
KATALOG FOTO TOKO DJADJAN APEL MALANG SEBAGAI MEDIA INFORMASI

Dimas Adi Saputra¹, Handry Rochmad Dwi Happy^{2*}

^{1,2}Desain Komunikasi Visual/Institusi Teknologi & Bisnis Asia Malang

¹dimasadisaputra99@gmail.com, ^{2*}handryhappy@asia.ac.id

*Penulis Korespondensi

ABSTRAK

Terletak di Jalan Melati nomor 50 Kavling E Malang, Toko Djadjan Apel Malang yang berdiri sejak 2016 mempunyai konsep yang bertema vintage menyediakan beberapa macam oleh-oleh khas Malang yang sering diminati oleh wisatawan salah satunya yang menjadi ciri khas dari toko ini adalah cake apel dan classic cake. Selama ini pengunjung maupun pembeli harus membuka kemasan terlebih dahulu untuk mengetahui setiap varian rasa. Selain itu, untuk informasi dari setiap varian kurang begitu detail. Berdasarkan kelemahan tersebut, untuk mempermudah pengunjung maupun pembeli mengetahui informasi varian, harga, komposisi, berat bersih, dan lama masa penyimpanan dibuatlah sebuah media katalog foto bisa menjadi salah satu media yang efektif. Katalog foto ini nantinya akan menjadi salah satu media cetak yang diletakkan di Toko Djajan Apel Malang untuk mempermudah pengunjung dan pembeli. Dari kuisioner yang dibagikan kepada 30 responden sebanyak 89,24% menyatakan bahwa pemilihan media katalog foto sangat setuju dan sudah sesuai dengan target pasar sehingga dengan adanya katalog foto ini sudah menjawab rumusan masalah.

Kata kunci: Toko Djadjan Apel Malang, Katalog, Foto, Media, Informasi

ABSTRACT

Located in Jalan Melati number 50 Kavling E Malang, Djajan Apel Malang Store which was established in 2016 has a vintage-themed concept providing several kinds of Malang souvenirs that are often in demand by tourists, one of which is the hallmark of this shop, apple cake and classic cake. Currently, visitors and buyers must open the packaging first to find out each variant flavor. In addition, the information for other variant is less detailed. Based on these weakness, to make it easier for visitors and buyers to find out about variants, prices, composition, netto, and length of storage, a photo catalog will become the one of the printed media that placed at the Toko Djadjan Apel Malang to make visitors and buyes easier find the variant. From the questionnaires of 30 respondents, as much as 89,24% stated that the selection of photo catalog media are strongly agreed and was in accordance with the target market so that whit the existense of this photo catalog, the problem formulation was answered.

Keywords: Toko Djadjan Apel Malang, Catalogue, Photo, Media, Information

PENDAHULUAN

Dengan banyaknya pengunjung yang datang ke Kota Malang untuk berwisata, menimbulkan kebiasaan untuk membeli oleh-oleh yang diberikan sebagai buah tangan untuk keluarga maupun kerabat. Memilih toko oleh-oleh juga merupakan pilihan yang paling penting bagi wisatawan.

Terletak di Jalan Melati nomor 50 Kavling E Malang, Toko Djajan Apel Malang yang berdiri sejak 2016 mempunyai konsep toko yang bertema *vintage* menyediakan beberapa macam oleh-oleh khas Malang yang sering diminati oleh wisatawan seperti keripik tempe, keripik buah, brownis, bakpia, jenang apel, pie apel, coklat tempe dan lain sebagainya. Ciri khas dari toko tersebut adalah *cake* apel yang mempunyai beberapa varian rasa. Namun selama ini informasi mengenai produk belum begitu jelas, salah satunya mengenai bentuk dan varian produk karena harus membuka kemasan terlebih dahulu yang dirasa kurang efektif. Sehingga diperlukan suatu media yang dapat menginformasikan mengenai produk dan varian yang dijual.

