

PERANCANGAN BUKU FOTOGRAFI KULINER KHAS CHINA DI MALANG SEBAGAI INFORMASI BAGI GENERASI *ZOOMERZ* (USIA 13-25 TAHUN)

Kevin Jonathan Suyono¹, Didit Prasetyo Nugroho², Bintang Pramudya Putra Prasetya³

Universitas Ma Chung^{1,2,3}

kevin18072002@gmail.com

Received: 05 August 2025 – Revised: 11 Sept 2025 - Accepted: 21 Sept 2025 - Published: 30 Sept 2025

Abstrak

Di kota Malang memiliki berbagai macam makanan yang dikatakan tempat kuliner, seperti terdapat kuliner dari masakan Jawa, Korea, Jepang, China. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin inovatif, eksistensi makanan kuliner China semakin menyesuaikan dengan penggunaan bahan yang ada di Indonesia. Kemudian, terdapat penggunaan bahan yang dibedakan seperti makanan non halal dan halal untuk menyesuaikan mayoritas di Indonesia. Perubahan preferensi dengan melakukan adaptasi penggunaan bahan juga dapat meningkatkan berbagai macam budaya kuliner Indonesia. Generasi muda pada saat ini juga mencari berbagai macam kuliner China dan mencari tahu untuk makanan yang halal dan non halal. Makanan China juga memiliki makanan vegetarian dan vegetarian, seperti di generasi muda juga masih ada yang belum mengetahui makanan yang vegetarian dan bukan vegetarian. Maka, diperlukan media informasi yang mampu memperkenalkan kuliner China sekaligus memberikan informasi munculnya makanan China ke Indonesia. Metode perancangan yang digunakan yaitu metode perancangan komunikasi kreatif, yang melibatkan pengumpulan data secara kualitatif. Buku fotografi esai ini dirancang berukuran 22 x 18 cm dicetak *full color* dengan total 95 halaman, menggunakan hardcover yang dilaminasi *doff*. Kesimpulan dari perancangan ini yaitu menciptakan buku fotografi esai yang mampu memperkenalkan macam-macam kuliner China dengan konsep perpaduan modern dan otentik melalui visual fotografi yang menarik disertai narasi beserta media pendukung meliputi permainan kartu (asah otak), gantungan kunci (*key chain*), pembatas buku (*bookmark*), *tent card*, kaos (*shirt*), poster, stiker, tripod banner.

Kata Kunci : Buku Fotografi Esai, *Food Photography*, Chine culinary, Malang, Remaja, Budaya China

Abstract

The city of Malang offers a wide variety of culinary delights, including Javanese, Korean, Japanese, and Chinese cuisines. As time progresses and innovation increases, the existence of Chinese culinary culture continues to adapt to the locally available ingredients in Indonesia. Consequently, ingredients are adjusted to distinguish between non-halal and halal options, in order to suit the preferences of Indonesia's majority population. This adaptation of ingredients not only supports cultural sensitivity but also enhances the diversity of Indonesia's culinary heritage. Today's younger generation is increasingly exploring various types of Chinese cuisine and is actively seeking information about which dishes are halal or non-halal. Chinese cuisine itself includes both vegetarian and non-vegetarian dishes. However, there is still a lack of understanding among some members of the younger generation regarding the difference between vegetarian and non-vegetarian food. Therefore, an informative medium is needed to both introduce Chinese cuisine and provide background on how it came to Indonesia. The design method used in this project is the creative communication design method, which involves collecting data through qualitative research. This photography essay book is designed in a 22 x 18 cm format, printed in full color with a total of 95 pages, and features a hardcover with a matte lamination finish. The conclusion of this design project is the creation of a photography essay book that effectively introduces a variety of Chinese dishes through a modern yet authentic visual concept, presented with compelling photography and narrative text. Supporting media includes a brain-teasing card game, keychains, bookmarks, tent cards, t-shirts, posters, stickers, and a tripod banner.

Keywords: Photo Essay Book, *Food Photography*, Chinese Culinary, Malang, Teenagers, Chinese Culture.

