dan yang terakhir adalah Depot Widari.

Wawancara

Pada perancangan ini, tujuan dari wawancara adalah untuk menanyakan sejarah dan juga menu favorit atau menu andalan dari depot tersebut. Wawancara akan dilakukan secara terstruktur, sehingga pertanyaan pada masing-masing depot akan sama. Pertanyaan pertama adalah “Bagaimana sejarah awal depot ini terbentuk?”, dan yang kedua adalah “Apa saja menu favorit yang ada di depot ini?”. Berikut hasil dari wawancara yang sudah dilakukan oleh perancang.

1) Depot Sari Rasa

Depot Sari Rasa pertama kali buka pada tahun 1980 di jalan oro-oro dowo Malang. Lalu pada tahun 1984, depot Sari Rasa pindah ke Jalan Agung Suprpto hingga saat ini. Depot ini menjual banyak macam makanan chinese. Menu yang dijual pun juga masih sama dari dulu sampai sekarang. Ada beberapa menu favorit yang ditawarkan kepada perancang, tetapi perancang memilih 3 menu favorit yang terbaik dan juga yang sesuai dengan pilihan makanan yang ingin ditampilkan di buku foto. Menu yang pertama adalah Koloke, yang kedua adalah Capjay, dan yang ketiga adalah Nasi Goreng Istimewa.

2) Depot Hoklay

Depot Hoklay pertama kali buka pada tahun 1946. Kata pemilik

METODE PERANCANGAN



dari Depot Hoklay, pada jaman itu hanya terdapat 3 rumah makan, salah satunya adalah Hoklay. Saat ini Hoklay sudah diurus oleh generasi ke 3 dari pemilik depot yang sebelumnya. Depot ini diurus secara turun menurun oleh keluarganya. Depot Hoklay menjual banyak macam menu makanan khas chinese. Depot ini terkenal dengan menu lunpia nya, dan juga cwimie. Selain menu tersebut juga ada menu yang menggunakan bahan utama nasi, seperti bakmoy, nasi goreng dan lainnya. Perancang disarankan untuk memilih menu favorit yang sudah tertera pada menu dari depot ini, sehingga perancang memilih 3 menu, yaitu lunpia semarang, nasi panca warna dan juga nasi bakmoy. Perancang tidak memilih menu mie karena sudah merencanakan untuk pergi ke depot selanjutnya, yaitu Depot Mie Gadjah Mada

3) Depot Mie Gadjahmada

Depot Mie Gadjah Mada pertama kali buka pada tahun 1958, sayangnya perancang tidak bisa melakukan wawancara terhadap pemilik tempat ini, sehingga informasi yang didapatkan hanya pada tahun berdiri dari depot ini. Sesuai dengan namanya, menu dari depot ini berfokus kepada menu yang menggunakan bahan dasar mie. Perancang ditawarkan beberapa menu favorit tetapi perancang mengambil 3 menu favorit, yang pertama adalah Pangsit Mie Istimewa, yang kedua adalah Mie Pangsit Ayam Jamur, dan yang terakhir adalah Bakwan Goreng.

4) Depot Bubur Agus

Depot Bubur Agus pertama kali dibuka pada tahun 2002. Berawal dari berjualan di pinggir jalan daerah Soekarno Hatta 1 tahun kemudian, depot ini pindah berjualan di daerah jalan Wilis di dekat Istana Kue. Lalu 1 tahun kemudian baru pindah di ruko yang ditempati hingga saat ini. Seperti namanya, depot ini menjual aneka macam bubur, tetapi tidak hanya bubur, melainkan ada menu-menu lainnya, seperti lomie, nasi goreng, bihun, dan macam makanan lainnya. Perancang disarankan untuk memilih beberapa menu, perancang hanya memilih 3 yang terbaik dan yang paling sesuai dimasukkan kedalam buku foto, yaitu yang pertama adalah Bubur Ayam Spesial, yang kedua adalah Lo Mie, dan yang terakhir adalah Bihun Kuah.

5) Depot Gang Djangkrik

Depot Gang Djangkrik pertama kali buka di Kota Malang pada tahun 1968. Sayangnya pada depot ini perancang juga tidak dapat melakukan wawancara terhadap pemiliknya, sehingga untuk sejarahnya diambil dari sebuah website. Asal mula dari nama "Gang Djangkrik" berawal dari pertama kali depot ini buka. Lokasi depot ini berada di dalam gang yang dikelilingi oleh banyak pedagang yang berjualan jangkrik, sehingga nama Gang Djangkrik sendiri diambil dari filosofi tersebut. Selain di Kota Malang, Depot Gang Djangkrik juga membuka cabang di Kota Surabaya dan juga Kota Bali. Depot ini menjual banyak macam masakan khas chinese. Depot ini juga menjual masakan yang tidak halal, karena menggunakan daging babi. Untuk depot ini, perancang disarankan untuk memilih menu favorit yang dipilih 3 terbaiknya. Yang pertama adalah Nasi Campur Spesial GGJ, yang kedua adalah Cwie Mie Pangsit Spesial GGJ, dan yang terakhir adalah Kwetiau Goreng Seafood.

