

Analisis Visual Kemasan Kue Gabin Samarinda untuk Pengembangan Desain Kemasan

Andi Farid Hidayanto^{1,*}, Yohanes Firananta Setyo Atmono²

¹ Program Studi Desain Produk Kayu dan Serat, Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

² Jurusan Desain, Institut Sains dan Teknologi Terpadu Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email: andifarid@polnes.ac.id

yohanes@stts.edu

ABSTRACT

Heritage typical traditional food is the region's typical food that differs from other regions. In carrying it, the food needs a container in the form of packaging. As a souvenir, the packaging needs to have a uniqueness that can differentiate it from other packages and, simultaneously, show its identity. One of the differences comes from the attributes of the packaging from the visual side. Visual appearance is the first thing that catches the customers' attention and influences purchasing decisions. So, attributes required from the visual side need to be analyzed. This is qualitative research. Preliminary data were obtained from a literature study on food packaging design, which was analyzed for its attributes; the results were analyzed using the NVivo. NVivo illustrates the framework for decision analysis results by coding the data according to the classification scheme. The result of this study is the arrangement of the visual attributes of traditional food packaging, which will be applied to develop the packaging design for the Samarinda gabin biscuit to reconstruct the packaging suitable to the current taste without losing its original identity.

Keywords: Gabin cake, packaging attributes, traditional food, Samarinda food

Article history

Received:

8 October 2023

Revised:

23 October 2023

Accepted:

24 October 2023

Published:

30 November 2023

Citation (IEEE Style): A. F. Hidayanto, Y. F. S. Atmono, "Analisis Visual Kemasan Kue Gabin Samarinda untuk Pengembangan Desain Kemasan," MERAKI: Journal of Creative Industries, vol. 01, no. 1, pp. 12-22, Nov. 2023.

PENDAHULUAN

Makanan tradisional muncul karena keperluan rakyat, yang dihasilkan dari generasi ke generasi secara turun temurun yang masih diproduksi sampai saat ini [1]. Makanan tradisional tersebut bisa juga merupakan warisan budaya sesuatu daerah, karena produk tersebut bisa juga memiliki ciri utama budaya daerah yang bersangkutan [2]. Tiap daerah memiliki makanan tradisional sendiri sendiri yang khas. Salah satu contohnya adalah kue gabin dari Samarinda.

Kue gabin awalnya berasal dari sebuah nama biskuit bermerek Gabin yang terkenal dan populer di wilayah Samarinda. Kue gabin sekarang menjadi salah satu oleh-oleh khas Samarinda yang dirasa wajib dibawa pulang saat berpergian ke sana [3]. Kue ini memiliki tekstur seperti malkist atau biskuit, tetapi lebih rapuh. Ini adalah salah satu faktor yang menjadikannya makanan khas [4]. Masyarakat Samarinda dalam menyantap kue gabin juga unik, berbeda dengan daerah lainnya. Kue gabin dicelup dulu ke dalam teh, kopi atau susu, selanjutnya dimakan. Cara lain dengan menaruh di piring, lalu dituang teh, kopi, susu, atau kacang hijau sampai lumer, selanjutnya dimakan dengan disendoki.

Dari wawancara dengan produsen, biskuit gabin bermula dari kisah para Anak Buah Kapal (ABK) yang sering mabuk atau mual di laut saat berlabuh di Pelabuhan Samarinda. Pada waktu itu belum obat mabuk atau pereda mual. Selanjutnya para ABK diberi biskuit tawar yang ternyata bisa meredakan rasa mual sewaktu berlayar. Biskuit ini mudah digigit dan tidak berbau. Semenjak saat itu, biskuit ini populer di kalangan pelaut, membuatnya sering disebut biskuit Kabin. Lambat laun, sebutan kabin kerap didengar menjadi gabin, sehingga biskuit ini disebut biskuit gabin. Istilah ini digunakan industri untuk menjadikan nama produknya biskuit gabin, meskipun ada industri di tempat lain yang tetap memakai nama biskuit kabin.

Desain kemasan adalah proses multidisiplin yang melibatkan para profesional dari berbagai bidang [5]. Desain kemasan telah menjadi bagian penting dalam pemasaran, terutama dalam industri makanan [6]. Pengemasan makanan merupakan komponen penting dari rantai pasokan makanan dan elemen penting dalam proses persiapan akhir di industri makanan [7].