PENDAHULUAN

Setiap kota yang berada di wilayah Indonesia pada dasarnya memiliki beragam tempat kuliner dengan keunikannya sendiri. Tempat-tempat ini umumnya didatangi oleh wisatawan didalam maupun diluar kota. Seperti yang berada di kota Malang sampai saat ini tetap mengembangkan berbagai jenis tempat makan, dimulai dari pedagang kaki lima sampai restoran berkelas, yang menyajikan beragam makanan dan minuman. Kota ini juga kaya dengan sumber daya pangan lokal seperti jagung, ubi, singkong, sukun, dan waluh. Dengan pengembangan wisata kuliner menggunakan bahan pangan lokal memiliki tujuan untuk meningkatkan citra makanan khas Malang supaya dapat lebih dikenal dan disukai oleh masyarakat lokal maupun wisatawan (Dian Prayogi, 2017). Selanjutnya membahas secara singkat tentang masuknya kuliner China ke Indonesia.

Menurut (Tuti Sartika Sijabat & Rudiansyah, 2022) pengenalan makanan China di Indonesia dimulai dari kedatangan pedagang Tionghoa ke Sumatera Utara pada abad ke-13 melalui berbagai macam bentuk interaksi. Semakin berkembangnya zaman, pada tahun 1930 masyarakat keturunan Tionghoa telah membentuk kelompok etnis yang cukup dominan di Medan. Kota Medan juga dikenal sebagai wilayah yang multicultural, ditempati oleh penduduk asli dan berbagai pendatang, termasuk masyarakat keturunan Tionghoa. Kedatangan Masyarakat Tionghoa dapat menambahkan pengaruh besar terhadap budaya lokal, terutama di bidang kuliner. Kemudian alkturasi budaya terciptan melalui jenis makanan, peralatan makanan, kebiasaan sarapan, hingga ornamen khas terbanyak di kota Medan. Menurut (Tanjung Prasetyo & Ni Luh Made Vinaya Medhiatika, 2020) akulturasi budaya Tionghoa ikut memperkaya kuliner lokal dan menghasilkan ragam cita rasa baru yang secara tidak langsung menjadi bagian dari identitas kuliner daerah. Cita rasa masakan Tionghoa dikenal dengan kombinasi rasa asam, pahit, pedas, dan asin. Sehingga dengan menggunakan perpaduan dari tiap kombinasi dapat menghasilkan rasa seperti manis-asin, pedas-asam, serta aroma kuat yang khas. Keunikan aroma tersebut juga berasal dari penggunaan bumbu-bumbu seperti bubuk lima rempah (*ngo hiong*), akar manis (*gan co*), andamian (*hua jiau*), mustard (*jie mo*), kayu manis Tionghoa (*gui pi/rou gui*), dan kapulaga hitam (*hei dou kou*). Dalam pengolahannya, untuk membuat kuliner Tionghoa juga menggunakan bahan-bahan penting seperti kecap, minyak goreng, kayu bakar, garam, teh, cuka, dan karbohidrat lainnya. Teknik yang digunakan untuk memasak sangat beragam seperti mengukus, merebus ganda, mengukus dengan kecap, merebus biasa, menumis, menggoreng dengan sedikit minyak, menggoreng cepat, merebus setelah menggoreng, dan memasak dengan air dalam kondisi tertutup.

Usaha untuk mendirikan kuliner sendiri dapat dikatakan bisnis yang tidak mudah dikarenakan membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas dalam pengembangannya. Wisata kuliner sendiri juga memiliki arti sebagai kunjungan ke suatu tempat yang terdapat suatu makanan, festival makanan, restoran dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rasa khas makanan dari tiap kota tertentu beserta dapat memotivasi seseorang melakukan perjalanan (Verniaputri Agusetyaningrum et al., 2016). Untuk memperkenalkan kuliner yang berada di kota Malang tentunya masyarakat yang telah tinggal di Malang atau masyarakat asli Malang juga menginformasikan kepada masyarakat pendatang dari luar kota seperti datangnya masyarakat yang sedang mengikuti kegiatan tour secara berkelompok maupun masyarakat yang tidak mengikuti kegiatan tour, kemudian penulis juga membantu memperkenalkan kuliner yang berada di kota Malang menggunakan media sosial instagram dan memperkanalkan kepada masyarakat bagi yang belum mengetahui mengenai kuliner di kota Malang.

