

# Perancangan Buku Visual Soto di Jawa Timur Sebagai Upaya Pendokumentasian Kuliner Indonesia

Kevin Christopher<sup>1</sup>, Obed Bima Wicandra<sup>2</sup>, Asthararianty<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,  
Universitas Kristen Petra  
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya  
Email: kc.31897@gmail.com

## Abstrak

Perancangan buku visual tentang soto di Jawa Timur sebagai upaya pendokumentasian kuliner Indonesia bertujuan mengedukasi pembaca bahwa masih banyak soto di Jawa Timur sebagai warisan kuliner lokal yang menarik untuk dijelajahi selain soto Lamongan dan Madura. Buku ini menggunakan pendekatan visual fotografi untuk menampilkan makanan dan suasana secara realistis dan menarik. Dengan pendekatan visual ini, diharapkan dapat memberikan edukasi dan pengalaman yang baik dalam memahami perjalanan soto di Jawa Timur.

**Kata kunci:** Buku Visual, Soto, Jawa Timur, Dokumentasi Kuliner.

## Abstract

**Title:** *Visual Book Design of Soto in East Java as a Documenting Effort of Indonesian Culinary*

*Visual Book Design of Soto in East Java as a Documenting Effort of Indonesian Culinary aims to educate readers that there are still kinds of soto in East Java as a local culinary heritage that is interesting to be explored beside soto Lamongan and Madura. This book uses photography as visual approach to show the food and its atmosphere realistically and interestingly. With this visual approach, it is expected that this book is able to educate and give a great experience in understanding the journey of soto in East Java.*

**Keywords:** *Visual Book, Soto, East Java, Culinary Documentation.*

## Pendahuluan

Terlepas keberagaman suku, bahasa, dan budaya, Indonesia juga memiliki keberagaman dalam segi makanan. Makanan adalah segala sesuatu yang dapat dimakan (seperti panganan, lauk-pauk, kue). Berdasarkan buku Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019, dalam dunia ekonomi kreatif, hal-hal yang berkaitan tentang makanan, dikelompokkan dalam sub-sektor kuliner. Istilah kuliner sendiri diserap dari bahasa Inggris, *culinary*, yang memiliki arti sesuatu yang digunakan dalam memasak atau berkaitan dengan memasak (Lazuardi, M., & Triady, M.S., 2015).

Selain itu, menurut buku OPUS - Creative Economy Outlook 2019 (Indonesia Version), terdapat 5.550.960 jumlah usaha yang bergerak di sub-sektor kuliner 2016. Sub-sektor kuliner juga menyumbang 41,46% kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) dalam sub-sektor kuliner 2016, peringkat 1 dari semua sub-sektor (Badan Ekonomi Kreatif, 2018).

Terlepas dari pentingnya industri kuliner dalam perekonomian di Indonesia, buku Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019 menjelaskan bahwa potensi kuliner Indonesia memang sudah sangat kaya. Didukung dengan ketenarannya sebagai sumber rempah-rempah yang sangat beragam, hingga mendorong Portugis dan Belanda datang ke Indonesia untuk mencari rempah-rempah. Sehingga terdapat banyak jenis makanan di Indonesia yang kaya rasa, serta terpengaruh budaya dari berbagai suku dan negara (Lazuardi, M., & Triady, M.S., 2015).

Dari banyak jenis makanan tersebut, salah satu yang paling terkenal adalah soto. Berawal pada abad ke-19, soto diperkenalkan oleh orang Kanton yang bermigrasi ke Indonesia kala itu dan menjadi terkenal di kawasan peranakan Tionghoa di Semarang. Karena daging hanya bisa dikonsumsi oleh penjajah kolonial dan bangsawan, maka rakyat Indonesia kala itu hanya mengonsumsi soto menggunakan jeroan atau organ dalam ayam,

sehingga dinilai sebagai makanan tidak sehat oleh penjajah kolonial. Didukung pula dengan penjualannya menggunakan pikulan ataupun gerobak (VIVA.co.id, 2017).

