

Perancangan Buku Panduan Kuliner “Ciak Seng!” Sebagai Media Komunikasi Visual Destinasi Wisata Kuliner Kota Pematangsiantar

Fenny Cendra*, Engelina, Shaid Muhammad Arviansyah, Elis Savitri
PUI-PT Digital Business and SMEs (FE), Universitas Prima Indonesia, Indonesia

Email: fennycendraa@gmail.com*, engellim4@gmail.com,
shaid_muhammad@unprimdn.ac.id, elissavitri@unprimdn.ac.id

Keywords:

visual identity, culinary guide, visual communication, culinary tourism, pematangsiantar

Abstract

Pematangsiantar City has a wealth of legendary culinary delights with strong historical and cultural values, but it has not been supported by a well-conceptualized and consistent visual guide media. This study aims to design a culinary guidebook "Ciak Seng!" as an informative, attractive, and easy-to-understand visual communication medium to introduce the culinary tourism potential of Pematangsiantar City. The study uses a Design Thinking approach through the stages of Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. Data collection was carried out through field observations of 20 selected legendary culinary delights, interviews with business owners and visitors, visual documentation, and literature studies. The prototype trial involved 30 respondents from the target audience (local and out-of-town tourists aged 18-40 years) using a Google Forms-based questionnaire. The design resulted in a guidebook with a consistent visual identity (logo, red-yellow-dark green-off white colors, Gotham typography, structured layout). The readability test results showed an average score of 4.5 out of 5, the user experience test 4.6 out of 5, and the visual communication effectiveness test 4.8 out of 5. The "Ciak Seng!" guidebook is effective as a visual communication medium for culinary tourism destinations in Pematangsiantar City. This research contributes to the development of visual identity-based culinary tourism promotion media and can be replicated for other cities with similar culinary potential.

kata kunci:

identitas visual; panduan kuliner; komunikasi visual; wisata kuliner; pematangsiantar.

Abstrak

Kota Pematangsiantar memiliki kekayaan kuliner legendaris dengan nilai sejarah dan budaya yang kuat, namun belum didukung oleh media panduan visual yang terkonsep secara matang dan konsisten. Penelitian ini bertujuan merancang buku panduan kuliner "Ciak Seng!" sebagai media komunikasi visual yang informatif, menarik, dan mudah dipahami untuk memperkenalkan potensi wisata kuliner Kota Pematangsiantar. Penelitian menggunakan pendekatan Design Thinking melalui tahap Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan pada 20 kuliner legendaris terpilih, wawancara dengan pelaku usaha dan pengunjung, dokumentasi visual, serta studi literatur. Uji coba prototype melibatkan 30 responden dari target audiens (wisatawan lokal dan luar kota usia 18-40 tahun) menggunakan kuesioner berbasis Google Forms. Perancangan menghasilkan buku panduan dengan identitas visual yang konsisten (logo, warna merah-kuning-hijau tua-off white, tipografi Gotham, tata letak terstruktur). Hasil uji keterbacaan (readability) menunjukkan skor rata-rata 4,5 dari 5, uji pengalaman pengguna (user experience) 4,6 dari 5, dan uji efektivitas komunikasi visual 4,8 dari 5. Buku panduan "Ciak Seng!" efektif sebagai media komunikasi visual destinasi wisata kuliner Kota Pematangsiantar. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan

PENDAHULUAN

Kuliner tidak hanya berkaitan dengan aktivitas konsumsi, tetapi juga berperan sebagai medium identitas budaya, pembelajaran, dan daya tarik destinasi wisata. Penelitian Chendraningrum & Suryana, (2025) menunjukkan bahwa kuliner yang berakar pada budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan daya tarik destinasi, sementara kajian (Recuero-Virto et al., 2024) menegaskan bahwa gastronomi lokal dapat memperkaya pengalaman pengunjung sekaligus memperkuat identitas regional suatu daerah. Dalam konteks Desain Komunikasi Visual, media visual berperan penting dalam mengubah informasi menjadi lebih jelas, menarik, dan mudah diterima audiens (Anton Martin et al., 2021; Balderas-Cejudo et al., 2022; Huete-Alcocer & Hernandez-Rojas, 2022; Lugosi et al., 2020; Türker & Süzer, 2022). Tinjauan sistematis (Mandagi et al., 2024) menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi dalam pembentukan identitas merek destinasi dan keterlibatan audiens, sedangkan (Kamandaru et al., 2025) menegaskan bahwa warna, tipografi, konsistensi visual, dan format konten memengaruhi keterlibatan serta efektivitas penyampaian pesan.

