

FOOD PHOTOGRAPHY

(Analisis Semiotik *Food Photography* Yang Menampilkan Kuliner Kota Medan Dalam Rubrik *Appetite Aplaus Magazine* Edisi Desember 2015)

Nadra Ideyani Vita¹, Fetty Ade Putri²
nadraismet51@gmail.com, echiputri12@gmail.com

ABSTRAK

Food photography adalah bagian dari *still life photography* yang digunakan untuk membuat makanan menjadi lebih menarik sehingga orang yang melihat foto tersebut menjadi berselera dan ingin mencicipinya. Belakangan ini *food photography* menjadi kegiatan yang diminati banyak orang, terutama kalangan anak muda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanda-tanda apa saja yang ditonjolkan dalam *food photography* Rubrik *Appetite Aplaus Magazine* edisi Desember 2015 beserta makna yang tersembunyi di dalamnya. Selain itu penelitian ini juga untuk mengetahui nilai budaya yang terdapat *food photography* tersebut. Analisis semiotik model Charles Sanders Peirce digunakan pada penelitian ini guna menganalisis makna-makna yang terkandung di dalam foto makanan yang ditampilkan melalui teori *triangle of meaning*. Penelitian ini juga menggunakan kerangka nilai budaya milik seorang Antropolog, C. Kluckhohn, untuk mengetahui nilai budaya yang terdapat dalam foto-foto makanan tersebut. Untuk mendapatkan data yang lebih baik, penulis melakukan wawancara dengan fotografer yang memfoto makanan tersebut serta menambahkan informan lainnya yang berkaitan seperti fotografer, dosen mata kuliah Fotografi, dan dosen Sejarah serta Antropologi Sosial yang kemudian hasilnya dihubungkan dengan teori segitiga makna milik Peirce. Hasil penelitian adalah foto-foto makanan yang ditampilkan pada Rubrik *Appetite Aplaus Magazine* edisi Desember 2015 masih sekadar menampilkan makanan khas Batak menarik perhatian pembaca tetapi tidak terlalu memasukkan unsur-unsur dari kebudayaan Batak itu sendiri.

Kata Kunci: *food photography*, foto jurnalistik, semiotik, dan nilai budaya.

PENDAHULUAN

Food photography adalah bagian dari *still life photography* yang digunakan untuk membuat *still life photography* makanan yang menarik. Untuk waktu yang lama, *food photography* ditujukan untuk difoto dan dikomposisikan dalam cara yang serupa dengan bagaimana orang biasanya bertemu dengan makanan mereka; ditata di atas tatanan meja difoto dari perspektif tambahan, dari sudut pandang si pemakan¹. *Still life photography* merupakan jenis fotografi yang menggunakan benda mati sebagai objeknya.

Akhir-akhir ini *food photography* menjadi aktivitas yang menarik perhatian banyak fotografer baik nasional maupun internasional dan menjadi jenis fotografi yang cukup populer karena sering kali kita menemukan foto makanan yang tampilannya menarik dan fotogenik. Makanan adalah sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Tanpa disadari, para penggemar fotografi ataupun sebagai fotografer profesional, sebenarnya sangat dekat dengan objek fotografi yang bernama makanan dan memang perkembangan *food*

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Food_photography diakses pada 1 juni 2016

photography ini juga tidak bisa dipisahkan dari perkembangan bisnis kuliner yang semakin besar.

Sebenarnya *food photography* merupakan pekerjaan komersial dengan bayaran yang cukup tinggi karena biasanya dilakukan oleh orang-orang profesional karena digunakan sebagai media promosi agar orang-orang tertarik dan tergoda untuk membeli makanan ditempat makanan itu dijual. Namun dengan kecanggihan teknologi sekarang ini siapapun bisa melakukan *food photography* dengan mudah lalu memamerkannya di media sosial, seperti sudah menjadi kebiasaan, terutama dikalangan anak-anak muda sekarang ini bahkan sampai ada motto: ‘difoto dulu baru dimakan’.