Untuk mengenalkan kuliner sendiri, penulis akan membuatnya melalui pembuatan buku yang berisikan tentang makanan china, konten digital berupa foto dan deskripsi makanan tersebut, penerapan logo pada merchandise yang terdapat beberapa kalimat dari gambar tersebut. Selanjutnya pembuatan buku fotografi, menurut (Fariz Furqan Agusnadi & Didit Widiatmoko Suwardikun, 2018) buku adalah bentuk media masa pertama dan memberikan banyak manfaat dalam hal, sedangkan perancangan komunikasi visual adalah komunikasi yang dilakukan dengan bahasa visual dengan di informasikan melalui unsur dasar visual (segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan. Kemudian dibuatnya buku fotografi bertujuan supaya makanan china sendiri untuk lebih memperkenalkan kepada generasi zoomers menurut (Melvia Meifitri, 2020) terdapat pada tahun 1995-2015 dengan berusia 5-25 tahun.

Metode perancangan yang digunakan untuk penelitian yaitu metode deskriptif kualitatif. Penulis mencari data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Konsep yang diangkat meliputi pencarian lokasi yang menyajikan kuliner China serta identifikasi bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatannya. Penulis membuat daftar kuliner China di kota Malang dengan tujuan memperkenalkan makanan tersebut kepada masyarakat luar kota maupun dalam kota, memberikan informasi mengenai bahan-bahan yang digunakan kepada masyarakat dalam kota maupun luar kota, mengenalkan kuliner China kepada anak-anak, serta meningkatkan kreativitas, imajinasi, akses informasi, dan sarana pembelajaran yang efektif.

MASALAH

Permasalahan yang telah ditemukan oleh penulis sendiri terdapat pada kurangnya untuk memperkenalkan macam-macam makanan China dan membedakan makanan China yang halal maupun non-halal. Kemudian masih terdapat juga generasi muda yang belum mengetahui masuknya asal-usul makanan China ke negara Indonesia. Macam-macam masalah yang ditemukan oleh penulis terdapat pada kurangnya informasi kuliner khas China, kurangnya orang tua untuk memperkenalkan macam-macam makanan China, di generasi *zoomers* usia 13-25 tahun juga masih belum mengetahui munculnya pertama kali makanan china masuk kedalam negara Indonesia.

METODE

Metode perancangan yang digunakan untuk perancangan memperkenalkan makanan China dengan membuat buku fotografi makanan China yang berisikan asal-usul makanan China, deskripsi makanan China dan terdapat teknik fotografi yang digunakan. Untuk membuat perancangan tersebut, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan SWOT. Penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya beserta tujuan dari penelitian tersebut untuk mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan umumnya menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna berdasarkan perspektif subyek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Penelitian ini lebih menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dengan melakukan pendekatan tersebut, diupayakan akan didapat proses perancangan desain dan visualisasi desain buku fotografi makanan kuliner China. Selain itu menggunakan deskriptif kualitatif dengan alasan permasalahan yang diteliti masih belum ada yang mengetahui macam-macam makanan China dan hanya mengetahui nama makanannya saja. Seperti yang dikatakan oleh (Undari Sulung & Mohamad Muspawi, 2024) data yaitu fondasi utama dalam penelitian. Tahap untuk mengumpulkan data terdapat bagian yang penting untuk memahami sumber penelitian seperti data primer dan data sekunder. Pada data primer diperoleh langsung melalui wawancara, survei, atau eksperimen. Sementara data sekunder didapatkan dari sumber yang sudah ada seperti publikasi atau laporan. Dengan menggunakan data sekunder juga dapat menghemat waktu dan sumber daya.

Kemudian metode deskriptif kualitatif menurut (Yana Erlyana, 2020) menggambarkan fakta secara sistematis dari suatu objek. Selain itu juga menggunakan teknik *filling system* dalam dipengolahan data yang diperoleh. Penjelasan teknik *filling system* memiliki penjelasan membuat kategori-kategori tertentu untuk mengklasifikasikan data yang diperoleh. Selanjutnya dipresentasikan oleh peneliti, dipadukan dengan konsep atau teori yang menunjang pemahaman atas fenomena yang diteliti. Untuk melakukan penelitian deskriptif kualitatif juga meliputi:

a. Wawancara

Wawancara mendalam yaitu pertemuan secara berulang antara peneliti dan subjek untuk mengambil pandangan, dan situasi sosial subjek melalui bahasanya sendiri. Kemudian terdapat beberapa jenis wawancara, yaitu: tidak berstruktur, semi berstruktur, berstruktur (berstandar), wawancara berkelompok.