Kota Pematangsiantar memiliki posisi yang strategis dalam konteks pariwisata Sumatera Utara (Garibaldi et al., 2017; Ji et al., 2016; Okumus et al., 2007). Dalam dokumen RPJMD Kota Pematangsiantar Tahun 2025–2029 dijelaskan bahwa kota ini berada pada jalur utama yang menghubungkan Kota Medan dengan kawasan Danau Toba sehingga berpotensi menjadi kota singgah untuk transportasi, akomodasi, wisata kuliner, dan budaya (Pemerintah Kota Pematangsiantar, 2025). Selain itu, Pemerintah Kota Pematangsiantar juga telah memasukkan kategori objek wisata, kuliner, dan hotel dalam Buku Statistik Sektoral Kota Pematangsiantar Tahun 2024 (Chairunisa et al., 2025; Kalenjuk Pivarski et al., 2024; D. K. dan I. K. Pematangsiantar, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa kuliner merupakan bagian nyata dari ekosistem pariwisata kota dan memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai daya tarik destinasi (Pemerintah Kota Pematangsiantar, 2024). Di sisi lain, berdasarkan observasi awal penulis terhadap media informasi yang beredar, promosi kuliner Pematangsiantar masih banyak hadir dalam bentuk unggahan media sosial, artikel singkat, video pendek, dan rekomendasi lisan dari masyarakat (Kholik et al., 2024; Mothelsang & Myeong, 2024; Naderi et al., 2024). Media-media tersebut memang membantu mengenalkan beberapa tempat makan populer, tetapi umumnya belum menyajikan informasi secara terkurasi dan berkesinambungan (Adongo et al., 2015; Chang et al., 2010). Informasi penting seperti latar sejarah kuliner, identitas tempat, rekomendasi menu, kisaran harga, lokasi, jam operasional, dan karakter visual masing-masing destinasi sering tersebar di banyak kanal sehingga kurang efektif sebagai panduan bagi wisatawan (Ellis et al., 2018; P. K. Pematangsiantar, 2025; Poon, 2021; Thiessen et al., 2020).

Permasalahan tersebut memperlihatkan adanya urgensi perancangan media utama yang jelas, yakni buku panduan kuliner. Sampai tahap observasi awal ini, belum ditemukan media buku panduan yang secara khusus menghimpun kuliner legendaris Kota Pematangsiantar dalam satu media visual yang terstruktur, konsisten, dan memiliki identitas yang kuat. Padahal, kuliner legendaris tidak cukup hanya dipromosikan sebagai daftar tempat makan, melainkan juga perlu dipresentasikan sebagai bagian dari narasi kota, warisan rasa, dan pengalaman budaya yang layak didokumentasikan secara visual.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada observasi awal bahwa promosi kuliner Pematangsiantar masih banyak hadir dalam bentuk unggahan media sosial, artikel singkat,