Dalam istilah tradisional, kemasan konvensional bertujuan sebagai sarana penahanan, perlindungan dan pengawetan. Pada masa ini, fungsi kemasan sudah berkembang dari perspektif kemasan pasif, jadi kemasan berkembang ke arah fenomena yang ada sekarang [8]. Kemasan berkembang menjadi berbagai fungsi, antara lain sebagai penyebaran informasi atau promosi sebagai fungsi tambahan disamping informasi utamanya yaitu memberikan detail kualitas produk kepada konsumen [9]. Pembeli biasanya menghabiskan masa yang singkat saat produk yang dipajang di etalase [10]. Maka, kemasan yang baik harus dapat memenuhi kepuasan konsumen, kerana merancang kemasan tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi kemasan harus dapat memenuhi tujuan utama penciptaan kemasan [11].

Tampilan grafis telah lama digunakan untuk menggambarkan hubungan simbolik antara budaya dan makanan. Dalam media makanan populer, gambar mengkontekstualisasikan berbagai tekstur, yang mengatur, mewakili dan mempengaruhi interaksi budaya dengan makanan dan media. Penggambaran makanan tradisional sekaligus menjadi ruang untuk mengeksplorasi bagaimana strategi digunakan untuk mengundang keterlibatan konsumen [12]. Tampilan visual kemasan yang mengandung budaya lokal dalam kewujudannya sekarang, boleh diibaratkan sebagai penggabungan fesyen tradisional dan modern. Kedua-duanya mesti seimbang [13].

Dalam penjualannya, kue gabin dikemas dalam 2 kategori, yaitu versi curah dan versi berjajar. Versi curah, kue dimasukkan dalam kantong plastik selanjutnya diikat ujungnya agar tidak lepas menggunakan gelang karet. Informasi produk berupa kertas print yang dimasukkan di dalamnya. Kemasan lainnya berwujud kotak dengan isi berjajar.

Dari observasi di lapangan, wawancara dengan penjual dan pengumpulan data, kemasan kue gabin Samarinda secara umum tidak mengalami perubahan dari dulu hingga sekarang. Kemasan tetap menggunakan material plastik transparan yang dilipat mengikuti bentuk formasi kue nya di dalamnya. Dalam industry yang sama, ada yang sudah menggunakan plastik transparan dengan grafis disablon di sisi kemasannya, namun ada juga yang masih menggunakan kertas print yang dimasukan ke dalam kemasannya. Teknik pengemasannya ada yang menggunakan mesin pres panas untuk kuncian, ada juga yang melipat plastik dikunci dengan isolasi transparan. Secara umum, kasus ini juga terjadi dalam kemasan makanan tradisional Samarinda lainnya. Dari wawancara dengan pembeli dan instansi terkait, kemasan tersebut perlu dikembangkan sesuai perkembangan jaman namun tidak meninggalkan identitas aslinya.



Gambar 1. Kemasan biskuit gabin tipe curah



Gambar 2. Kemasan biskuit gabin berjarak

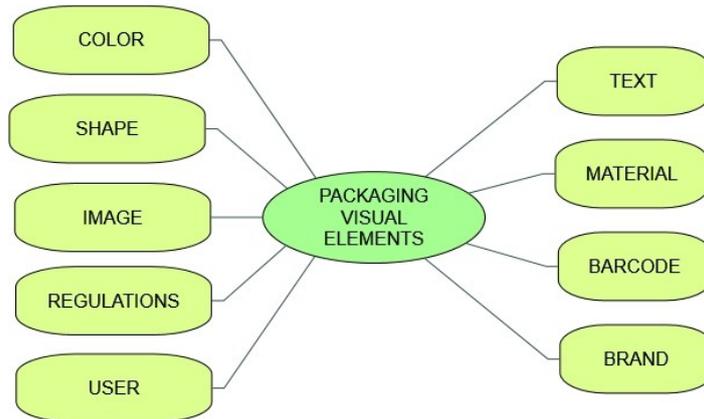
Elemen desain kemasan secara besar dapat dibagi menjadi dua, yakni: 1). Elemen desain visual, yakni elemen yang sifatnya langsung dilihat mata. dan 2). Elemen desain verbal, yakni elemen yang sifatnya lebih informatif [14].