b. Studi literatur

Studi literatur yang ditulis oleh (Bakhrudin All Habsy et al., 2023) juga menjelaskan metode pengumpulan data yang melibatkan analisis dan penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang relevan dengan naskah yang sedang di investigasikan.

c. Observasi

Observasi memiliki penjelasan sebagai pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan melibatkan seluruh indera untuk mendapatkan data dengan cara melihat dan mengamati secara langsung objek penelitian. Pada observasi sendiri menggunakan pedoman tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara. Untuk pelengkapannya, biasanya menggunakan teknik wawancara.

d. Dokumentasi

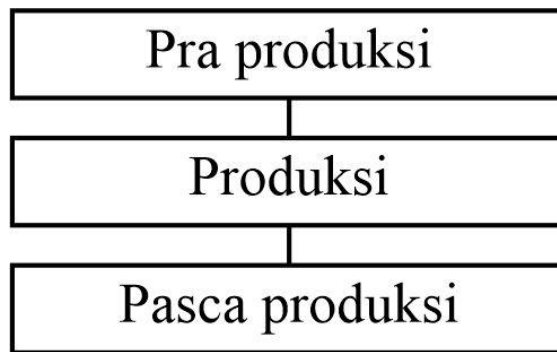
Dokumentasi yang ditulis oleh (Ernawati, 2019) merupakan pengumpulan data dan informasi tentang objek penelitian yang dilakukan dengan mengambil data menggunakan gambar.

Menurut (Sodikin & Septi Gumindari, 2022), analisa data pada penelitian kualitatif deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk meneliti fenomena sosial. Dalam mengumpulkan data, metode kualitatif deskriptif juga menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi. Penelitian kualitatif deskriptif juga bisa menggunakan pendekatan SWOT. Penjelasan SWOT yaitu alat untuk menganalisis yang dipakai buat merumuskan strategi dalam mencapai tujuan. Penggunaan SWOT dapat membantu dalam membuat perencanaan strategis dengan mengukur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat dipakai dalam suatu proyek. Dengan adanya analisis SWOT, dapat memudahkan dalam merumuskan strategi dan memberikan gambaran yang jelas untuk mengoptimalkan peran faktor internal. Analisis ini juga berdasarkan pada logika dengan tujuan memaksimalkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), dan ancaman.

(Sodikin & Septi Gumindari, 2022) juga menjelaskan dalam merumuskan analisis SWOT (*strenght, weaknesses, opportunity, threats*) mempunyai langkah-langkah penyusunan matrik untuk membantuk seseorang minijier dalam mencocokkan dan mengembangkan empat tipe strategi seperti strategi SO (*Strenght-Opportunity*) memiliki penjelasan strategi yang sering digunakan oleh perusahaan dengan cara mengoptimalkan kekuatan, strategi WO (*weaknesses-Opportunity*) memiliki penjelasan untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan yang ada, strategi ST (*Stenght-Threats*) memiliki penjelasan untuk mengurangi kelemahan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki, strategi WT (*Weaknesses-Threats*) memiliki penjelasan untuk mengatasi kelemahan yang ada dalam rangka meminimalisir dan mengantisipasi ancaman.

Pertama bagian *strenght* (kekuatan) pada kuliner China ditemukan pada bagian cita rasa yang memiliki resep asli dengan negara China, selain itu dapat dikatakan kuliner yang paling unik dan jarang ditemukan di rumah makan lainnya. Kedua bagian *weaknesses* (kelemahan) pada kuliner China memberikan informasi dengan harga yang mahal, jika tidak terdapat makanan yang halal dapat mengurangi potensi pendapatan. Ketiga bagian *opportunities* (peluang) pada kuliner China lebih memperkenalkan variasi menu halal untuk menarik pelanggan dari seluruh segmen pasar. Keempat bagian *threats* (ancaman) pada kuliner China ditemukan di berkurangnya ekonomi yang membuat pelanggan dapat berpikir dua kali untuk makan di restoran yang lebih mahal.