video pendek, dan rekomendasi lisan dari masyarakat. Media-media tersebut memang membantu mengenalkan beberapa tempat makan populer, tetapi umumnya belum menyajikan informasi secara terkurasi dan berkesinambungan. Informasi penting seperti latar sejarah kuliner, identitas tempat, rekomendasi menu, kisaran harga, lokasi, jam operasional, dan karakter visual masing-masing destinasi sering tersebar di banyak kanal sehingga kurang efektif sebagai panduan bagi wisatawan. Sampai tahap observasi awal ini, belum ditemukan media buku panduan yang secara khusus menghimpun kuliner legendaris Kota Pematangsiantar dalam satu media visual yang terstruktur, konsisten, dan memiliki identitas yang kuat. Padahal, kuliner legendaris tidak cukup hanya dipromosikan sebagai daftar tempat makan, melainkan juga perlu dipresentasikan sebagai bagian dari narasi kota, warisan rasa, dan pengalaman budaya yang layak didokumentasikan secara visual.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada: pertama, pengembangan identitas visual spesifik untuk konteks kuliner legendaris Pematangsiantar yang mengintegrasikan elemen budaya lokal Simalungun dan Mandailing ke dalam tipografi, warna, dan elemen grafis. Kedua, penerapan pendekatan *Design Thinking* secara utuh dalam perancangan buku panduan kuliner, yang memungkinkan keterlibatan audiens dalam proses uji coba sehingga hasil akhir benar-benar sesuai kebutuhan pengguna. Ketiga, penggunaan tiga instrumen pengukuran sekaligus (uji *readability*, uji *UX*, dan uji efektivitas komunikasi visual) untuk mengevaluasi kualitas buku panduan, yang belum pernah dilakukan pada penelitian sejenis. Keempat, fokus pada kuliner legendaris (bukan kuliner kekinian atau *trending*) yang memiliki nilai sejarah dan budaya, sehingga buku ini juga berfungsi sebagai media dokumentasi warisan budaya takbenda.

Berdasarkan kondisi tersebut, Penelitian ini diarahkan pada perancangan buku panduan kuliner “Ciak Seng!” sebagai media komunikasi visual destinasi wisata kuliner Kota Pematangsiantar. Buku panduan diposisikan sebagai media utama, sedangkan identitas visual berfungsi sebagai sistem pendukung agar isi buku tampil konsisten, mudah dikenali, dan memiliki karakter yang sesuai dengan citra kuliner legendaris Pematangsiantar. Perancangan ini diharapkan dapat menghadirkan media referensi yang informatif, menarik, dan relevan bagi wisatawan maupun masyarakat, sekaligus mendukung upaya pelestarian dan penguatan citra wisata kuliner kota.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: 1) Bagaimana merancang buku panduan kuliner yang informatif, terstruktur, dan mudah digunakan untuk memperkenalkan kuliner legendaris Kota Pematangsiantar kepada wisatawan dan masyarakat? 2) Bagaimana mengemas informasi kuliner legendaris Pematangsiantar ke dalam bentuk visual yang menarik sehingga tidak hanya memberi informasi, tetapi juga membangun minat kunjungan? 3) Bagaimana menerapkan sistem identitas visual pendukung secara konsisten pada buku panduan “Ciak Seng!” agar media memiliki karakter yang kuat, mudah dikenali, dan sesuai dengan citra kuliner legendaris Pematangsiantar?

Adapun beberapa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Merancang buku panduan kuliner “Ciak Seng!” sebagai media utama yang mampu menyajikan informasi kuliner legendaris Kota Pematangsiantar secara informatif, terstruktur, dan mudah dipahami. 2) Merancang penyajian visual yang menarik melalui pengolahan fotografi, tata letak, tipografi, ilustrasi, dan hierarki informasi agar buku dapat meningkatkan minat pembaca untuk mengenal serta mengunjungi kuliner legendaris Pematangsiantar. 3) Mengemas konten kuliner secara menarik dan persuasif dengan pendekatan komunikasi visual agar dapat meningkatkan minat pembaca/wisatawan untuk mengenal dan mengunjungi kuliner legendaris Kota

Pematangsiantar. 4) Merancang sistem identitas visual pendukung yang konsisten untuk memperkuat karakter buku panduan “Ciak Seng!” sebagai media komunikasi visual destinasi wisata kuliner Kota Pematangsiantar.

METODE PENELITIAN

Metode Perancangan

Metode yang digunakan dalam Penelitian ini adalah Design Thinking karena mampu mengarahkan proses perancangan secara bertahap dari memahami kebutuhan audiens hingga menghasilkan solusi visual yang relevan. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur ditempatkan pada tahap Empathize dan Define agar hasilnya dapat langsung digunakan untuk merumuskan masalah, menentukan kriteria desain, dan menyusun konsep media secara terintegrasi.

Pengumpulan Data

Metode ini digunakan untuk mendapat informasi yang relevan sebagai dasar dalam perancangan Identitas Visual dan Panduan Kuliner “Ciak Seng!” sebagai strategi komunikasi visual destinasi Kota Pematangsiantar.

