

Perancangan Media Informasi Tentang Ragam Jenis Makanan Tradisional Batak Toba

Kristina Fitaloka Manalu

¹Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

^{1*}kristinafitoloka@mail.com

Abstrak

Kekayaan nilai filosofis dan sosiokultural pada makanan tradisional Batak Toba saat ini terancam oleh minimnya literasi generasi muda, adanya stereotip negatif, serta keterbatasan media informasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *platform website* yang interaktif, akurat, dan estetik sebagai media narasi keautentikan budaya kuliner Batak Toba, dengan fokus visualisasi pada hidangan sakral Arsik dan rempah endemik Andaliman. Perancangan ini menggunakan metodologi *Design Thinking* (meliputi tahap *empathize, define, ideate, prototyping, dan testing*), didukung oleh pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, dan wawancara pakar. Hasil penelitian ini adalah sebuah rancangan *platform* digital modern yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi dan edukasi pariwisata, tetapi juga sebagai wadah pelestarian budaya kuliner Nusantara agar tetap relevan bagi generasi muda di era digital.

Kata Kunci: Kuliner Batak Toba, Pelestarian Budaya, *Platform* Digital, Media Interaktif.

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal dengan keragaman kebudayaan yang luar biasa, mencakup ribuan suku bangsa yang dipersatukan oleh semboyan Bhinneka Tunggal Ika. Salah satu etnis dengan karakteristik budaya yang dikenal adalah Suku Batak Toba di Sumatera utara, khususnya sub-etnis Batak Toba. Bagi masyarakat Batak Toba, seluruh sendi kehidupan diatur oleh sistem adat istiadat yang secara esensial terangkum dalam filsafat kekerabatan *Dalihan Na Tolu*. Dalam sistem sosial kemasyarakatan ini, makanan memiliki peran sentral yang tidak hanya berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan biologis belaka, tetapi terintegrasi sangat kuat di dalam adat istiadat untuk menciptakan keteraturan, kerukunan, serta representasi moralitas.

Secara spesifik, kuliner tradisional Batak Toba memiliki keunikan proses pengolahan yang membedakannya dari masakan daerah Sumatera lainnya, seperti penggunaan rempah endemik. Secara spesifik, kuliner tradisional Batak Toba memiliki keunikan proses pengolahan yang membedakannya dari masakan daerah Sumatera lainnya, seperti penggunaan rempah endemik andaliman dan teknik memasak warisan Austronesia. Di antara kekayaan kuliner tersebut, hidangan Arsik Ikan Mas menempati posisi yang paling sakral sebagai elemen wajib dalam upacara daur hidup, mulai dari adat kelahiran (tardidi) hingga perkawinan. Arsik Ikan Mas dihidangkan dengan aturan yang sangat presisi disajikan utuh tanpa dibelah, dalam jumlah ganjil, dan posisi kepala menghadap penerima. Tata cara ini bukan sekadar estetika sajian, melainkan representasi identitas budaya yang melambangkan simbol kehidupan, kemakmuran, dan curahan doa restu (pasu-pasu).

Namun, di balik kekayaan filosofis tersebut, muncul sebuah permasalahan mendasar terkait eksistensi dan pelestariannya di era modern. Saat ini, tingkat pemahaman masyarakat di luar etnis Batak Toba, bahkan di kalangan generasi mudanya sendiri, pengetahuan terhadap nilai luhur kuliner tradisional masih tergolong sangat rendah. Pengetahuan yang dangkal tersebut sering kali membuat masyarakat terjebak pada stereotip tertentu, di mana esensi keautentikan filosofi kuliner perlahan terkikis. Permasalahan ini semakin diperparah oleh lemahnya strategi pengemasan visual pada media informasi budaya yang ada saat ini, sehingga narasi-narasi luhur tersebut gagal tersampaikan secara menarik dan relevan kepada generasi digital.