Kemudian, untuk melakukan metode perancangan membuat buku fotografi kuliner China yang berisikan foto makanan, nama makanan, asal-usul makanan, deskripsi makanan, keterangan teknik fotografi, penulis melakukan tahapan-tahapan seperti:



Gambar 1.1 Tahapan membuat buku fotografi kuliner China

Untuk audiens yang ditargetkan mengarah pada:

- Jenis dan kelamin : Pria dan wanita
- Usia : 13-25 tahun
- Segmentasi : Anak-anak sampai dewasa yang ingin mengetahui lebih banyak macam-macam makanan China.
- Minat : Menunjukkan bahwa makanan China tidak selalu mengandung daging babi dan minyak babi, beserta makanan China sendiri biasanya disajikan secara menarik.
- Wilayah : Kota Malang, maka dari itu target dari perancangan ini adalah masyarakat yang tinggal di kota Malang dengan rentang usia 13-25 tahun yang memiliki kegemaran mengonsumsi makanan China.

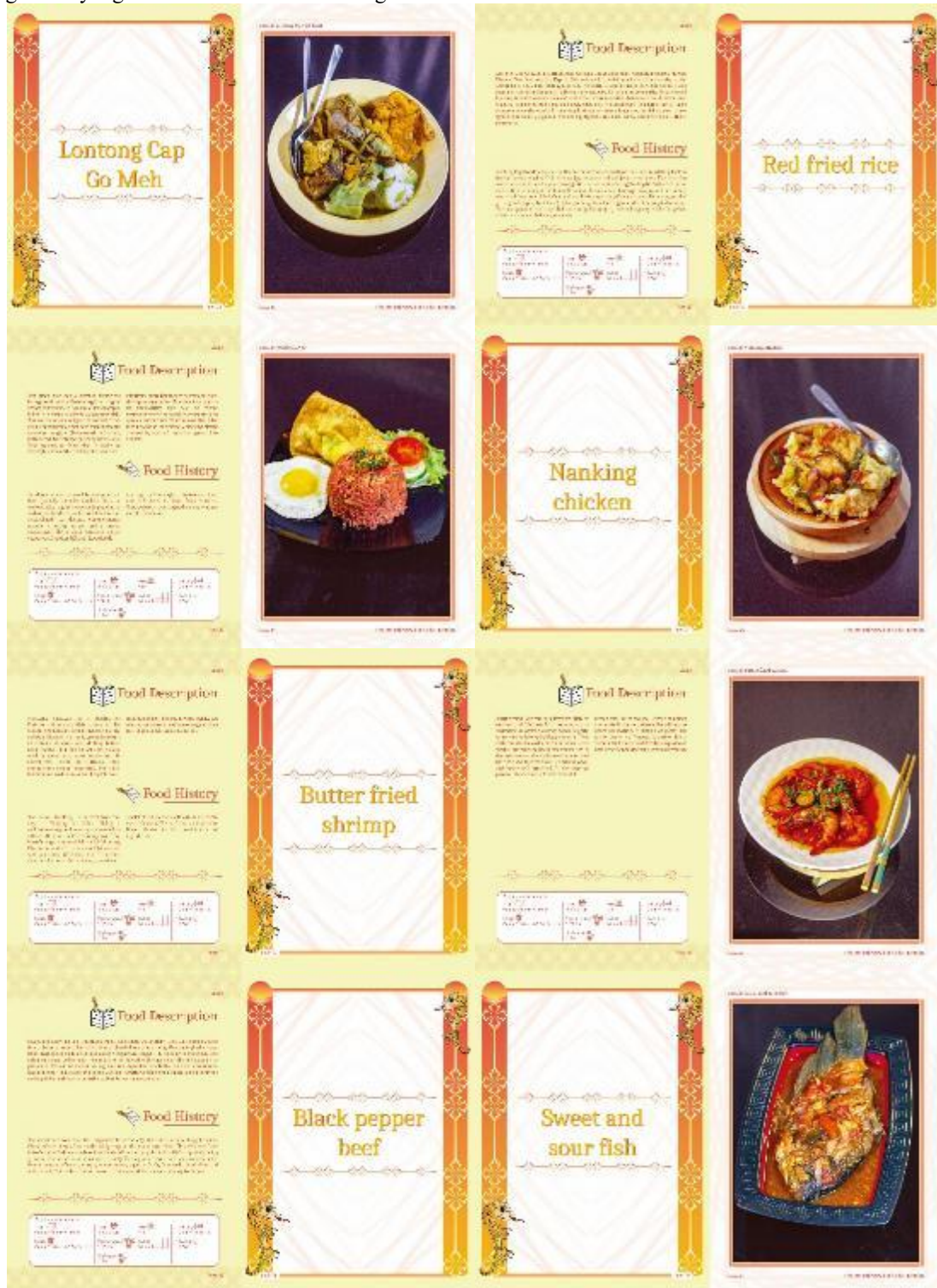
HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk hasil yang telah didapatkan tersebut ternyata dengan membuat buku fotografi yang berisikan asal-usul, deskripsi makanan, nama makanan, foto makanan dan teknik fotografi dapat membantu audiens untuk mengetahui macam-macam masuknya makanan China ke Indonesia. Pada media buku fotografi sendiri juga terdapat packaging buku yang dapat dikatakan menjadi media utama dalam fotografi makanan.