Observasi

Observasi dilakukan dengan mengunjungi langsung beberapa lokasi kuliner legendaris di Kota Pematangsiantar untuk melihat kondisi tempat, suasana, karakter visual, pola pelayanan, serta potensi yang dapat diterjemahkan ke dalam media panduan.

Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pelaku usaha, pengunjung, atau pihak terkait untuk menggali cerita, sejarah singkat, keunggulan menu, serta pandangan mereka terhadap kebutuhan media informasi kuliner.

Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan melalui pengambilan foto, pencatatan lapangan, pengumpulan materi visual, dan pengarsipan data pendukung yang diperlukan untuk membangun autentisitas isi buku.

Tahap Perancangan (Desain Thinking)

Tahap perancangan penelitian ini menggunakan pendekatan Design Thinking sebagai kerangka utama proses kreatif.

Empathize

Pada tahap ini penulis memahami persoalan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Fokus utamanya adalah memetakan potensi kuliner legendaris Pematangsiantar, kebutuhan informasi audiens, serta bentuk media yang selama ini digunakan.

Define

Data yang terkumpul kemudian disintesis untuk merumuskan masalah inti. Hasil tahap ini adalah penegasan bahwa masalah utama bukan sekadar kurangnya promosi, tetapi belum adanya buku panduan kuliner yang terkurasi, informatif, dan memiliki sistem visual yang konsisten.

Ideate

Tahap ini digunakan untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi desain melalui brainstorming, penyusunan kata kunci, moodboard, penentuan tone visual, alternatif struktur isi, serta ide pengembangan identitas visual pendukung.

Prototype

Pada tahap prototype, gagasan yang telah dipilih diwujudkan ke dalam bentuk visual awal seperti alternatif logo pendukung, sistem warna, tipografi, grid layout, desain sampul, ikon informasi, dan contoh halaman isi buku.

Test

Prototype yang telah dibuat diuji melalui masukan dari dosen pembimbing, dosen pengulas, dan calon audiens. Hasil umpan balik digunakan untuk memperbaiki aspek keterbacaan, kejelasan informasi, konsistensi visual, dan kekuatan karakter media.

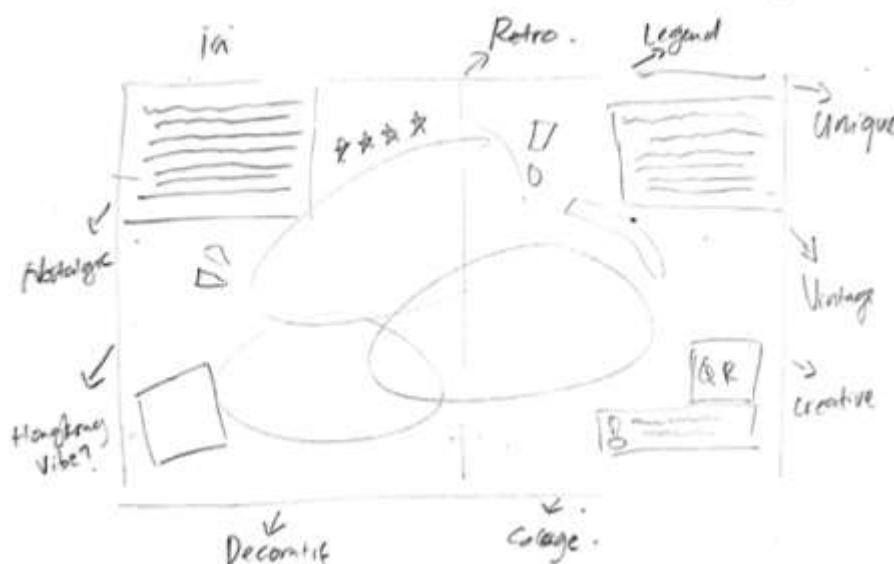
Konsep Perancangan (The Big Idea)

Konsep besar perancangan “Ciak Seng!” adalah menghadirkan pengalaman membaca yang terasa seperti menjelajahi kuliner legendaris Kota Pematangsiantar secara langsung—hangat, autentik, akrab, dan informatif. Buku ini tidak hanya berfungsi sebagai daftar tempat makan, tetapi juga sebagai media yang menghubungkan rasa, cerita, suasana, dan identitas kota melalui perpaduan visual bernuansa tradisional dan segar, didukung warna yang menggugah selera, fotografi detail makanan, tipografi yang berkarakter, serta tata letak yang memudahkan navigasi informasi.