6) Depot Widari

Depot Widari pertama kali buka pada tahun 1970. Pada tahun tersebut banyak sekali depot yang berjualan pada daerah tersebut. Tetapi seiring berjalannya waktu depot-depot tersebut perlahan berkurang, tetapi Depot Widari berhasil bertahan hingga saat ini. Menu yang dijual pun juga masih sama, tetapi bertambah beberapa menu seperti Pangsit Mie Jamur dan juga Pangsit Mie Bakso. Banyak menu favorit yang direkomendasikan, tetapi perancang hanya memilih 3 terbaik. Menu pertama adalah Fuyunghai, yang kedua adalah Tamie Cap

Cay, dan yang ketiga adalah Nasi Ayam.

Data Sekunder

Didapatkan data mengenai deskripsi dari makanan-makanan depot yang akan di tampilkan di buku foto dan akan digunakan untuk penunjang perancangan

1) Depot Sari Rasa

Pada Depot Sari Rasa, 3 menu yang dipilih adalah Koloke, Capjay, dan juga Nasi Goreng Istimewa.

Koloke merupakan salah satu masakan chinese yang sangat khas. Koloke merupakan masakan berbahan dasar dari ayam yang sudah di fillet, didampingi dengan beberapa sayuran seperti wortel, brokoli, dan juga didampingi oleh saus kental yang berwarna merah atau coklat. Selain ayam, juga ada olahan dengan menggunakan babi, tetapi namanya menjadi kolobak. Di depot ini menjual kedua menu tersebut, tetapi perancang hanya memilih koloke.

Menu yang kedua adalah Capjay. Capjay merupakan salah satu masakan khas chinese, yang menggunakan bahan utama sayur-sayuran. Seperti namanya, capjay memiliki arti yaitu 10 jenis sayuran yang berbeda-beda. Selain sayur, capjay juga biasa didampingi oleh ayam dan juga olahan daging seperti bakso dan lainnya.

Yang ketiga adalah Nasi Goreng Istimewa. Nasi goreng juga merupakan salah satu masakan yang terkenal di Indonesia. Hampir setiap tempat makan memiliki menu ini. Nasi goreng juga merupakan hidangan yang praktis untuk dibuat. Di depot ini, khususnya menu ini, menggunakan banyak macam daging, seperti ayam, kepiting dan lainnya.



Gambar 1 Menu Depot Sari Rasa
Sumber: Dokumen Pribadi

2) Depot Hoklay

Pada Depot Hoklay, 3 menu yang dipilih adalah Lunpia Semarang, Nasi Panca Warna, dan Nasi Bakmoy

Lunpia merupakan jajanan khas dari masakan chinese, dan juga merupakan kuliner khas dari Kota Semarang. Isi dari lunpia terdiri dari bahan-bahan yang sehat, seperti sayuran, rebung, telur dan lainnya. Lunpia biasa disajikan bersama dengan saus manis berwarna kecoklatan. Menu Lunpia Semarang merupakan salah satu menu yang terkenal di Depot Hoklay.

Menu yang kedua adalah Nasi Panca Warna. Nasi panca warna merupakan menu yang spesial yang hanya ada di Depot Hoklay. Nasi panca warna merupakan menu yang menggunakan bahan dasar nasi tetapi disajikan seperti pangsit mie, dengan menggunakan bumbu dan juga kuah selayaknya sebuah pangsit mie.

Menu yang ketiga adalah Nasi Bakmoy. Bakmoy merupakan kombinasi dari kedua budaya, yaitu dari Tiongkok dan juga Jawa. Sebelum masuk ke Indonesia, bakmoy merupakan menu yang mengandung babi, ayam dan juga daging sapi, tetapi karena mayoritas orang di Indonesia beragama Muslim, maka untuk penggunaan babi tidak hilangkan di beberapa tempat. Untuk depot Hoklay sendiri tidak menggunakan babi sehingga dapat dinikmati semua orang.



Gambar 2 Menu Depot Hoklay
Sumber: Dokumen Pribadi

3) Depot Mie Gadjahmada

Pada Depot Mie Gajah Mada, 3 menu yang dipilih adalah Pangsit Mie Istimewa, Mie Pangsit Ayam jamur, dan Bakwan Goreng.

Masakan pangsit mie merupakan salah satu hidangan khas dari tiongkok. Mie pangsit tidak jauh berbeda dengan mie ayam. Mie pangsit merupakan mie yang dihidangkan dengan bumbu yang khas disertai dengan kuah dan juga ditambahkan beberapa topping seperti daging ayam atau daging lain sesuai dengan menu pilihan dari konsumen. Selain itu juga ada pangsit, yang merupakan sejenis dimsum dengan isi daging. Pangsit memiliki 2 varian, yaitu pangsit kuah dan pangsit kering.