Merespons permasalahan tersebut, diperlukan sebuah inovasi pelestarian yang menjangkau masyarakat luas melalui pemanfaatan teknologi digital berupa perancangan *website* informatif. Efektivitas media digital ini sangat bergantung pada pendekatan keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV) yang komprehensif guna mengintegrasikan elemen teks, foto, dan interaktivitas secara harmonis. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengembangan strategi visual dan desain grafis yang imersif pada *website* untuk mengemas narasi keautentikan kuliner Batak Toba. Luaran penelitian ini bertujuan untuk mematahkan stereotip negatif, merekonstruksi citra positif yang berbudaya, serta menciptakan *platform* pelestarian kuliner nusantara yang estetik dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

METODE PENCIPTAAN

Tahapan Penelitian

1. Persiapan

a. Metode Pengumpulan Data

Sebelum melakukan perancangan media informasi berbasis *website*, tahapan pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan untuk memastikan keakuratan narasi, relevansi konten, serta urgensi penciptaan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi tiga pendekatan utama:

1) Observasi Partisipatif

Observasi dilakukan secara langsung selama kurang lebih satu tahun di berbagai wilayah perantauan dan kawasan urban (seperti Sumatera Barat, Jawa Timur, Medan, Riau, dan Batam). Pengamatan ini bertujuan untuk memetakan tingkat pemahaman serta persepsi masyarakat terhadap kuliner Batak Toba. Dari hasil observasi, ditemukan dua permasalahan krusial. Pertama, adanya stereotip yang sempit di kalangan masyarakat non-Batak bahwa makanan Batak Toba hanya terbatas pada olahan nonhalal (babi), sehingga mengaburkan kekayaan gastronomi lainnya. Kedua, terjadi kesenjangan pengetahuan (*knowledge gap*) pada generasi muda Batak Toba di perkotaan yang hanya mengenal nama dan rasa makanan, namun kehilangan pemahaman akan esensi filosofis, simbolisme adat, dan nilai spiritual dari hidangan tersebut (seperti tata cara penyajian Arsik Ikan Mas).

2) Wawancara Mendalam (*In Depth Interview*)

Untuk memvalidasi temuan observasi serta menggali data yang lebih komprehensif mengenai resep autentik dan nilai kebudayaan, wawancara mendalam dilakukan kepada tiga narasumber yang merepresentasikan berbagai sudut pandang:

- a) Budayawan Batak Toba (Mastauli Sagala): Menegaskan bahwa pergeseran kebiasaan literasi masyarakat menuntut adanya transformasi media pelestarian budaya. *Website* atau internet dinilai sebagai *platform* yang jauh lebih strategis dan relevan dibandingkan literatur cetak konvensional untuk menyebarkan informasi budaya ke generasi digital.
- b) Praktisi Kuliner Tradisional (Mery Siagian): Mengonfirmasi pentingnya edukasi filosofi makanan tradisional. Beliau memaparkan bahwa kuliner seperti Arsik Ikan Mas memiliki fungsi sentral sebagai *upa-upa* (media doa dan penyaluran berkat) dalam upacara adat, serta memberikan data teknis terkait resep dan penggunaan rempah endemik andaliman.
- c) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pangururan (Osden Marga Sidebang): Mengungkapkan bahwa strategi promosi kuliner Toba saat ini masih berjalan secara konvensional dan belum memiliki pusat informasi digital yang terintegrasi. Hal ini mengonfirmasi kebutuhan mendesak akan perancangan *platform* informasi digital yang representatif.

3) Kuesioner

Sebagai metode pengumpulan data primer, kuesioner didistribusikan kepada target audiens untuk mengukur tingkat wawasan dan kesadaran mereka. Survei ini melibatkan sekitar 90 responden dengan rentang usia 18 – 25 tahun. Instrumen pertanyaan difokuskan pada pengujian tingkat pengetahuan responden terhadap ragam jenis makanan tradisional Batak Toba, pemahaman tentang tata cara penyajian dalam ritual adat, serta pandangan mereka mengenai urgensi pelestarian budaya kuliner lokal melalui media digital.