Salah satu majalah yang menggunakan *food photography* di dalamnya adalah *Aplaus Magazine*. *Aplaus Magazine* merupakan salah satu majalah *lifestyle* asal Kota Medan yang mempunyai tiga segmentasi, yaitu: *Food*, *Travel*, dan *Inspiration*. Segmen *Travel* berisi seputar tempat-tempat wisata, baik yang ada di Indonesia maupun mancanegara. Segmen *Inspiration* merupakan segmen yang berisi wawancara dengan orang-orang ataupun tokoh-tokoh yang dapat memberikan inspirasi kepada pembacanya. Terakhir, segmen *Food* yang membahas seputar kuliner yang berada di Kota Medan.

Rubrik *Appetite* merupakan salah satu rubrik yang terdapat di dalam segmen *Food* yang menampilkan foto-foto makanan dari kafe ataupun tempat makan yang ada di Kota Medan. Tema makanan yang ditampilkan pada rubrik *Appetite* berbeda-beda di setiap edisinya. Salah satu edisi yang menarik perhatian peneliti adalah edisi Desember 2015, di mana tema yang ditampilkan adalah ‘Batak Authentic Cuisine in Medan’. Pada edisi ini terdapat tujuh buah foto yang menampilkan makanan-makanan khas Batak. Peneliti memilih tema ini karena peneliti bersuku Batak dan setelah melihat foto-foto tersebut peneliti mengetahui kalau ternyata makanan Batak memiliki banyak jenis sehingga ingin mengetahui lebih dalam lagi makna di balik foto-foto makanan tersebut.

Menurut Riana Ambarsari dalam bukunya yang berjudul *Food photography for Everyone*, makanan bukanlah sekadar pengisi perut untuk menyambung hidup. Ia adalah satu dari banyak karya budaya manusia yang terhormat diciptakan penuh dedikasi tulus dengan tujuan yang mulia (Ambarsari, 2012:1).

“*it’s an appreciation of every sweat, every hardwork, every honest effort, all great things it takes to make one good food. Let’s do some justice by capturing them right. ‘Cause when you make people wanna lick the photos, you know you’ve done good.*” (Ambarsari, 2012:1)

Dari situ dapat dilihat bahwa fotografi makanan bukan hanya sekadar menampilkan foto makanan, tetapi foto yang di dalamnya berisi makna-makna akan nilai-nilai budaya yang berharga di dalam masyarakat serta kerja keras dan usaha setiap orang dalam membuat makanan yang baik.

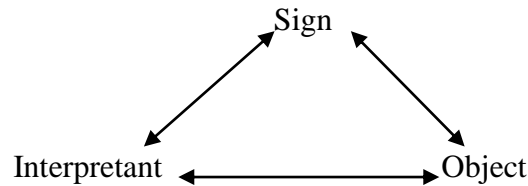
Merunut dari pengertian di atas peneliti ingin mengetahui makna dan juga nilai budaya yang ada di balik foto-foto makanan khas Batak tersebut. Untuk itu peneliti menggunakan analisis semiotik. Peneliti akan berusaha membaca tanda-tanda yang terdapat di dalam foto-foto makanan tersebut melalui analisis semiotik.

Semiotik atau dikenal juga dengan semiologi merupakan ilmu tentang tanda. Kata *semi* dalam semiologi berasal dari Bahasa Yunani *semeion* yang artinya ‘tanda’ (Berger, 2015:4). Di sini peneliti menggunakan semiotik model Charles Sanders Peirce yang terkenal dengan “triangle meaning semiotic” atau segitiga makna-nya yang terdiri atas berikut ini:

1. *Representamen*; bentuk diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda (Saussure menamakannya *signifier*). *Representamen* kadang diistilahkan juga menjadi *sign*. *Representamen* terdiri dari *Qualisign*, *Sinsign*, dan *Legisingn*.
2. *Interpretant*; bukan penafsir tanda, tetapi lebih merujuk pada makna dari tanda.

3. *Object*; sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. *Object* dapat berupa representasi mental (ada dalam pemikiran), dapat juga berupa sesuatu yang nyata di luar tanda. *Object* terdiri dari *Icon*, *Index*, dan *Symbol*.