Dipilihlah media cetak berupa katalog karena merupakan media yang disusun secara berurutan, biasanya menggunakan abjad agar mempermudah pencarian. Melalui media ini dapat menyampaikan secara rinci tiap varian produk yang diproduksi oleh Toko Djajan Apel Malang. Salah satu metode yang digunakan untuk membuat katalog ini dengan teknik fotografi.

Fotografi adalah proses melukis menggunakan cahaya. Hasil dari fotografi dapat menampilkan visual yang jelas, agar lebih menarik salah satu *genre* yang digunakan yaitu *food and beverage* di mana bertujuan untuk mengabadikan segala macam bentuk dari makanan yang diatur sedemikian rupa sehingga mampu menggambarkan lezatnya makanan tersebut tanpa menjelaskan dan hanya dapat bercerita melalui visual berupa gambar. *Food photography* merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan makanan minuman karena gaya ini menampilkan foto yang seolah makanan tersebut menarik sehingga dapat menggugah selera makan, dan menambah rasa penasaran untuk mencobanya.

PEMBAHASAN

Menurut **Jauhari (2020:141)** katalog berasal dari bahasa latin “*catalogus*” yang berarti daftar, dalam pengertian umum katalog diartikan sebagai daftar nama-nama, judul dan barang-barang. fungsi dari katalog antara lain memberikan informasi tentang suatu produk yang sedang dipromosikan dan memudahkan konsumen menemukan informasi yang diinginkan.

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

Menurut **Chalmers (2011)**, Vintage style mengacu pada tahun 1900-an sampai 1980-an. jika dibandingkan dengan tahun masa kini, tahun tersebut adalah masa yang kembali mengingat kenangan atau masa lalu. Oleh sebab itu gaya Vintage adalah nostalgia yang mengagumkan dan serasa nyaman sekali seperti berada di rumah sendiri.

Deskripsi Produk

Deskripsi produk merupakan tahapan identifikasi yang berisi tentang jenis produk, yang akan digunakan. Tema yang diambil adalah *vintage* karena menyesuaikan dengan tema toko. Desain yang menarik akan memberikan pengaruh yang cukup baik bagi target audiens dan menjadi salah satu media yang menarik sehingga target yang dituju sesuai. Adapun deskripsi ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Tabel keterangan deskripsi produk

Judul	<i>Cake Djajan Apel Malang</i>
Media	Cover menggunakan bahan art paper 310gr laminasi <i>doff</i> , isi katalog menggunakan bahan <i>art paper</i> 120gr
Teknik	<i>Food and Beverage</i>
Format	Media Cetak (Manual)
Dimensi Buku	21cm x 25cm
Target Audience	24 – 40 tahun, Dewasa, Laki-laki, dan Perempuan
Distribusi Produk	Daring: Instagram Luring: Toko Djajan Apel Malang

Tahapan Pembuatan Katalog Foto

Terbagai menjadi beberapa bagian, yaitu Pra Produksi (pembuatan konsep, thumbnail, rough layout), Produksi (pengambilan gambar, editing) dan Pasca Produksi (finishing, publikasi).

a. Konsep Perancangan Video

Konsep yang diambil dalam pembuatan katalog ini bernuansa *vintage* yang merupakan ciri khas dari Toko Djadjan Apel Malang. Hal tersebut akan diterapkan pada pengambilan foto, warna, *layout*, dan *font* yang digunakan pada saat penyusunan katalog. Adapun properti yang digunakan adalah hal-hal yang bernuansa *vintage* yaitu *background* kayu, jam meja, radio, keranjang kecil, pisau kue, kain serbet, kain goni, tali goni wol, koran, tatakan kayu, wadah kue kayu, alas besi pemanggang, pisau, *whisker*, dan sebagainya.