Pada penelitian ini, elemen yang akan diteliti adalah elemen desain visual, yakni elemen yang sifatnya langsung dilihat oleh mata. Unsur elemen visual kemasan makanan tradisional disusun dari pengolahan data hasil sistematik literatur review jurnal yang terseleksi, selanjutnya di kodingkan untuk mendapatkan koding koding elemen visualnya. Kemudian dikomparasi dengan metode ATUMICS untuk mendapat *novelty* nya. Komposisi elemen visual yang memiliki *novelty* ini selanjutnya digunakan untuk menganalisis objek studi kasus, yaitu kemasan kue gabin Samarinda. Hasilnya sebagai rujukan pengembangan desain kemasan kue gabin, direkonstruksi menjadi kemasan baru tanpa meninggalkan identitas aslinya, yang menampilkan identitas daerah, sehingga bisa menjadi duta wilayah untuk menunjang wisata, karena dengan melihat kemasannya, konsumen akan tahu darimana produk ini berasal.

METODE

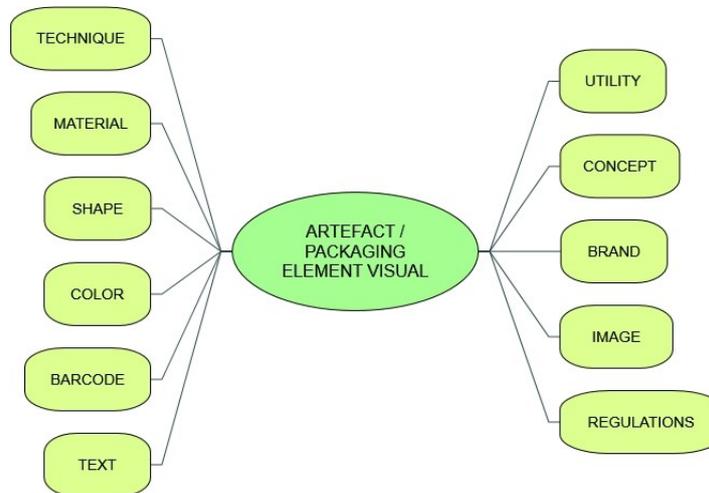
Penelitian ini jenis kualitatif. Langkah awal dengan mengumpulkan jurnal jurnal yang membahas kemasan. Pemilihan jurnal berdasar judul, abstrak, dan kata kunci. Jurnal awal tersebut selanjutnya dipilih jurnal penuh, difokuskan tentang kemasan makanan, terutama kemasan makanan tradisional. Didapatkan 26 jurnal yang memenuhi kriteria. Jurnal jurnal tersebut kemudian dianalisis dengan sistematik literatur review, dikomparasi untuk didapatkan gapnya tentang atribut atribut kemasan makanan tradisional. Hasil komparasi tersebut kemudian dikualitatifkan dengan aplikasi NVivo untuk didapatkan koding koding elemen visual kemasan makanan tradisional, dan untuk menghindari objektifitas. Karena makanan tradisional merupakan produk budaya, dipelajari dan dikomparasi dengan metode ATUMICS yang biasa digunakan untuk merekonstruksi produk tradisional menjadi produk modern dengan tetap mempertahankan identitas aslinya sebagai acuan agar didapatkan *novelty* nya.

Elemen visual kemasan yang tersusun ini selanjutnya diaplikasikan untuk menganalisis objek penelitian yaitu kemasan kue gabin Samarinda. Objek studi kasus tersebut dianalisis elemen visual kemasannya apakah sudah memenuhi atribut kemasan yang layak, sehingga perlu atau tidak untuk dikembangkan desainnya. Analisisnya dengan metode diskriptif, yaitu setiap unsur elemen visual kemasan dikumpulkan sesuai yang sebenarnya, kemudian data data