Namun setelah Kemerdekaan Indonesia, soto justru makin banyak dijumpai dan digemari banyak orang. Mulai dari rakyat kecil, politisi, hingga pemimpin negara sekalipun. Terbukti dengan politik kuliner yang dilakukan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan saat berdialog dengan Partai Kebangkitan Bangsa (Wulandari, 2018) yang menunjukkan bahwa soto adalah makanan yang dekat dengan masyarakat Indonesia. Selain itu, menurut buku "Soto, Nikmat dari Indonesia untuk Dunia", dari total 34 provinsi yang ada di Indonesia, 22 provinsi atau 65% di antaranya didominasi soto.

Selain itu, Murdijati menyatakan bahwa terdapat 75 jenis soto dari 34 provinsi di Indonesia (Islahuddin, 2017). Jawa Timur sendiri merupakan provinsi dengan jenis soto terbanyak di Indonesia, yakni terdapat 18 jenis atau setara dengan 24% dari keseluruhan soto yang terdata di Indonesia (Forum Komunikasi Kuliner Indonesia (Forkomkulindo), 2018).

Soto Lamongan dan soto Madura adalah jenis soto yang terkenal di Jawa Timur. Akan tetapi, masih ada soto yang tidak setenar kedua nama diatas. Contohnya, Soto Sawah Ketangi, soto ayam Lombok, soto Sulung, dan soto Kenari. Bahkan di Banyuwangi dan Blitar ada yang mengkombinasikan dengan makanan khas Jawa lainnya seperti, rujak soto, maupun pecel soto.

Data di atas tentu membanggakan bagi masyarakat Jawa Timur. Akan tetapi, fakta tersebut baru dibahas dalam buku tersebut dan beberapa artikel internet. Sehingga masih banyak masyarakat belum tahu bahwa soto adalah makanan yang pantas dibanggakan. Terutama jenis-jenis soto yang tidak setenar soto Madura dan Lamongan.

Maka dari itu, soto di Jawa Timur perlu didokumentasikan dalam bentuk buku untuk mengemas info selengkap mungkin dan menciptakan rasa bangga akan kuliner lokalnya dan sebagai panduan kuliner soto di Jawa Timur. Soto di Jawa Timur yang jarang diulas penting untuk diangkat sebagai konten karena tidak banyak yang mengetahui surga kuliner di beberapa daerah Jawa Timur, mengingat informasi seputar soto Jawa Timur yang umum atau tenar jauh lebih mudah untuk didapatkan.

Buku sendiri dipilih ditengah gempuran media online karena peminat buku visual masih banyak. Terbukti dengan larisnya buku karya Marchella FP, yakni "Generasi 90an" dan "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini" yang terjual lebih dari 53.000 kopi (Agnes, 2018). Selain itu, dalam penelitian sebelumnya, terdapat juga perancangan buku visual karya mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra, Marsetio Hariadi. Namun yang membedakan dengan perancangan ini adalah: 1. Topik yang dibahas oleh Marsetio adalah

tentang pengetahuan dasar teater dan latihan keakoran; 2. Penggunaan warna pada karya Marsetio hanya terbatas pada warna merah dan kuning (Hariadi, M., 2016).

Belum ada buku visual tentang soto di Jawa Timur sebagai upaya pendokumentasian kuliner Indonesia. Hampir semua buku yang dijumpai hanya menyajikan resep aneka ragam soto. Mengenai buku yang mengulas tentang soto, baru ditemukan buku "Soto, Nikmat dari Indonesia untuk Dunia" yang mencantumkan persebaran, ragam rasa, pelengkap, dan prospek soto itu sendiri. Selain itu ada buku "Peranakan Tionghoa dalam Kuliner Nusantara" yang membahas tentang sejarah singkat soto di Indonesia.

