

**PERANCANGAN GUIDEBOOK DESTINASI WISATA
KULINER MALAM DI KOTA BANDUNG**

Tugas Akhir

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana/Magister Teknik
Pada
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Arsitektur dan Desain
Institut Teknologi Nasional Bandung

Bandung, 14 Agustus 2023

Mengetahui / Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Aris Kurniawan
0424057001

Dosen Pembimbing II



Asep Ramdhan
0430048701

**Program Studi Desain Komunikasi Visual
Ketua,**



Aldrian Agusta
0416086901

PERANCANGAN GUIDEBOOK DESTINASI WISATA KULINER MALAM DI KOTA BANDUNG

ARIEL PRATAMA HAIZA SOBARI, ARIS KURNIAWAN S.Sn., M.Sn., ASEP RAMDHAN S.Ds., M.M.

Institut Teknologi Nasional Bandung
Email : arilpratama57@gmail.com

ABSTRAK

Kota Bandung sebagai kota yang terkenal dengan tempat pariwisatanya memiliki wisata kuliner yang populer, hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya kawasan street food dengan jenis makanan yang beragam dan menyajikan keunikan tersendiri. membuat wisatawan berdatangan baik domestik maupun mancanegara. Namun, dari banyaknya informasi yang tersebar mengenai destinasi kuliner ini, belum didukung oleh strategi informasi yang terangkum dalam satu media yang menarik dan informatif. Maka dari itu, perancangan media dengan sistem informasi yang lengkap sebagai petunjuk seperti guidebook dapat memberikan arahan dan pengetahuan untuk wisatawan yang datang dari luar kota Bandung. Metode pengambilan data dilakukan melalui wawancara dengan pedagang street food lokal dan survey melalui kuesioner yang disebarakan pada wisatawan lokal berusia 20-25 tahun. Kemudian data diolah menggunakan metode Lasswell Model dan Matriks SWOT sehingga didapatkan pemecahan masalah berupa perancangan media informasi berupa guidebook.

Kata kunci: Bandung, Kuliner, Street Food, Guide Book, Wisatawan

ABSTRACT

The city of Bandung as a city that is famous for its tourism places has popular culinary tourism, this is marked by the increasing number of street food areas with various types of food and serving its own uniqueness. to attract tourists, both domestic and foreign. However, from the amount of information that is spread about this culinary destination, it has not been supported by an information strategy that is summarized in an interesting and informative medium. Therefore, the design of media with a complete information system as a guide such as a guidebook can provide direction and knowledge for tourists who come from outside the city of Bandung. The data collection method was carried out through interviews with local street food vendors and surveys through questionnaires distributed to local tourists aged 20-25 years. Then the data is processed using the Lasswell Model and SWOT Matrix methods so that a solution to the problem is obtained in the form of information media design in the form of a guidebook.

Keywords: Bandung, Culinary, Street Food, Guidebook, Tourists

1. PENDAHULUAN

Pada masa pandemi Covid 19, industri pariwisata mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini mengakibatkan berbagai tempat pariwisata menjadi sepi pengunjung, dan setelah masa corona berakhir, mengakibatkan orang-orang menjadi takut untuk bepergian lagi, dan memilih untuk berada di rumah saja. (Kemenparekraf/Parekraf RI). Akibat terlalu lama di dalam rumah dapat merasakan sedih, bosan, gelisah, mudah tersinggung dan perasaan negatif lainnya. Kondisi ini rentan terjadi selama kebijakan stay at home yang ditetapkan oleh pemerintah dan WHO untuk memutus penyebaran virus corona. (Nareza). Seperti menonton film, mengobrol bersama keluarga atau bermain Video Game untuk menghilangkan rasa bosan berada di rumah terlalu lama.

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang sudah terkenal sebagai tempat pariwisata. Berbagai tempat wisata diantaranya, seperti ; museum, pemandangan alam, taman, tempat kuliner dan lain sebagainya. Hadirnya berbagai tempat pariwisata ini, menjadikan kota Bandung sebagai kota yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan, dan menyebabkan semakin bertambahnya lokasi tujuan, salah satunya wisata kuliner. Kota Bandung juga terkenal dengan wisata kuliner yang sangat beragam, baik dari jenis makanan maupun suasana lokasinya yang sudah legendaris.