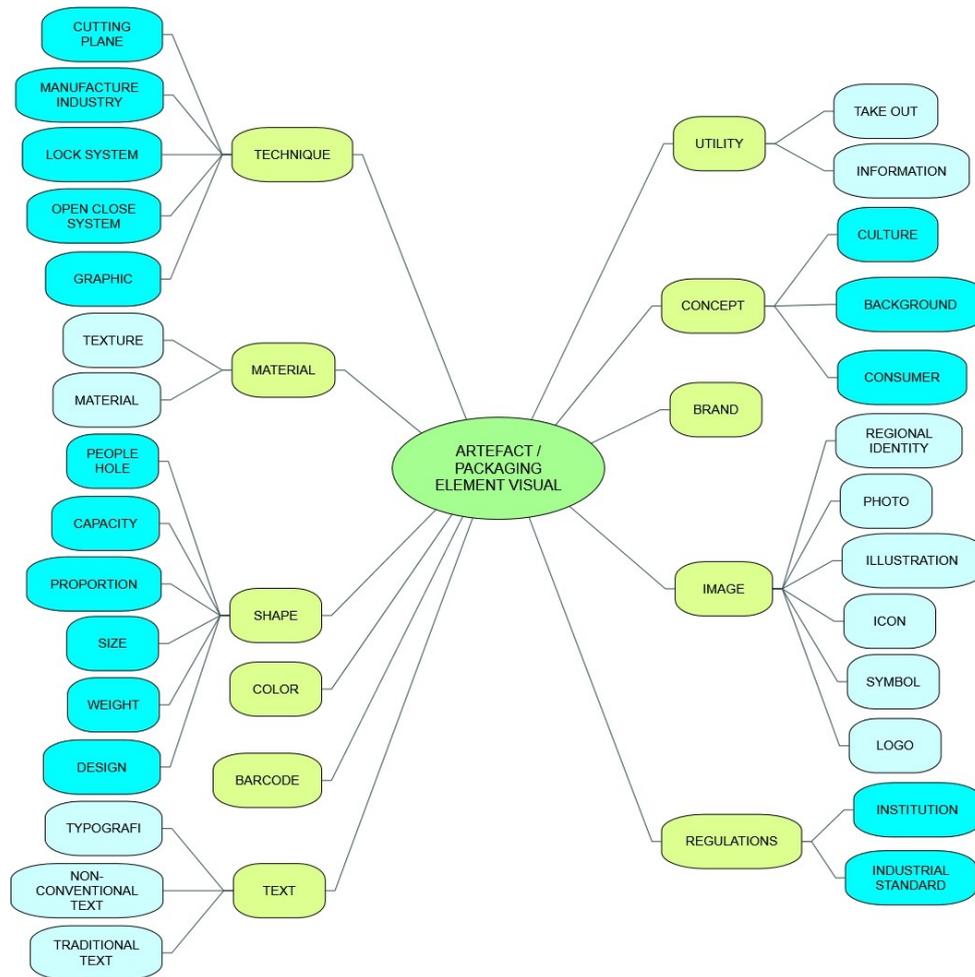
Gambar 4. Resume elemen visual kemasan dari Kajian literatur

Elemen visual kemasan gambar 4 kemudian dikomparasi dengan kaedah ATUMICS, karena kaedah ini umum digunakan untuk merekonstruksi produk tradisional menjadi produk modern tanpa kehilangan identitasnya. Unsur ATUMICS adalah komposisi dari *Artefact, Technique, Utility, Material, Icon, Concept dan Shape* [16]. Agar terfokus, dalam menganalisis kata kunci disusun dalam bentuk koding koding yang diproses dalam aplikasi untuk mendapatkan kategori data berdasarkan konsep yang muncul dalam data, yang terus berjalan, hingga berhenti karena tidak ada konsep baru. terdapat dalam data. Dari pengolahan data dan komparasi tersebut didapatkan komposisi elemen visual kemasan makanan tradisional seperti dalam gambar 5.



Gambar 5. Komposisi elemen visual kemasan

Elemen visual dalam gambar 5 mempunyai sub-sub elemen yang lebih terperinci, yang menjelaskan tiap atribut elemen visual kemasan tersebut. Pengembangan sub sub elemen tersebut dapat dilihat dalam gambar 6. Namun saat analisis produk, bisa dengan elemen dalam gambar 5. Karena sub elemen tersebut berfungsi menjelaskan lebih rinci elemen visual di atasnya.