Menurut Pierce, salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. Yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi. Hubungan segitiga makna Pierce lazimnya ditampilkan sebagai tampak dalam gambar berikut ini:



Gambar 1 Elemen Makna Pierce. Sumber: Sobur, 2012: 115

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu : untuk mengetahui tanda-tanda, makna tanda dan nilai budaya yang ditonjolkan dalam *food photography* yang menampilkan kuliner Kota Medan pada Rubrik *AppetiteAplaus Magazine* edisi Desember 2015.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Objek yang akan diteliti oleh peneliti adalah foto-foto makanan dari rubrik *AppetiteAplaus Magazine* Edisi Desember 2015, di mana pada edisi tersebut terdapat tujuh foto makanan yang memiliki tema *Batak Authentic Cuisine in Medan*.

Subjek dalam penelitian ini adalah informan-informan yang berkaitan dengan objek penelitian. Untuk menentukan informan tersebut peneliti menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan oleh peneliti jika memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya (Idrus, 96:2009).

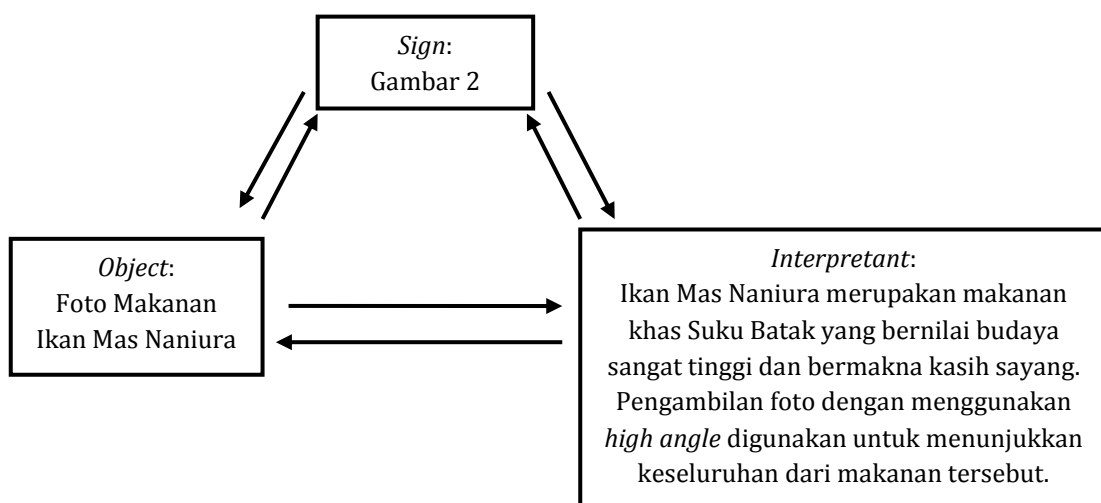
Setelah melalui beberapa pertimbangan dan melihat dari beberapa kriteria maka terpilih lima informan yang sesuai dengan penelitian peneliti, yaitu: fotografer ada 2 orang, editor foto 1 orang, dosen 1 fotografi dan 1 dosen Sejarah dan Antropologi.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah foto-foto makanan dari rubrik *AppetiteAplaus Magazine* yang telah peneliti jelaskan pada poin sebelumnya. Dan sumber data sekunder diperoleh dari hasil wawancara kepada fotografer dari foto-foto makanan pada rubrik *Appetite* tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2 Ikan Mas Naniura



Gambar 3 Skema Analisis Foto 1

Setelah melakukan proses pemaknaan *sign, object*, dan interpretasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai budaya yang sebenarnya terdapat adalah hakikat karya (MK), karena memang makanan itu merupakan hasil karya dari adanya kebudayaan Suku Batak dan sudah ada sejak ratusan tahun lalu, dengan orientasi nilai budaya karya itu untuk kedudukan penuh kehormatan dalam masyarakat karena pada awalnya ikan mas naniura hanya bisa dimakan oleh para raja. Seiring perkembangan waktu ikan mas naniura tersebut bisa dimakan dan dibuat oleh siapa saja tetapi tetap dalam konteks budaya sebagai lambang kasih sayang. Ini berarti terdapat nilai budaya MM (hakikat hubungan manusia dengan sesamanya) dengan orientasi nilai budaya orientasi kolateral, adanya rasa ketergantungan kepada sesamanya.

