

PERANCANGAN BUKU ENSIKLOPEDIA VISUAL “HOW MUCH PASTA IS TOO MUCH PASTA?” DENGAN KONSEP “NATURAL STRUCTURE”

Rani Ayu Rahmadani¹, Made Arini Hanindharputri², Ni Putu Emilika Budi Lestari³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: raniayu61@gmail.com¹, arini@idbbali.ac.id², emilika@idbbali.ac.id³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Maret, 2023
Accepted : April, 2023
Publish online : Mei, 2023

ABSTRACT

Pasta has become a substitute for noodles and rice because it is easy to find, practical, and can be easily prepared at home. Until now, pasta is very easy to find in the market or in a restaurant. Pasta is a food that originates from Italy. By mixing flour, water, eggs, and a little salt, you can produce a basic pasta dough that can be shaped and cooked into various types and variations. With the popularity of pasta in Indonesia and the many innovations of pasta, of course a media that can study the topic in full is needed. But in reality it is still very difficult to find the media. To make an interesting study of pasta topics, the author designed a visual encyclopedia book and its supporting media. The methods that are used include observation, interviews, questionnaires, documentation, and literature. Supporting media designed in the form of packaging, Instagram social media content, poster, postcard, bookmark, sticker set, x-banner, and tote bag. The author hopes that the design of the visual encyclopedia book and its supporting media can broaden public knowledge about pasta in an interesting way.

Key words : *Visual Encyclopedia Book, Popular, Innovation, Pasta*

ABSTRAK

Pasta telah menjadi makanan pengganti mie dan nasi karena mudah dicari, praktis, dan dapat dengan mudah diolah sendiri di rumah. Hingga saat ini, pasta sangat mudah ditemukan di pasaran maupun di tempat makan atau restoran. Pasta merupakan salah satu makanan yang berasal dari negara Italia. Dengan mencampurkan tepung terigu, air, telur, dan sedikit garam dapat menghasilkan olahan dasar pasta yang dapat dibentuk dan dimasak dengan berbagai macam jenis dan variasi. Dengan kepopuleran pasta di Indonesia dan banyaknya inovasi dari pasta tersebut, tentu saja dibutuhkan suatu media yang dapat mengkaji topik tersebut secara lengkap. Namun pada kenyataannya masih sangat sulit untuk menemukan media tersebut. Untuk membuat pengkajian topik pasta yang menarik, penulis merancang sebuah buku ensiklopedia visual dan media pendukungnya. Metode yang digunakan adalah metode observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan kepustakaan. Media pendukung yang dirancang berupa packaging, konten media sosial instagram, poster, postcard, bookmark, sticker set, x-banner, dan tote bag. Perancangan buku ensiklopedia visual dan media pendukungnya

penulis harapkan dapat memperluas pengetahuan masyarakat tentang *pasta* secara menarik.

Kata Kunci: Buku Ensiklopedia Visual, Populer, Inovasi, *Pasta*

PENDAHULUAN

Sebuah negara yang penuh dengan sejarah, budaya, dan kreatifitas dengan nama Italia tidak pernah mengecewakan dunia dengan kekayaan dan keindahannya. Dengan memanfaatkan sumber yang sederhana Italia selalu dapat mengambil hati para wisatawan untuk berkunjung dan pulang dengan rasa rindu untuk datang kembali. Memanfaatkan sejarah dan budaya, Italia terus menerus meraih penghargaan sebagai pusat budaya yang diakui oleh dunia. Dengan kekayaan tersebut, Italia juga tak jarang menjadi destinasi para pekerja industri kreatif seperti pembuat film, penulis, pengrajin, dan juru masak.

Pasta merupakan salah satu makanan yang berasal dari negara Italia. Dengan mencampurkan tepung terigu, air, telur, dan sedikit garam dapat menghasilkan olahan dasar pasta yang dapat dibentuk dan dimasak dengan berbagai macam jenis dan variasi. Meskipun konsep pasta sangat sederhana, seiring berjalannya waktu pasta tak lagi menjadi makanan yang hanya populer di negaranya melainkan telah dinikmati di seluruh dunia.