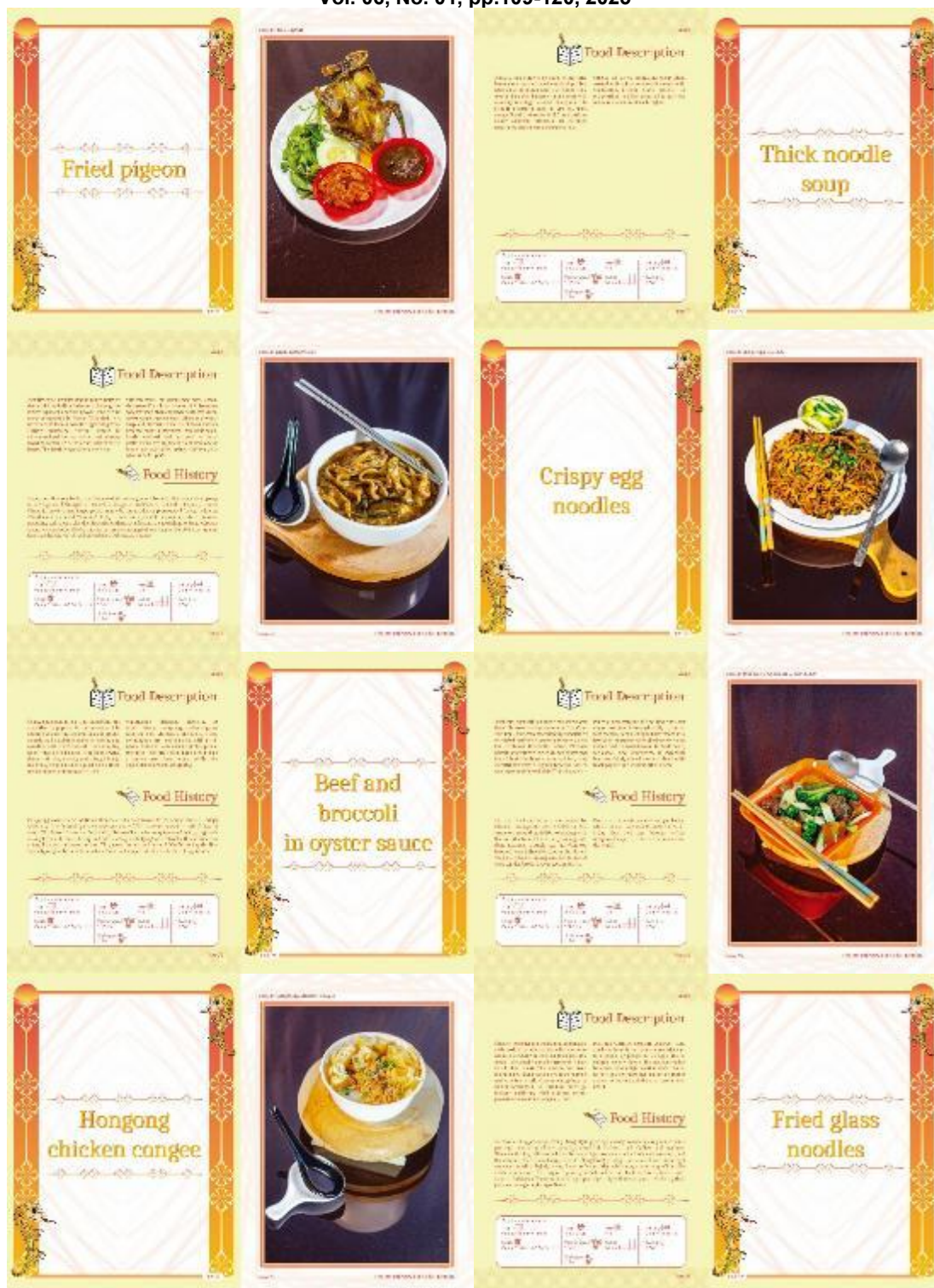


Gambar 1. 2 Cover buku fotografi (pada bagian A merupakan cover depan, pada bagian B merupakan cover belakang)

Gambar 1.2 merupakan cover dari isi buku fotografi bagian depan dan belakang buku. Selanjutnya dibawah ini terdapat gambar yang berisikan isi dari buku fotografi.









Setelah isi buku, dibawah ini juga terdapat packaging buku yang berfungsi unuk menyimpan buku tersebut.



A

B

Gambar 1. 3 Packaging buku (pada poin A merupakan bagian depan, pada poin B merupakan bagian belakang)

Sesudah membuat buku, selanjutnya untuk memperkenalkan makanan China tersebut juga menggunakan media pendukung:

- Permainan kartu



Gambar 1. 4 Permainan kartu

Permainan kartu ini juga memiliki fungsi untuk melatih kesabaran, memperkenalkan nama makanan China dan dapat meningkatkan kemampuan untuk mengingat kegiatan yang dilakukan.

- b. Gantungan kunci (*key chain*)



Gambar 1. 5 Gantungan kunci

keyring atau gantungan kunci memiliki Fungsi sebagai aksesoris yang dapat mempercantik tampilan kunci atau tas.

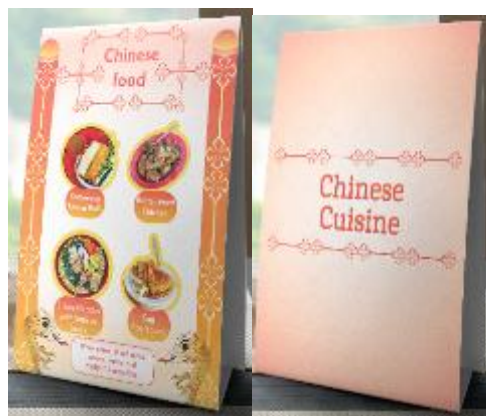
- c. Pembatas buku (*book mark*)



Gambar 1. 6 Pembatas buku (*book mark*)

Bookmark menjadi media pendukung yang penting karena dapat berguna untuk menandai halaman yang sedang dibaca.

- d. *Tent card*



A

B