Gambar 6. Sub elemen visual kemasan makanan tradisional

Penjelasan singkat elemen visual kemasan makanan tradisional sebagai berikut:

1. *Artefact* / Elemen visual pembungkusan
Artefact adalah objek yang dijadikan penelitian. Yaitu kemasan makanan tradisional yang akan dianalisis dari sisi visualnya.
2. *Technique*
Teknik adalah proses pembuatan dan perakitan kemasan. Meliputi pola potong, sistem kunci, sistem buka tutup, penataan grafis, dan industry pembuatnya. Kemasan tersebut dibuat di industry besar atau industry kecil.
3. *Utility*
Utility adalah kegunaan kemasan. Kemasan makanan sebagai fungsi utama dan media informasi sebagai fungsi tambahan.
4. *Material*
Material adalah bahan yang dipakai membuat kemasan. Diperhatikan jenis bahan dan tekstur permukaannya.
5. *Image*
Gambar adalah visual utama dalam kemasan. Gambar tersebut menyusun identitas yang akan ditampilkan, bisa dalam wujud foto, ilustrasi, icon, simbol, maupun logo.

6. *Concept*

Konsep adalah tema dalam pembentukan visual kemasan ini. Dimulai dari penentuan latar belakang pembentukannya, disesuaikan dengan budaya yang akan ditampilkan dan penentuan segmen pengguna maupun sasaran konsumennya.

7. *Shape*

Shape adalah desain bentuk kemasan. Shape diaplikasikan dalam desain kemasan. Shape ini mengakomodasi kapasitas isi, berat, ukuran dan kondisi di dalamnya.

8. *Barcode*

Barcode adalah data informasi berupa kumpulan data optik berwujud garis-garis vertikal hitam dan putih sederhana dengan ketebalan berbeda-beda agar mudah dikenali dan diidentifikasi. Selain berbentuk garis, terdapat juga barcode yang terdiri dari angka atau huruf.

9. *Text*

Teks berupa informasi dalam bentuk tulisan. Sebagai unsur desain, teks mengikuti kaedah typografi, teks bukan konvensional dan teks tradisional agar menarik.

10. *Brand*

Brand adalah merk produk. Brand dalam wujud nama utama dan nama turunan agar mudah dikenal dan sebagai tanda pengenal.

11. *Regulation*

Regulasi adalah aturan aturan yang harus ditaati dalam dalam kemasan. Aturan ini dari industry dan dari pemerintah. Aturan ini ada yang ditampilkan dalam kemasan dan ada yang tidak, karena merupakan proses dibelakang pembuatan kemasan, atau bukan untuk konsumsi public.

12. *Color*

Warna merupakan objek pertama yang dilihat oleh konsumen. Sehingga desain kemasan harus memperhatikan factor warna ini.

Elemen visual kemasan yang telah dihasilkan dalam gambar 5, selanjutnya digunakan untuk menganalisis objek kajian sebagai studi kasus yaitu kemasan kue gabin. Kue gabin diambil dari industri di Samarinda yaitu Lido dan Ria. Kedua kemasan dari industri tersebut mempunyai karakter mirip, bedha di grafis namun unsur lainnya sama.



Gambar 7. Biskuit gabin Lido



Gambar 8. Biskuit gabin Ria

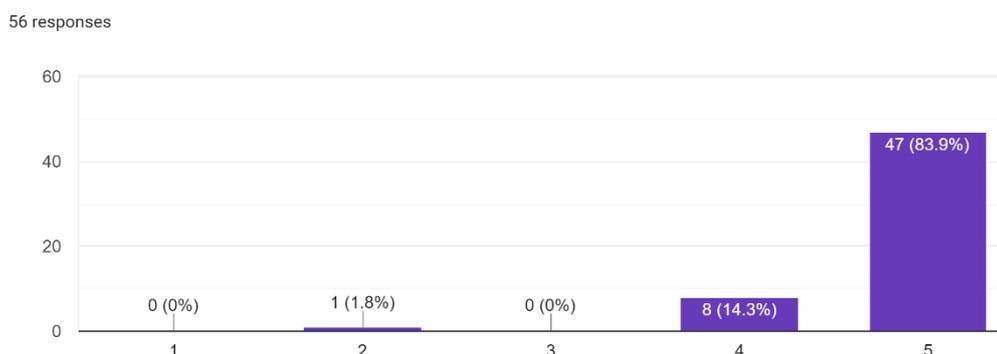
Tabel 1. Analisis elemen visual kemasan makanan