Pada tahun 2009, Pasta merupakan makanan orang Italia yang sangat terkenal dan populer, bahkan pasta menjadi makanan keunggulan negara dari budaya kuliner di Italia. Maka dari itu, untuk membuat inovasi pada macam-macam bentuk pasta ke dalam ensiklopedia membutuhkan orang-orang dengan pendidikan dan pengetahuan yang tinggi di dalam bidang tersebut. [1]

Tidak sedikit negara-negara lain yang memadukan pasta dalam kulinernya. Tidak hanya memadukan pasta, namun pencampuran antara pasta dan bahan-bahan tradisional dari masing-masing negara juga sudah tidak asing lagi. Di Indonesia sendiri, pasta telah menjadi makanan pengganti mie dan nasi karena mudah dicari, praktis, dan dapat dengan mudah diolah sendiri di rumah. Hingga saat ini, pasta sangat mudah ditemukan di pasaran maupun di tempat makan atau restoran. Adanya akulturasi tersebut berdampak positif pada sektor pariwisata dan bisnis.

Dengan kepopuleran pasta di Indonesia dan banyaknya inovasi dari pasta tersebut, tentu saja dibutuhkan suatu media yang dapat mengkaji topik tersebut secara lengkap. Namun pada kenyataannya masih sangat sulit untuk menemukan media tersebut. Meskipun di era modern ini hampir semua informasi dapat ditemukan di internet, tentu saja akan tetap ada sekelompok orang yang lebih gemar untuk mendapatkan informasi melalui media cetak seperti buku atau majalah.

Terlebih lagi di era modern ini segala hal senantiasa mengalami perkembangan, salah satunya adalah perilaku dan gaya hidup masyarakat. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kebutuhan dan kegemaran masyarakat akan terus bertambah. Salah satu contohnya adalah fungsi buku yang dulunya hanya sebatas penyedia informasi. Kini buku dapat menjadi barang yang dikoleksi oleh penggemarnya, baik untuk sekedar hobi dan referensi maupun sebagai aset bagi sebagian golongan masyarakat.

Maka dari itu, penulis ingin mengangkat topik pasta tersebut sebagai studi kasus dalam perancangan sebuah media ensiklopedia visual. Mengingat kepopuleran buku visual yang terus meningkat, buku ensiklopedia visual menjadi pilihan utama penulis sebagai media yang informatif namun tetap menarik dan menyenangkan. Penulis merasa bahwa dengan merancang buku ensiklopedia visual tentang pasta dengan gambar dan ilustrasi yang menarik dapat menjadi salah satu cara yang menyenangkan bagi pembaca untuk belajar mengenali macam-macam jenis pasta. Buku, pada umumnya memiliki sifat yang lebih praktis karena hanya membutuhkan sumber cahaya untuk membacanya. Berbeda dengan dengan peralatan elektronik atau media lainnya yang membutuhkan bantuan listrik yang berasal dari sumber yang belum memiliki cukup teknologi untuk digunakan tanpa habis [2].

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner.

1. Observasi

Penulis melakukan observasi di dua toko buku, yakni toko buku Gramedia dan Togamas. Kedua toko buku ini dipilih berdasarkan lokasinya yang berada di tengah kota Denpasar. Selain itu, kedua toko buku tersebut juga dekat dengan rumah penulis.

Toko buku pertama yang penulis kunjungi adalah toko buku Gramedia yang berlokasi di Matahari Duta Plaza. Dari pengamatan penulis, masih belum ada buku ensiklopedia visual maupun buku yang membahas tentang pasta yang dipasarkan di toko buku ini.

Toko buku kedua yang penulis kunjungi adalah toko buku Togamas yang berlokasi di Hayam Wuruk. Dari pengamatan penulis, masih belum ada buku ensiklopedia visual maupun buku yang membahas tentang pasta yang dipasarkan di toko buku ini.

2. Wawancara

Narasumber pada wawancara yang penulis lakukan adalah Kak Sangga sebagai juru masak hidangan pasta di Braud Cafe yang berlokasi di Kerobokan, Badung. Wawancara dilakukan secara online melalui Instagram Direct Message pada tanggal 13 April 2022. Pertanyaan yang ditanyakan kepada beliau adalah pertanyaan-pertanyaan seputar minat masyarakat terhadap hidangan pasta, dan pengetahuan masyarakat tentang macam-macam pasta.