4) Studi Kepustakaan

Selain pengumpulan data primer, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan guna mengkaji literatur yang relevan terkait gastronomi, kebudayaan Batak Toba, serta teori Desain Komunikasi Visual (DKV). Penelusuran referensi dilakukan baik secara daring maupun luring dengan mengunjungi berbagai pusat literatur, seperti Perpustakaan ISI Padang Panjang, Perpustakaan Kota Medan, dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Utara. Metode ini bertujuan untuk memastikan keakuratan narasi sejarah, filosofi kuliner, sekaligus menjadi landasan teori dalam perancangan elemen antarmuka (UI/UX) media digital yang interaktif.

b. Metode Analisis Data

Perumusan konsep media informasi ini dianalisis menggunakan kerangka 5W+1H untuk memetakan solusi desain yang presisi. Permasalahan utama berupa krisis literasi budaya dan kuatnya stereotip negatif di masyarakat dijawab melalui perancangan *website* yang informatif. *Website* dipilih sebagai media utama karena memiliki jangkauan yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu (*borderless*), serta kemampuannya dalam mengintegrasikan berbagai elemen multimedia.

Sebagai pendekatan problem-solving, *website* ini tidak dirancang sekadar sebagai katalog resep, melainkan sebagai *platform* naratif yang menerapkan strategi *cultural storytelling*. *Platform* ini menggabungkan sajian fotografi kuliner berkualitas tinggi dengan elemen identitas visual lokal, seperti adaptasi ornamen *Gorga*, yang dikemas dalam antarmuka desain yang modern. Melalui perancangan visual yang terarah, esensi budaya seperti makna ritual (*upa-upa*), filosofi penyajian, dan resep autentik kuliner Batak Toba dapat diterjemahkan menjadi bahasa visual yang universal. Dengan demikian, luaran ini diharapkan mampu menjadi media edukasi dan

pelestarian budaya yang relevan, menarik, serta mampu mematahkan stigma yang keliru di kalangan generasi digital.

2. Perancangan

a. Strategi Perancangan Verbal dan Visual

Proses perancangan media informasi ini diimplementasikan melalui sinergi dua pendekatan utama, yakni strategi verbal dan visual. Strategi verbal mengadaptasi metode *cultural storytelling*, di mana penyajian teks tidak sekedar memuat instruksi teknis atau resep masakan, melainkan bertindak sebagai penutur narasi yang mengupas tuntas makna spiritual dan aturan adat di balik setiap hidangan Batak Toba. Penggunaan gaya bahasa dirancang secara komunikatif untuk menjembatani kesenjangan pemahaman budaya antargenerasi. Sementara itu, strategi visual berfokus pada penciptaan pengalaman pengguna yang imersif dan estetis. Antarmuka media dikembangkan dengan mengintegrasikan elemen identitas lokal seperti adaptasi ornamen *Gorga* yang dipadukan dengan prinsip desain kontemporer melalui tata letak yang bersih dan tipografi modern. Sinergi kedua strategi ini bertujuan untuk mengangkat derajat kuliner tradisional menjadi identitas budaya yang bernilai tinggi dan relevan bagi generasi digital.

3. Perwujudan

Untuk mewujudkan tahap Perancangan Media Informasi Tentang ragam jenis makanan tradisional Batak Toba, adalah beberapa bauran media yang digunakan yaitu;

a. Media informasi online

1) Website

Website interaktif diposisikan sebagai media utama (*main platform*) yang berfungsi sebagai pusat data mendalam mengenai ragam kuliner, filosofi, hingga resep dan cara penyajian yang autentik.

2) Postingan Instagram

Sebagai media pendukung untuk meningkatkan interaktivitas pada platform utama.

3) Youtube

Sebagai media pendukung untuk meningkatkan interaktivitas atau media pemantik terhadap platform utama.

b. Media Cetak

Media cetak digunakan sebagai bagian dari bauran media dan menjadi salah satu bentuk komunikasi massa seperti poster, infografis, dan banner. Tujuan pemanfaatan media cetak ini adalah untuk menyampaikan informasi mengenai narasi kekayaan dan keautentikan ragam jenis makanan tradisional Batak Toba. *Merchandise* merupakan media pendukung yang digunakan untuk memperkuat citra dari website ini. Produk-produk yang digunakan yaitu apron, *t-shirt*, gantungan kunci, stiker.

KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN

1. Konsep Penciptaan

a. Konsep verbal

Konsep verbal dalam perancangan ini mengusung tema besar “Jejak Rasa Makna Toba: Mengungkap Filosofi di balik Hidangan Toba” dengan mengimplementasikan strategi *cultural storytelling*. Pendekatan ini bertujuan untuk mentransformasi persepsi audiens dari pemahaman teknis organoleptik (sebatas rasa dan bahan) menjadi pemahaman sosiokultural yang mendalam. Struktur pesan tidak disusun secara kaku, melainkan dikemas melalui narasi emosional yang membagi informasi kuliner ke dalam segmen perjalanan rasa, di mana setiap hidangan direpresentasikan sebagai simbol doa, adat, dan penghormatan. Melalui gaya bahasa yang eksploratif, konsep verbal ini diposisikan sebagai jembatan komunikasi antargenerasi; mendokumentasikan pengetahuan generasi tua sekaligus menumbuhkan rasa ingin tahu (*curiosity*) dan kebanggaan (*pride*) generasi muda urban terhadap akar peradaban mereka.

b. Konsep visual

Konsep Visual berorientasi pada penyelarasan nilai tradisi lokal dengan prinsip desain modern yang bersih (*clean design*). Pendekatan ini diterapkan untuk menampilkan sisi premium dan artistik kuliner Toba agar relevan bagi masyarakat urban melalui optimalisasi ruang kosong (*white space*). Perwujudan visual ini bertumpu pada tiga elemen grafis utama:

1) Aksentuasi Grafis: Menggunakan teknik dekonstruksi dan stilasi ornamen *Gorga* Batak menjadi bentuk yang lebih minimalis dan sistematis, sehingga berfungsi efektif sebagai penguat konteks budaya sekaligus penanda hierarki informasi.

2) Tipografi: Mengombinasikan jenis huruf Sans Serif dengan tingkat keterbacaan (*legibility*) tinggi untuk teks tubuh guna mencerminkan profesionalisme modern, serta huruf berkarakter organik pada judul (*headline*) untuk menegaskan nilai historis dan impresi personal.

3) Palet Warna: Mengadaptasi warna tradisional Batak Toba, yaitu Sitolumada (merah, hitam, dan putih), yang dimodifikasi dengan perpaduan warna alami (*earthy tones*) seperti kuning kunyit, cokelat rempah, dan hijau

daun. Kombinasi warna ini secara psikologis dirancang untuk membangun atmosfer visual yang hangat, imersif, dan menggugah selera.

2. Proses Penciptaan

Tahapan penciptaan media informasi digital "Jejak Rasa Makna Toba" dilakukan melalui pendekatan sistematis yang mengintegrasikan aspek konseptualisasi budaya dengan prinsip Desain Komunikasi Visual (DKV) dan pengembangan antarmuka (UI/UX). Proses ini terbagi ke dalam empat tahapan utama:

- a. **Konseptualisasi Desain (*Brainstorming & Moodboard*)**
Proses diawali dengan brainstorming untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif dalam menyampaikan edukasi ragam kuliner Batak Toba. Gagasan tersebut kemudian divisualisasikan melalui *moodboard* yang berfungsi sebagai panduan konsistensi estetika. Konsep dasar ini menonjolkan integrasi ornamen *Gorga* dengan palet warna *Sitolumada* (merah, hitam, dan putih) yang dikombinasikan dengan sentuhan warna jingga untuk merepresentasikan kekayaan rempah tradisional.
- b. **Perancangan Identitas Visual (Logo, Tipografi, dan Warna)**
Identitas merek dibangun untuk memberikan pembeda yang kuat di ranah digital. Logo dirancang dengan memadukan siluet rumah adat (Ruma Bolon), ukiran *Gorga*, sapaan "*HORAS*", serta gradasi warna tanah dan emas. Pada elemen Tipografi, diterapkan kombinasi huruf yang fungsional dan estetis: font Roboto untuk memberikan ketegasan pada judul utama, Poppins untuk memastikan tingkat keterbacaan (*legibility*) pada teks informasi, serta font script Atziluth sebagai aksent dekoratif yang meliuk anggun. Seluruh elemen ini diikat oleh Sistem Warna yang tidak hanya bernilai filosofis, tetapi juga berfungsi secara teknis sebagai alat navigasi visual (*Call to Action*) dan menjaga kontras aksesibilitas antarmuka.
- c. **Pengembangan Sistem dan Antarmuka (*Workflow, Wireframe, & Responsive Design*)**
Pengembangan *website* dikelola melalui *workflow* yang terstruktur untuk memastikan integrasi data berjalan selaras. Sebelum desain visual diterapkan, pemetaan tata letak dan hierarki informasi dirumuskan melalui pembuatan *wireframe*. Hal ini menjamin setiap komponen interaktif memiliki peran navigasi yang jelas dan intuitif. Lebih lanjut, prinsip *responsive design* diimplementasikan agar *website* mampu beradaptasi secara dinamis terhadap berbagai dimensi resolusi layar perangkat (desktop, tablet, hingga seluler) tanpa mengurangi fungsionalitas dan konsistensi pengalaman pengguna (*user experience*).
- d. **Integrasi Bauran Media (*Media Mix*)**
Guna membangun ekosistem visual yang komprehensif, *website* utama didukung oleh perancangan aset bauran media, baik digital (konten Instagram) maupun fisik (poster, banner, dan *merchandise*). Seluruh media turunan ini dirancang dengan pedoman visual yang selaras dan diposisikan secara strategis sebagai pemicu visual (*visual triggers*). Melalui penerapan *Call to Action* (CTA) dan kode QR, bauran media ini berfungsi sebagai gerbang masuk yang mengarahkan arus audiens menuju *website* utama guna mengeksplorasi literatur kuliner yang lebih mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Perancangan Media Utama (Website)