No	Elemen visual	Lido	Ria
1	Technique	Kemasan dari plastik transparan yang dilipat membentuk sesuai komposisi di dalamnya. Pengunci lipatan dengan di pres dengan mesin pres panas, membukanya dengan merusaknya, sehingga termasuk kemasan sekali pakai. Informasi produk berupa grafis yang di sablon pada kemasan. Kemasan tersebut dibuat atau dipesan di industry menengah, karena perlu mesin sablon untuk grafisnya. Untuk kemasan isi curah, penguncinya dengan gelang karet yang diikat di ujungnya.	Kemasan sekali pakai, berupa plastik transparan yang dilipat membentuk sesuai komposisi isinya. Selanjutnya di isolasi untuk menguncinya. Informasi produk berupa kertas yang dimasukkan di dalamnya. Kemasan bisa dibuat di industry kecil, atau membuat sendiri, karena hanya memerlukan teknik melipat saja. Untuk kemasan isi curah, penguncinya dengan gelang karet yang diikat di ujungnya.
2	Material	Material dari plastik transparan, dengan tekstur halus.	Material dari plastik transparan, dengan tekstur halus.
3	Shape	Bentuk kemasan kotak, untuk isi yang berjajar mengikuti bentuk komposisi isinya. Untuk isi curah, kemasan membentuk kantong karena isinya dimasukkan tanpa ditata, kemudian diikat gelang karet di ujungnya. Kondisi isi di dalam bisa diketahui karena materialnya plastik transparan.	Bentuk kemasan kotak, untuk isi yang berjajar mengikuti bentuk komposisi isinya. Untuk isi curah, kemasan membentuk kantong karena isinya dimasukkan tanpa ditata. kemudian diikat gelang karet di satu ujungnya. Kondisi isi bisa diketahui karena materialnya plastik transparan.
4	Color	Warna kemasan transparan. dengan grafis komposisi warna primer, yaitu merah, putih, dan biru.	Warna kemasan transparan. Grafis didapat dari kertas print putih yang dimasukkan ke dalam dengan warna merah dan kuning.
5	Barcode	Sudah dilengkapi barcode	Belum dilengkapi barcode
6	Text	Teks menampilkan informasi merk, jenis kue, rasa kue, komposisi bahan pembuat, sertifikasi, dan alamat perusahaan. Desain teks menganut kaedah typografi sederhana.	Teks menampilkan informasi merk, jenis kue, komposisi bahan pembuat, dan alamat perusahaan. Desain teks belum menganut kaedah typografi.
7	Utility	Kemasan jenis primer, sekali pakai. Fungsi utama untuk membungkus dan melindungi isinya, menampilkan informasi produk seperlunya. Kemasan belum menampilkan identitas daerah. Informasi asal produk diketahui lewat teks di kemasannya	Kemasan jenis primer, sekali pakai. Fungsi utama untuk membungkus dan melindungi isinya, dengan informasi produk seperlunya. Kemasan belum menampilkan identitas daerah. Informasi asal produk diketahui lewat teks di kemasannya
8	Concept	Makanan ringan, menampilkan jenis rasanya.	Makanan ringan
9	Brand	Menampilkan merk Perusahaan dalam bentuk logo dan tulisan	Menampilkan merk Perusahaan dalam bentuk logo dan tulisan
10	Image	Gambar yang ditampilkan berupa logo sertifikasi, logo Perusahaan,	Gambar yang ditampilkan adalah logo perusahaan

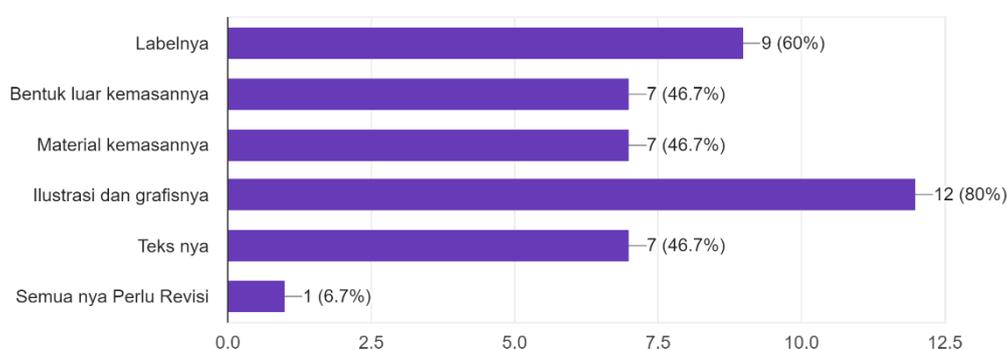
		dan ilustrasi lingkungan Perusahaan saat berdiri dulu	
11	Regulations	Menampilkan waktu kadaluwarsa, sertifikasi halal, sertifikasi kesehatan dan komposisi bahan pembuat	Menampilkan waktu kadaluwarsa dan komposisi bahan pembuat