Mengenai pengetahuan masyarakat tentang pasta, beliau menyampaikan bahwa masih belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang macam-macam jenis pasta. Beliau menyampaikan bahwa hal tersebut dikarenakan karena belum terbiasanya masyarakat memakan hidangan pasta dan juga faktor ketakutan untuk mencoba hal baru. Beliau juga menyampaikan jenis-jenis pasta yang populer dan yang paling sering beliau hidangkan kepada pelanggan. Penulis juga menanyakan pendapat beliau tentang faktor ketertarikan masyarakat untuk belajar mengenai pasta. Beliau menyampaikan bahwa dengan media yang menarik masyarakat juga dapat tertarik untuk mempelajari tentang pasta.

3. Kuisisioner

Penulis melakukan penyebaran kuisisioner digital berupa google formulir di sekitar Denpasar dengan jumlah responden sebanyak 53 orang yang terdiri dari remaja berusia 16 tahun hingga orang dewasa berusia 26 tahun.

Kesimpulan yang penulis dapat dari kuisisioner tersebut adalah sebagian besar responden masih belum familiar dan juga belum memiliki pengetahuan luas tentang pasta. Menurut kuisisioner ini meskipun minat dan pengetahuan responden mengenai pasta masih sedikit, sebagian besar responden tetap tertarik untuk menambah pengetahuan tentang pasta dengan alasan sekedar untuk menambah wawasan maupun untuk membantu kegemaran dan hobi mereka.

Sebagian besar responden memilih media buku dengan ilustrasi atau gambar yang dominan karena dianggap tidak membosankan saat membaca. Responden juga memilih warna-warna cerah dan senada dengan pasta agar lebih menggugah selera saat membaca buku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasta menurut KBBI adalah bahan makanan yang dibuat dari terigu dicampur air dan telur, bentuknya bermacam-macam, ada yang pipih panjang seperti lembaran dan ada yang bulat panjang seperti pipa. Dari pengertian tersebut maka dapat diketahui makanan olahan yang digunakan pada masakan Italia ini dibuat dari campuran tepung terigu sebagai bahan baku utama, air, telur, dan garam yang membentuk adonan yang bisa dibentuk menjadi berbagai variasi ukuran dan bentuk. Pasta dibagi menjadi beberapa jenis yaitu, pasta panjang, pasta pendek, pasta asciutta (pasta yang disajikan dengan saus), pastina (pasta yang digunakan untuk sup) dan pasta al forno (pasta panggang). Di Indonesia sendiri pasta telah membumi seolah makanan sehari hari di berbagai restoran modern bahkan restoran tradisional menyajikan produk pasta sebagai pengganti mie atau nasi. Diantara jenis-jenis pasta yang ada, pasta yang populer di Indonesia adalah spaghetti, macaroni, lasagna, fettuccine, linguine, cannelloni, dan penne.

Analisa SWOT

Analisa SWOT merupakan sebuah langkah menganalisa dengan menggunakan cara menilai ulang suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil [3].

1. Strength (Kekuatan)

- a. Menggunakan desain dan ilustrasi yang modern dan menarik dengan layout yang mudah dibaca
- b. Buku ensiklopedia dengan visual yang menarik seperti ini dapat menjadi barang kolektor penggemar desain
- c. Buku ensiklopedia visual seperti ini dapat menjadi buku referensi bagi pembaca
- d. Buku ensiklopedia visual mengenai pasta masih jarang ditemui
- e. Membantu menambah minat pembaca untuk belajar tentang kuliner tersebut secara menarik dan menyenangkan

2. Weakness (Kelemahan)

- a. Sulit mengilustrasikan macam-macam bentuk pasta dengan gaya ilustrasi yang sederhana
- b. Sulit menjaga keseimbangan ilustrasi dan teks pada layout agar tidak membosankan.