Susunan katalog ini akan menampilkan foto-foto, dan informasi produk meliputi nama, harga, varian, serta deskripsi singkat tentang produk yang ditampilkan. Dalam *layouting* katalog nantinya akan memuat 2 sampai dengan 3 foto berbeda pada 1 halaman, mulai dari *fullshot*, *medium shot*, dan *close up* hal ini berfungsi agar informasi mengenai produk dapat dipahami dengan baik oleh pelanggan yang berkunjung ke Toko Djadjan Apel Malang.

Bukan hanya informasi saja yang akan dimuat dalam katalog ini, nantinya ada beberapa *shot* dan tatanan makanan yang dibuat semenarik mungkin guna menarik perhatian orang yang melihat sehingga ingin mencicipi makanan tersebut karena foto terlihat lezat dengan menggunakan jenis *photography food and beverage* adalah kunci dari pembuatan katalog makanan, dengan 10 varian cake dan 50 lembar halaman beserta cover,.

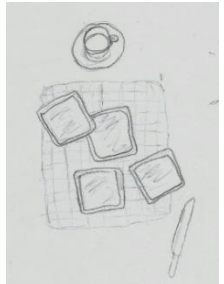
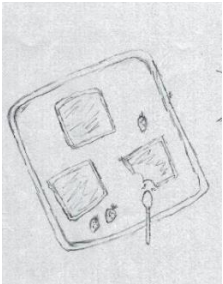
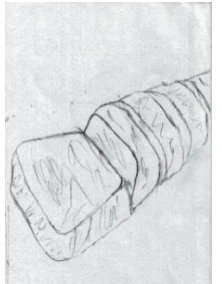

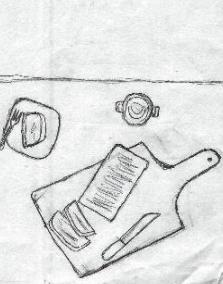
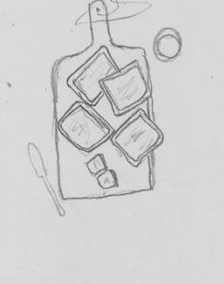
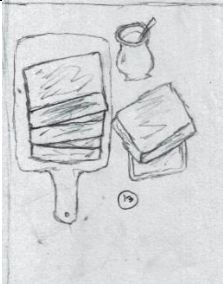

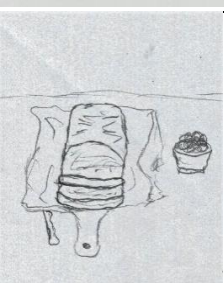
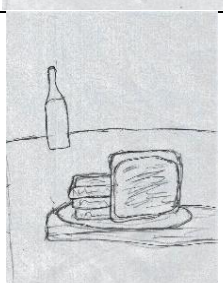



b. Elemen Estetika Visual

Pembuatan katalog foto ini menampilkan beberapa elemen-elemen estetika visual berupa komposisi foto, beberapa jenis *layout* seperti *windows picture*, *Mondrian*, *copy heavy layout*, dan dua jenis font yaitu serif serta dekoratif.

c. *Thumbnails*

Merupakan beberapa *layout* yang hanya menggambarkan secara garis besar mengenai komposisi dimana letak sebuah produk, properti, penataan produk, angle kamera yang nantinya akan digunakan, dan lain-lain.


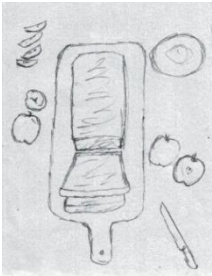

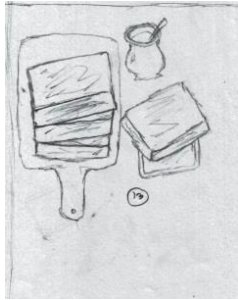
Tabel 2. Thumbnail

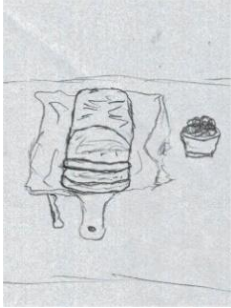
Cake Djadjan Apel		
		
		
		
		
		

d. Rough Layout

Merupakan pembesaran dari layout miniatur, hal ini biasanya berupa hasil seleksi dari beberapa konsep thumbnails yang nantinya ada perubahan kemudian dirancang lebih detail menyerupai hasil akhir.