Untuk menu yang kedua juga sama pangsit mie, hanya berbeda pada topping yang dipilih, karena ini merupakan salah satu best seller di depot ini. Topping yang digunakan adalah ayam jamur. Rasa yang diberikan dari mie ini cenderung manis dan gurih. Penyajian dari mie ini menggunakan kuah yang dihidangkan di mangkok sendiri

Yang ketiga adalah Bakwan Goreng. Bakwan merupakan salah satu masakan khas chinese. Dalam bahasa tiongkok, bak memiliki arti daging, dan wan memiliki arti bola, sehingga jika diartikan, bakwan memiliki arti daging bola. Bakwan biasa dibuat menggunakan daging ayam atau udang, lalu digoreng hingga menyerupai bola.



Gambar 3 Menu Depot Mie Gadjahmada
Sumber: Dokumen Pribadi

4) Depot Bubur Agus

Pada Depot Bubur Agus, 3 menu yang dipilih adalah Bubur Ayam Spesial, Lo Mie, dan Bihun Kuah.

Bubur Ayam adalah salah satu jenis makanan yang berasal dari Indonesia. Bubur merupakan beras yang di masak dengan air yang cukup banyak, sehingga tekstur yang dihasilkan lembut dan juga berair. Bubur biasa disajikan dengan keadaan hangat dan juga panas. Bubur biasa memiliki banyak macam topping seperti ayam, cakwe, telur, kerupuk, bawang goreng dan juga taburan daun bawang yang dicincang. Menu ini merupakan menu andalan dari depot ini.

Masakan yang kedua adalah Lo Mie. Lo mie merupakan salah satu sajian asli dari Tiongkok. Lo mie merupakan mie yang berwarna kuning dengan menggunakan kuah berwarna coklat gelap yang sangat kental. Lo mie biasa disajikan dengan menggunakan ayam, jamur, sayuran dan juga pelengkap-pelengkap lainnya.

Masakan yang ketiga adalah Bihun. Bihun merupakan salah satu jenis makanan dari Tiongkok yang berbentuk seperti mie, tetapi bentuknya jauh lebih kecil daripada mie biasa. Mie nya

pun juga berwarna putih. Dalam bahasa Tionghoa, bihun memiliki arti sendiri, Bi yaitu beras dan hun yang berarti tepung. Dari arti tersebut, bihun merupakan olahan mie yang berasal dari bahan dasar tepung beras. Bihun biasa disajikan dengan cara direbus dan dimakan dengan kuah, ataupun juga bisa digoreng.



Gambar 4 Menu Depot Bubur Agus
Sumber: Dokumen Pribadi

5) Depot Gang Djangkrik

Pada Depot Gang Djangkrik, 3 menu yang dipilih adalah Nasi Campur Special GGJ, Cwie Mie Pangsit Spesial GGJ, dan Kwetiau Goreng Seafood.

Masakan yang pertama adalah Nasi Campur Special GGJ. Nasi campur merupakan makanan khas dari Indonesia yang terdiri dari nasi dan beberapa lauk lainnya. Di Depot Gang Djangkrik sendiri memiliki menu nasi campur yang spesial. Perbedaannya terletak pada daging yang disajikan pada nasi campur tersebut, sehingga lebih terkesan seperti chinese food karena penggunaan daging babi. Selain babi juga menggunakan daging ayam.

Masakan yang kedua adalah Cwie Mie. Cwie mie merupakan makanan legendaris khas dari Indonesia, lebih tepatnya di Kota Malang itu sendiri. Kata Cwie pada Cwie mie memiliki arti kecil, sehingga bentuk mie ini juga terlihat kecil dan tipis. Untuk menu spesial dari depot ini menggunakan daging babi dan juga ayam, selain itu juga ditambahkan beberapa sayur dan juga bakso.

Makanan yang ketiga adalah Kwetiau Goreng Seafood. Kwetiau sendiri merupakan makanan khas chinese, yang berupa mie yang terbuat dari beras. Bentuk dari kwetiau pipih dan juga lebar. Kwetiau juga memiliki tekstur yang kenyal. Penyajiannya biasanya digoreng ataupun juga disiram.



Gambar 5 Menu Depot Gang Djangkrik
Sumber: Dokumen Pribadi

6) Depot Widari

Pada Depot Widari, 3 menu yang telah dipilih adalah Fuyunghai, Tamie Cap Cay, dan Nasi Ayam.

Fuyunghai atau puyunghai merupakan salah satu makanan yang berasal dari Tiongkok. Fuyunghai merupakan telur yang didadar dengan menggunakan sayuran dan juga daging. Pada umumnya a fuyunghau menggunakan daging kepiting tetapi daging tersebut dapat diganti dengan daging yang lain seperti daging ayam. Fuyunghai biasa dinikmati dengan saus asam manis yang berwarna merah dengan taburan kacang polong diatasnya.

Tamie Cap Cay merupakan salah satu olahan masakan capcay dengan menggunakan tambahan mie kering. Mie kering tersebut berasal dari mie basah biasa yang digoreng kering, kemudian

disiram dengan capcay yang panas. Mie yang digoreng kering akan memberikan sensasi gurih, dengan kuah yang kental, sehingga rasa yang dihasilkan terkesan unik dan enak. Nasi Ayam merupakan salah satu hidangan khas chinese. Nasi ayam merupakan nasi yang digoreng bersama dengan telur, kemudian disiram kuah kental seperti kuah capcay yang gurih, dan berisi sayuran sawi dan juga potongan ayam rebus. Kombinasi rasa nasi goreng dengan kuah kental capcay menambah keunikan dari masakan ini.