Seperti yang sudah dijelaskan juga sebelumnya, pada Gambar 2 tersebut juga terdapat nilai budaya MK dengan orientasi nilai budaya karya sebagai kedudukan dan atau kehormatan, tetapi pada Gambar 2 orientasi nilai budayanya sudah berubah, yaitu karya itu untuk nafkah hidup, karena masakan tersebut dijual di sebuah rumah makan. Terlihat juga dari gambar tersebut baik dari penampilan dan penataan yang digunakan lebih kepada untuk membuat selera dan menarik minat untuk memakan makanan tersebut.

a. Analisis Foto 2



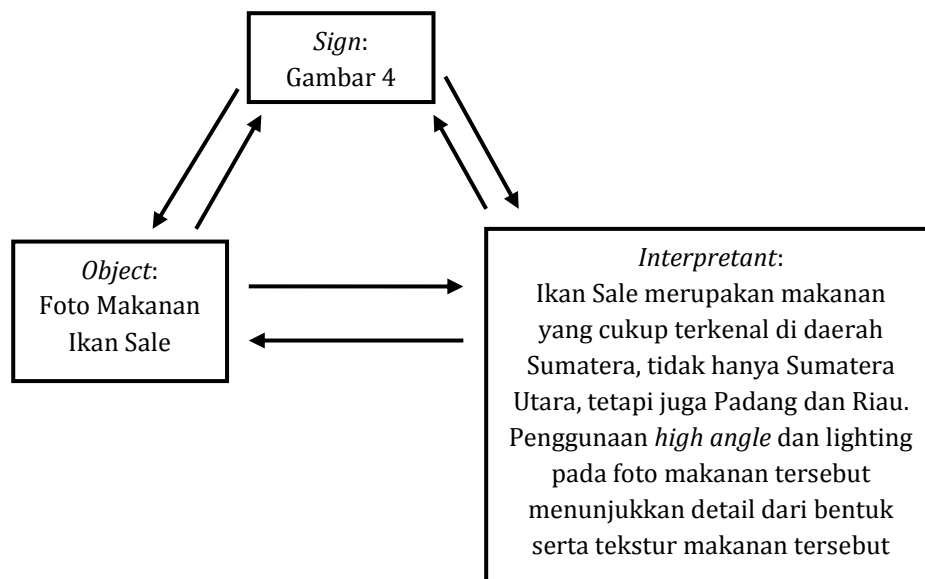
Gambar 4 Ikan Sale

Peneliti menginterpretasikan bahwa gambar 4 menunjukkan masakan ikan sale yang merupakan menu dari salah satu rumah makan khas Tapanuli Selatan, yaitu Rumah Makan Padang Sidempuan yang berada di Jalan Sei Belutu.

Ikan sale atau ikan salai sendiri sebenarnya bukan hanya merupakan makanan khas Batak, karena di banyak daerah di Sumatera seperti Padang dan Riau juga terdapat makanan ini dan itu berarti bahwa ikan sale merupakan makanan cukup terkenal di daerah Sumatera. Hal tersebut membuat masakan ikan sale yang ditampilkan pada gambar 4 belum terlalu menunjukkan kalau masakan tersebut merupakan khas Batak dan lagi pendukung yang digunakan juga kurang menunjang foto makanan tersebut untuk hal tersebut.

Pada Suku Batak, ikan sale merupakan makanan khas Batak, khususnya yang tinggal di daerah Tapanuli Selatan dan Sibolga.

Jika digambarkan, maka gambar 4 akan terlihat seperti di bawah ini.