Perkembangan wisata kuliner di kota Bandung sangat pesat, hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya kawasan street food di berbagai kawasan. Berbagai jenis makanan yang disajikan dengan cara yang khas menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini menjadi daya tarik wisatawan domestik dan mancanegara mengunjungi kota Bandung. Keberadaan objek wisata kuliner ini ditunjang oleh berbagai jenis makanan yang disajikan, mulai dari makanan tradisional, modern, kreasi dan berbagai masakan yang berasal dari mancanegara. Keunikan yang ditawarkan dalam kuliner malam di kota Bandung mempunyai berbagai macam makanan yang disajikan menambah daya tarik yang khas dari ibukota Parahyangan ini.

1.1 MANFAAT DAN TUJUAN

Tujuan dari penelitian ini untuk menggali informasi mengenai bagaimana perancangan guidebook ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan untuk wisatawan yang datang dari luar dan dalam kota Bandung, yang berisi informasi mengenai berbagai macam kuliner malam yang ada di kota Bandung, dan variasi visual ilustrasinya. Manfaat dari penulisan ini, yaitu untuk memberikan wawasan mengenai lokasi kuliner malam yang ada di kota Bandung dan berbagai macam pasar malam, street food dan kuliner malam yang di kota Bandung. Target luaran penelitian ini adalah buku guide book ilustrasi.

1.2 TUJUAN JANGKA PANJANG DAN PENDEK

Tujuan Jangka Pendek

Memberikan informasi serta menambah wawasan kepada calon pengunjung domestik dan mancanegara mengenai berbagai tempat kuliner malam dan keragamannya.

Tujuan Jangka Panjang

Sebagai bentuk kontribusi dalam memajukan pariwisata kuliner malam kota Bandung dan meningkatkan Pendapatan penjual makanan kuliner kota Bandung. Mempermudah akses Informasi secara visual mengenai berbagai tempat kuliner malam di kota Bandung kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

1.3 METODE PENELITIAN/PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan metode 5W1H sebagai metode utama penelitian. Dimulai dari tahap apa yang menyebabkan wisata kuliner malam banyak diminati. Kemudian ke tahap siapa yang sering mengunjungi wisata kuliner malam di Bandung. Berikutnya yaitu dimana saja tempat wisata kuliner malam di kota Bandung. Kemudian kapan wisata kuliner malam mulai banyak diminati wisatawan. Kemudian mengapa wisata kuliner malam banyak diminati dan yang terakhir bagaimana wisata kuliner malam mempengaruhi peningkatan wisata yang datang ke kota Bandung.

Setelah tahap memahami mengenai berbagai data yang berhasil dikumpulkan, tahap berikutnya adalah melakukan wawancara kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pendapat dari para wisatawan tersebut.

Berikutnya metode yang akan digunakan adalah Design Thinking. Tahap yang pertama yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan tahap Emphasize. Yaitu Pencarian data dengan melakukan studi lapangan ke tempat wisata kuliner malam, untuk mencari data yang diperlukan. Kemudian Define dengan menganalisis dan menentukan inti permasalahan yang telah diidentifikasi. Tahap berikutnya yaitu Ideate dengan mencari solusi dari masalah yang sudah ditemukan dalam tahap Define dan dilanjutkan dengan Prototyping dengan menggunakan buku guidebook yang menjadi target luaran penelitian yang akan dilakukan.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Kata "Pariwisata" berasal dari bahasa sansekerta dan terdiri dari dua kata, yakni "pari" yang bermakna berkali-kali dan "wisata" yang memiliki makna bepergian. Secara harfiah memiliki arti perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain. Turis merupakan pengunjung yang sedang mengunjungi tempat lain. Pada tahun 1963 Perserikatan Bangsa-Bangsa Konferensi Perjalanan dan Pariwisata Internasional sepakat untuk menggunakan kata "Visitors" atau "Pengunjung" untuk menggambarkan individu yang sedang mengunjungi tempat pariwisata atau negara lain selain penduduk asli setempat. Kemudian di tahun 1976, Institute of Tourism (sekarang menjadi Tourism Society) mengusulkan pariwisata adalah perpindahan sementara orang dalam jangka waktu pendek

ke tujuan diluar tempat mereka berada biasanya hidup dan bekerja (Holloway and Humphreys).