Gambar 6 Menu Depot Gang Djangkrik
Sumber: Dokumen Pribadi

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis kualitatif deskriptif yang akan melewati empat tahapan. Tahapan tersebut dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan yang terakhir adalah kesimpulan. Setelah informasi-informasi sudah terkumpul dari observasi secara langsung, hal yang dapat dilakukan selanjutnya adalah dengan menghubungkan hasil observasi dan wawancara dengan rumusan masalah. Hasil analisis yang didapatkan adalah banyak depot di Kota Malang yang menjual masakan khas chinese yang sudah lebih dari dua puluh tahun ada di Kota Malang, sehingga hal tersebut dapat dimanfaatkan untuk media promosi bagi depot-depot tersebut, sehingga banyak orang yang akan mengetahui keberadaan depot tersebut, atau pun mengingat kembali depot tersebut. Maka dari itu, untuk perancangan ini akan dibuat sebuah buku fotografi yang berisi 6 depot chinese food yang sudah melalui proses kualifikasi, sehingga dapat dipastikan depot-depot tersebut dapat menjadi suatu rekomendasi yang tepat untuk wisatawan luar kota maupun luar negeri.

Sintesis Konsep Perancangan dan Strategi Perancangan

Dari hasil perancangan data dan analisis yang sudah ada, dibuatlah sintesis konsep perancangan buku fotografi yang memiliki pokok bahasan yaitu pengenalan terhadap depot tersebut, sejarahnya, dan menu-menu makanan favorit yang ada di depot tersebut. Terdapat enam depot yang akan dimasukkan kedalam buku foto yang akan dibuat. Berikut merupakan rincian dan panduan media untuk perancangan buku foto Malang Chinese Cuisine:

- A. Media utama dari perancangan ini adalah berupa buku fotografi yang memiliki jumlah 77 halaman dan berisikan 6 bagian yang dibagi berdasarkan depot-depotnya
- B. Media pendukung yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah kaos, totebag, tumbler, topi, bookmark, dan social media.

Konsep Perancangan

Metode konsep perancangan yang akan digunakan pada buku Malang Chinese Cuisine menggunakan metode konsep perencanaan kreatif. Konsep ini merupakan konsep yang berfokus kepada hal baru. Perancangan ini berfokus kepada pesan yang ingin disampaikan dalam buku foto Malang Chinese Cuisine. Dalam konsep kreatif terdapat beberapa poin penting yaitu tujuan kreatif, strategi kreatif, program kreatif dan yang terakhir adalah biaya kreatif (Sanyoto, 2006).

Tujuan Kreatif

Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah buku fotografi dengan hasil foto yang menarik. Hal tersebut bertujuan agar dapat menarik perhatian orang-orang ketika melihat buku tersebut. Buku ini merupakan buku cetak yang berukuran 20x20cm dengan menggunakan hardcover yang memiliki desain yang unik sehingga dapat menarik perhatian pembelinya.

Strategi dan Program Kreatif

Perancangan ini memiliki tujuan berupa jangkauan dan juga segmentasi Jangkauan merupakan total target audience dan juga luas wilayah yang ingin dijangkau dalam penyebaran buku ini. Berdasarkan kesimpulan dari data diatas, jangkauan dari perancangan ini adalah kota Malang, karena lokasi dan inti penelitian berada pada Kota Malang, dan target audiencenya merupakan wisatawan luar kota dan juga luar negeri.

Tabel 1. Tabel Segmentasi

Demografis	Geografis	Psikografis	Behavioris
1. Usia 35-44 Tahun	Kota Malang	Seorang yang memiliki ketertarikan kepada kuliner khas chinese, yang juga memiliki hobby travelling di luar kota.	Ditunjukan kepada orang-orang yang menyukai karya seni berupa buku fotografi
2. Laki-laki dan Perempuan			
3. Status ekonom menengah keatas dengan pengeluaran lebih dari Rp.3.000.000			

Untuk dapat melakukan suatu perancangan, harus memperhatikan konsep isi, konsep visual dan juga konsep tata desain harus dipikirkan secara matang dan dipertimbangkan lagi.

Konsep isi

Dalam perancangan buku fotografi ini, fokus dari buku ini akan lebih ke pesan visual nya, tetapi juga akan ada pesan verbal nya.

Bentuk Pesan

a. Pesan Visual

Pesan visual merupakan pesan yang penyampaianya menggunakan sebuah gambar. Karena pada perancangan ini membuat buku fotografi, maka fokus penyampaian pesannya akan lebih ke arah fotonya, sehingga persentase foto akan lebih banyak daripada teks nya.

b. Pesan Verbal

Pesan verbal adalah pesan yang penyampaianya menggunakan suatu tulisan. Pada perancangan ini, pesan verbal nya memiliki fokus untuk memberitahu informasi setiap depotnya, sejarah, menu sekaligus deskripsi singkat dari makanannya.