Pendokumentasian Soto di Jawa Timur melalui buku ini diharapkan dapat menjadi langkah awal mengikuti negara tetangga yang mampu mempromosikan berbagai makanan, misalnya Thailand. Melalui branding terhadap kuliner khasnya dengan semboyan "Thailand: Kitchen of The World", ekspor bumbu dan bahan-bahan asli Thailand dapat meningkat. Selain itu, juga mampu menjadikan negaranya sebagai pengeksport makanan dan produk pertanian ke-10 terbanyak.

Melalui perancangan ini, mampu memberi wawasan tentang soto di Jawa Timur sebagai warisan kuliner dengan ragam terbanyak se-Indonesia. Harapannya melalui buku ini tidak hanya mampu membuka wawasan tentang soto, melainkan apa yang bisa digali dari nilainya, sejarahnya, maupun tempat asalnya. Karena kelestarian dan keaslian soto dari masing-masing daerah, terutama di Jawa Timur menjadi tanggung jawab para generasi penerus bangsa dalam menjaga warisan kuliner di Indonesia.

### **Metode Perancangan**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam "Perancangan Buku Visual Soto di Jawa Timur Sebagai Upaya Pendokumentasian Kuliner Indonesia" adalah metode kualitatif. Penelitian dilakukan dengan beberapa cara:

1. Studi Literatur  
Informasi yang diperoleh dari melakukan pemahaman terhadap buku literatur, jurnal, dan artikel, baik berupa media cetak, maupun media elektronik.
2. Wawancara  
Wawancara adalah "tanya jawab peneliti dengan narasumber menggunakan metode, yang berarti cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki."(KBBI, 2019)

### **Metode Analisis Data**

Analisis 5W dan 1H merupakan sebuah model analisis yang digunakan untuk mengetahui tentang apa dan mendeskripsikan tentang siapa, di mana, kapan, mengapa dan bagaimana untuk mengukur sesuatu yang sedang diteliti (Umar, 2003).

- *What* : Apa sajakah yang menarik dari soto di Jawa Timur?
- *Why* : Mengapa soto di Jawa Timur penting untuk diangkat?
- *When* : Kapan soto mulai masuk di Jawa Timur?
- *Where* : Dimanakah soto bisa dinikmati?
- *Who* : Siapa yang menjadi target perancangan buku visual ini?
- *How* : Bagaimana cara menyajikan soto di Jawa Timur supaya bisa menjadi sebuah konten yang menarik dan disajikan secara ringan?

Secara garis besar, pertanyaan di atas ditujukan untuk mengetahui kondisi soto di Jawa Timur dan keberadaannya di mata masyarakat Jawa Timur.

### Konsep Perancangan

Perancangan ini dibuat dengan penyajian yang didominasi dengan fotografi, dengan sedikit tambahan ilustrasi. Didukung pula dengan penyajian konten yang terinspirasi dari gaya desain Indies, yakni gaya yang muncul dari perpaduan yang dibuat oleh perancang grafis Belanda yang menggabungkan gaya desain modern yang berkembang di Eropa awal abad ke-20 dengan seni rupa tradisi (Riyanto, B., 2005). Gaya desain dipilih untuk memunculkan unsur historis yang berpadu dengan budaya lokal maupun kolonial Belanda.

### Pembahasan

#### Tujuan Kreatif

Menceritakan soto di Jawa Timur secara mendalam, terutama di Blitar, Kediri, dan Malang untuk menciptakan rasa bangga terhadap soto di Jawa Timur bagi yang sudah mengetahuinya. Selain itu, daerah-daerah tersebut dipilih karena mempunyai keunikan, misalnya soto Bok Ijo Kediri yang menggunakan tetelan ayam bakar dalam penyajiannya. Tetapi, bagi yang masih belum mengetahui ragam soto di Jawa Timur sebelum membaca buku ini, maka buku ini bertujuan untuk memberi wawasan tentang soto di Jawa Timur sebagai warisan kuliner dengan ragam terbanyak se-Indonesia. Harapannya melalui buku ini tidak hanya mampu membuka wawasan tentang soto, melainkan apa yang bisa digali dari nilainya, sejarahnya, maupun tempat asalnya. Karena kelestarian dan keaslian soto dari masing-masing daerah, terutama di Jawa Timur menjadi tanggung jawab para generasi penerus bangsa dalam menjaga warisan kuliner di Indonesia.