Dari Tabel 1 di atas didapat kesimpulan kue gabin Samarinda merupakan makanan ringan, yang diwadahi kemasan primer sekali pakai, terbuat dari plastik transparan sehingga konsumen dapat melihat kondisi di dalamnya. Sistem kuncinya sekali pakai, membuka kemasan dengan merusaknya. Informasi produk diketahui lewat tulisan, meliputi merk, Alamat, komposisi, standarisasi yang dimiliki, dan rasa. Warna grafis model block, sesuai kemampuan system sablon yang dipakai. Grafis belum menampilkan gambar atau foto, berupa siluet sekaligus logo Perusahaan.

Analisis elemen visual kemasan di atas dikombinasi dengan hasil kuesioner kepada responden untuk mendapatkan data secara spesifik mengenai unsur elemen visual apa yang perlu dikembangkan yang bisa menampilkan identitas local saat melihat kemasan produk. Dari Kuesioner yang disebar, terkumpul 56 responden yang menjawab. Dari hasil pengumpulan data responden, didapatkan hasil sebagai berikut. 47 responden (83.9%) menyatakan kemasan ini perlu dikembangkan desainnya. Unsur desain yang perlu dikembangkan dalam kemasan ditunjukkan dalam gambar 10. Unsur yang paling besar adalah perlu perbaikan pada ilustrasi dan grafisnya.



Gambar 9. Kemasan kue gabin perlu dikembangkan desainnya



Gambar 10. Elemen kemasan kue gabin yang perlu dikembangkan desainnya

Menurut pihak industri, mereka tidak mengembangkan kemasannya karena kemasan

tersebut sudah dikenal oleh konsumen, sehingga bila dikembangkan konsumen dikhawatirkan tidak mengenalinya, sehingga perlu promosi lagi untuk pengenalannya. Dari keterangan pihak instansi terkait, yaitu pemerintah Kota, kemasan tersebut tidak dikembangkan karena memerlukan biaya yang besar untuk mendesainnya, yang akan menambah biaya produksi pelaku usaha. Maka perlu dialog antara pihak pelaku usaha dan instansi pemerintah untuk memecahkan solusinya. Karena ini berhubungan dengan perkembangan usaha dan program pemerintah untuk memperkenalkan daerahnya lewat program pariwisata.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan elemen visual kemasan makanan tradisional yang bisa digunakan untuk mengembangkan desain kemasan makanan tradisional, menambah literatur tentang elemen visual kemasan makanan tradisional dan dapat dikembangkan oleh peneliti lain sesuai kebutuhannya.

Hasil dari penelitian ini adalah tersusunnya elemen visual kemasan makanan tradisional khas warisan. Untuk mengujinya, elemen visual kemasan tersebut diaplikasikan dengan mengidentifikasi kemasan kue gabin Samarinda yang hasilnya digunakan untuk masukan dalam mengembangkan desain kemasannya, direkonstruksi sesuai perkembangan jaman tanpa kehilangan identitas aslinya.

Elemen visual kemasan hasil penelitian bisa digunakan oleh instansi terkait atau pihak yang berkepentingan untuk menganalisis kemasan produknya sebagai acuan elemen elemen apa yang perlu dikembangkan dalam desainnya.

Penelitian tahap selanjutnya diharapkan bisa dilanjutkan dengan membangun kerangka kerja desain kemasan makanan tradisional khas warisan, yang bisa digunakan sebagai panduan mendesain kemasan makanan tradisional khas warisan sebagai identitas daerah.