Tabel 3. Rough Layout



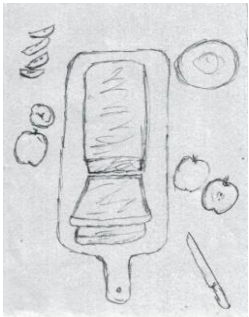



Varian – Cake Djadjan Apel (Original)	
Gambar	Keterangan
	<ul style="list-style-type: none"> - Deskripsi : Dalam foto ini menampilkan produk cake yang dipotong dan dikomposisikan dengan properti tambahan yang mewakili dari varian rasa - Sudut pengambilan gambar : Flat Lay - Jenis pengambilan gambar : Full shot - Cahaya ruangan, dibantu dengan lampu tambahan (<i>lighting</i>) Kamera ISO: 100 Shoot: f/5,6 . 1/125
	<ul style="list-style-type: none"> - Deskripsi: Dalam foto ini menampilkan produk cake yang dipotong menunjukkan detail produk - Sudut pengambilan gambar : Flat Lay - Jenis pengambilan gambar : Full shot - Cahaya ruangan, dibantu dengan lampu tambahan (<i>lighting</i>) - Kamera ISO: 100 Shoot: f/5,6 . 1/125
	<ul style="list-style-type: none"> - Deskripsi: Dalam foto ini menampilkan produk cake yang dipotong menunjukkan detail produk - Sudut pengambilan gambar : Flat Lay - Jenis pengambilan gambar : Full shot - Cahaya ruangan, dibantu dengan lampu tambahan (<i>lighting</i>) - Kamera ISO: 100 Shoot: f/5,6 . 1/125
Varian – Cake Djadjan Apel Strawberry	
Gambar	Keterangan
	<ul style="list-style-type: none"> - Deskripsi : Dalam foto ini menampilkan produk cake yang dipotong dan dikomposisikan dengan properti tambahan yang mewakili dari varian rasa - Sudut pengambilan gambar : Flat Lay - Jenis pengambilan gambar : Full shot - Cahaya ruangan, dibantu dengan lampu tambahan (<i>lighting</i>) - Kamera ISO: 100 Shoot: f/5,6 . 1/125
	<ul style="list-style-type: none"> - Deskripsi: Dalam foto ini menampilkan produk cake yang dipotong menunjukkan detail produk - Sudut pengambilan gambar : High Angle







	<ul style="list-style-type: none"> -Jenis pengambilan gambar : <i>Full shot</i> -Cahaya ruangan, dibantu dengan lampu tambahan (<i>lighting</i>) -Kamera ISO: 100 <i>Shoot: f/5,6 . 1/125</i>
---	--

e. Proses Pengambilan Gambar

Pada tahapan ini, dilakukan pengambilan gambar atau foto produk. Pengambilan foto dilakukan setelah penataan properti foto yang digunakan. Properti foto menjadi salah satu objek yang harus ada, berfungsi sebagai pendukung agar menarik sehingga foto yang dihasilkan dapat terkesan enak dan menggugah selera *audience* yang melihatnya.