Gambar 1. 7 *Tent card* (pada point A yaitu penampilan depan, pada point B yaitu penampilan belakang)

Tent card yang memiliki fungsi untuk menarik perhatian pelanggan atau pengunjung dengan mempromosikan produk, layanan, menu, atau informasi lainnya.

- e. Kaos (*shirt*)



Gambar 1. 8 Kaos (shirt)

T-shirt yaitu kaos yang didesain pada bagian depan dan bisa digunakan untuk keperluan fashion atau media promosi.

f. Poster



Gambar 1. 9 Poster

Poster yang memiliki fungsi sebagai media penyampaian informasi, sarana promosi, media edukasi, dan alat komunikasi visual.

g. Stiker cut



Gambar 1. 10 Stiker cut

Stiker digunakan sebagai koleksi dan media promosi yang didesain dengan foto makanan China.

h. Tripod banner (X banner)



Gambar 1. 11 Tripod banner

Banner digunakan sebagai media promosi dan menyampaikan informasi secara efektif. *Banner* ini didesain dengan bentuk *portrait*.

i. Totebag



Gambar 1. 12 Totebag

Totebag digunakan sebagai membawa berbagai macam barang yang dipegang menggunakan tangan, biasanya berfungsi sebagai membawa banyak macam barang.

j. Mug/gelas



Gambar 1. 13 Mug

Gelas digunakan sebagai meminum air dalam kehidupan sehari-hari.

k. Pin



Gambar 1. 14 Pin

Pin digunakan sebagai hiasan/aksesoris dan berfungsi sebagai tanda tanda pengenal brand perusahaan/organisasi maupun komunitas yang dapat diletakan pada berbagai macam media.