#### Strategi Kreatif

Buku visual ini dibuat dengan dimensi 18 x 18 cm setebal 130 halaman dan menggunakan *finishing hardcover*.

Penelitian yang dilakukan sebatas nilai dan kekhasan soto di berbagai daerah, cara mengonsumsi,

sejarah dan nilai yang dimiliki soto. Termasuk keragaman yang terdapat di setiap ragam soto yang membuktikan ke-Bhinneka Tunggal Ika-an soto ini sendiri. Buku ini memiliki target pembaca usia 20-30 tahun.

Menurut Hurlock (1968), usia 20-30 tahun masuk dalam kategori masa dewasa awal. Masa tersebut merupakan masa puncak pertumbuhan fisik yang bugar dan usia tersehat manusia karena didukung oleh pola hidup yang sehat. Selain itu masa ini merupakan saat untuk berperan dalam masyarakat, mencari kelompok sosial yang menyenangkan.

Sehingga media buku ini dipilih sebagai media untuk menceritakan soto untuk usia 20-30 tahun untuk menceritakan soto secara mendalam dalam satu rangkaian cerita. Didukung pula dengan fakta bahwa penjualan buku tahun 2018 di Gramedia meningkat 13,6% secara nasional, seperti yang dikatakan Wandi S Brata selaku Direktur Penerbit Buku Gramedia.

Sehingga target audiens dari buku ini adalah:

- Demografis : Orang berusia 20-30 tahun, SES: A, B.
- Geografis : Tinggal di Kota Surabaya, dan sekitarnya.
- Psikografis : Mempunyai rasa penasaran yang tinggi, mau memahami inti sebuah cerita, menyukai hal-hal yang berbau kearifan lokal, suka bersosialisasi dan terbuka dengan wawasan baru.
- *Behavior* : Menggunakan waktu luang untuk berwisata kuliner; suka mengamati kuliner, kebiasaan, serta cara mengonsumsinya; meluangkan waktu bersama kerabat terdekat saat berwisata; dan aktif berbagi wawasan.

Target sekunder dari buku ini adalah mereka yang suka membaca dan gemar mengoleksi konten visual berbentuk fisik, namun tidak terlalu suka menjelajahi kuliner dengan rentang usia yang sama dengan target utama. Hal ini bertujuan untuk membantu para pecinta kuliner yang kurang suka membaca guna mendapatkan panduan seputar soto di Jawa Timur.

#### Judul Buku

Judul buku yang dipilih dalam perancangan ini adalah "PARIWISOTO: Perjalanan Soto Jawa Timur." Terinspirasi dari kata pariwisata, dengan arti "yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi; pelancongan; turisme" (KBBI, 2019). Dikaitkan dengan eksplorasi soto beserta keunikannya di berbagai daerah di Jawa Timur.

#### Isi Buku

Buku visual ini mengambil tema keragaman soto di Jawa Timur. Untuk bagian isi, buku ini membahas tentang peredaran ragam soto di Jawa Timur. Selain itu terdapat penjelasan singkat mengenai nilai dan sejarah soto tersebut. Unsur-unsur

yang menarik untuk diteliti, mulai dari desain spanduk sampai bentuk alat penjaja soto pun juga akan diulas di dalam buku ini.

### Sinopsis

Buku ini membahas tentang perjalanan soto di Jawa Timur. Terutama, yang jarang diulas. Karena masih banyak yang belum mengerti bahwa soto yang terdapat di provinsi Jawa Timur bukan hanya soto Lamongan dan Madura. Buku ini bertujuan mendokumentasikan sekaligus mengedukasi pembaca agar paham dan bangga terhadap warisan kuliner lokal ini.