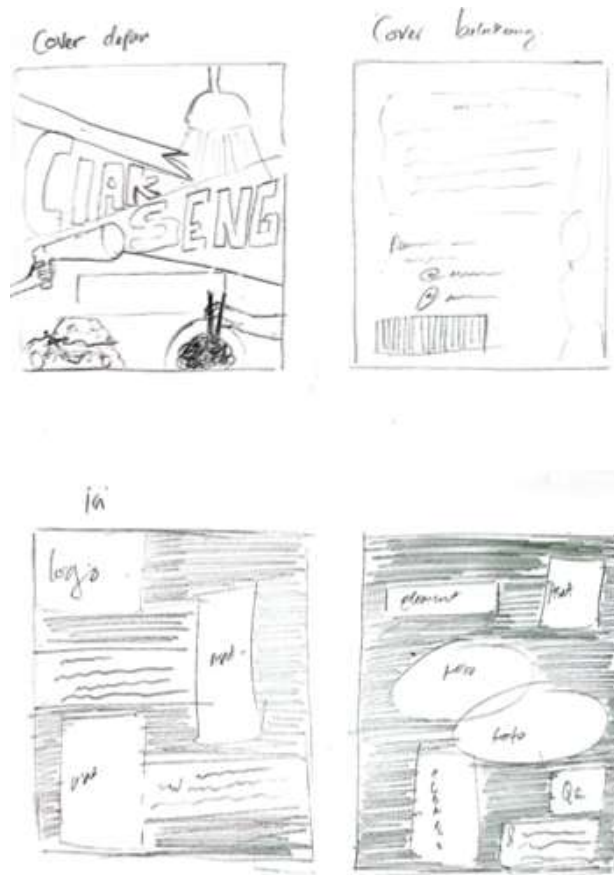
HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Kreatif (Sketsa dan Rough Layout)

Proses perancangan dimulai dengan eksplorasi gagasan melalui brainstorming dan mind mapping untuk mencari berbagai kemungkinan pendekatan visual yang sesuai dengan konsep. Setelah itu, ide-ide yang telah terkumpul mulai dituangkan ke dalam bentuk sketsa atau rough layout sebagai gambaran awal desain. Beberapa alternatif sketsa dibuat untuk menunjukkan proses pencarian dan pengembangan ide sebelum akhirnya dipilih satu rancangan yang paling sesuai sebagai dasar pengembangan desain akhir.



Gambar 1 Mind Map



Gambar 2 Sketsa Kasar Layout

Studi Teknis

Studi teknis pada perancangan ini mencakup pemilihan tipografi, warna, dan tata letak. Tipografi menggunakan font Gotham karena ingin memberikan kesan modern yang bersih namun tetap memiliki karakter kuat dan tegas, sesuai dengan citra kuliner Pematang Siantar yang legendaris namun tetap relevan bagi target audiens masa kini. Karakter geometris Gotham memberikan tingkat keterbacaan (readability) yang tinggi, baik pada judul besar yang bersifat mengundang maupun pada teks deskripsi yang lebih detail, sehingga pesan mengenai kekayaan rasa dan sejarah kuliner dapat tersampaikan secara profesional kepada wisatawan maupun masyarakat lokal.

Gotham
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!@#?%&

Gambar 3 Gotham Font

Selain itu, dijabarkan pula sistem warna yang diterapkan beserta standar kode warnanya, yaitu penggunaan warna merah dan kuning yang energik berfungsi untuk menarik perhatian pada elemen penting seperti nama menu dan lokasi, sementara warna hijau tua

memberikan kesan stabilitas dan latar belakang yang tenang, serta warna off-white sebagai dasar tekstur kertas sobek guna menjaga kenyamanan mata pembaca dan memberikan nuansa nostalgia yang hangat.