Tanpa adanya motivasi dari individu untuk travel, tidak akan ada industri pariwisata. Pemilihan destinasi oleh calon turis terkadang disamakan dengan perjalanan ke supermarket, dimana pembeli jalan dan harus memilih pilihan destinasi yang ada ratusan bahkan ribuan pilihan. Pilihan turis dapat ditunjukkan dari berbagai faktor seperti waktu, tanggung jawab keluarga, keuangan, edukasi dan kesehatan jasmani dan rohani. Motivasi pariwisata dipengaruhi oleh pengaruh psikologi dapat mempengaruhi pilihan destinasi pariwisata. Berbagai studi sudah mempelajari mengapa orang berpergian atau menjadi turis. Motivasi untuk berpariwisata berdasarkan perilaku manusia dan pengalaman yang didapatkan. Kabur dari kehidupan sehari-hari mungkin adalah motivasi yang paling sering dipilih. Semua individu pasti ingin memiliki pengalaman yang menyenangkan dan waktu yang menyenangkan kapan pun dimana pun. Dengan pariwisata juga dapat menurunkan stress dan bisa beristirahat dan kabur dari kehidupan yang stress. Keingintahuan dan budaya dari suatu tempat dapat ditemukan juga saat berpariwisata (Bhatia).

2.2 Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan tentang makanan sebagai subjek dan media dan menjadikan wisata kuliner sebagai tempat seseorang untuk mengeksplorasi berbagai macam makanan lokal maupun luar lokal dan merasakan makanan khas yang baru yang disajikan dari tempat wisata yang dikunjungi. Wisata kuliner juga tempat untuk menyajikan makanan sebagai tempat untuk berjualan sejarah dari makanan tempat itu berada. Lalu tentang seorang individu untuk merasa puas dan rasa ingin tahu dan wisata kuliner menjadi tempat seseorang merasakan pengalaman yang diberikan oleh makanan yang dijual sebagai wadah yang tidak biasa dan keluar dari rutinitas memakan makanan normal dan mencoba hal yang baru untuk memperhatikan perbedaan dan kekuatan makanan yang diwakili.

Semakin banyak pengunjung dari wisatawan yang berasal dari luar kota Bandung untuk berpergian mencari pengalaman wisata kuliner. Fungsi dari makanan ditempat wisata kuliner sebagai penambah pengalaman yang baru, berjalan-jalan ke destinasi yang baru dan memberikan kesempatan untuk belajar mengenai budaya dengan bertemu dengan pedagang lokal. Menganggap makanan sebagai sesuatu yang baru, berbeda, eksotis dan belum pernah dicobai sebelumnya untuk berpikir untuk menjelajahi suatu pengalaman makanan yang baru. Apa yang mungkin dimulai sebagai tempat wisata makanan dapat berubah dengan keakraban seseorang dengan mencoba makanan baru lalu setelah menemukan makanan yang dimakan menemukan rasanya enak baru kemudian dapat memakan makanan utuk sebagai kenikmatan.

2.3 Street Food

Menurut Food and Agriculture Organization (FAO,1995) "street food adalah makanan dan minuman siap saji yang disiapkan oleh pedagang atau pedagang asongan di jalanan dan

lainnya di tempat yang serupa". Street food mewakili bagian penting dari konsumsi di dalam perkotaan bagi orang berpendapatan rendah dan menengah. Makanan street food sering menjadi ciri khas suatu tempat dalam beberapa kasus, keragaman dari makanan yang dijual dan membuat suatu tempat dikenal dengan street foodnya. Menurut definisi Italian Association of Street food, street food merupakan budaya untuk dibawa kembali yang tidak dapat dipisahkan dari jalan atau pengalaman sosial tempat ia dilahirkan. Makanan jalanan bermaksud untuk jalan yang berbeda terkait dengan tujuan bersama menjadi alat sosialisasi dan sarana untuk berbisnis dan berkomunikasi.