l. Foto polaroid



Gambar 1. 15 Foto polaroid makanan

Foto polaroid ini selain digunakan untuk foto manusia dapat berfungsi sebagai memperkenalkan nama produk yang dijual atau memperkenalkan kepada konsumen seperti nama barang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Negara Indonesia memiliki keanekaragaman budaya termasuk warisan budayakuliner. Seperti munculnya kuliner China beradaptasi ke Indonesia yang bersifat turun temurun dan telah membudaya di masyarakat Indonesia. Provinsi Jawa Timur memiliki kuliner tradisional yang beraneka ragam dan populer di kalangan masyarakat. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin inovatif dan pesat, semakin banyak variasi dan pilihan makanan China yang fast food dan tidak fast food dengan nama yang bervariasi dari sisi penampilan maupun rasa. Oleh karena itu, eksistensi makanan China di Indonesia tetap dihargai dan dipertahankan melalui adaptasi seperti penggunaan bahan melalui persaingan yang ketat. Buku fotografi esai ini dirancang untuk memperkenalkan keberadaan jajanan tradisional yang ada di Jawa Timur khususnya kepada kalangan remaja agar bisa ikut menjaga dan melestarikan budaya kuliner di Jawa Timur. Hasil dari perancangan ini yaitu buku fotografi esai berukuran 22 x 18 cm dengan total 95 halaman, serta media pendukung berupa permainan kartu, gantungan kunci, pembatas buku, *tent card*, kaos, poster, stiker, tripod banner.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih terhadap seluruh narasumber yang telah membantu dan mensupport untuk melakukan kegiatan ini mulai dari awal hingga akhir dengan baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhrudin All Habsy, Nazwatul Mufidha, Cahyaning Shelomita, Indah Rahayu, & Moch. Ilham Muckorobin. (2023). Filsafat Dasar dalam Konseling Psikoanalisis : Studi Literatur. *Indonesian Journal of Educational Counseling*, 7(2), 189–199. <https://doi.org/10.30653/001.202372.266>
- Dian Prayogi. (2017). *Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal*. 2, 2541–5859. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/1260/843>
- Ernawati. (2019). *Analisis tanda pada karya desain komunikasi visual*. 2(1), 27–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.51804/deskovi.v2i1.381>
- Fariz Furqan Agusnadi, & Didit Widiatmoko Suwardikun. (2018). *Perancangan buku foto tamatematik kota Bandung*. 5, 116–122. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/6043/6125>
- Melvia Meifitri. (2020). *Fenomena Influencer Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru di Kalangan Generasi Zoomer*. 2(2), 69–82. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/komunikasiana/article/view/11772/7685>
- Sodikin, & Septi Gumindari. (2022). *Analisis SWOT mutu evaluasi pembelajaran*. 6(Vol. 6 No. 1 (2021): Volume 6, Nomor 1, September 2021), 59–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jdmp.v6n1.p59-69>
- Tanjung Prasetyo, & Ni Luh Made Vinaya Medhiatika. (2020). Gastronomi kuliner peranakan non-halal di Glodok, Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, 3(1), 36–45. <https://jurnal.usahid.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/43/37>
- Tuti Sartika Sijabat, & Rudiansyah. (2022). Pengaruh budaya tionghoa terhadap kuliner di kota Medan. *Jurnal Cakrawala Mandarin Asosiasi Program Studi Mandarin Indonesia*, 6(2), 486–501. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36279/apsmi.v6i2.110.g129>
- Undari Sulung, & Mohamad Muspawi. (2024). Memahami sumber data penelitian: primer, sekunder, dan tersier. *Edu Resarch*, 5, 110–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>
- Verniaputri Agusetyaningrum, M. Khalid Mawardi, & Edriana Pangestuti. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38. <https://media.neliti.com/media/publications/87355-ID-strategi-pengembangan-usaha-kecil-dan-me.pdf>
- Yana Erlyana. (2020). *Analisis branding pada newsletter “garisbawah” sebagai bagian peningkatan citra program studi DKV Universitas Bunda Mulia*. 5(Vol. 5 No. 2 (2020): Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain). <https://doi.org/https://doi.org/10.25105/jdd.v5i2.7954>