Gambar 4 Colour Palette

Visualisasi Karya Utama (Final Artwork)

Bagian ini menyajikan tampilan final dari karya yang telah dikembangkan selama proses perancangan. Hasil yang ditampilkan merupakan bentuk nyata dari konsep yang sebelumnya telah dirumuskan, baik dalam bentuk panduan kuliner, sistem identitas visual lengkap, maupun elemen visual pendukung lainnya. Visualisasi karya ditampilkan secara menyeluruh agar pembaca dapat melihat bagaimana konsep diterapkan secara konkret ke dalam desain.



Gambar 5 Final Artwork

Visualisasi Media Pendukung

Visualisasi media pendukung menampilkan penerapan desain pada berbagai bentuk turunan dalam ranah media cetak, seperti perlengkapan identitas, materi promosi cetak, maupun kebutuhan publikasi lainnya. Media pendukung ini dirancang untuk menjaga konsistensi tampilan sekaligus memperluas jangkauan komunikasi dari karya utama. Kehadirannya berfungsi memperkuat karakter dan identitas visual yang telah dibangun, sehingga pesan yang disampaikan tetap selaras dan mudah dikenali dalam setiap penerapannya.



Gambar 6 Visualisasi Media Pendukung

Implementasi dan Mockup

Tahap implementasi atau penyajian mockup memperlihatkan bagaimana desain diterapkan dalam situasi yang mendekati kondisi sebenarnya, baik dalam bentuk simulasi cetak maupun tampilan digital. Bagian ini dibuat untuk memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai cara desain digunakan dan bagaimana tampilannya ketika berada dalam konteks penggunaannya. Melalui visualisasi tersebut, pembaca dapat melihat bagaimana karya berinteraksi dengan lingkungan sekitar serta bagaimana potensinya dalam menarik perhatian dan menjangkau target audiens yang dituju.



Gambar 7 Mockup Buku Cetak

Hasil Pengujian Readability

Dengan menggunakan metodologi Uji Keterbacaan (Readability Testing), pengujian keterbacaan bertujuan untuk mengukur sejauh mana teks dalam buku panduan kuliner ini mudah dibaca, dipahami, dan nyaman bagi audiens. Dalam uji ini, dilakukan pengujian dengan melibatkan audiens dari target pengguna yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu wisatawan lokal dan luar kota berusia 18 hingga 40 tahun.

Untuk pengujian ini, kami menggunakan kuesioner berbasis Google Forms, yang berisi pertanyaan dengan skala 1-5 (Linear scale). Audiens diminta untuk memberikan masukan mengenai kenyamanan membaca, kejelasan tipografi, ukuran huruf, dan pembagian paragraf dalam buku panduan.

Tabel Skala Readability:

- Skala: 1 (Sangat Sulit) hingga 5 (Sangat Mudah)

Hasil Pengujian Readability:

Tabel 1 Hasil Readability

Pertanyaan	Rata-rata Skor
Seberapa mudah teks pada buku ini dibaca?	4.5
Apakah ukuran huruf dan jarak antar paragraf nyaman?	4.2
Apakah tipografi yang digunakan mudah dibaca?	4.8
Apakah teks tidak terlalu padat dan memiliki ruang cukup?	4.3

Analisis:

Hasil pengujian menunjukkan bahwa audiens merasa nyaman membaca buku ini dengan skor rata-rata yang cukup tinggi. Tipografi yang digunakan (Gotham) mendapatkan skor tertinggi, menunjukkan bahwa tipografi ini dianggap mudah dibaca dan nyaman di mata. Skor rendah sedikit pada pertanyaan mengenai “ukuran huruf dan jarak antar paragraf” menunjukkan bahwa ada ruang untuk sedikit perbaikan, meskipun secara keseluruhan buku ini sudah cukup baik.

Hasil Evaluasi UX (User Experience)

Pengujian pengalaman pengguna bertujuan untuk menilai sejauh mana audiens dapat menavigasi dan memahami konten dalam buku panduan kuliner ini dengan mudah. Kuesioner yang digunakan berfokus pada navigasi, kejelasan informasi, dan kenyamanan desain halaman buku.