3. Opportunity (Peluang)

- a. Masyarakat mulai tertarik pada buku yang memiliki desain dan ilustrasi yang menarik
- b. Pasta masih menjadi makanan favorit pengganti nasi bagi masyarakat Indonesia
- c. Pemasaran secara online melalui media promosi digital yaitu Instagram dan untuk menjangkau pasar yang lebih luas

4. Threat (Ancaman)

- a. Masih kurangnya minat masyarakat untuk membeli dan membaca buku
- b. Banyak masyarakat yang lebih memilih untuk mencari informasi secara online daripada harus membeli bentuk fisik sebuah buku

Analisa VALS

Metode analisa VALS merupakan singkatan dari value, attitude, dan lifestyle yang dapat diartikan sebagai nilai, perilaku dan gaya hidup dari target sasaran. Sistem VALS dapat dipakai untuk mengidentifikasi kelompok konsumen pada suatu masyarakat.

1. Value

- a. Remaja usia 16 - 25 tahun dan orang dewasa usia 26 - 35 tahun
- b. Belum memiliki dan ingin memperluas pengetahuan tentang pasta
- c. Kalangan menengah ke atas dengan penghasilan yang baik

2. Attitude

- a. Gemar membaca
- b. Gemar memasak
- c. Gemar menjelajahi dunia kuliner

3. Lifestyle

- a. Memperhatikan makanan yang dikonsumsi
- b. Sadar akan trend
- c. Tertarik mencoba hal-hal baru

Target Segmentasi Pasar

1. Demografi

Berdasarkan faktor geografis target utama yang ingin dicapai adalah remaja pria dan wanita berusia 16 - 25 tahun. Remaja dengan rentan usia tersebut dipilih sebagai target sekunder karena dalam usia tersebut banyak remaja yang tertarik dengan hal baru dan juga memulai hobi baru. Selain target utama, target sekunder yang ingin dicapai adalah pria dan wanita dari kalangan sosial menengah ke atas berusia 26 - 35 tahun. Rentang usia tersebut dipilih karena dalam rentang usia tersebut banyak yang membutuhkan buku sebagai referensi maupun sebagai sebuah hobi.

2. Geografi

Berdasarkan geografis, sasaran yang ingin dicapai adalah daerah kota-kota besar seperti di kota Denpasar. Namun dengan adanya promosi online, target geografis diharapkan dapat meluas hingga ke kota-kota besar di Indonesia seperti kota Jakarta, Surabaya, dan Bandung.

3. Psikografi

Berdasarkan psikografis, sasaran yang ingin dicapai adalah masyarakat penggemar kuliner, buku dan desain.

4. Behaviour

Dari segi behaviour, sasaran yang ingin dicapai adalah remaja dan orang dewasa, dan memiliki ketertarikan terhadap kuliner, seni, budaya, ilustrasi, dan desain grafis.

Strategi Media

Media utama dari perancangan ini adalah buku ensiklopedia visual, konten media sosial *instagram*, *packaging*. Kemudian ada media pendukung berupa poster, *postcard*, *bookmark*, *sticker set*, *x-banner*, *tote bag*.

Strategi Kreatif

a. Pesan

isi pesan yang terdapat dalam media pendukung bersifat informatif dan persuasif, dimana bentuk pesan informatif akan berisi informasi singkat dan ilustrasi tentang buku ensiklopedia visual ini yang akan launching. Pesan persuasif inilah yang akan digunakan untuk menarik perhatian dan membujuk target audience untuk membeli dan membaca buku ensiklopedia visual ini.

Dalam perancangan buku ensiklopedia visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?", bentuk pesan menggunakan teks yang berisi penjelasan tentang pasta dengan bahasa yang tidak baku karena mengingat target utama yang ingin dituju adalah remaja. Selain teks, buku ensiklopedia visual ini juga dilengkapi dengan ilustrasi bentuk-bentuk pasta yang menarik.

b. Strategi Visual

Teknik yang digunakan dalam merancang desain buku ensiklopedia visual ini adalah menggunakan teknik ilustrasi hand drawing yang kemudian di scan untuk pembuatan ilustrasi-ilustrasi yang akan digunakan untuk mewakili konten isi dalam buku maupun media promosinya. Visualisasi keseluruhan untuk buku ensiklopedia visual maupun media promosinya akan memadukan penggunaan ilustrasi, layout, dan warna-warna yang selaras untuk menghasilkan kesan yang sederhana namun menggugah selera sesuai karakteristik remaja dan orang dewasa.

c. Gaya Visual

Dalam perancangan buku ensiklopedia visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?", gaya visual yang digunakan adalah ilustrasi dan layout minimalis yang menyerupai gaya swiss design yang dapat dinikmati baik untuk laki-laki maupun perempuan yang sangat populer di kalangan remaja dan dewasa akhir-akhir ini. Swiss design adalah gerakan yang berlangsung pada 1950-an di dua sekolah seni Swiss, *kunstgewerbeschule* di Zurich, yang dipimpin oleh Josef Müller-Brockmann, dan *Allgemeine Gewerbeschule* di Basel, yang dipimpin oleh [3].