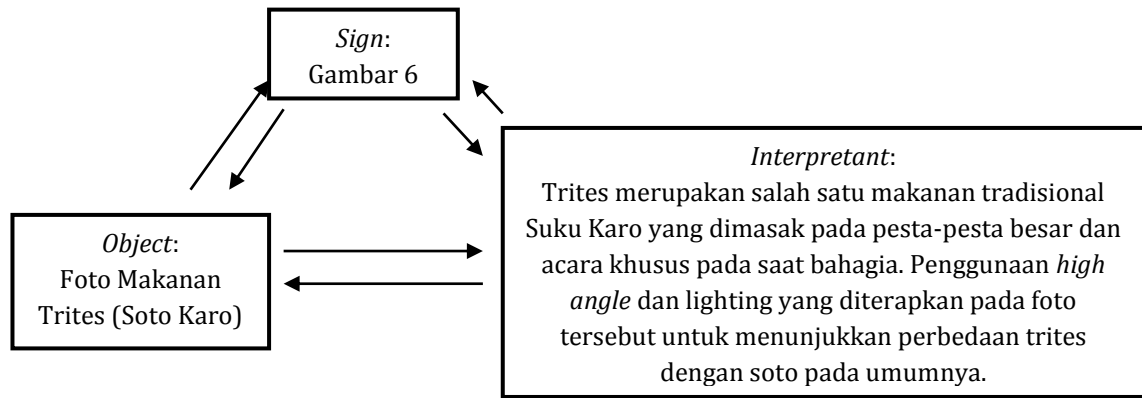


Gambar 5 Skema Analisis Foto 2

b. Analisis Foto 3



Gambar 6 Trites



Gambar 7 Skema Analisis Sampel 3

Nilai budaya yang terdapat pada Gambar 6 adalah Hakikat Karya (MK) karena trites merupakan salah satu hasil karya dari kebudayaan masyarakat Karo dalam bentuk makanan, dengan berorientasi nilai budaya kepada karya tersebut digunakan untuk kedudukan penuh kehormatan dalam masyarakat. Trites adalah makanan tradisional yang hanya dimasak pada pesta-pesta besar penuh kebahagiaan yang juga berarti rasa terima kasih kepada para leluhur.

Selain itu terdapat pula nilai budaya hakikat hubungan manusia dengan sesamanya (MM) dengan berorientasi nilai budaya horizontal atau merasa tergantung kepada sesamanya. Hal ini dapat dilihat dari digunakannya trites tersebut sebagai makanan tradisional yang dimasak saat pesta-pesta besar yang berarti masyarakat akan memasak makanan tersebut bersama-sama atau dengan gotong royong.

c. Analisis Foto 4



Gambar 8 Ayam Gota

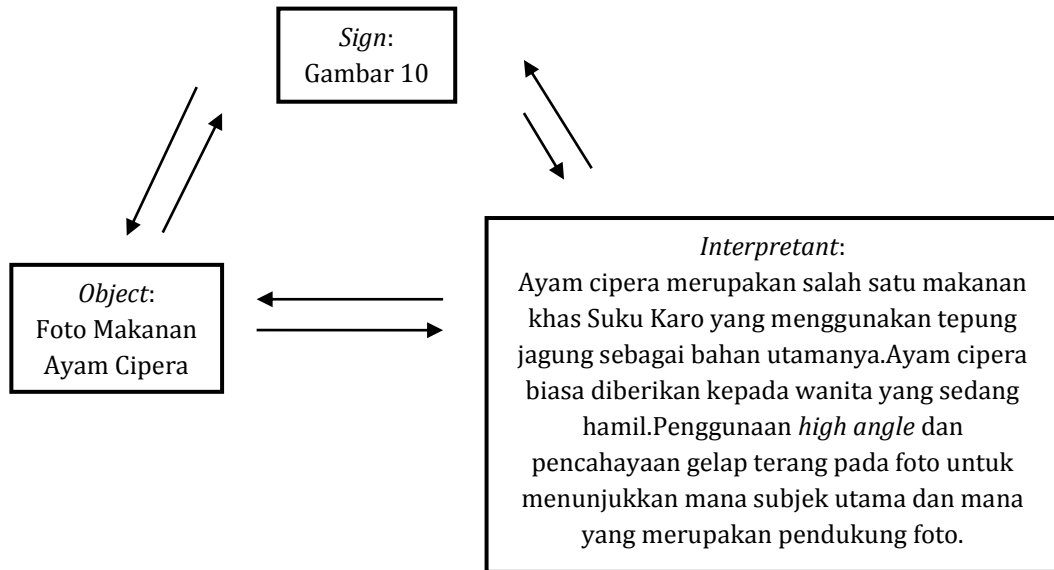
Peneliti menyimpulkan bahwa nilai budaya yang terdapat pada gambar 8 adalah Hakikat Karya (MK) karena ayam gota merupakan salah satu karya dari kebudayaan masyarakat Batak dalam bentuk makanan, dengan orientasi nilai budaya karya itu untuk kedudukan dan kehormatan, karena masakan ayam gota itu disajikan saat ada pesta adat yang berarti memiliki kedudukan tinggi. Selain itu juga terdapat nilai Hakikat Karya (MK) dengan orientasi nilai budaya karya tersebut digunakan untuk nafkah hidup karena makanan yang ada pada foto tersebut merupakan salah satu menu yang dijual oleh salah satu rumah makan khas Batak yang ada di Kota Medan.