Gambar 1. Website sebagai media utama

Luaran utama dari perancangan ini adalah *website* interaktif bertajuk "Jejak Rasa Makna Toba". Platform ini dibangun menggunakan pendekatan responsive design guna memastikan optimalisasi akses dan konsistensi visual di berbagai perangkat (komputer, tablet, dan ponsel pintar). *Website* ini dirancang dengan tiga objektif strategis: sebagai arsip digital pelestarian budaya, media edukasi yang adaptif bagi generasi muda, serta instrumen pendukung pariwisata kuliner daerah. Secara arsitektur informasi, antarmuka (*user interface*) *website* dibagi menjadi beberapa halaman fungsional. Halaman Beranda dan Footer berfungsi sebagai pusat navigasi yang kental dengan identitas lokal

melalui penerapan palet warna merah marun, emas, serta elemen pembatas bermotif *Gorga*. Pemahaman literatur disajikan pada halaman Sejarah & Filosofi dan Geografis, yang memadukan teks naratif-edukatif dengan visualisasi pemetaan lima sub-etnis Batak. Informasi inti kuliner dibedah pada halaman Hidangan yang memuat historis, resep, hingga filosofi penyajian adat; serta halaman Rempah-rempah yang memanfaatkan elemen *accordion* menu untuk menyajikan direktori bumbu endemik (seperti andaliman dan kecombrang) secara interaktif dan hemat ruang.

2. Perancangan Bauran Media Pendukung

Guna membangun ekosistem komunikasi yang holistik dan memperluas jangkauan audiens, *website* utama didukung oleh integrasi media sekunder berbasis daring dan *luring*. Pada ranah digital, akun Instagram (@jejakrasa.maknatoba) dan YouTube difungsikan sebagai jembatan visual dan *hook* (pemantik) emosional. Karakteristik konten audio visual yang ringkas pada media sosial bertindak sebagai teaser untuk mengarahkan lalu lintas pengguna (*call to action*) agar mengeksplorasi literatur lengkap di *website*. Pada ranah *luring*, dirancang Poster Infografis dan *Roll up Banner* yang mengaplikasikan teknik *food photography* beresolusi tinggi dengan paduan tipografi script Atziluth. Media cetak ini ditempatkan di titik mobilitas tinggi sebagai sarana promosi fisik. Selain itu, guna mendukung kegiatan pameran karya, dirancang pula merchandise eksklusif dan fungsional (seperti *T-shirt*, *ID card*, stiker, dan gantungan kunci) yang berperan sebagai media promosi organik berjangka panjang.