Tabel 4. Hasil Penentuan *rough layout* dengan hasil pengambilan foto

Varian – Cake Djadjan Apel (Original)		
No	Rough layout	Pengambilan foto
<p>1</p>		
<p>2</p>		
<p>3</p>		

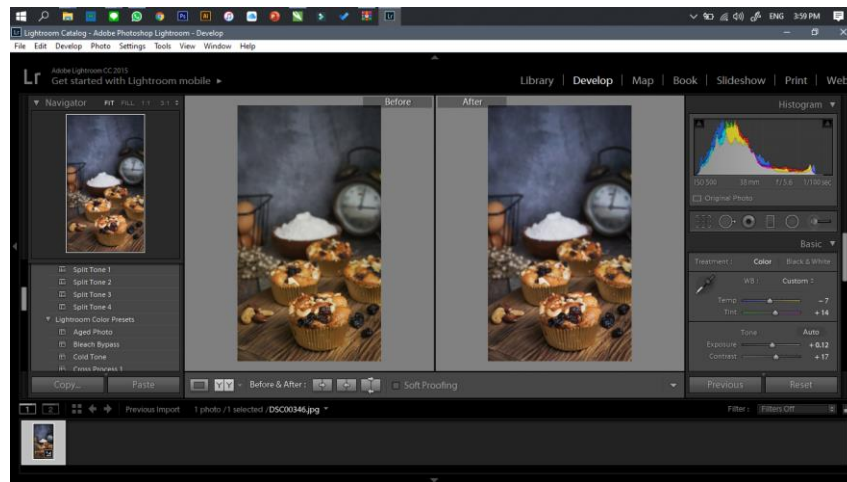
Varian – Cake Djadjan Apel (Pineapple)		
1		
2		
3		

f. Proses Editing

Setelah proses pemotretan selesai, selanjutnya dilakukan proses editing. Berikut adalah tahapannya :

1. Warna

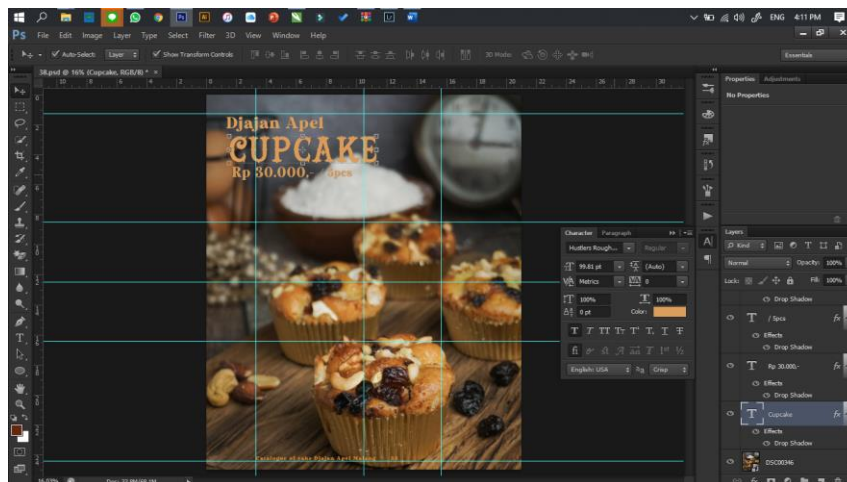
Dilakukan pewarnaan beberapa foto menggunakan aplikasi Adobe Lightroom agar hasil foto yang nantinya akan ditampilkan lebih tajam dan menarik audiens.



Gambar 1. Proses Editing Adobe Lightroom dengan menyesuaikan settingan level dan kontras

2. Tipografi

Penambahan tulisan untuk memberi keterangan pada foto, seperti nama produk, varian produk, hingga harga produk. Pemilihan jenis tulisan juga penting untuk keterbacaan katalog agar mudah dimengerti dan dipahami.