Gaya desain ini berpedoman pada etos bahwa desain harus senyaman mungkin yang mirip dengan arsitektur modernisme dimana bentuk harus mengikuti fungsi. Yang menjadi karakteristik dari swiss design adalah penggunaan tata letak asimetris dengan teks rata kiri namun tidak rata kanan, tipografi sans serif seperti Akzidenz Grotesk dan Helvetica (awalnya disebut Neue Haas Grotesk), penggunaan foto sebagai pengganti ilustrasi, dan yang paling penting adalah penerapan grid yang ditentukan secara matematis untuk menentukan penempatan elemen desain.

d. Positioning

Product positioning merupakan keunikan spesifik yang dimiliki oleh suatu produk. Adapun keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh buku ensiklopedia visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?", antara lain Belum ditemukan buku ensiklopedia serupa yang membahas tentang makanan yang menggunakan visual sebagai penyedia informasi utama, Buku ensiklopedia visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?" tidak hanya digunakan sebagai referensi hidangan pasta, namun juga dapat digunakan sebagai referensi desain, Buku ensiklopedia visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?" merupakan buku ensiklopedia dengan desain yang modern dan tidak membosankan.

Konsep Desain

Berdasarkan hasil dari proses brainstorming yang telah dilakukan, penulis mendapatkan kata kunci yaitu buku grafis, natural, dan struktur. Dari keyword tersebut dapat disederhanakan menjadi sebuah konsep baru untuk visualisasi desain buku ensiklopedia visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?". Konsep yang akan digunakan pada perancangan buku ensiklopedia visual ini adalah "natural structure". Natural berarti alami yang mewakili proses pembuatan hidangan pasta. *Structure* melambangkan berbagai bentuk pasta yang berbeda-beda dan dapat disesuaikan dengan selera yang dapat membuat hidangan pasta terasa istimewa. Dalam menerapkan konsep tersebut, penulis akan menggunakan teknik ilustrasi *hand drawn* yang kemudian diolah secara digital untuk menonjolkan tekstur *crayon* dari media yang digunakan untuk mencerminkan kata kunci natural.

Penerapan konsep-konsep desain tersebut tidak lepas dari referensi dan acuan gaya desain yang penulis pilih yaitu *swiss design*. Penataan *layout* dan *grid* yang sesuai dengan karakteristik *swiss design* penulis rasa dapat menjadikan buku

ensiklopedia visual ini lebih menarik dan menambah nilai keindahannya.

Swiss design adalah gerakan yang berlangsung pada 1950-an di dua sekolah seni Swiss, kunstgewerbeschule di Zurich, yang dipimpin oleh Josef Müller-Brockmann, dan Allgemeine Gewerbeschule di Basel, yang dipimpin oleh [3]. Gaya desain ini berpedoman pada etos bahwa desain harus senyaman mungkin yang mirip dengan arsitektur modernisme dimana bentuk harus mengikuti fungsi. Yang menjadi karakteristik dari swiss design adalah penggunaan tata letak asimetris dengan teks rata kiri namun tidak rata kanan, tipografi sans serif seperti Akzidenz Grotesk dan Helvetica (awalnya disebut Neue Haas Grotesk), penggunaan foto sebagai pengganti ilustrasi, dan yang paling penting adalah penerapan grid yang ditentukan secara matematis untuk menentukan penempatan elemen desain.