Pada gambar 8 tersebut juga terdapat nilai budaya Hakikat Manusia Dengan Sesamanya (MM) dengan berorientasi nilai budaya horisontal, atau lebih mementingkan hubungan dengan sesamanya, karena masakan ini juga disajikan saat ada acara keluarga ataupun saat kedatangan tamu sebagai yang menunjukkan memunculkan keakraban dan kehangatan hubungan di antara mereka.

d. Analisis Foto 5



Gambar 10 Ayam Ciper



Gambar 11 Skema Analisis Foto 5

Peneliti menyimpulkan bahwa nilai budaya yang terdapat pada gambar 10 adalah Hakikat Karya (MK) karena ayam ciper merupakan karya berupa makanan hasil dari kebudayaan Suku Karo yang berorientasi nilai budaya karya itu untuk memberikan suatu kedudukan penuh penghormatan dalam masyarakat. Terlihat dari masakan ayam ciper diberikan kepada wanita yang sedang hamil dengan harapan agar nantinya saat proses melahirkan berjalan lancar, yang berarti wanita yang sedang mengandung merupakan makhluk istimewa di dalam masyarakat Suku Karo.

Pada gambar 10 juga terdapat nilai budaya berupa hakikat hubungan manusia dengan sesamanya (MM) yang berorientasi nilai budaya yang mementingkan hubungan horisontal antar manusia karena adanya rasa ketergantungan kepada sesamanya.

e. Analisis Foto 6



Gambar 12 Arsik Ikan Mas



Gambar 13 Skema Analisis Foto 6

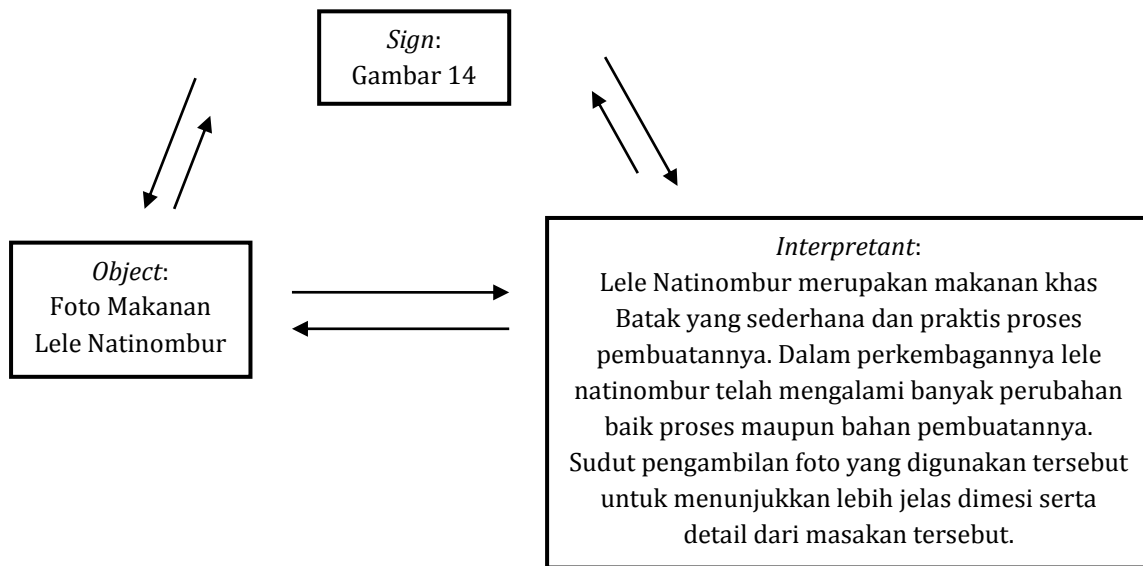
Peneliti menyimpulkan bahwa nilai budaya yang terdapat pada gambar 12 adalah Hakikat Karya (MK) karena arsik ikan mas merupakan salah satu hasil karya dari kebudayaan Batak dalam bentuk makanan. Hakikat karya itu berorientasi nilai budaya kepada karya tersebut digunakan untuk kedudukan dan kehormatan di dalam masyarakat. Hal ini terlihat dari digunakannya masakan arsik ikan mas tersebut sebagai wujud nyata dari doa-doa ataupun pesan-pesan yang disampaikan saat acara adat. Tetapi pada foto tersebut hakikat karya tersebut sudah berubah orientasi nilai budayanya menjadi karya yang digunakan untuk nafkah hidup, karena pada gambar 12 arsik ikan mas tersebut dijual di salah satu rumah makan yang ada di Kota Medan.