Judul Utama Buku

Judul utama dari buku foto ini adalah "Malang Chinese Cuisine", yang memiliki arti masakan chinese Malang. Dari judulnya sudah dapat menjelaskan secara jelas apa isi dari buku foto tersebut, agar lebih dapat mudah dipahami oleh para wisatawan luar kota, maupun luar negeri.

MALANG CUISINE CHINESE

Gambar 7. Judul Buku
Sumber: Dokumen Pribadi

Gaya Bahasa

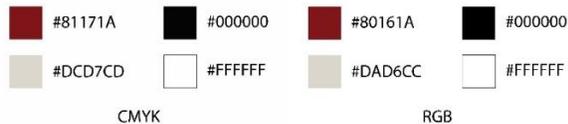
Gaya bahasa yang digunakan dalam buku fotografi ini adalah bahasa Indonesia yang formal dan tidak terlalu berbelit-belit, karena segmentasi pasar dari buku ini adalah para wisatawan yang tergolong orang tua. Karena ini buku fotografi, maka penggunaan kalimat tidak terlalu banyak.

Konsep Visual

Konsep visual yang akan ditampilkan pada buku ini adalah konsep minimalis, dengan persentase foto dan teks 80% & 20%. Tujuannya agar buku ini dapat lebih mudah dimengerti dengan layout yang clean dan tidak berantakan, serta memberikan ruang terhadap layoutnya. Untuk konsep visualnya akan dibagi menjadi tiga, yaitu visual warna, visual gambar dan juga tipografinya.

Visual Warna

Warna yang digunakan dalam buku fotografi ini menggunakan kombinasi warna yang soft dan juga warna khas dari Negara China, yaitu warna merah. Warna merah dalam Negara China melambangkan keberuntungan. Selain menggunakan warna merah, juga digunakan warna “Timberwolf” pada cover yang memberikan kesan vintage. Berikut warna-warna yang digunakan dalam penyusunan buku ini. Penggunaan warna CMYK digunakan pada buku dan merchandise berbentuk fisik, sedangkan penggunaan RGB digunakan pada media berbentuk digital.



Gambar 8. Warna Yang Digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar/Foto

Gambar yang akan digunakan dalam buku fotografi ini adalah gambar dari depot yang akan ditampilkan yang meliputi environment nya, dan juga menu-menu makanan yang akan dipromosikan melalui buku foto ini. Untuk pengambilan gambarnya, perancang menggunakan kamera Fuji seri XA7 dengan menggunakan lensa kit dari kamera tersebut.

Tipografi

Pada buku ini, 3 font digunakan untuk perancangan buku ini. Font yang pertama bernama AlcuBierre, digunakan untuk judul setiap bagian depot dan makanan, yang kedua ada Sinkin Sans, dengan menggunakan 3 font style yang pertama berukuran 400 Regular/italic, yang digunakan untuk penjelasan info depot, yang kedua ada ukuran 200x Light, yang digunakan pada deskripsi halaman dan yang ketiga ada ukuran 100 Thin/thin italic yang digunakan pada deskripsi footer, penjelasan sejarah dan juga setiap makanannya. Yang terakhir merupakan font bernama Sacramento, yang digunakan untuk penjelasan barcode di halaman informasi depot.

Sinkin sans
Sinkin sans
Sinkin sans
Sinkin sans
Sinkin sans
AlcuBierre
Sacramento

Gambar 9. Font Yang Digunakan
Sumber: Dokumen Pribadi

Konsep Media Pendukung

Media pendukung berfungsi sebagai media pelengkap yang dapat berfungsi sebagai media promosi dari produk utamanya, agar produk tersebut dapat lebih dikenal lagi oleh target audience nya. Untuk media pendukung dari perancangan ini akan berfokus kepada barang-barang umum yang sering dibawa oleh para wisatawan. Berikut rincian dari media pendukung yang digunakan.

Biaya Kreatif

Pra Produksi

Tabel 2. Tabel Biaya Pra Produksi

No.	Produk	Biaya Produksi	Jumlah Cetak	Harga Total
1.	Biaya Penelitian	Rp. 1.000.000	-	Rp. 1.000.000

Produksi

Tabel 3. Tabel Biaya Produksi

No.	Produk	Biaya Produksi	Jumlah Cetak	Harga Total
1.	Buku Fotografi “Malang Chinese Cuisine”	Rp. 360.000	100	Rp. 3.600.000

Pasca Produksi

Tabel 4. Tabel Pasca Produksi

No.	Produk	Biaya Produksi	Jumlah Cetak	Harga Total
1.	T-Shirt	Rp. 65.000	100	Rp. 6.500.000
2.	Totebag	Rp. 50.000	100	Rp. 5.000.000
3.	Tumbler	Rp. 75.000	100	Rp. 7.500.000
4.	Cap	Rp. 50.000	100	Rp. 5.000.000
5.	Bookmark	Rp. 1500	100	Rp. 150.000
Total Biaya Keseluruhan				Rp. 24.150.000

Harga Jual Produk

Tabel 5. Rincian Harga Jual

No.	Produk	Biaya Produksi	Jumlah Cetak	Harga Total
1.	Buku Fotografi “Malang Chinese Cuisine”	Rp. 400.000	100	Rp. 40.000.000
2.	T-Shirt	Rp. 70.000	100	Rp. 7.000.000
3.	Totebag	Rp. 60.000	100	Rp. 6.000.000
4.	Tumbler	Rp. 85.000	100	Rp. 8.500.000
5.	Cap	Rp. 60.000	100	Rp. 6.000.000
6.	Bookmark	Rp. 2.000	100	Rp. 200.000
Total Biaya Keseluruhan				Rp. 67.700.000

VISUALISASI DESAIN

Media Utama

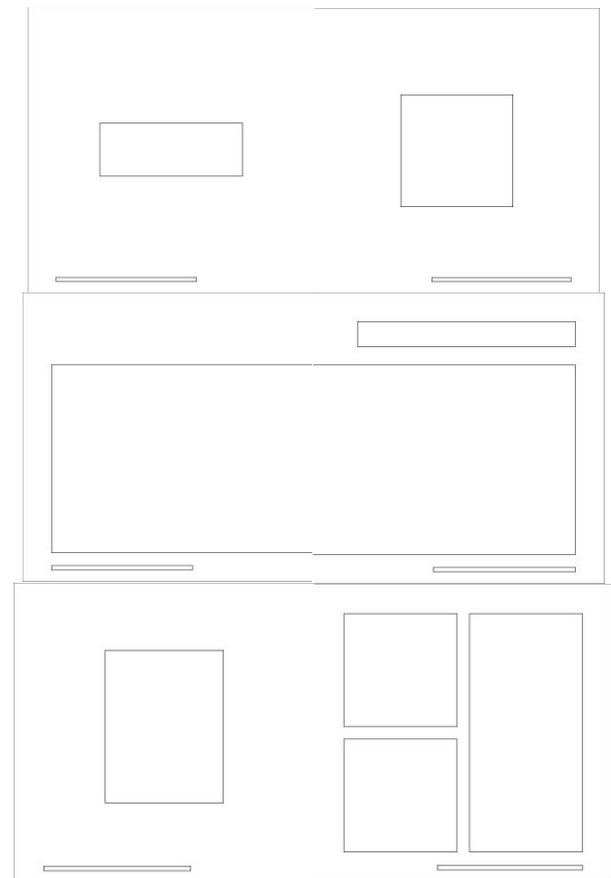
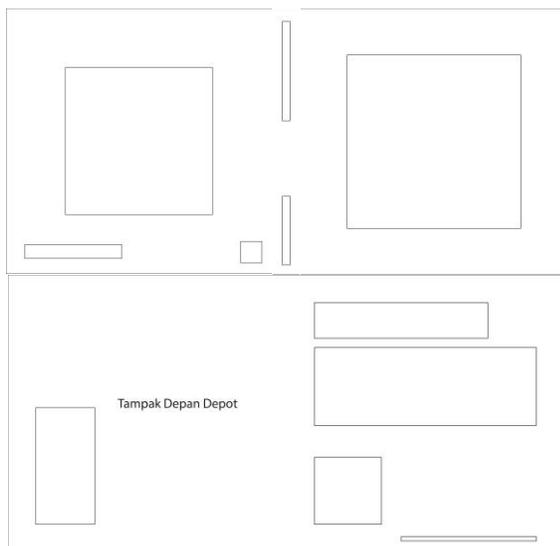
Dalam proses pembuatan media utama, tahapan yang dilakukan pertama kali adalah menentukan layout dari buku foto yang akan dibuat, sehingga dapat mengetahui penempatan gambar beserta teks yang akan ditampilkan pada setiap halamannya. Berikut adalah beberapa tahapan dari pembuatan media utama.

Layout

Pada tahap pembuatan layout, perancang menggunakan beberapa tahapan untuk menentukan tata letak sebuah objek desain. Untuk pembuatan layout perancang menggunakan software Adobe Illustrator CC 2019. Layout dibuat berdasarkan bab yang akan ditampilkan pada buku foto.

Idea Layout

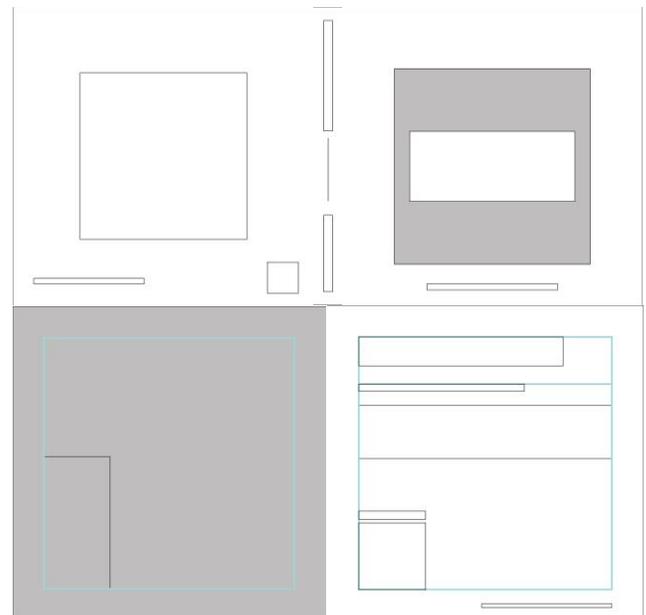
Idea layout merupakan proses awal pada perancangan layout. Pada idea layout, layout dibuat sebagai dasar dalam perancangan layout buku ini, agar penempatan teks dan juga gambar dapat terencanakan dengan baik. Berikut merupakan idea layout dari perancangan ini.