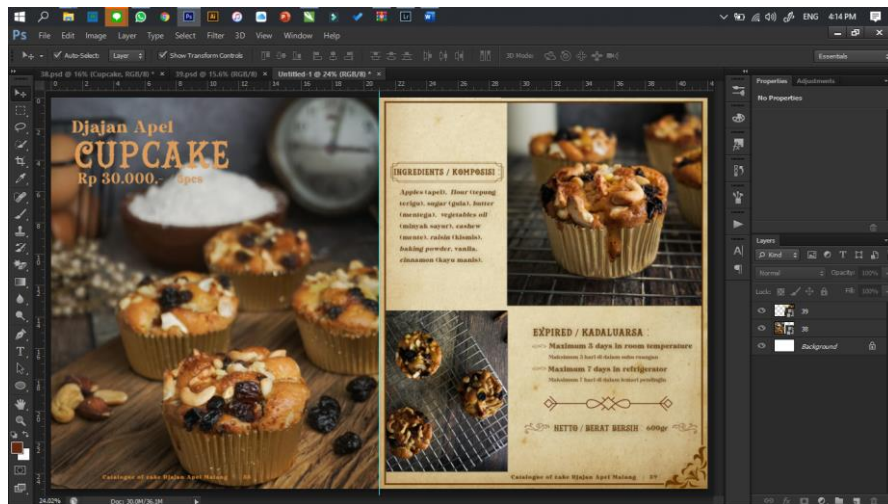


Gambar 2. Penataan teks pada foto

Pada gambar 2 agar informasi mengenai produk tersampaikan dengan baik dan jelas, perlu adanya tulisan. Pilihlah jenis tulisan dan warna yang terang jika *background* pada foto berwarna gelap, begitu pula sebaliknya. Jika *background* berwarna terang, pilihlah warna tulisan yang gelap agar tidak kontras.

3. *Layouting*

Setelah dilakukan pewarnaan pada foto, penambahan teks, untuk selanjutnya dilakukan penyusunan tata letak (*layouting*) agar katalog nantinya terorganisir dengan baik dan tersusun dengan rapih. Jenis layout yang digunakan adalah *picture window layout*, *big type*, *circus layout*.









Gambar 3. Tampilan *layouting* sebelum di cetak

g. Final Desain

Tahapan ini adalah akhir dari pembuatan katalog setelah warna, tulisan dan layout sudah sesuai dengan tema. Berikut adalah final desain sebelum akhirnya melalui proses cetak :

Tabel 5. Final Desain

No	Varian Produk	Final Desain
1	Cake Djadjan Apel – Original	
2	Cake Djadjan Apel – Pineapple	

		
3	<p>Cake Djadjan Apel – Banana</p>	 
4	<p>Cake Djadjan Apel – Cheese</p>	 
5	<p>Djajan Apel – Cupcake</p>	

h. Finishing

Pada tahapan *finishing* terdapat beberapa pertimbangan sebelum katalog dipublikasi, yaitu meliputi media yang digunakan, bahan, ukuran hingga susunan halaman. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut :

- a. Media
Katalog nantinya merupakan media yang digunakan untuk membantu pelayanan di toko Djadjan Apel Malang, maka dipilihlah berupa media cetak berupa buku katalog. Dicitak sebanyak 3 buku untuk kebutuhan pameran, publikasi, ujian tugas akhir.
- b. Material
Adapun bahan yang digunakan untuk katalog adalah bahan halaman sampul berupa *hardcover* laminasi doff, isi katalog menggunakan bahan *art paper* 150gr.
- c. Ukuran
Ukuran katalog nantinya dibuat dengan ukuran 21x25cm, dengan dimensi ketebalan 1cm.
- d. Halaman
Dalam keseluruhan katalog ini berisikan 50 halaman, meliputi cover depan, isi, dan cover belakang.

i. Publishing

Sesuai dengan permasalahan yang disebutkan pada latar belakang masalah, bahwa tidak adanya katalog di Toko Djadjan Apel Malang menjadikan media publikasi nantinya berupa katalog ini dapat digunakan di toko untuk mempermudah pengunjung dan pembeli dalam pemilihan produk yang akan dijadikan buah tangan. baik. Dari presentase tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat menanggapi tentang produk yang dihasilkan.