### Storyline

1. Sejarah singkat mengenai peredaran soto di Jawa Timur.
2. Pembagian soto di Jawa Timur berdasarkan ragamnya dalam setiap sub-bab, berdasarkan daerah dan asal usulnya.
3. Pembahasan bagaimana aneka ragam soto di Jawa Timur dinikmati.

### Konsep Dasar Visual Buku

Jenis buku visual yang digunakan adalah *picture storybook*, yakni buku visual yang minim teks dan didominasi oleh gambar. Teknik visualisasi yang digunakan dalam perancangan buku ini adalah teknik ilustrasi gabungan. Teknik ilustrasi gabungan merupakan ilustrasi dengan struktur visual yang terwujud dari perpaduan antara teknik fotografi/ilustrasi manual dengan teknik menggambar di komputer. (Pujiriyanto, 2005: 41).

### Konsep Warna

Teori Warna Munsell dan Brewster (Nugroho, 2015: 39) menjelaskan bahwa lingkaran warna dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu kelompok warna panas dan warna dingin. Warna panas dimulai dari kuning kehijauan hingga merah. Sedangkan, warna dingin dimulai dari ungu kemerahan hingga hijau. Warna yang akan digunakan perancangan ini adalah dominan merah, kuning, hijau. Ketiga warna tersebut adalah warna yang paling sering dijumpai pada makanan, maupun rempah-rempah penyusun makanan tersebut.

C : 4 M : 95 Y : 82 K : 0	C : 2 M : 33 Y : 80 K : 0	C : 71 M : 22 Y : 100 K : 6

Gambar 1. Warna

### Gaya layout

Gaya *layout* yang digunakan dalam perancangan ini adalah *multipanel layout*, sebuah gaya layout dimana sang desainer menata letak objek seimbang dan proporsional, sehingga memudahkan

untuk dibaca dan memiliki urutan yang jelas. (Nelson, 1989)



Gambar 2. Multipanel layout

Sumber: *The Design of Advertising* (Nelson, 1989)

### Tipografi

*Font* yang akan digunakan ada 2 buah, yakni untuk *headline* dan isi buku. Dalam perancangan buku ini, menggunakan *font serif* dan *sans serif* untuk memberi kesan tradisional dan teks yang nyaman dibaca.

*Font* yang akan digunakan untuk *headline* buku ini adalah Musket. *Font* ini dipilih karena menampilkan tulisan dengan unsur tradisional dan historis secara berani.

*Font* yang akan digunakan untuk isi buku ini adalah Barlow. *Font* ini merupakan *font* bergaya *sans serif*, dipilih karena karakteristiknya yang tidak lebar, sehingga terlihat bersih dan nyaman dibaca.



Gambar 3. Font Musket

Sumber: <http://luc.devroye.org/fonts-65716.html>

# Bb

Characters

ABCČĆĐĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽabcčćđďefghijklmnopqrstuvwxyzĂĂĚËŮUáâëôou1234567890?'!“(%)#][@]/&\<-++x=>©\$€£¥¢;:;,\*

Gambar 4. Font Barlow

Sumber: <https://fonts.google.com/specimen/Barlow>

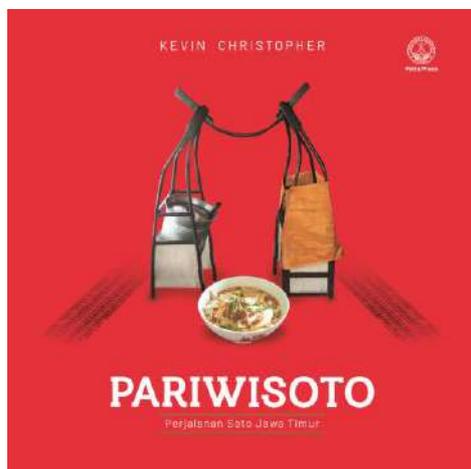
### Media Pendukung

Berdasarkan pengamatan, media sosial memang mendominasi usia tersebut, terutama Instagram. Pernyataan ini didukung dengan data yang dirilis oleh Yogrt pada 2017, sebuah aplikasi berbasis lokasi, bahwa media sosial menjadi sumber informasi yang paling banyak digunakan kalangan milenial (berusia 17 hingga 36 tahun) di Indonesia, dengan persentase 79%.