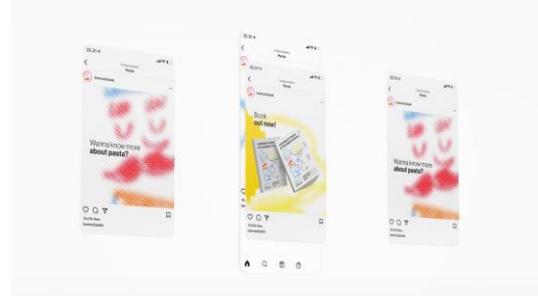
Visualisasi Media

1. Buku Ensiklopedia Visual



Gambar 1. Mockup Buku Ensiklopedia Visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?" (Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

2. Konten Media Sosial Instagram



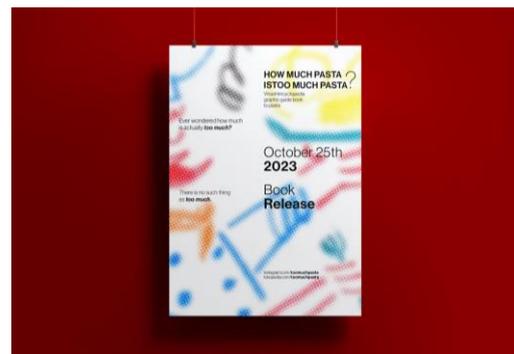
Gambar 2. Mockup Konten Media Sosial Instagram (Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

3. Packaging



Gambar 3. Desain Packaging (Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

4. Poster



Gambar 4. Mockup Poster (Sumber : Dokumentasi Penulis, 2022)

5. Postcard



Gambar 5. Mockup Postcard
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

6. Bookmark



Gambar 6. Mockup Bookmark
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

7. Sticker Set



Gambar 7. Mockup Sticker Set
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

8. X-banner



Gambar 8. Mockup X-banner
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

9. Tote bag



Gambar 9. Mockup Tote Bag
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2022)

KESIMPULAN

Untuk menghasilkan media komunikasi visual yang baik dalam suatu perancangan, proses yang harus dilalui dimulai dengan permasalahan yang kemudian diikuti oleh pengumpulan data. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan metode analisa untuk mulai membangun strategi yang tepat dan dapat digunakan dalam visualisasi desain, sehingga permasalahan yang awalnya ditemukan dapat terselesaikan.

Dalam perancangan buku ensiklopedia visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?", media promosi yang menarik dan tepat untuk mempromosikan buku ensiklopedia visual adalah konten media sosial instagram, packaging, poster, postcard, bookmark, sticker set, x-banner, dan tote bag. Dengan adanya buku ensiklopedia visual dan media promosi ini diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada dan membuat pasta lebih dikenal oleh masyarakat.

Melalui proses analisa kasus yang melibatkan pengumpulan data di lapangan dan dari berbagai literatur dalam perancangan buku ensiklopedia visual "How Much Pasta is Too Much Pasta?", ditemukan bahwa konsep yang tepat adalah "natural structure" yang diambil dari kata kunci natural yang melambangkan proses pembuatan pasta, dan struktur yang melambangkan macam-macam bentuk pasta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraini & Nathalia, Kirana. 2018. Desain Komunikasi Visual; Dasar- Dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- [2] Pratama, I. Gede Yudha, Muhammad Bahruddin, and Darwin Yuwono Riyanto. Penciptaan Buku Pop-up Mesatua Bali Berjudul "I Lubdhaka" Dengan Teknik Pull Tab Sebagai Upaya Pelestarian Budaya Tradisional. Diss. Universitas Dinamika, 2016.
- [3] Pratama, I. TA: Penciptaan Buku Pop-up Mesatua Bali Berjudul" I Lubdhaka" Dengan Teknik Pull Tab Sebagai Upaya Pelestarian Budaya Tradisional. Diss. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, 2015.
- [4] Fitria, Maria. 2018. Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Yogyakarta: Deepublish.
- [5] Prajarini, Dian. 2020. Media Sosial Periklanan - Instagram. Yogyakarta: Deepublish.
- [6] Putra, Ricky W. 2020. Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- [7] Rustan, Susianto. 2009. LAYOUT, Dasar & Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [8] Santoso, Agus Wibowo Setyo Budi, Santosa, Oriza Ayu Stivana. 2019. "Trend Wisata Kuliner Halal Melalui Olahan Produk Pasta". Jurnal Media Wisata, 17 (1).