j. Pengujian Efektivitas Produk

Dalam penelitian ini dilakukanlah pengumpulan data berupa butir-butir pernyataan yang dibagikan kepada responden pengunjung Toko Djadjan Apel Malang dan masyarakat umum

Tabel 6. Tabel Pengujian

No	Pernyataan
1	Apakah foto-foto yang ditampilkan dalam katalog jelas dan menarik perhatian?
2	Apakah foto, informasi dan keterangan tentang produk mudah dimengerti dan dipahami?
3	Apakah tata letak (<i>layout</i>) mudah untuk dipahami?
4	Apakah tema dan nuansa katalog sudah cocok dengan suasana toko?
5	Apakah media yang digunakan sudah efektif (cukup jelas) untuk membantu Anda (sebagai pengunjung) dalam memilih varian produk yang akan dibeli tanpa menanyakan kembali pada pegawai toko?

- a. Skor ideal

Rumus :

$$\text{Skor Kriteria} = \text{Nilai Skala} \times \text{Jumlah Responden}$$

Tabel 7. Skor ideal

Rumus	Skala Jawaban
-------	---------------

4 x 30 = 120	Sangat Setuju
3 x 30 = 90	Setuju
2 x 30 = 60	Kurang Setuju
1 x 30 = 30	Tidak Setuju

b. *Rating Scale*

Dari hasil perhitungan skor ideal pada tabel 4. , kemudian dapat ditentukan nilai *rating scale* dan jarak interval. Berikut *rating scale* yang diperoleh :

Tabel 8. *Rating scale*

Nilai Jawaban	Skala Jawaban
80% - 100%	Sangat Setuju
60% - 79,99%	Setuju
40% - 59,99%	Kurang Setuju
20% - 39,99%	Tidak Setuju
0 – 19,99%	Sangat Tidak Setuju

Rating scale digunakan sebagai skala acuan dari nilai jawaban. Dengan demikian dapat memudahkan untuk melakukan skala nilai dari hasil perhitungan. Berikut rekapitulasi kuisioner :

Tabel 9. Hasil rekapitulasi kuisioner

Responden	Pernyataan				
	1	2	3	4	5
1	SS	SS	SS	SS	SS
2	S	S	TS	TS	S
3	SS	SS	SS	SS	SS
4	SS	SS	S	S	S
5	S	S	S	SS	S
6	SS	SS	SS	SS	S
7	SS	S	S	SS	S
8	SS	SS	S	S	SS
9	SS	S	S	SS	S
10	SS	S	SS	SS	SS
11	SS	S	S	SS	S
12	S	SS	S	SS	S
13	SS	SS	S	SS	S
14	SS	SS	SS	SS	SS
15	SS	S	S	S	S
16	SS	S	SS	SS	S
17	S	S	S	S	SS
18	SS	SS	S	S	SS

19	SS	SS	S	SS	S
20	SS	S	S	S	SS
21	SS	SS	SS	SS	SS
22	SS	SS	S	SS	SS
23	SS	SS	S	SS	SS
24	SS	SS	S	SS	SS
25	S	S	S	SS	S
26	SS	SS	SS	SS	S
27	S	SS	SS	SS	S
28	SS	S	S	S	SS
29	S	S	SS	S	S
30	SS	SS	SS	S	SS

Tabel 10. Tabel Perhitungan

Rumus	Pernyataan				
	1	2	3	4	5
Total Jawaban Sangat Setuju x Nilai (4)	22	16	12	19	13
	88	64	48	76	52
Total Jawaban Sangat Setuju x Nilai (3)	8	14	18	11	17
	24	42	54	33	51
Total Jawaban Sangat Setuju x Nilai (2)	0	0	1	1	0
	0	0	2	2	0
Skor	112	106	104	111	103
Presentase	93,28%	88,24%	86,56%	92,44%	85,72%

Tabel 11. Rata-rata skor

Rumus	Skor	Presentase
Pernyataan 1	112	93,28%
Pernyataan 2	106	88,24%
Pernyataan 3	104	86,56%
Pernyataan 4	111	92,44%
Pernyataan 5	103	85,72%
Rata-rata	107,2	89,24%

KESIMPULAN

Dari uraian dan pembahasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Dengan adanya katalog yang dibuat, pelanggan dapat mengetahui produk yang dijual oleh Toko Djadjan Apel Malang.