Maka, di tengah arus informasi yang cepat, konten promosi dibuat dengan mudah dicerna, mampu menarik perhatian, dan mengajak audiens untuk berhenti sejenak serta membaca publikasi promosi tersebut. Hal ini mencerminkan hasil dari pengamatan dimana 65% pengguna media sosial Instagram usia 20-30 tahun, cenderung langsung melewati sebuah *Instagram stories*, sebuah fitur Instagram untuk membagikan cerita singkat dengan durasi 15 detik yang tayang selama 24 jam. Sehingga media sosial hanya bisa digunakan untuk mengajak pembaca membaca secara mendalam melalui sebuah buku.

Selain memanfaatkan media sosial Instagram sebagai pendukung, media pendukung lainnya adalah pembatas buku, *totebag*, bolpoin untuk mendukung pembacaan buku secara fungsional. Selain itu, ada juga katalog dan *x-banner* sebagai sarana promosi cetak pada lokasi pameran. Kaus dan stiker berfungsi sebagai media pendukung tambahan untuk memunculkan antusiasme akan soto di Jawa Timur.

### Hasil Jadi



Gambar 5. Cover buku



Gambar 6. Halaman 2-7



Gambar 7. Halaman 8-13



Gambar 8. Halaman 14-19



Gambar 10. Halaman 26-31



Gambar 9. Halaman 20-25



Gambar 11. Halaman 100-105



Gambar 12. Halaman 106-111



Gambar 14. Halaman 118-123



Gambar 13. Halaman 112-117



Gambar 15. Halaman 124-129



Gambar 16. Desain Kaus PARIWISOTO



Gambar 20. Desain Pembatas Buku



Gambar 17. Desain Tote Bag



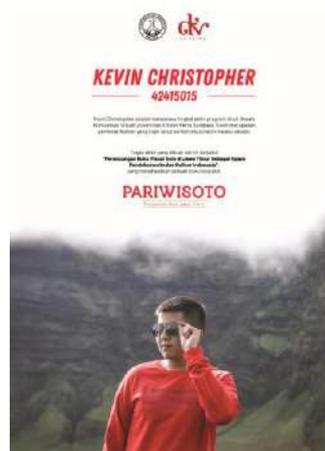
Gambar 21. Desain Pembatas Buku



Gambar 18. Desain Bolpoin PARIWISOTO



Gambar 19. Desain Stiker PARIWISOTO



Gambar 22. Desain Poster Diri



Gambar 21. Desain Poster Konsep

## Kesimpulan

Soto bukanlah sekadar makanan berkuah yang hangat dan nikmat. Soto memiliki ragam yang banyak dan bernilai sosiokultural tinggi. Jawa Timur selaku provinsi yang memiliki ragam soto terbanyak se-Indonesia telah membuktikan keragaman dan nilai sosiokultural dari semangkuk soto.

Berdasarkan pengamatan, warga Jawa Timur hanya mengetahui ragam soto Lamongan dan Madura sebagai soto khas Jawa Timur. Padahal masih banyak ragam soto lain, seperti soto Kediri, dan sebagainya yang jarang disorot. Maka dalam perancangan ini, dapat ditemukan aneka ragam soto di Jawa Timur, seperti Soto Lamongan, Soto Madura, Soto Ayam Lombok, soto kambing, soto babat, Soto Podjok Kediri, Soto Pakelan, Soto Bok Ijo, Soto Daging Bok Ireng, Soto Ayam Pak Tukimin, Soto Branggahan. Soto-soto tersebut mempunyai ciri khas yang berbeda dari segi isi, pelengkap, dan bumbu penyusunnya. Dari permasalahan di atas, soto sebagai makanan yang sering dijumpai di Jawa Timur penting untuk dipetakan ragamnya secara spesifik dan didokumentasikan seiring dengan perkembangan zaman dan masuknya pengaruh ragam kuliner dari seluruh dunia. Melalui masalah ini, penting untuk mengedukasi pecinta kuliner akan keragaman soto sebagai warisan kuliner lokal yang harus dilestarikan dan dibanggakan, sebelum punah maupun diklaim milik negara lain.