Saat ini jalanan kaki lima lebih dari sekedar mode karena konsumen di jalan adalah bagian dari budaya generasi terakhir, kebutuhan antrian, mencari makanan yang lebih murah, dan pada saat yang sama fleksibel dan kemudian untuk menemukan rasa baru dan hubungan dengan tempat-tempat tersebut. menyadari cita rasa yang baru dan bersamaan dengan emosi menjadi turis, konsistensi rasa, lama dan baru dalam pengalaman bersantap untuk keingintahuan mereka yang mendekati makanan jalanan untuk mendapatkan pengalaman rasa yang baru.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

1. Studi Literatur

Studi literatur merupakan salah satu metode penelitian yang menggunakan buku, jurnal, artikel dan/atau media massa lainnya untuk dijadikan bahan referensi untuk penelitian yang sedang dilakukan.

2. Kuesioner Online

Kuesioner online akan dibagikan dengan tujuan untuk mencari tahu pendapat tentang desain karakter secara khusus kepada pekerja kreatif dan mahasiswa. Diharapkan dengan menggunakan kuesioner ini dapat memperlebar perspektif atas wawasan, pengalaman, dan tanggapan para responden tentang desain karakter.

3. Observasi

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan mengamati dengan datang ke tempat lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi di tempat kejadian. Observasi dilakukan di tempat-tempat di street food kuliner yang ada di kota Bandung.

3.2 Lasswell Model

Who :Turis domestik dan mancanegara.

Says What :Informasi mengenai keragaman kuliner malam yang disajikan di kota Bandung.

In Which Channel :Buku media cetak guidebook.

With What Effect :Think: Memberi informasi mengenai wisata kuliner malam yang ada di kota Bandung melalui media cetak guidebook dengan visual yang informatif dan menarik

Feel: Memberi informasi mengenai berbagai tempat, harga, lokasi dan suasana mengenai berbagai macam kuliner malam di kota Bandung.

Do: Dapat memahami banyaknya makanan yang ditawarkan dan spesialisasi kuliner malam di kota Bandung di berbagai tempat.

3.3 SWOT

Strength : Tersedia berbagai jenis pilihan tempat yang menyajikan beragam makanan yang enak dengan harga terjangkau.

Weakness : Penataan tempat dirasa kurang rapi, suasananya cenderung ramai, dan ketika menikmati makanan dirasa kurang nyaman.

Opportunities : Mengenalkan tempat-tempat street food dan memajukan wisata kuliner malam di kota Bandung.

Threats : Kebanyakan dari wisatawan tidak mengetahui dan memahami tujuan wisata kuliner dan informasi makanan apa saja yang disajikan.

S+O : Kota Bandung menjadi kota yang nyaman dan tentunya dapat memikat wisatawan kekayaan kulinernya.

3.4 Message Planning

Masalah Umum

Kota Bandung memiliki daya tarik wisata kuliner, yang terkait dengan 4 hal, yaitu memiliki keunikan, orisinalitas, otentisitas dan keragaman. Keunikan diartikan sebagai kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada suatu daya tarik wisata. Orisinalitas mencerminkan keaslian atau kemurnian dengan seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau mengadopsi nilai yang berbeda dengan nilai aslinya. Otentisitas mengacu kepada keaslian, berbeda dengan orisinalitas, otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat keindahan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata. Hal tersebut harus dirangkum dalam sebuah buku petunjuk atau informasi (guide book) mengenai berbagai tempat wisata kuliner malam dan beragam makanan yang disajikan.

Masalah DKV

Perancangan guidebook mengenai kuliner malam di kota Bandung belum pernah dibuat sebelumnya, dengan pengayaan visual berbagai jenis makanan, peta lokasi kuliner dan informasi mengenai keragaman kuliner malam di kota Bandung.

Kondisi Ideal

Pengunjung mendapatkan berbagai informasi mengenai berbagai tempat kuliner malam di kota Bandung.

Kondisi saat ini

Tidak banyak informasi mengenai budaya kuliner street food di kota Bandung ini, sehingga wisatawan masih banyak yang belum mengetahui informasi mengenai seperti apa keberadaan kuliner street food di Bandung.

Problem Statement

Kurangnya informasi kekayaan kuliner street food di kota Bandung merupakan satu kelemahan dalam meningkatkan pariwisata kota Bandung. Maka dengan demikian perlu dirancang sebuah buku informasi yang merangkum berbagai informasi tersebut. Peminat kuliner street food sangat banyak. Kuliner street food ini juga sudah menjadi ciri khas kota Bandung. Selain karena harganya yang terjangkau dan rasanya yang enak, kuliner street food ini banyak diminati karena jenis kulinernya yang variatif dan suasananya yang menarik,

yang membuat wisatawan kota Bandung memilih street food sebagai destinasi kulinernya jika datang ke kota Bandung.

