



PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI KULINER IKAN PATIN IRIS DI KOTA PALEMBANG

Dita Dara Esaliana^{1*}, Aji Windu Viatra², Bobby Halim³

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia, ²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia, ³Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia

¹email: ditasahrii@gmail.com

²email: aji_dkv@uigm.ac.id

³email: bobby_dkv@uigm.ac.id

*Corresponding author

Dikirim: 23-08-2023

Direvisi: -

Diterima: 13-05-2024

Abstrak

Studi ini fokus pada perancangan kemasan dan elemen komunikasi visual untuk mempromosikan Ikan Patin Iris, kuliner khas Palembang. Metode penelitian ini mencakup studi pemasaran kuliner lokal, identifikasi elemen khas yang membedakan ikan patin iris Palembang dari hidangan serupa di daerah lain, serta wawancara dengan produsen dan pemilik bisnis kuliner. Hasil penelitian ini adalah perancangan identitas kemasan yang mencerminkan esensi ikan patin iris Palembang, termasuk desain label, logo, dan penentuan jenis kemasan yang sesuai. Melalui analisis pasar, wawancara, dan penelitian, telah dirancang kemasan yang mencerminkan cita rasa tradisional dan budaya lokal. Desain mencakup logo kuat, ilustrasi ikan patin iris, dan palet warna cerah untuk menarik perhatian konsumen. Diharapkan desain ini meningkatkan daya saing dan minat konsumen terhadap Ikan Patin Iris.

Kata Kunci: promosi;kuliner;kemasan

Abstract

This study focuses on packaging design and visual communication elements to promote Ikan Patin Iris, a traditional culinary dish from Palembang. The research methodology includes an examination of the local culinary market, the identification of distinctive elements that set Ikan Patin Iris from Palembang apart from similar dishes in other regions, and interviews with culinary business owners and producers. The research results in the creation of packaging identity that reflects the essence of Palembang's Ikan Patin Iris, including label design, logos, and the selection of appropriate packaging types. Through market analysis, interviews, and research, packaging has been designed that captures the traditional flavors and local culture. The design incorporates a strong logo, illustrations of Ikan Patin Iris, and a vibrant color palette to attract consumer attention. It is expected that this design will enhance the competitiveness and consumer interest in Ikan Patin Iris.

Keywords: promotion;culinary;packaging;

1. PENDAHULUAN

Pengalaman berwisata di tempat tujuan wisata tidak lepas dari konsumsi makanan selama wisatawan singgah. Makanan merupakan bagian penting dari liburan, sehingga kunjungan ke restoran cenderung menjadi pengalaman puncak bagi para wisatawan (Blichfeldt, Chor, Ballegaard, 2010). Hal itu karena makan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia, meskipun pada perkembangannya, tujuan makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi merupakan sebuah pengalaman.

Bessiere (1998) yang dikutip oleh Green & Dougherty (2009) mengatakan bahwa wisatawan cenderung memiliki pengalaman otentik yang membawa mereka kembali ke alam. Molz (2007) juga menekankan bahwa wisata kuliner bukan hanya untuk mengetahui dan mengalami budaya lain, tapi juga untuk melakukan rasa petualangan, kemampuan beradaptasi, dan keterbukaan. Di samping mencari makanan untuk memenuhi kebutuhan primernya, wisatawan akan mencari makanan khas daerah setempat. Makanan khas pada umumnya berupa makanan tradisional yang keberadaannya hanya ada di daerah tujuan wisata.

Secara geografis kota Palembang merupakan kota yang cukup strategis karena dilalui oleh jalur jalan lintas Pulau Sumatera yang menghubungkan antar daerah di Pulau Sumatera. Selain itu, di kota Palembang juga terdapat Sungai Musi yang berfungsi sebagai sarana transportasi dan perdagangan antar wilayah dan merupakan Kota Air. Oleh karena itu pula kota Palembang memiliki keberagaman wisata kuliner lezat dan banyak yang terbuat dari ikan, karena keberagaman sumber daya alam tersebut, maka masyarakat setempat kerap mengolah ikan menjadi berbagai menu makanan seperti: pempek, pindang, model, tekwan, dan lain-lain.

Ikan Patin merupakan ikan yang tingkat produksinya paling tinggi di Sumatera Selatan, oleh sebab itu ikan patin seringkali di olah menjadi menu makanan khas kota Palembang. Selain karena rasanya yang lezat dan teksturnya yang lembut, ikan patin

ternyata mengandung banyak sekali protein yang baik bagi kesehatan.

Menurut analisis kandungan gizi, nilai protein daging ikan patin juga tergolong cukup tinggi, yaitu mengandung 68,6% protein, 5,8% lemak, 3,5% abu dan 59,3% air. Sementara bobot ikan setelah disiangi sebesar 79,7% dari bobot awal. Sementara filet yang diperoleh dari bobot ikan 1-2 kg sekitar 61,7% (Khairuman & Amri, 2010). Ikan patin mengandung kadar protein yang cukup tinggi dan mengandung semua asam amino esensial serta mengandung lisin dan arginine yang lebih tinggi dibandingkan protein susu dan daging.

Di kota Palembang biasanya ikan patin ini diolah menjadi sup ikan yang disebut, Pindang oleh masyarakat sekitar. Sajian pindang ikan patin ini sudah menjadi kuliner khas kota Palembang. Namun kendati demikian pindang ikan patin sebagai masakan kuliner khas kota Palembang, masih tidak diminati oleh beberapa orang karena dibandingkan ikan lain, seperti ikan Gabus dan Baung. Daging ikan patin terlalu mengandung lemak terutama ikan patin tambak (budidaya). Selain itu, proses memasak pindang ikan yang cukup lama dan mengharuskan masyarakat untuk membeli bahan terlebih dahulu terbilang menyita waktu.

Ikan patin iris memiliki daging yang lembut dan lezat, serta memiliki rasa yang khas. Teksturnya yang empuk membuatnya cocok untuk diiris-iris dan diolah dalam berbagai masakan. Salah satu ciri khas dari hidangan ini adalah irisannya yang tipis. Ikan patin dipotong menjadi irisan tipis sebelum dimasak. Irisan yang tipis ini memungkinkan bumbu dan rempah meresap dengan baik, memberikan cita rasa yang kaya. Ikan patin iris biasanya digoreng hingga renyah dengan sedikit minyak, sehingga kulitnya menjadi kriuk-kriuk. Proses penggorengan ini membantu menjaga kelembutan daging ikan serta membuat kulitnya menjadi garing dan enak dimakan. Hidangan ikan patin iris sering disajikan dengan pelengkap seperti sambal, acar, dan nasi putih. Sambal memberikan tambahan rasa pedas yang menggugah selera.

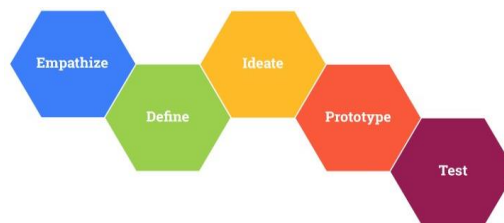
Menurut wawancara penulis dengan salah seorang juru masak food cattering yang bernama Ibu Gering mengatakan “Masih banyak remaja yang tidak menyukai Pindang ikan karena teksturnya yang berlemak dan berminyak, mereka lebih memilih daging sapi, dan ayam” dan menurut Bapak Yudhi Syarofie seorang Budayawan Sumatera Selatan mengatakan “Remaja saat ini kurang dalam meminati kuliner dengan bahan lokal karena tidak ada proses pentranformasian budaya ke para remaja dan adanya pengaruh dari makanan yang lebih kekinian.

Dari penjelasan narasumber perancangan komunikasi visual promosi dari kuliner ikan patin iris ini perlu dilakukan agar dapat membantu masyarakat terutama para remaja masa sekarang untuk dapat melestarikan kuliner berbahan dasar ikan patin di Kota Palembang ini supaya lebih diminati dan lebih berkembang dengan menyesuaikan minat remaja pada era modern. Tidak hanya disajikan dengan varian rasa yang biasanya, namun juga dengan kreasi yang lebih kekinian dengan sentuhan khas Palembang.

2. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan sangat penting dalam “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di Kota Palembang” sebagai bukti pengambilan atau pengumpulan data dari perancangan ini. Pada metode ini, perancangan menggunakan analisis Design Thinking.

Implementasi metode perancangan design thinking pada dasarnya merupakan hal yang sudah seharusnya tidak terlepas bagi seorang perancang komunikasi visual dalam melakukan proses berkarya menciptakan perancangan yang mampu bersinergi dengan bidang keilmuan lainnya. Proses berfikir desain akan membuat kualitas suatu media menjadi lebih baik (Yosef Yulius, M. Edo Pratama Putra). Ada 4 tahapan dalam Design Thinking yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.



Gambar: Design Thinking

a. Empathize

Empathize merupakan tahap awal pada suatu perancangan, dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman rasa dari masalah yang ingin dipecahkan. Pada tahap ini penulis diharapkan untuk dapat melakukan pendekatan kepada narasumber yang mengerti akan Kuliner Filet Ikan Patin di Kota Palembang. Penulis dapat melakukan survey terjun langsung kelapangan bertemu dengan tersebut.

1. Data Primer

Pada data Primer ini perancang mengumpulkan data dengan melakukan sebuah observasi, survei dan wawancara langsung ke pengusaha kuliner di Kota Palembang.

a) Observasi

Observasi yang akan dilakukan penulis dengan mengunjungi tempat pembuatan kuliner tersebut. Observasi ini penulis berkunjung langsung ke Food Cattering Endang di Palembang.

b) Wawancara

Wawancara dilakukan di Palembang, dengan narasumber yang tepat dengan tujuan dari perancangan. Perancang akan mewawancarai beberapa narasumber yang berkaitan dengan kuline-kuliner filet ikan patin. Penulis melakukan wawancara kepada Ibu Gering selaku juru masak dari Food Cattering Endang di Palembang.

c) Kuisisioner

Pada kuisisioner yang penulis lakukan pada tanggal 20-25 Februari 2023 sebanyak 111 orang dengan rentang umur 18- 30 tahun dan 73% Wanita sisanya 27% Pria, telah didapat data yang dapat memperkuat alasan perancangan ini perlu dilakukan.

2. Data Sekunder

a) Jurnal/skripsi

Referensi Perancangan Promosi kuliner ini juga berasal dari beberapa jurnal dan skripsi yang telah diangkat sebelumnya.

- Dyaloka Puspita Ningrum, Universitas Widya Mataram, Yogyakarta (2019), Potensi Wisata Kuliner Pempek di Era Digital Dalam Membangun Ikon Kota Palembang
- Khudhriyatul Ufrida, Sugeng Harianto, Universitas Negeri Surabaya (2022), Konsumerisme Makanan Siap Saji Ssebagai Gaya Hidup Remaja di Kota Surabaya.

b) Internet

Pengumpulan pada data sekunder ini berisikan teori-teori yang memiliki tujuan untuk melengkapi data primer dalam melakukan perancangan dan sebagai acuan juga untuk melakukan Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris. Data diambil dari sumber website di internet yang terkait.

- <https://sumatra.bisnis.com/read/20191016/534/1159809/sumsel-jadi-produsen-ikan-patin-terbesar-di-indonesia>
- <https://22satudata.sumselprov.go.id/v3/data/index.php?q=Beranda>
- <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5076283/ikan-dori-adalah-ikan-patin-ini-kata-menteri-kelautan>
- <https://rimbakita.com/ikan-patin/>

b. Define

Define merupakan Informasi yang telah dikumpulkan selama tahap empathize, yang dianalisis dan disintensis untuk menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi. Pada tahap define ini akan sangat membantu menyelesaikan masalah karena telah melakukan penetapan masalah. Perancangan ini termasuk kategori promosi komersial, Jadi metode analisis yang akan digunakan adalah metode 5W+H, yaitu yaitu What, Why, When, Who, Where, How.

1) What To Say

Apa masalah yang dipromosikan?

Kuliner Ikan Patin Iris merupakan kuliner berbahan dasar ikan patin lokal yang dimodifikasi dengan pendekatan kekinian untuk menarik minat remaja kota Palembang yang kurang menyukai tekstur ikan patin, sehingga dapat mengkonsumsi ikan patin yang kaya akan gizi dan protein, serta dapat melestarikan kuliner lokal baru. Kuliner ini dapat dinikmati sebagai lauk makan, maupun hanya cemilan.

2) Why To Say

Mengapa “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di kota Palembang” ini dibuat?

Perancangan ini dibuat dengan tujuan menarik kembali minat masyarakat terhadap daging ikan patin dengan olahan khas Palembang yang dimodifikasi agar memperbanyak peminat dan dapat menambah indahkan citra kuliner Palembang dengan sentuhan kekinian.

3) Who To Say

Siapa yang menjadi target sasaran yang dituju dalam “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di kota Palembang”?

Adapun target audients yang telah ditentukan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

a) Aspek Geografis

1) Primer : Remaja di Kota Palembang

2) Sekunder : Semua Kalangan

b) Aspek Demografis

1) Primer : Perempuan, 18-30 tahun

2) Sekunder : Semua Kalangan

c) Aspek Psikologis

1) Primer : Remaja yang tidak/kurang suka masak, orang dengan aktivitas sehari-hari yang padat, menyukai hal praktis.

2) Sekunder: Semua Kalangan

d) Aspek Behavioristik

1) Primer : Remaja yang menyukai cemilan, hobi ngemil, dan yang suka mengkonsumsi makanan cepat saji

2) Sekunder : Semua Kalangan

4) When To Say

Kapan “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di kota Palembang” ini dilaksanakan atau dipromosikan?

Perancangan ini akan dipromosikan selama dua hari dalam setiap minggu, serta pada saat adanya event-event kuliner di Kota Palembang.

5) Where To Say

Dimana tempat “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di Kota Palembang”?

Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di Kota Palembang ini dilakukan dan di promosikan di mall ataupun kampus kota Palembang, serta event-event kuliner di Kota Palembang. Selain itu juga memerlukan media cetak, media elektronik, dan media social. Sehingga pesan yang penulis akan sampaikan dari promosi ini dapat tersampaikan ke target audience.

6) How To Say

Bagaimana strategi atau metode dalam menyampaikan “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di Kota Palembang” yang akan dijalankan?

Perancangan ini dibuat melalui beberapa langkah pendekatan yang dapat memotivasi serta menginformasikan kepada target audience untuk mengetahui Kuliner ikan patin iris di kota Palembang melalui media kemasan yang dibuat dan tepat untuk target audience yang penulis tuju saat ini.

c. Ideate

Dalam tahap ini merupakan tahap untuk menghasilkan ide. Semua ide-ide akan ditampung untuk penyelesaian masalah yang telah ditetapkan. Untuk tahap akhir ialah penyelidikan dan pengujian ide-ide untuk menemukan cara terbaik untuk memecahkan masalah elemen yang diperlukan untuk menghindari masalah-masalah yang nantinya terjadi.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terhadap data yang didapat dari hasil wawancara, pencarian di internet, buku dan jurnal. Perancangan ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat khususnya wisatawan untuk lebih mengenal dan tertarik dengan Kuliner ikan patin iris ini. Dari data permasalahan yang telah dikumpulkan, perancang menganggap penting untuk lebih mengenalkan dan mengembangkan Kuliner ini.

d. Prototype

Dalam tahap prototype ini perancang telah menyelidiki solusi dari masalah yang ada pada tahap - tahap sebelumnya. Tahap ini dapat di uji kebeberapa orang atau pun kepada orang terdekat. Kemudian orang tersebut akan memberikan beberapa masukan yang akan perancang perbaiki lagi. Sehingga akan menghasilkan visual yang benar-benar bagus.

e. Test

Pada tahapan ini, penulis melakukan pengujian dan persiapan kepada masyarakat dan hasilnya kemudian akan dilakukan penyempurnaan dan juga perubahan untuk solusi masalah yang didapatkan. mendapatkan pemahaman tentang media tersebut. Pada test ini, penulis diuji melalui sidang TA.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengolah data menjadi suatu ide kreatif yang dituangkan dalam proses merancang media promosi kuliner ikan patin iris di kota Palembang. Ide kreatif tersebut telah diuraikan sebagai berikut:

a. Gagasan kreatif

Pada Perancangan Komunikasi Visual Promosi kuliner ikan patin iris di Kota Palembang, yaitu untuk mempromosikan kepada masyarakat Kota Palembang terkait kuliner berbahan dasar ikan patin lokal sebagai salah satu cara untuk melestarikan kuliner lokal dengan pendekatan kekinian agar dapat meningkatkan minat remaja di kota Palembang dalam mengkonsumsi ikan terutama ikan patin hasil budidaya lokal. Ide besar pada Perancangan Komunikasi Visual Promosi kuliner ikan patin iris di Kota Palembang yakni visual ikan patin dan motif kain jjumputan, karena keduanya merupakan salah satu unsur penting dalam perancangan ini dan kain jjumputan merupakan salah satu kain khas Sumatra Selatan yang mana dapat menambah ciri khas dalam desain yang akan diterapkan.

b. Tujuan Kreatif

Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris ini menampilkan gambar – gambar ilustrasi dari

motif kain jumputan khas Palembang yang diolah dan dimodifikasi dengan sederhana secara digital yang kemudian diaplikasikan kedalam media-media yang telah ditentukan sebelumnya. Beberapa contohnya seperti pengaplikasian motif kain jumputan pada packaging yang berfungsi sebagai pengenalan identitas terhadap produk kepada audiences dan memberi cirikhas kota Palembang.

c. Strategi Kreatif

Strategi kreatif pada perancangan ini, pesan verbal yang ditetapkan meliputi “Patin Iris Palembang” dipilih memiliki tujuan agar dapat membuat mempersingkat kata yang terkesan panjang sehingga memudahkan target sasaran dalam mengingat headline tersebut sertadiperjelas melalui kata “Makanan Punyo Wong Kito” sebagai subheadline pada setiap media yang dirancang. Pada pesan visual terdapat pemilihan pemilihan objek visual yakni ikan patin, motif kain jumputan, dan visual tanduk kambing pada rumah limas. Kemudian semua objek visual digabungkan dan divisualisasikan dengan gaya desain yang telah dipilih dalam perancangan sehingga menjadi satu kesatuan yang solid.

Sebagai sarana menyampaikan informasi dalam setiap media yang dirancang, tentunya pemilihan tipografi sangat menentukan agar pesan yang ditujukan dapat tersampaikan dengan baik serta memiliki keindahan, karena tipografi adalah seni mengatur dan mengolah karakter huruf untuk tujuan komunikatif, artistik dan fungsional (Hananto, 2020:133). Penulis memilih font costum yaitu Hollyfat dan Bellfoods.

Hollyfat

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTU**VW**XYZ

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTU**VW**XYZ

Bellfoods

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTU**VW**XYZ

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTU**VW**XYZ

Gambar: Pemilihan Tipografi

Font Hollyfat penulis terapkan pada

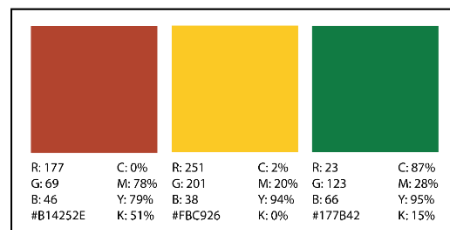
Headline media maupun logo, Bellsfood pada subheadline serta tagline, dan bodycopy. Penerapan kedua font tersebut, karena memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan juga dekoratif. Kedua font tersebut sering dijumpai pada karya kuliner dengan gaya flatdesign.



Gambar: Pemilihan Gaya Desain FlatDesign

Flat design adalah sebuah pendekatan desain yang bersifat minimalis, bentuk geometris, simpel, banyak white space (ruang kosong pada layout), tekstur & efek visual sangat sedikit atau tanpa efek sama sekali. Flat Design menciptakan kesan ringan, bersih, lega, modern, dingin atau tidak ekspresif, dan apa adanya (Suriyanto Rustan, 2019).

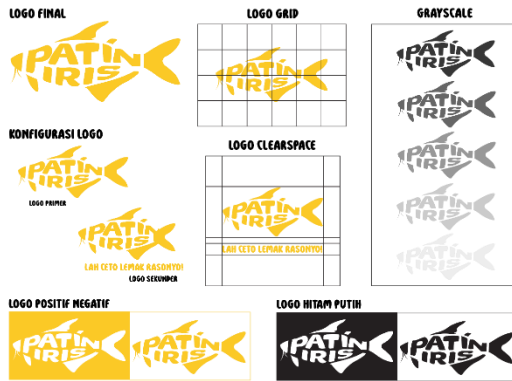
Penggunaan gaya ini bertujuan untuk menampilkan hasil perancangan yang mudah untuk dipahami dan membuat target sasaran tertarik. Kesederhanaan dari gaya desain ini cocok untuk digunakan dalam Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris ini.



Gambar: Pemilihan Warna

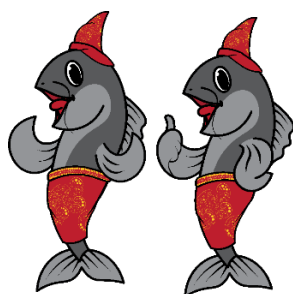
Pada bagian warna penulis mengambil tone dengan warna utama dan warna pendukung yang sesuai dengan karakteristik target audience. Menampilkan pilihan warna-warna yang telah ditentukan mengacu pada konsep desain. Warna pada Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di Kota Palembang merupakan warna yang dapat memberikan

kesan tegas dan mudah diingat serta warna yang dapat menunjang identitas kota Palembang dalam penggunaannya. Tampilan desain perancangan ini mengutamakan warna merah maroon dan kuning. Kemudian warna pendukung dari perancangan ini yaitu hijau.



Gambar: Logo

Dalam promosi kuliner ikan patin iris ini dirancang sebuah logo dan maskot sebagai identitas visual yang akan di aplikasikan pada setiap media yang dirancang. Penggunaan warna emas agar memberikan kesan elegan pada logo, terdapat siluet ikan patin, dan subheadline yang diaplikasikan kedalam logo tersebut. Pada mascot, penulis menggunakan visual ikan patin yang menyerupai figure manusia menggunakan tajak dan kain dengan motif jumputan untuk memberikan identitas kota Palembang pada perancangan ini.



Gambar: Mascot

d. Hasil Perancangan

Pada perancangan media promosi dilakukan pemilihan media yang sesuai dengan tujuan dan strategi media Perancangan Branding Ikan iris Patin di Kota Palembang. Adapun pemilihan media yang akan di gunakan sebagai berikut:

1) Media Isu

Media isu yang dipilih sebagai media promosi dalam perancangan ini berupa poster dan motion graphic video. Keduanya dipilih agar dapat menarik minat utama target audients.

2) Media Utama



Gambar: Kemasan

Adapun media utama berupa kemasan. Kemasan merupakan identitas dan hal terpenting dalam sebuah produk terutama produk makanan. Selain memiliki fungsi utama sebagai pelindung suatu produk, kemasan juga merupakan identitas yang juga memuat informasi produk yang ingin disampaikan kepada target audients. Sehingga kemasan dirasa tepat sebagai media utama dalam perancangan promosi kuliner ikan patin iris ini.

3) Media Pendukung

Dalam menunjang media utama dalam menyampaikan informasi, maka dirancang media pendukung berupa box packaging, standing character display, tumbler, t-shirt, totebag, notebook, hangtag, sticker, set alat makan dan gantungan kunci yang dapat menjangkau target yang lebih luas.



Gambar: Media Promosi

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kuliner Ikan Patin Iris di Kota Palembang, beberapa kesimpulan penting dapat diambil. Pertama, pemahaman yang mendalam tentang target pasar sangat krusial dalam perancangan promosi, karena hal ini memungkinkan strategi yang lebih tepat untuk menarik dan memenuhi kebutuhan konsumen potensial. Kedua, memanfaatkan identitas lokal Palembang, termasuk budaya, tradisi, dan ciri khasnya, dapat memperkaya desain promosi dan membantu mengaitkan kuliner dengan akar budaya kota. Terakhir, menekankan keunggulan produk, seperti ikan patin iris, adalah kunci untuk memastikan promosi berhasil menyoroti kualitas dan daya tarik produk tersebut. Dengan merancang promosi kuliner ikan patin iris dengan cermat sesuai dengan prinsip-prinsip ini, dapat menciptakan citra kuliner ikan patin yang konsisten dengan konsep dan tujuan perancangan yang diinginkan.

Saran

Tema yang mencerminkan identitas kota Palembang: Gunakan tema yang menggambarkan identitas khas Palembang, seperti bentuk khas atau motif Kain Jumputan Palembang. Hal ini akan membantu mengidentifikasi produk dengan kota tersebut dan membuatnya lebih menarik bagi wisatawan dan penduduk lokal.

5. DAFTAR RUJUKAN

- Bessiere, J. (1998). *Local Development and Heritage Traditional Food and Cuisine as Tourist Attraction in Rural Areas*. *Sociology Ruralis*, Vol 38 (1). ISSN 0038-0199.
- Blichfeldt, B. S., Chor, J., & Ballegard, N. L. (2010). *The dining experience: A qualitative study of top restaurant visits in a Danish context*. *Journal of Tourism*, 11(1), 43-60.
- Harnanto Brian Alvin, (2020). *Tinjauan Tipografi Dalam Konteks Industri*

4.0. Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA) 2020, 3:132–39. Denpasar: Sekolah Tinggi Desain (STD) Bali.

- Khairuman, & Amri, K. (2010). *Petunjuk Praktis Budidaya Patin di Kolam Terpal*. Jakarta: Agro Media Pustaka
- Molz, J. G. (2007). *Eating difference: The cosmopolitan mobilities of culinary tourism*. *Space and Culture*. 10(1),77 – 93.
- Rustan, Suriyanto. (2019). *Warna Buku 1*. Jakarta: Batara Imaji. Sekolah Tinggi Media Komunikasi Trisakti
- Yosef Yulius & M. Edo Pratama Putra. (2021). *Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual*. Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya Volume 6. ISSN: 2549-4074