Katalog ini juga dapat menjadi media informasi yang dapat dijangkau oleh pelanggan yang ingin mengetahui isi dari varian produk, tanpa harus membuka kemasan terlebih dahulu sehingga terjaga mutu dan kualitas produk.

Secara langsung membantu menaikkan produk UMKM yang ada disekitar kita. Sebagai portfolio, pengetahuan dan pengalaman yang di dapat selama membuat katalog foto Toko Djadjan Apel Malang.

Berdasarkan kuisioner secara keseluruhan menunjukkan hasil yang sangat baik. Maka dari itu pembuatan Katalog Foto Toko Djudjan Apel Malang ini dapat diterima oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Offset. (2011). Adobe Illustrator CS5 dan Adobe Photoshop CS5. Yogyakarta: Wahana Komputer.
- Anggraini, L., & Nathalia, K., (2016). Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Ambarsari, Riana. (2012). Buku Pintar Fotografi: *Food Photography For Everyone*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Arsyad, Azhar. (2013). Media Pembelajaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bull, Stephen. (2010). *Photography : Routledge Introductions To Media and Communication*. London: Routledge.
- Chalmers, Emily.(2011). *Modern Vintage Style*. New York: Ryland Peters & Small.
- Cholilawati. (2021). *Teori Warna – Penerapan Dalam Fashion*. Bandung: Panca Terra Firma.
- Darmono. (2007). *Perpustakaan Sekolah: Pendekatan Aspek Manajemen dan Tata Kerja*. Jakarta: Grasindo.
- Danarto, Sri. (2017). *Fotografi Bagi Pemula*. Yogyakarta: Shira Media.
- Dharmawan, Bagas. (2016). *Belajar Fotografi dengan Kamera DSLR*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Dharsito, Wahyu. (2015). *Dasar Fotografi Digital 2: Komposisi dan Ketajaman*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hakim, Rudi R. (2010). *Belajar Fotografi Dasar dengan Kamera Saku n' Ponsel*. Yogyakarta: Mediakom.
- Haka, MJ. (2006). *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Solo: CV. Haka MJ.
- Hendratman, Hendi. (2017). *Computer Graphic Design*. Bandung: Penerbit Informatika.
- Jalmur, Nizwardi. (2016). *Media dan Sumber Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Jasmadi. (2018). *Cara Praktis Bikin E-Catalog*. Semarang: CV. Oxy Consultant.
- Jauhari. (2020). *Manajemen Perpustakaan Sekolah*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Jubilee. (2018). *Photoshop, Lightroom, dan CorelDraw*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Jubilee. (2012). *Mastering Adobe Photoshop Lightroom*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kasali, Rhenald. (2003). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kusnadi. (2018). *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Maharsi, Indiria. (2013). *Tipografi (Tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti)*. Yogyakarta: CAPS.
- Nazir, Moh. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur, Miftachun. (2019). *Tutorial Instalasi Software*. [online].
- Riyanto, Yatim. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SC.
- Sihombing, Danton. (2015). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Sobur, Alex Drs. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Soekresno. (2001). *Manajemn Food and Beverage Service Hotel*. Jakarta: Gramedia.
- Sudarma, I Komang. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tinarbuko, Sumbo. (2015). *DeKaVe Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hasan, Lutfhi. (2014) "Vintage on Weekend". [online] Jakarta Vintage. <jakartavintage.co>.