General Message

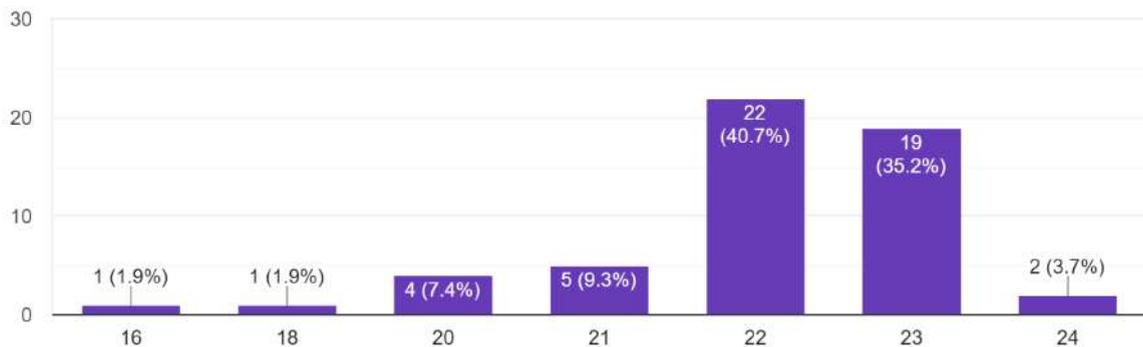
Sumber informasi mengenai tempat, harga dan lokasi mengenai kuliner malam di kota Bandung dapat mempermudah wisatawan dalam menambah pengetahuan mengenai kuliner malam. Guidebook merupakan media yang tepat untuk menginformasikan mengenai kekayaan kuliner street food kepada wisatawan dari luar dan dalam kota Bandung, karena pesan secara verbal dan visual dapat disampaikan dengan baik, informasi dari buku pun lebih dapat dipercaya karena berdasarkan hasil penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kuesioner Online

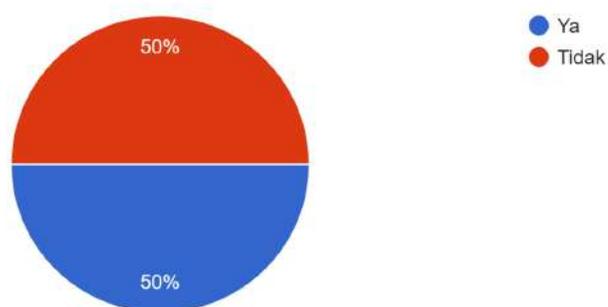
Umur (sebut angka saja. contoh : 18, 20, 21, 22)

54 responses



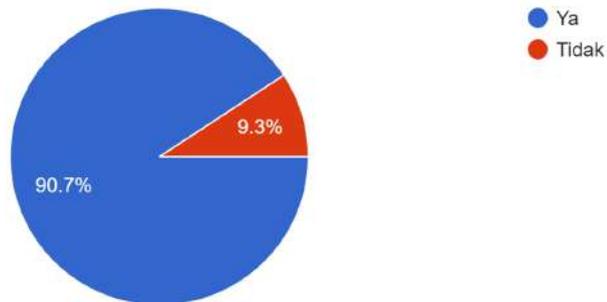
Apakah kamu sering berpariwisata?

54 responses



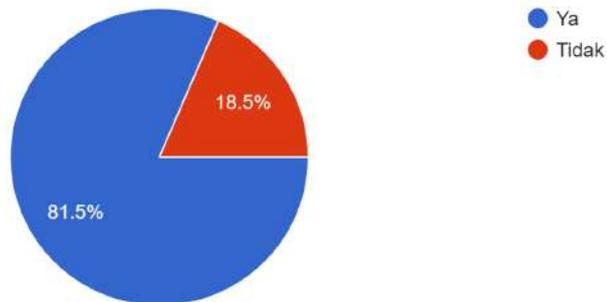
Apakah kuliner makanan menjadi salah satu yang kamu incar saat berpariwisata?