3. Analisis Karya

Secara keseluruhan, purwarupa "Jejak Rasa Makna Toba" berhasil menerjemahkan kompleksitas warisan budaya ke dalam format visual yang modern, bersih (*clean design*), dan sistematis. Integrasi antara prinsip desain antarmuka kontemporer dengan elemen budaya klasik (ornamen *Gorga* dan palet warna tradisional) membuktikan bahwa informasi yang bernilai sakral dapat dikemas secara relevan dan menarik bagi generasi digital tanpa kehilangan jati dirinya. Strategi perancangan *cross platform* di mana media cetak, *merchandise*, dan media sosial bertindak sebagai instrumen promosi taktis yang menggiring audiens menuju *website* sebagai pangkalan data utama menciptakan sebuah kampanye pelestarian yang berkesinambungan. Keselarasan *moodboard* dan identitas visual pada seluruh bauran media ini secara efektif mencegah terjadinya kesenjangan pengalaman pengguna (*user experience gap*), sekaligus berhasil membangun citra positif terhadap kekayaan gastronomi Batak Toba di mata publik.

KESIMPULAN

Perancangan media informasi digital berupa *website* "Jejak Rasa Makna Toba" terbukti efektif sebagai instrumen pelestarian dan edukasi budaya kuliner tradisional Batak Toba. *Platform* ini secara komprehensif berhasil mendokumentasikan nilai historis, resep autentik, hingga makna filosofis di balik setiap hidangan adat ke dalam format yang mudah diakses oleh generasi digital. Secara teknis, keberhasilan ini ditopang oleh penerapan antarmuka yang memadukan prinsip *clean design* dengan elemen kultural adaptif (ornamen *Gorga*), sehingga identitas budaya tetap menonjol tanpa mengorbankan fungsionalitas dan navigasi pengguna (*user experience*). Selain itu, implementasi bauran media pendukung (*cross platform*) yang mencakup Instagram, media cetak, dan merchandise terbukti berfungsi dengan baik sebagai pemantik *strategis (trigger)* untuk menarik atensi audiens dan mengarahkan lalu lintas kunjungan (*traffic*) ke *website* utama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta kontribusi data yang tak ternilai harganya hingga penelitian dan perancangan media informasi ini dapat diselesaikan dengan baik. Secara khusus, apresiasi yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Dosen Pembimbing, atas segala dedikasi, kesabaran, arahan, serta evaluasi kritis yang sangat konstruktif selama proses penyusunan penelitian ini berlangsung.
2. Ibu Mastauli Sagala, selaku Budayawan Batak Toba, yang telah meluangkan waktu serta membagikan wawasan mendalam mengenai sistem adat, sejarah, dan relevansi pelestarian budaya melalui media digital.
3. Ibu Mery Siagian, selaku Praktisi Kuliner Tradisional Batak Toba, atas kebaikan hatinya membagikan literatur resep autentik, teknik pengolahan rempah lokal, serta pemahaman mengenai makna sakral di balik setiap hidangan.
4. Bapak Osden Marga Sidebang beserta jajaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pangururan, atas ketersediaan data, informasi strategis, dan pandangan institusional terkait tantangan promosi pariwisata kuliner daerah.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal kebaikan, dan luaran dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pelestarian warisan budaya kuliner Nusantara, khususnya bagi generasi penerus bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Tambunan, E.H. (1982). *Sekelumut Mengenai Masyarakat Batak Toba Dan Kebudayaannya Sebagai Sarana Pembangunan*. Bandung: Tarsito.
- M.Hum, Nelson Lumbantoruan. (2012) *Kearifan Lokal Masyarakat Batak Toba*. Medan: Cv. Mitra
- Nu'man, Baihaqi. (2017). *Jelajah Sumatera Utara*. Jawa Tengah: PT. Borobudur Inspira Nusantara.
- Putra, W. Ricky. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Panduan Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Rustan, Suriyanto. (2020). *Layout 2020*. Jakarta: CV. Nulis Buku Jendela Dunia.
- Primatasari, Herdina. (2023). *Belajar Desain Grafis untuk Pemula*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Setiawan, Agus. (2018). *Metodologi Desain*. Yogyakarta: Arttex.
- Sudaryono, Dr. (2019). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: Jajawali Pers.
- Abdul, Kadir 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Media.com
- Muharini & S, Listiana, (2019). *Fotografi Makanan untuk Pemula*. Jogjakarta: Trans Idea Publishing
- Indriyani Dewi Wahyu. (2016). *Karakteristik Fotografi Still Life Karya Nofria Doni Fitri*. Journal Student UNY.