Evaluasi UX dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbasis Google Forms yang mencakup pertanyaan mengenai navigasi, kejelasan informasi, dan kesan keseluruhan dari desain buku. Audiens diminta untuk memberikan feedback mengenai aspek-aspek desain seperti struktur informasi, penggunaan foto, tipografi, dan elemen visual lainnya.

Tabel Skala UX:

- Skala: 1 (Sangat Tidak Memadai) hingga 5 (Sangat Memadai)

Hasil Pengujian UX:

Tabel 2 Hasil Pengujian UX

Pertanyaan	Rata-rata Skor
Apakah informasi dalam buku mudah ditemukan?	4.7
Sejauh mana struktur buku memudahkan Anda memahami informasi?	4.6
Seberapa mudah Anda dapat menemukan informasi kuliner?	4.5
Apakah desain halaman buku memudahkan Anda membaca?	4.8
Apakah ilustrasi dan foto mendukung pemahaman?	4.6

Analisis:

Secara keseluruhan, hasil pengujian UX menunjukkan bahwa desain buku ini efektif dalam memudahkan audiens untuk menemukan informasi. Audiens merasa nyaman dalam menavigasi konten buku, dengan skor tertinggi pada pertanyaan tentang desain halaman yang memudahkan pembaca untuk memahami informasi.

Data Efektivitas Komunikasi Visual

Pengujian efektivitas komunikasi visual bertujuan untuk mengukur seberapa baik desain buku ini berhasil menyampaikan pesan visual dan mempengaruhi minat audiens untuk mengunjungi kuliner yang dipromosikan. Kuesioner yang digunakan mengukur daya tarik visual, kejelasan pesan, dan tingkat persuasif dari desain buku.

Metode Pengujian:

Audiens diminta untuk menilai apakah desain buku ini dapat menarik perhatian mereka, apakah desain visual membantu pemahaman mereka tentang kuliner, dan apakah buku ini meningkatkan minat mereka untuk berkunjung ke destinasi kuliner yang disajikan.

Tabel Skala Efektivitas:

- Skala: 1 (Tidak Efektif) hingga 5 (Sangat Efektif)

Hasil Pengujian Efektivitas Komunikasi Visual:

Tabel 3 Hasil Pengujian Efektifitas Komunikasi Visual

Pertanyaan	Rata-rata Skor
Sejauh mana desain visual buku ini menarik perhatian Anda?	4.8
Apakah warna dan tipografi yang digunakan mengundang minat Anda untuk membaca lebih lanjut?	4.7
Apakah desain buku ini membantu Anda memahami informasi kuliner?	4.9
Apakah gambar, foto, dan ilustrasi memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kuliner?	4.8

Analisis:

Hasil pengujian menunjukkan bahwa desain buku ini sangat efektif dalam menarik perhatian audiens dan menyampaikan informasi mengenai kuliner Pematangsiantar. Gambar dan ilustrasi sangat mendukung pemahaman audiens tentang tempat makan yang dipromosikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa identitas visual dan media panduan kuliner “Ciak Seng!” mampu menjadi strategi komunikasi visual yang efektif dalam memperkuat citra wisata kuliner Kota Pematangsiantar. Perancangan ini menghadirkan elemen visual yang konsisten melalui logo, warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak yang merepresentasikan karakter kuliner khas daerah. Selain berfungsi sebagai identitas, media panduan yang dirancang juga mempermudah wisatawan maupun masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai kuliner legendaris Kota Pematangsiantar. Dengan demikian, perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata kuliner sekaligus memperkenalkan kekayaan budaya lokal kepada khalayak yang lebih luas.

REFERENSI

- Adongo, C. A., Anuga, S. W., & Dayour, F. (2015). Will they tell others to taste? International tourists' experience of Ghanaian cuisines. *Tourism Management Perspectives*, *15*, 57–64. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.009>
- Anton Martin, C., Camarero Izquierdo, C., & Laguna-Garcia, M. (2021). Culinary tourism experiences: The effect of iconic food on tourist intentions. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *25*, 100405. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100405>
- