

Perancangan *E-Guidebook* sebagai Media Promosi Wisata Kuliner di Kabupaten Garut

Rochlian Ta'wamaludin¹, Rikantini Widiyanti², Any Ariani Noor³

Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

¹*E-mail : rochlian.tawamaludin.upw19@polban.ac.id*

²*E-mail : rikantini@polban.ac.id*

³*E-mail : anynoor@polban.ac.id*

ABSTRAK

Wisata kuliner yang merupakan perjalanan yang didominasi kegiatan makan dan minum di suatu daerah kerap menjadi tujuan utama sebuah perjalanan. Banyaknya kuliner unik menjadi salah satu alasan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Garut. Tingginya minat wisata kuliner dibuktikan dengan survei pra-perancangan dengan hasil 60% sebagai peminat wisata kuliner dari total 30 responden. Namun, belum adanya media promosi yang memuat informasi khusus terkait kuliner Garut menjadi kendala bagi wisatawan. Oleh karena itu, *E-Guidebook* dirancang sebagai media yang memuat informasi wisata kuliner Garut. Studi ini bertujuan untuk meningkatkan minat kunjungan berwisata di Kabupaten Garut, khususnya wisata kuliner. Media promosi ini memaparkan dengan jelas data dan fakta 29 objek wisata kuliner di Kabupaten Garut. Metode perancangan yang dilakukan adalah studi literatur, *desk study* dan observasi dengan tujuan mengumpulkan informasi penting untuk dicantumkan pada *E-Guidebook*. Dilakukan pula survei berupa kuesioner sebagai pendukung data terkait isi yang disajikan dalam *E-Guidebook*. Proses pembuatan *E-Guidebook* dilakukan melalui aplikasi Canva dan *website* anyflip.com sebagai editor untuk mendesain buku. Pembubuhan *QR Code* pada tiap halaman bertujuan untuk memberikan informasi lokasi objek yang dimaksud beserta menu yang disajikan. *E-Guidebook* yang berupa hasil dari studi ini tersedia pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dan dapat diakses oleh pengguna secara gratis.

Kata Kunci

Media promosi, wisata kuliner, e-guidebook, perancangan e-guidebook.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia [1]. Sektor pariwisata juga menjadi salah satu pekerjaan yang paling banyak memberikan lowongan pekerjaan [2]. Kegiatan pariwisata menimbulkan berbagai macam permintaan, mulai dari konsumsi hingga investasi yang pada akhirnya tercipta kegiatan produksi barang dan jasa [3].

Dewasa ini, industri pariwisata tidak hanya berfokus pada penikmatan alam saja, melainkan faktor pendukung lain, salah satunya adalah kuliner. Wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata kuliner biasanya tertarik dengan ragam kuliner khas daerah tersebut. Mereka mencari kuliner untuk dicoba dan dinikmati, karena dirasa belum lengkap apabila berkunjung tanpa mencoba kuliner khas daerah tersebut [4].

Jawa Barat merupakan provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata kuliner yang tinggi. Salah satu daerah di Jawa Barat yang banyak dikunjungi wisatawan adalah Kabupaten Garut. Bukan hanya wisata alam saja yang menjadi tujuan utama wisatawan ke Kabupaten Garut, melainkan jenis wisata lain pun menjadi tujuan mereka termasuk wisata kuliner. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut (2021), jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Garut periode 2019-2021 sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan Garut

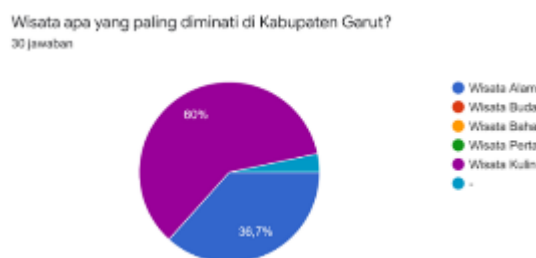
Tahun	Total Kunjungan
2019	2.880.972
2020	1.489.012
2021	584.677

Data di atas menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke objek wisata di Kabupaten Garut cukup besar. Adanya penurunan kunjungan wisata dari tahun 2020 hingga

tahun 2021 diakibatkan oleh pandemi Covid-19, bukan dari menurunnya minat kunjungan wisatawan. Dari sekian banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Garut membuat daerah ini berpotensi meningkatkan dan mengembangkan wisata kuliner sebagai bagian dari sektor pariwisata.

Kunjungan wisatawan ini cukup menjanjikan untuk dijadikan sasaran pengguna *E-Guidebook* ini. Pasalnya, kuliner merupakan salah satu gaya hidup masyarakat yang tidak bisa dipisahkan, karena semua orang membutuhkan makanan yang menjadi asupan pokok sehari-hari, mulai dari makanan sederhana seperti *streetfood* atau yang biasa disebut jajanan hingga makanan mewah yang biasa ditemui di restoran [5].

Kabupaten Garut merupakan sebuah kota kecil yang kaya akan pengusaha kuliner. Berbagai sajian kuliner yang tersedia di Kabupaten Garut menjadi magnet para wisatawan mulai dari kuliner khas restoran seperti sambal Cibiuk, hingga jajanan seperti bakso aci. Tingginya minat kunjungan wisata kuliner Kabupaten Garut dibuktikan dengan sebuah survei pra-perancangan dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 1. Bukti survei pra-perancangan

Dari total 30 responden, terdapat 60% responden yang berminat terhadap wisata kuliner Garut diikuti wisata alam di posisi kedua dengan total 37,6% responden. Pemilihan wisata kuliner sebagai objek pada studi ini didasari dengan banyaknya kuliner unik yang tersebar di Kabupaten Garut. Cita rasa yang khas dan beraneka ragam menjadi keunggulan kuliner Kabupaten Garut. Tantangan baru mengenai peningkatan media promosi wisata kuliner di Kabupaten Garut pun menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan. Hal ini disebabkan karena kurangnya media promosi yang memaparkan dengan jelas mengenai informasi kuliner khas olahan Garut.

Alasan-alasan tersebut menjadi sasaran empuk dirancangnya sebuah *E-Guidebook* khusus yang membahas tentang wisata kuliner di

Kabupaten Garut. *E-Guidebook* yang dipegang oleh mitra saat ini bukanlah sebuah *E-Guidebook* yang memaparkan secara khusus mengenai wisata kuliner, melainkan keseluruhan wisata yang ada di Kabupaten Garut yang mencakup wisata alam, budaya, sejarah, wisata buatan, juga wisata kuliner. Studi ini dimaksudkan untuk menambah produk berupa media promosi yang nantinya akan tersedia di mitra yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dalam bentuk *E-Guidebook* khusus wisata kuliner Garut.

E-Guidebook menjadi media terpilih untuk memaparkan dengan jelas informasi seputar objek wisata kuliner Kabupaten Garut. Selain karena dapat memuat informasi secara lengkap, *E-Guidebook* juga memiliki kemudahan lain seperti pengaksesannya yang tergolong mudah, hanya dengan *scan QR Code* atau klik *link* akses, pengguna akan langsung ditujukan ke laman pengaksesan *E-Guidebook* ini, dengan *swipe* layer ponsel ke kanan atau kiri untuk melihat halaman lain. Selain itu, buku panduan berbasis elektronik ini tentu saja tidak akan menjadi beban berat saat pengguna melakukan perjalanan, karena buku panduan ini dapat diakses melalui ponsel atau *smartphone* pengguna, terutama orang-orang yang menjadi target studi ini, yaitu wisatawan luar Garut di semua kalangan.

Maka dari itu, studi ini dilakukan untuk merancang sebuah buku panduan wisata kuliner sebagai media promosi wisata kuliner di Kabupaten Garut. Dirancangnya buku panduan berbasis elektronik ini diharapkan mampu meningkatkan minat wisatawan terhadap kuliner khas Kabupaten Garut, sehingga akan berdampak pula pada kenaikan kunjungan wisata ke Kabupaten Garut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Wisata Kuliner

Wisata kuliner adalah suatu perjalanan yang di dalamnya meliputi kegiatan mengonsumsi makanan lokal dari suatu daerah atau perjalanan dengan tujuan utama menikmati makanan dan minuman serta untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda [6]. Eksplorasi kuliner telah menjadi tujuan utama dari perjalanan wisata yang mana artinya wisatawan sengaja memilih suatu destinasi karena daya tarik kulinernya [7]. Penentuan suatu destinasi bisa dikatakan sebagai destinasi wisata kuliner haruslah mencakup

berbagai syarat yang diambil dari variable-variabel pengertian wisata kuliner itu sendiri, serta kategori yang memuat tentang wisata kuliner yang mencakup perjalanan, makan minum unik, dan memberikan pengalaman baru [8].

2.2 Media Promosi

Promosi merupakan sebuah kegiatan yang terjalin antara perusahaan dengan pihak terkait maupun masyarakat yang dilakukan guna meningkatkan minat konsumen untuk dapat membeli produk yang dijual dan menarik konsumen tersebut untuk kembali datang atau berkunjung di kemudian hari [9].

Kaitannya dengan media promosi, bahwa media promosi merupakan suatu alat yang digunakan untuk melakukan penyebarluasan informasi mengenai suatu produk atau dalam hal ini promosi [10]. Ditinjau dari variabelnya, promosi memiliki empat variabel yang kemudian disebut sebagai bauran promosi yang terdiri dari periklanan, *personal selling*, publisitas, dan promosi penjualan [11]. Luaran studi ini termasuk ke dalam publisitas.

2.3 E-Guidebook

Guidebook atau buku panduan merupakan sebuah panduan wisata berupa buku yang diperuntukkan bagi para wisatawan yang ingin mengunjungi suatu tempat di negara sendiri atau negara lain, yang memiliki tujuan untuk memandu wisatawan ketika mengunjungi tempat tertentu, meliputi bagaimana cara untuk ke tempat tersebut, tempat tinggal, apa yang harus dilihat, dan apa yang harus di beli [12]. *E-Guidebook* merupakan gabungan antara *E-Book* atau buku digital dan *Guidebook* atau buku panduan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Guidebook* merupakan sebuah buku digital atau buku elektronik yang memuat informasi mengenai suatu destinasi wisata, kuliner, transportasi, akomodasi dan sebagainya [13].

2.4 Perancangan E-Guidebook

Perancangan merupakan sebuah penentuan proses dan data yang diperlukan oleh sistem baru guna memberikan gambaran rancangan bangun yang lengkap sebagai pedoman [14]. Perancangan buku panduan dimulai dari tahap pra-produksi berupa penentuan konsep, tahap produksi yang berupa tahap pengaplikasian konsep menjadi proses pembuatan, tahap pasca produksi atau yang biasa disebut tahap *finishing* berupa penentuan pengemasan buku, hingga tahap akhir berupa hasil produksi dalam hal ini buku panduan digital [15].

3. METODE PELAKSANAAN

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode studi literatur dan *desk study* melalui berbagai platform seperti Instagram dan website resmi yang dikelola oleh objek wisata. Selain itu, dilakukan pula metode observasi dengan melakukan kunjungan ke objek wisata kuliner tertuju. Pada perancangan ini dibuatkan pula instrumen berupa kuesioner guna mengetahui minat wisatawan terhadap wisata kuliner yang ada di Kabupaten Garut juga kuesioner yang berfungsi sebagai uji coba kelayakan produk, sehingga produk dapat diterima.

3.2 Pengolahan Data

Dilakukan studi literatur guna mengkategorikan hasil dari pengumpulan data menjadi jenis objek wisata berbeda mulai dari jajanan, restoran, hingga oleh-oleh khas Kabupaten Garut. Pengkategorian ini didasari oleh penelitian terdahulu yang mengkategorikan jenis-jenis tempat makan. Data yang didapat kemudian diolah dengan cara disusun untuk mendapatkan padanan informasi yang dibutuhkan pada *E-Guidebook* yang berupa informasi paling penting yang perlu diketahui oleh para pengguna.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum E-Guidebook

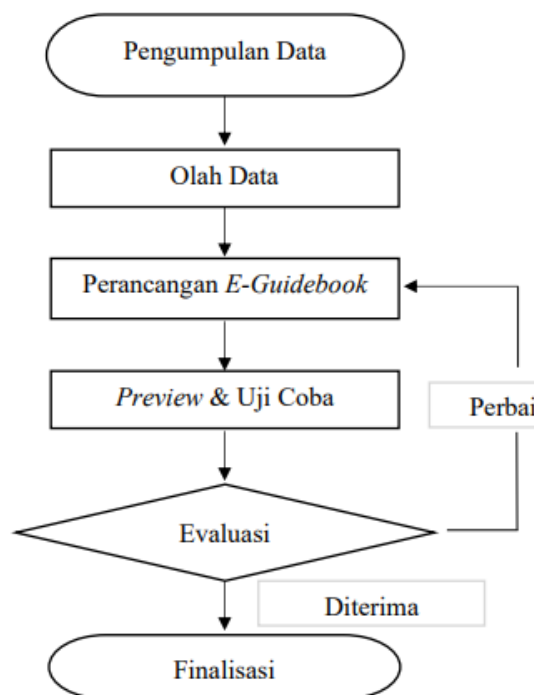
Data yang didapat pada pembuatan *E-Guidebook* ini berupa data dan fakta segala aspek yang meliputi wisata kuliner di Kabupaten Garut yang akhirnya akan digabungkan menjadi sebuah buku panduan wisata digital atau *E-Guidebook* mengenai wisata kuliner di Kabupaten Garut. Perancangan *E-Guidebook* ini dilakukan untuk menambah media promosi wisata kuliner di Kabupaten Garut. Bukan hanya objek wisata kuliner saja yang menjadi informasi yang terkandung dalam *E-Guidebook*, melainkan berbagai faktor pendukungnya juga contohnya seperti transportasi yang dapat digunakan untuk menuju ke objek wisata kuliner tersebut.

Perancangan *E-Guidebook* ini diharapkan mampu meningkatkan minat kunjungan wisatawan luar untuk lebih mengeksplor wisata kuliner di Kabupaten Garut. Kemudahan pengaksesan buku panduan wisata digital atau *E-Guidebook* ini menjadi keunggulan tambahan karena dapat dilakukan secara daring atau *online* melalui ponsel

pengguna yang hanya memerlukan koneksi internet. Selain itu, *E-Guidebook* ini bisa didapatkan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut secara gratis hanya dengan *scan QR Code* saja, atau melalui *link* khusus pengaksesan *E-Guidebook*.

4.2 Alur Pelaksanaan

Perancangan *E-Guidebook* ini dilakukan melalui berbagai tahapan yang tersusun secara sistematis mulai dari pengumpulan data yang diperlukan hingga proses akhir yaitu finalisasi *E-Guidebook*. Berikut merupakan tahapan yang dilakukan selama perancangan *E-Guidebook*.



Gambar 2. Alur pelaksanaan

Tahap awal merupakan proses pengumpulan data terkait wisata kuliner di Kabupaten Garut. Dalam mencari data kuliner Garut, sebanyak 128 objek yang didapat disortir menjadi 29 objek terpilih yang akan dijadikan target wisata kuliner dengan ketentuan objek mengolah kuliner khas Sunda atau Garut. Data yang didapat selanjutnya diolah dan disusun kemudian dilakukan perancangan *E-Guidebook*. Pembuatan *E-Guidebook* dilakukan melalui aplikasi Canva dan website anyflip.com yang kemudian produk yang telah dirancang dilakukan proses *preview* dan diuji melalui pengisian kuesioner oleh 33 responden. Setelah evaluasi produk, dilakukan perbaikan guna menambah beberapa unsur yang dirasa kurang seperti menambah logo

Pesona Garut dan menambahkan cakupan wilayah pada bagian pendahuluan *E-Guidebook*. Setelah *e-guidebook* selesai, dilakukan ulang tahap *converting* file keseluruhan yang semula berbentuk PDF menjadi bentuk *E-Book* yang dilakukan melalui website anyflip.com.

4.3 Hasil Pengumpulan Data

4.3.1 Data primer

Pada saat observasi didapatkan data primer yang didapat secara langsung tanpa melalui perantara seperti informasi jadwal objek wisata kuliner, beberapa foto objek dan lainnya. Berikut adalah contoh data primer yang didapat:



Gambar 3. Data primer

Ciri dari data primer yang dicantumkan pada *E-Guidebook* yaitu tidak dibubuhkannya sumber dari mana data didapat.

4.3.2 Data sekunder

Data sekunder yang didapat pada studi ini berasal dari proses *desk study* melalui berbagai media sosial dan internet seperti *website* resmi, Instagram, hingga mitra. Data sekunder yang didapatkan berupa informasi objek wisata dan foto produk kuliner. Berikut merupakan contoh data sekunder yang didapat pada studi ini:



Gambar 4. Data sekunder
Sumber: Instagram @tekun.id &
@basoaciceuimas_

Hasil pengumpulan data didapatkan sembarang atau *random*. Keseluruhan foto yang dicantumkan pada *E-Guidebook* tidak sepenuhnya termasuk ke dalam data primer. Sama halnya dengan data dan fakta mengenai objek wisata kuliner dimana keseluruhan data tersebut tidak sepenuhnya merupakan data sekunder. Keseluruhan data merupakan hasil dari tahap observasi yang kemudian menjadi data primer dan *desk study* yang mejadi data sekunder.

4.4 Perancangan *E-Guidebook*

4.4.1 Konsep perancangan

Perancangan *E-Guidebook* ini pada awalnya dibuat sebuah *list* objek wisata kuliner guna memberikan gambaran mengenai tata letak dan tipografi yang akan digunakan. *List* tersebut berisi informasi berupa penjelasan mengenai suatu objek wisata kuliner, jadwal buka, menu yang disediakan, kisaran harga, fasilitas, informasi lokasi, media sosial yang dapat dihubungi, hingga transportasi berupa angkutan kota yang dapat digunakan oleh para wisatawan saat hendak mencari suatu objek wisata kuliner.

Pengaksesan *E-Guidebook* ini direncanakan dapat dilakukan dengan mudah. Cukup klik *link* atau *scan QR Code* dengan akses internet pada ponsel, *E-Guidebook* pun akan otomatis muncul di layar ponsel pengguna. Selain itu, informasi mengenai lokasi suatu objek wisata kuliner dan menu yang disediakan dapat di akses melalui *QR Code* yang tertera pada setiap halaman di *E-Guidebook*.

4.4.2 Konten *e-guidebook*

Dalam *E-Guidebook* ini, terdapat berbagai konten yang telah disajikan, seperti:

1. *Cover* yang berisi judul, gambar, tahun perancangan, logo instansi perancang & mitra, serta gambar.
2. Pendahuluan yang berisi pembahasan yang menjadi dasar perancangan.
3. Cara menggunakan *E-Guidebook*.
4. Daftar isi.
5. Jenis wisata kuliner berupa definisi singkat dari restoran, *streetfood*, dan oleh-oleh.
6. Berbagai objek wisata kuliner.
7. Transportasi umum.
8. Penutup yaitu *cover* yang diadaptasi dari *cover* awal.

4.4.3 Konsep desain

1. Aplikasi dan *website*

Alasan aplikasi Canva dan *website* anyflip.com terpilih selain karena penggunaan yang tidak berbayar, pengeditan pada kedua aplikasi ini lebih mudah. Keuntungan lain yang didapatkan pada aplikasi Canva yaitu tersedianya berbagai elemen ciamik yang dapat dibubuhkan guna mendukung kemenarikan tampilan, seperti stiker yang unik dan bervariasi. Hasil dari aplikasi Canva berbentuk *file* PDF yang kemudian ditransfer ke *website* anyflip yang dapat langsung mengubahnya menjadi sebuah *E-Book*.

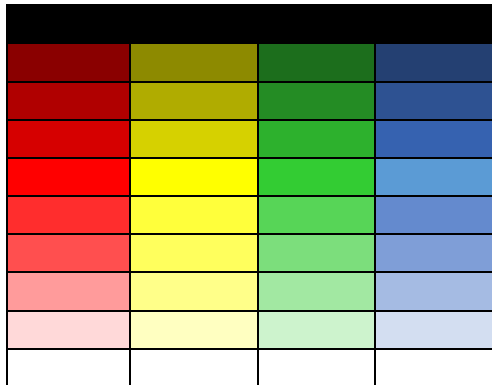
2. Warna

Warna pada *E-Guidebook* ini merupakan sebuah rekomendasi dari mitra yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. Warna merah, kuning, hijau, dan biru diambil dari elemen warna yang terkandung pada logo Garut di bawah ini.



Gambar 5. Logo Garut
Sumber: seeklogo.com

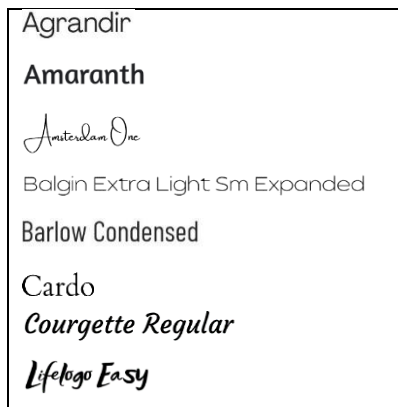
Terdapat dua warna biru yang berbeda pada logo di atas. Warna biru tua yang menggambarkan pegunungan dan biru muda yang menggambarkan langit. Hal ini menjadi faktor penguat digunakannya *palette* warna. Pada perancangan ini, digunakan *palette* warna berikut guna memberi kesan yang menyatu dengan foto yang didapat pada saat pengumpulan data baik data primer maupun data sekunder.



Gambar 6. *Palette* warna

3. Tipografi

Beberapa jenis *font* dipilih guna menambah aspek kemenarikan pada tiap halaman *E-Guidebook* ini. Jenis *font* yang berbeda diklasifikasikan sebagai *font* untuk bab, judul, sub-judul, dan isi. Berikut merupakan berbagai jenis *font* yang digunakan dalam perancangan *E-Guidebook* ini:



Gambar 7. Tipografi

4. Font Size

Ukuran *font* pada *E-Guidebook* ini bermacam-macam, Pada bagian Judul di halaman depan (cover), digunakan huruf dengan besar 23,5-28,7 *point*. Penulisan BAB pada halaman perpindahan BAB sebesar 30,3 *point*. Sedangkan pada bagian isi dibubuhkan judul dengan ukuran *font* sebesar 36 *point*, sub-judul dengan 14,3

point, dan deskripsi sebesar 12 *point*. Pemilihan besaran ukuran ini disesuaikan dengan posisi tulisan dan ruang yang tersedia, juga sebagai pembeda antara tiap-tiap kedudukan tulisan.

4.4.4 Hasil desain *e-guidebook*

Studi ini menghasilkan *E-Guidebook* dengan berbagai konsep di atas. Konsep tersebut kemudian digabungkan dengan menyesuaikan *layout*. Tata letak ini disesuaikan dengan ruang yang tersedia. Ukuran gambar pada *E-Guidebook* disesuaikan guna memanfaatkan ruang untuk memasukkan lebih banyak gambar agar menarik perhatian wisatawan. Dibubuhkan pula hiasan pada tiap halaman untuk menambah kesan menarik. Berikut merupakan sebagian tampilan dari hasil studi ini:

1. Cover (awal dan akhir)



Gambar 8. Tampilan cover

2. Wisata Kuliner (Restoran)



Gambar 9. Tampilan wisata kuliner

3. Wisata Kuliner (*Streetfood/Jajanan*)



Gambar 10. Tampilan wisata kuliner

4. Oleh-Oleh



Gambar 11. Tampilan wisata kuliner

5. Toko Oleh-Oleh dan Angkot Garut



Gambar 12. Tampilan Toko Oleh-Oleh dan Angkot Garut

Hasil *E-Guidebook* kemudian diuji coba dengan melibatkan 33 responden yang sebelumnya telah mencoba menggunakan *E-Guidebook*. Hasil yang didapatkan dari tahap

uji coba ini disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil uji coba *e-guidebook*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kemenerikan	-	-	-	18	15
2	Mudah dipahami	-	-	2	10	21
3	Kelengkapan informasi	-	-	2	16	15
4	Kebermanfaatan	-	-	2	8	23

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa *E-Guidebook* yang telah dibuat dirasa menarik, dapat dipahami, lengkap, serta bermanfaat bagi para pengguna atau wisatawan. Maka dari itu, dilakukan tahap finalisasi dengan cara meng-convert ulang *E-Guidebook* yang berbentuk PDF menjadi sebuah *E-Book*. Kemudian tautan dari *E-Guidebook* ini disalin dan dibuatkan *QR Code* untuk mengaksesnya agar didapat dua cara untuk menuju ke laman *E-Guidebook*, yaitu dengan cara meng-klik *link* atau *scan QR Code*.

5. KESIMPULAN

Ketidaktahuan mengenai objek wisata kuliner di Kabupaten Garut menjadi hambatan berwisata kuliner. Oleh karena itu, berbagai informasi terkait wisata kuliner Garut didapatkan melalui kegiatan observasi secara langsung ke tempat atau objek wisata kuliner, yang kemudian data tersebut diolah sehingga berbagai informasi penting dapat disampaikan melalui *E-Guidebook*. Perancangan *E-Guidebook* dilakukan melalui aplikasi Canva dengan membubuhkan informasi dan data atau dokumentasi yang diperlukan guna menarik minat wisatawan. Penjelasan mengenai informasi objek wisata kuliner pada *E-Guidebook* ini disampaikan serinci mungkin agar pengguna tidak kesulitan untuk mencari informasi lengkap terkait objek wisata yang ingin dikunjungi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut sebagai mitra dari studi ini, juga Politeknik Negeri Bandung yang telah memberikan dana bantuan pada proses perancangan proyek berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. Gilang Widagdyo, "Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia," *J. Tauhidinomics*, vol. 1, no. 1, pp. 73–80, 2015.
- [2] V. L. Sabon, M. T. P. Perdana, P. C. S. Koropit, and W. C. D. Pierre, "Strategi Peningkatan Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia Pada ASEAN Economic Community," *Esensi J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 8, no. 2, pp. 163–176, 2018, doi: 10.15408/ess.v8i2.5928.
- [3] A. P. Yakup, "Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia," *Univ. Airlangga Surabaya*, 2019, [Online]. Available: https://drive.google.com/file/d/1O-tF5Tpbqelq-xx_R6cWjY_FczIex8/view?usp=drivevedk
- [4] N. A. Sunaryo, "Potensi Wisata Kuliner Di Indonesia: Tinjauan Literatur," *Semin. Nas. INOBALI 2019*, pp. 235–242, 2019.
- [5] I. A. Fauzi and A. Mulyani, "Perancangan Sistem Informasi Kuliner Di Brother Caffe Berbasis Web," *J. Algoritm.*, vol. 14, no. 2, pp. 384–391, 2015, doi: 10.33364/algoritma/v.14-2.384.
- [6] A. Priyogo, "Taman Wisata Kuliner Nusantara Di Salatiga," *Artik. Publ.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2015.
- [7] M. A. Kautsar, "Food tourism rises as new trend in travel," *Jakarta Post*, 2018. <https://www.thejakartapost.com/life/2018/10/14/food-tourism-rises-as-new-trend-in-travel.html>
- [8] I. Sasongko, A. Setiawan, and Y. S. Purnama, "Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang," *Perenc. Wil. dan Kota*, vol. 3, pp. 34–67, 2019.
- [9] S. Sangkaeng, L. Mananeke, and S. G. Oroh, "Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara," *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 3, no. 3, pp. 1089–1100, 2015.
- [10] Khairul, U. I. Arsyah, R. F. Wijaya, and R. B. Utomo, "Implementasi Augmented Reality Pada Media Promosi Penjualan Rumah," *Semin.*

- Nas. R.*, pp. 429–434, 2018, doi: 10.47111/jti.v14i2.1163.
- [11] J. Oliver, “Perancangan Video Promosi Diandra Anti Aging & Aesthetic Clinic Melalui Media Sosial Instagram,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2017.
- [12] C. Anand, *Types of Information Sources*. 2017. [Online]. Available: <https://ufh.za.libguides.com/c.php?g=91523&p=590868>
- [13] D. P. Luthfiya, E. Susanto, and T. Andrianto, “Applying the Technology Acceptance Model to Design Wellness Tourism E-Guidebook,” *J. Tour. Sustain.*, vol. 1, no. 2, pp. 82–94, 2021, doi: 10.35313/jtos.v1i2.16.
- [14] H. Riswanto, “Perancangan Prosedur Pengeluaran Kas Pada Mini Market Syar’e Mart,” vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2018.
- [15] S. P. Santoso, “Perancangan Buku Monumen Bersejarah sebagai Upaya Pelestarian Cagar Budaya di Kota Surabaya,” *Pros. Semin. Nas. Sist. Teknol. Infromasi*, vol. 0, pp. 97–100, 2007.