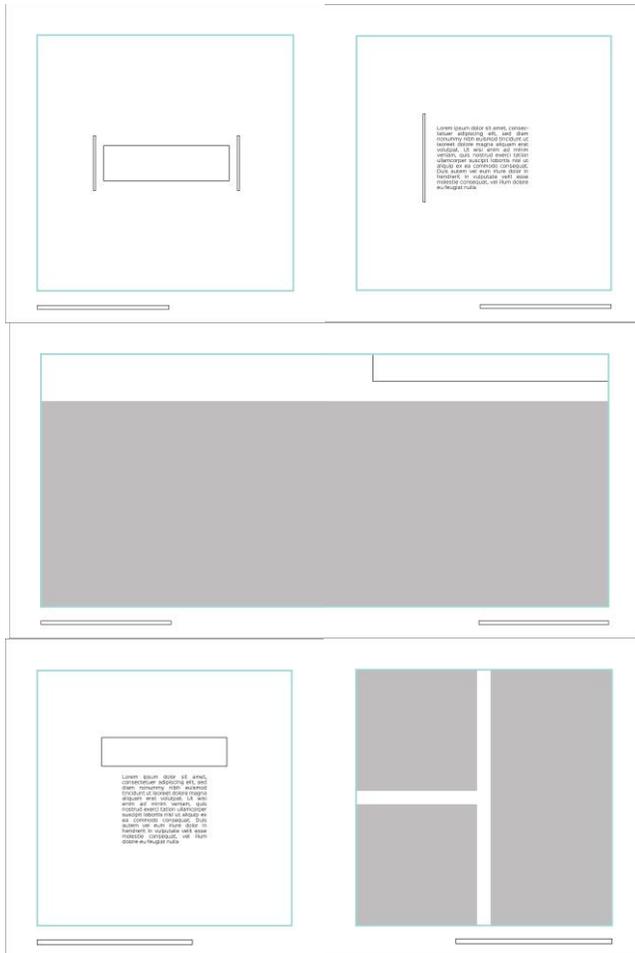


Gambar 10. Idea Layout
Sumber: Dokumen Pribadi

Rough Layout

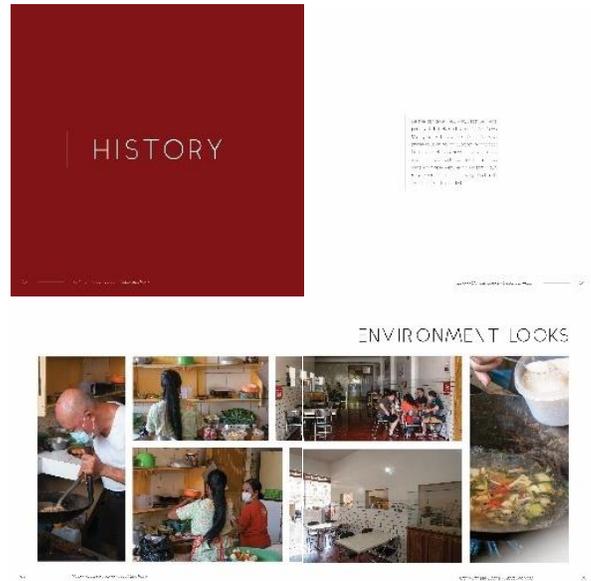
Setelah idea layout ditentukan, dilanjutkan ke proses berikutnya yaitu rough layout, berikut hasil dari rough layout.





Gambar 11. Rough Layout
Sumber: Dokumen Pribadi

Comprehensive Layout
Setelah ditentukan rough layout, dapat dilanjutkan ke proses berikutnya yaitu comprehensive layout dan mulai menata elemen-elemen yang akan dimasukkan



Gambar 12. Comprehensive Layout
Sumber: Dokumen Pribadi

Desain Final
Desain Final merupakan tahapan terakhir dari perancangan ini. Hasil dari desain ini akan berbentuk layout yang lengkap beserta isi dari kontennya. Dalam perancangan ini, desain final berupa mockup buku fotografi. Berikut hasil desain final dari perancangan ini,





Gambar 13. Final Design
Sumber: Dokumen Pribadi

Desain Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan dalam perancangan ini ada 6, berupa t-shirt, totebag, tumbler, cap, bookmark, dan social media berupa instagram. Karena perancangan ini berfokus kepada para wisatawan, maka dari itu untuk media pendukungnya menggunakan barang-barang yang diperlukan untuk para wisatawan ketika sedang berwisata ke luar kota ataupun luar negeri. Sehingga dari alasan tersebut, maka dipilihlah media-media pendukung yang berhubungan langsung dengan barang-barang yang digunakan ataupun dibawa untuk berwisata