REFERENCES

- [1] H. G. Ciftci and S. Walker, "Design for Grassroots Production in Eastern Turkey through the Revival of Traditional Handicrafts," (in English), *The Design Journal*, vol. 20, p. 14, 2017, doi: 10.1080/14606925.2017.1352808.
- [2] F. Zecca and N. Rastorgueva, "rends and Perspectives of the Information Asymmetry Between Consumers and Italian Traditional Food Producers " *Recent Patents on Food, Nutrition & Agriculture*,, vol. 8, p. 16, 2016.
- [3] Alys. "Bikin Rindu! Yuk Bikin Kue Gabin Tape, Cemilan Sederhana di Masa Kecil." Bikin Rindu! Yuk Bikin Kue Gabin Tape, Cemilan Sederhana di Masa Kecil.html (accessed.
- [4] admin. "Roti Gabin Lido Samarinda: Konsistensi dan Originalitas Sejak 1969." Nomapatu. <https://www.nomapatu.com/post/roti-gabin-lido-samarinda-konsistensi-dan-originalitas-sejak-1969> (accessed 31 Desember, 2022).
- [5] S. Maleki, S. F. A. Aghdaie, A. Shahin, and A. Ansari, "Investigating the relationship among the Kanseibased design of chocolate packaging, consumer perception, and willingness to buy," (in english), *Journal of Marketing Communications*, vol. 26, no. 8, p. 20, 2019, doi: 10.1080/13527266.2019.1590855.
- [6] D. Scarpi, G. Pizzi, and M. Pichierri, "Eating With Your Eyes: How Packaging Visual Cues Affect Content Estimation and Self-control in Virtue and Vice Food," (in english), *Journal*

- of *International Food & Agribusiness Marketing*, vol. 31, no. 2, pp. 107-127, 2018, doi: 10.1080/08974438.2018.1482586.
- [7] A. T. Petkoska, D. Daniloski, N. M. D'Cunha, N. Naumovski, and A. T. Broach, "Edible packaging: Sustainable solutions and novel trends in food packaging," *Food Res Int*, vol. 140, p. 109981, Feb 2021, doi: 10.1016/j.foodres.2020.109981.
- [8] J. Lydekaityte and T. Tambo, "Smart packaging: definitions, models and packaging as an intermediary between digital and physical product management," *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol. 30, no. 4, pp. 377-410, 2020, doi: 10.1080/09593969.2020.1724555.
- [9] Y. Yu *et al.*, "Applications of two-dimensional materials in food packaging," (in english), *Trends in Food Science & Technology*, vol. 110, pp. 443-457, 2021, doi: 10.1016/j.tifs.2021.02.021.
- [10] U. Wagner and A. R. Charinsarn, "What Language Should Be Displayed on Product Packaging? How Unconventional Lettering Influences Packaging and Product Evaluation," *Journal of International Consumer Marketing*, vol. 33, no. 1, pp. 1-18, 2020, doi: 10.1080/08961530.2020.1741483.
- [11] A. L. Riani and N. Widyamurti, *Panduan Pendirian Usaha Pembuatan Desain Kemasan*. Solo: Badan Ekonomi Kreatif dan Universitas Sebelas Maret, 2018.
- [12] N. Taylor and M. Keating, "Contemporary food imagery: food porn and other visual trends," (in english), *Communication Research and Practice*, vol. 4, no. 3, pp. 307-323, 2018, doi: 10.1080/22041451.2018.1482190.
- [13] X. Lin and W. Liu, "The application of Taiji thought in packaging design," (in English), *E3S Web of Conferences*, vol. 179, p. 4, 2020, doi: 10.1051/e3sconf/202017902010.
- [14] I. R. Andelina, "Analisis Elemen Visual Pada Desain Kemasan Chitato Rasa Sapi Panggang," *Titik Imaji*, vol. 2, no. 1, pp. 33-, 2019, doi: <http://dx.doi.org/10.30813/v2i1.1526>.
- [15] A. Bandur, *Penelitian Kualitatif, Studi Multi-disiplin Keilmuan dengan NVivo 12 Plus*. Jakarta: Mitra Wacana Media 2019.
- [16] A. Nugraha, *Transforming Traditional: A Method for Maintaining Tradition in a Craft and Design Context* (Doctoral Dissertations). Helsinki: Aalto University, 2012.