54 responses



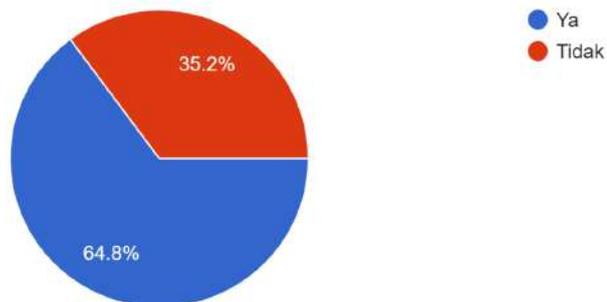
Apakah kamu sering membeli makanan di pinggir jalan?

54 responses



Apakah kamu sering makan di pinggir jalan street food?

54 responses



4.2 Studi Literatur

Kuliner Malam di Kota Bandung

Berdasarkan hasil studi literatur yang telah dicari melalui buku, jurnal dan media massa. Terdapat banyak sekali tempat kuliner malam di kota Bandung. Dari beberapa buku yang

penulis temukan banyak mengenai tempat makan di kota Bandung. tetapi, tidak ada yang membahas mengenai kuliner malam spesifik. Pembahasan mengenai kuliner malam di kota Bandung hanya dibahas melalui website dan video. Tidak ada yang membahas melalui buku cetak. Berikut beberapa tempat street food yang berada didalam buku cetak ini Soes Bandung, Pattaya juice, Ronde Alkateri, Du dimsum, Susu murni du, Es campur pa oyen, Mangkok Manis, Waroeng Soerabi, Gurita Stall DU, Roti cari rasa, Bola Ubi Gardujati, Swike Asli JTW, Tahu Gejrot Asia Afrika, Bacang Panas Braga, Souffle pancake DU, Korean street food DU, Pisang Goreng Putu Asia Afrika, Martabak Mertua, Ayam Manis Suniaratu, Iga, bakar si jangkung, Soto Bandung Pa Simon, Tongseng Pa Gino, Warung Nasi C'Mar, Sate, Maulana Yusuf, Sate Anggrek, Baso Tahu Tulen, Sate H.M Harris, Sop Kaki kambing 999, Bebeke Om Aris, Road Cafe, Krang Kring, Sate Padang Pa Datuk, Nasi Hainam Cibadak, Seblak Kawani, Batagor H.Darto, Roti Bakar DU, Gurita Stall DU, Nasi kuning Pungkur, Mih Kocok Mang Dadeng, Overgrill, Warung steak si mantan, District BBQ AND HOTPOT, Holland Bakery, Batagor Abuy, Bakso Enggal Malang, Mie Ayam Sari Jawa, Sambal Bakar Ciskul, Mie Tek Tek anglo, Sate Damri, Es cendol elizabeth, Bubur ayam pa Otong, Kupat tahu baraya, Sate Hadori, Perkedel Bondon.

What to say and How to say

"Gemerlap kuliner malam kota Bandung" adalah *what to say* yang digunakan, dari kata kunci peta lokasi, makanan, Bandung, spot, legenda, ilustrasi, gemerlap, kuliner, malam. Kemudian "memberikan informasi wisata kuliner malam di kota Bandung yang informatif dan visual makanan yang menarik" adalah *How to say* yang digunakan.

Target Audience

Target audience yang didapat berusia 20-23 tahun berdasarkan kuesioner online yang dibagikan kepada pekerjaan mahasiswa dan pekerja dan status sosial menengah keatas. Memiliki psikografis, mempunyai minat terhadap wisata kuliner dan minat terhadap media cetak fisik.

4.3 Hasil Perancangan

- a) untuk tipografi, jenis huruf yang digunakan berupa font tipografi yang berupa elegan dan simple.

Primary Font

Poppins

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z . , ? ! % & ()

Gambar 1. Poppins Font
(sumber: google font).

Body Text
Hina Mincho
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z . , ? ! % & ()

Gambar 2. Hina Mincho font
(sumber: google font).

- b) Logotype yang dipakai untuk menonjolkan bentuk khas kota Bandung dan memakai font artdeco yang melambangkan gedung-gedung tua yang ada di kota Bandung.

BANDUNG BITES
EXPLORING NIGHT
CULINARY

Gambar 3. Limelight & Righteous font
(sumber: google font).

- c) Layout Buku cetak guidebook ini dirancang dalam ukuran kertas A5 (14.8cm x 21.0cm). Menggunakan 2 (dua) jenis huruf, dengan 1 (satu) jenis huruf utama sebagai tema. Huruf untuk keterangan buku dan isi text menggunakan huruf serif (Hina Mincho Font) dan untuk nama tempat street food menggunakan huruf Sans Serif (Poppins font). Dan layout gambar menggunakan Axial Layout untuk menampilkan visual yang kuat dan menjadi fokus utama dan Hierarchical Grid untuk mensupport Axial Layout.



Gambar 8. Postcard
(sumber: Dokumen Pribadi)

Postcard yang dibuat terdapat 4 jenis. Postcard yang pertama menggambarkan suasana hitam putih lokasi di sudirman street food. Lalu postcard yang kedua menggambarkan berbagai jenis makanan ringan. Postcard yang ketiga menggambarkan berbagai macam makanan berat atau makanan utama dan postcard yang terakhir menggambarkan berbagai macam jenis makanan penutup.





Gambar 9. Stiker
(sumber: Dokumen Pribadi)

Lalu sebagai media pendukung lagi untuk stiker freebies yang akan dibagikan dengan visual makanan malam kota Bandung.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kota Bandung sebagai kota pelajar, kreatif dan industri, menjadi daya tarik penduduk dari berbagai daerah di wilayah Indonesia untuk berkunjung. Berbagai potensi yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan wisata kuliner yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kota Bandung. Wisata kuliner malam merupakan salah satunya, banyak jenis makanan di kota Bandung terdiri dari makanan tradisional sunda, nusantara, mancanegara dan kreasi gabungan kultur. Informasi mengenai wisata kuliner malam dikemas secara informatif dan menarik melalui buku cetak guide book yang memberikan kebaruan, yaitu makanan divisualisasikan secara ilustrasi gambar, yang biasanya berupa karya fotografi. Sangat disadari bahwa hasil dari perancangan ini jauh dari kata sempurna, saran dan kritik yang membangun akan sangat membantu untuk perbaikan maupun penelitian selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Bunda, Ayah (alm), Pak Aris Kurniawan, Pak Asep Ramdhan, Seluruh staf dosen Prodi DKV ITENAS yang telah mengajar saya dari maba, DKV angkatan 2018, Yemima, Ruu, Ashra, Dino, Noe, Restu, Kak Ikrar, Angkasa Putra Print, Banteng Print.

DAFTAR RUJUKAN

Bhatia, A.K. *International Tourist Management*. Sterling Publishers Private Limited, 2001.
Holloway, J.Christopher, and Claire Humphreys. *The Business of Tourism*. Sage, 2006.
Kemenparekraf/Baparekraf RI. "Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi." *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*,

- <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>. Accessed 19 Februari 2023.
- Nareza, dr. Meva. "Waspadai Cabin Fever Akibat Terlalu Lama Tinggal di Rumah." *ALODOKTER*, 2020, <https://www.alodokter.com/waspadai-cabin-fever-akibat-terlalu-lama-tinggal-di-rumah> . Accessed 19 2 2023.
- "Food Science and Human Wellness." *Risk factors in street food practices in developing countries: A review*, vol. 5, no. 3, 2016, pp. 141-148.
- Long, Lucy M. *Culinary Tourism*. 2013.
- Lues, Jan F. R. "Publication Cover International Journal of Environmental Health Research." *Assessing food safety and associated food handling practices in street food vending*, vol. 16, no. 5, 2006, pp. 319-328.
- Privitera, Donatella, and Francesco Saverio Nesci Saverio Nesci. *Globalization vs. local. The role of street food in the urban food system*, 2015, pp. 716-722.
- Sezgin, Aybuke Ceyhun, and Nevin Şanlıer. "Journal Of Human Science." *Street food consumption in terms of food safety and health*, vol. 13, no. 3, 2016.
- Syarifuddin, Didin, et al. *Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung*, vol. 1, no. 1, 2018, pp. 55-64.
- Sanaji, Miftah. *Wisata Kuliner Makanan Daerah Khas Bandung*. Bandung, Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- "35 Kuliner Malam di Bandung, Ada yang Legendaris." *Kompas.com*, 16 September 2022, <https://www.kompas.com/food/read/2022/09/16/150300675/35-kuliner-malam-di-Bandung-ada-yang-legendaris>. Accessed 3 August 2023.