Perancangan buku visual yang berjudul “PARIWISOTO: Perjalanan Soto Jawa Timur” ini bertujuan untuk mendokumentasikan sekaligus mengedukasi pembaca akan ragam soto di Jawa Timur. Ada kedai-kedai soto yang mengkomunikasikan soto buatannya sebagai soto khas daerah tertentu, memiliki perbedaan yang khas dan mencolok, meskipun sama-sama berasal dari daerah tersebut. Sehingga penting untuk diciptakan buku yang mampu menceritakan perjalanan soto di Jawa Timur secara lebih komprehensif.

## Saran

Untuk membuat soto Jawa Timur semakin dikenal dan dipahami, perlu diberikan wadah pengembangan kuliner asli daerah sebagai ciri khas daerah tertentu. Sehingga, suatu daerah dapat dikenal karena kenikmatan dan keaslian kuliner khasnya.

Untuk perancangan selanjutnya, akan lebih baik jika memperkenalkan ragam kuliner lain, seperti jajanan khas Surabaya melalui buku visual maupun melalui sebuah *event* yang bisa memberikan wawasan kuliner lokal dan pengalaman yang tidak terlupakan.

## Daftar Pustaka

Agnes, T. (2018, November 29). 'Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini' Ludes Terjual 53 Ribu Kopi Sebulan. *Detik Hot*. Retrieved from <https://hot.detik.com/book/4322993/nanti-kita-cerita-tentang-hari-ini-ludes-terjual-53-ribu-kopi-sebulan>

Badan Ekonomi Kreatif. (2018). *OPUS - Creative Economy Outlook 2019 (Indonesia Version)*. Jakarta: Author.

Forum Komunikasi Kuliner Indonesia (Forkomkulindo). (2018). *Soto, Nikmat Dari Indonesia Untuk Dunia*. Yogyakarta: CV. ANDI Offset (Penerbit ANDI).

Hariadi, M. (2016). *Perancangan Buku Visual Grafis tentang Pengetahuan Dasar Teater dan Latihan Keaktoran Untuk Remaja*. (TA No. 00022970/DKV/2016). Unpublished undergraduate thesis. Universitas Kristen Petra, Surabaya.

Hurlock, E. B. (1968). *Developmental Psychology*. McGraw-Hill.

Islahuddin. (2017). *Cita rasa sosial dan diaspora soto Nusantara*. *Beritagar.id*. Pesan dimuat dalam <https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/cita-rasa-sosial-dan-diaspora-soto-nusantara>

KBBI. (2019). Definisi pariwisata, wawancara. Diakses 7 Februari 2019. Pesan disampaikan dalam from <https://kbbi.web.id>

Lazuardi, M., & Triady, M.S. (2015). *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019* (1<sup>st</sup> ed.). Jakarta: PT. Republik Solusi.

Nelson, R.P. (1989). *The design of advertising*. W.C. Brown Co.

Nugroho, S. (2015). *Manajemen warna dan desain*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer*. Jakarta: Andi

Riyanto, B. (2005). Gaya Indies: Gaya Desain Grafis Indonesia Tempo Doeloe. *Nirmana*, 7(2), 134-143.

Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

*VIVA.co.id*. (2013, November 21). Ragam Soto Lezat dari Jawa Timur. Pesan disampaikan dalam <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/460371-ragam-soto-lezat-dari-jawa-timur>

Wulandari, F. (2018, April 11). Kreativitas PDI Perjuangan Promosikan Politik Kuliner. PT Tribun Digital Online. Pesan disampaikan dalam <http://www.tribunnews.com/nasional/2018/04/11/kreativitas-pdi-perjuangan-promosikan-politik-kuliner>