Pada gambar 12 juga terdapat nilai budaya yaitu hakikat hubungan manusia dengan sesamanya (MM) yang berorientasi nilai budaya yang mementingkan hubungan horisontal di mana adanya rasa ketergantungan kepada sesamanya karena arsik ikan mas tersebut diberikan oleh *hula-hula* atau marga dari pihak ibu sebagai bentuk kasih sayang kepada yang menerima masakan tersebut.

f. Analisis Foto 7



Gambar 14 Lele Natinombur



Gambar 15 Skema Analisis Foto 7

Food photography merupakan teknik pengambilan fotografi bagaimana menampilkan makanan agar dapat membuat siapa saja yang melihatnya berselera dan tertarik untuk mencicipinya. Selain untuk menunjukkan makanan itu sendiri, *food photography* juga memiliki makna di dalamnya. Dalam mencari makna tanda, Pierce menggunakan konsep ‘segitiga makna’ yaitu adanya *sign*, *object*, dan interpretasi yang saling berhubungan. Maka jika ditampilkan dalam skema segitiga makna milik Pierce akan terlihat sign-nya adalah foto tersebut contohnya gambar 2, yang menjadi *object* adalah apa yang ditampilkan dalam foto tersebut, yaitu masakan ikan mas naniura beserta elemen-elemen yang terdapat dalam foto tersebut. Dan interpretasi peneliti terhadap dua hal tersebut adalah adanya ikan mas naniura merupakan masakan khas Batak yang makna kasih sayang serta nilai budaya yang tinggi di dalam masyarakat Batak. Terdapat juga interpretasi berupa teknik dan komposisi seperti pencahayaan yang dipakai dalam pengambilan foto tersebut. Teknik pengambilan foto berupa *high angle* atau sudut pengambilan gambar yang lebih tinggi dari objeknya. *Angle* seperti ini menunjukkan keseluruhan objek foto dan dapat memperlihatkan subjek foto lebih jelas dan detail. Penggunaan pencahayaan gelap terang juga dimaksud untuk memperlihatkan mana bagian yang ditonjolkan dan mana yang tidak terlalu ditonjolkan pada foto.

PENUTUP

1. Simpulan

Setelah mendeskripsikan dan menganalisis hasil temuan data yang dikemukakan, maka peneliti akan menarik kesimpulan sebagai berikut:

- Tanda-tanda yang ditonjolkan dalam *food photography* Rubrik *Appetite Aplaus Magazine* Edisi Desember 2015 adalah foto makanan yang di dalamnya terdapat subjek utama berupa masakan itu sendiri beserta elemen-elemen pendukung lainnya yang dapat menjelaskan apa yang terdapat pada masakan tersebut.
- Setiap *food photography* selalu terdapat makna dari tanda-tanda yang ditampilkannya. Makna tersebut bisa dari foto, makanan, ataupun pendukung foto tersebut. Pada *food photography* Rubrik *appetiteAplaus Magazine* edisi Desember 2015, foto yang ditampilkan memiliki makna bahwa makanan Batak memiliki banyak jenis sehingga dapat memberikan pengetahuan baru.
- Nilai budaya utama yang terdapat dalam setiap foto adalah hakikat karya (HK) karena memang makanan merupakan karya hasil dari kebudayaan suku Batak tersebut dan

berorientasi nilai budaya selain untuk penghormatan kepada para leluhur juga digunakan sebagai nafkah untuk hidup karena foto-foto yang ditampilkan merupakan salah satu menu yang dijual pada rumah-rumah makan Khas Batak. Di setiap makanan Batak yang ditampilkan juga memiliki makna kebersamaan dan kehangatan di antara masyarakat Batak tersebut.