Gambar 14. T-Shirt
Sumber: Dokumen Pribadi





Gambar 15. Totebag
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 16. Tumbler
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 17. Cap
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 18. Bookmark
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 19. Social Media
Sumber: Dokumen Pribadi

PENUTUP

Kesimpulan

Pada perancangan buku fotografi berjudul “Malang Chinese Cuisine” sebagai nilai historis dan rujukan destinasi di Kota Malang menghasilkan sebuah visual buku fotografi yang memiliki 6 depot sebagai destinasi depot khas chinese pilihan di Kota Malang. Media tersebut merupakan media utama dari perancangan ini. Untuk media pendukungnya adalah t-shirt, totebag, tumbler, cap, bookmark serta social media yaitu Instagram.

Pada hasil perancangan ini yang diharapkan adalah dapat menarik perhatian dari konsumen atau target audience yang dituju, sehingga dapat mengunjungi beberapa depot khas chinese pilihan di Kota Malang.

Saran

Depot-depot khas chinese sudah lama ada di Indonesia, salah satunya ada di Kota Malang. Karena adanya resto-resto dan kafe yang baru, depot khas chinese di Kota Malang terlupakan, sehingga dibutuhkan suatu media yang dapat mempromosikan depot-depot tersebut. Untuk itu diperlukan proses penelitian dan juga pencarian data yang mendalam tentang depot-depot tersebut, dengan menggunakan metode wawancara ataupun observasi.

Bagi perancang selanjutnya, diharapkan dapat memikirkan tema dan juga media yang akan dibawa untuk menunjang hasil dari perancangan yang sudah dibuat, sehingga dapat menjadi media yang baik dan berhasil menjadi solusi dari perancangan yang dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- _____, 2022 ‘Apa itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis dan Fungsinya’ Kompas.com diakses 9 Maret 2022 <<https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/ap-a-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya?page=all#:~:text=Pertama%20tujuan%20promo pr%20adalah%20untuk,membeli%20produk%20atau%20mmenggunakan%20jasa.>>.
- _____, 2017. ‘Macam – Macam Media Iklan’ Ilmu Ekonomi Id diakses 21 April 2020 <<https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/04/macam-macam-media-iklan.html>>.
- Agusetyaningrum, V., Mawardi, M.K., Pangestuti, E., (2016). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner. Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Bull, S., (2010). Photography. Oxon: Routledge.
- Cullen, K. (2012). Design Elements Typography Fundamentals. Rockport Publisher, Beverly, USA.
- Dihni, V.A., (2021)., ‘Durasi Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Naik Signifikan pada 2020’ Diakses 14 April 2022 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/21/dura-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-naik-signifikan-pada-2020>>
- Graver, A., dan Jura, B., (2012), Best Practices for Graphic Designers: Grids and Page Layouts. Rockport Publisher, Beverly, USA.
- Hartoyo, R., 2014. ‘Apa Itu Photobook’ rudihartoyo.com diakses pada 9 November 2020 <<http://www.rudihartoyo.com/apa-itu-photobook/>>.
- Ikrima, F., (2017). Analisa Karya Seri Foto self-portraiture Laura Hospes: UCP-UMCG dengan Teori Semiotika Roland Barthes. Universitas Pasundan, Bandung.
- Kurniawan, A., 2020 ‘Pengertian Tipografi dan Menurut Para Ahli’ gurupendidikan.com diakses pada 9 November 2020 <<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-tipografi/>>.
- McHugh, S.T., (2019). Understanding Photography “Master Your Digital Camera and Capture that Perfect Photo”. No Starch Press, San Francisco, USA
- Mulyanta, Edi S., (2007). Teknik Modern Fotografi Digital. Yogyakarta.
- Nugroho, Didit Prasetyo., (2019). Dari Panggung ke Panggung. Machung Press, Malang.
- Rachmawati., 2021 ‘Kota Malang dan 12 Nama Julukannya, dari Paris Van East Java hingga Kota Susu’ Kompas.com diakses 9 Marey 2022 <<https://www.javatravel.net/tempat-wisata-malang>>.
- Ratri, N., 2019. ‘Sektor Kuliner Menjamur di Malang, Penelitian BI: Sustainability Masih Kurang’ Jatimtimes diakses 21 April 2020 <<https://jatimtimes.com/baca/194787/20190606/073000/sektor-kuliner-menjamur-di-malang-penelitian-bi-sustainability-masih-kurang>>.
- Salma., 2021 ‘Studi Literatur: Pengertian, Ciri-Ciri, dan Teknik Pengumpulan Datanya’ penerbitdeepublish.com diakses pada 16 Maret 2021 <https://penerbitdeepublish.com/studi-literatur/#1_M_Nazir>
- Sanyoto, S. E. (2006). Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan. Dimensi Press, Yogyakarta, Indonesia.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung, Indonesia.
- Wijaya, T., 2018. Literasi Visual, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Indonesia.