2. Saran

- a. Untuk para akademisi ada baiknya untuk memperdalam ilmu semiotika, karena ilmu semiotika dapat diterapkan untuk mencari makna pada banyak bidang di kehidupan sehari-hari, baik perilaku verbal maupun non-verbal.
- b. Untuk para fotografer, terutama *food photographer* ada baiknya mendalami nilai budaya yang terkandung dalam setiap makanan sebelum memfoto makanan tersebut sehingga foto makanan yang dihasilkan tidak hanya sekadar menampilkan foto makanan, tetapi juga dapat menampilkan budaya yang memang melekat pada makanan tersebut.
- c. Bagi mahasiswa komunikasi dan peminat karya-karya fotografi, khususnya foto jurnalistik, ada baiknya untuk mempelajari analisis semiotik, karena analisis semiotik ini dapat digunakan untuk menjelaskan makna lain yang terdapat dalam sebuah foto.

Daftar Referensi

Buku:

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Ahmadi, Rulam. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media, Yogyakarta.
- Alwi, Audy Mirza. 2006. *Foto Jurnalistik: Metode Memotret dan Mengirim Foto Ke Media Massa*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Ambarsari, Riana. 2012. *Buku Pintar Fotografi: Food Photography For Everyone*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Ardianto, Elvinaro, Erdinaya, L.K. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Berger, Arthur Asa. 2015. *Pengantar Semiotika: Tanda-tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Tiara Wacana, Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Edisi Kedua. Kencana, Jakarta.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih Di Antara Lima Pendekatan*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Danesi, Marcel. 2011. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Jalasutra, Yogyakarta.
- Gani, Rita, Kusumalestari, Ratri Rizki. 2013. *Foto Jurnalistik Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Edisi Kedua*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Littlejohn, Stephen W., Foss, Karen A. 2013. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Salemba Humanika, Jakarta.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana, Jakarta.
- Morissan, Wardhani, A.C. 2009. *Teori Komunikasi*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Morissan, Wardahni, A.C., Hamid, Farid, 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia, Bogor.

- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Cetakan XII. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Rivers, William L., Jensen, Jay W., Peterson, Theodore. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Edisi Kedua. Kencana, Jakarta.
- Rolnicki, Tom E., Tate, C. Dow, Taylor, Sherri A. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)*. Kencana, Jakarta.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Sendjaja, Djuarsa, Pradekso, Tandiyo, Rahardjo, Turnomo. 2002. *Teori Komunikasi Massa: Media, Efek, dan Audience*. Modul Teori Komunikasi. Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- _____. 2012. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta, Bandung.
- Sumadiria, Haris. 2004. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Pustaka Setia, Bandung.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Wahyuni, Isti Nursih. 2014. *Komunikasi Massa*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Wijaya, Taufan. 2014. *Foto Jurnalistik*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Young, Nicole S. 2014. *Food Photography: Dari Foto Biasa Jadi Luar Biasa*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sumber Lain

Aplaus Magazine Edisi November 2015

Aplaus Media Kit 2016

https://en.wikipedia.org/wiki/Food_photography diakses pada 1 Juni 2016

https://id.wikipedia.org/wiki/Aplaus_Magazine diakses pada 15 Agustus 16

<http://www.femina.co.id/article/mengulik-bumbu-dapur-batak> diakses pada 16 Agustus 2016

<http://health-tidings.com/2016/05/07/ini-jawaban-logis-mengapa-darah-tidak-boleh-dimakan/> diakses pada 25 Agustus 2016

<http://berandabatak.blogspot.com/2013/09/symbol-ikan-mas-arsik-untuk-orang-batak.html> diakses pada 29 Agustus 2016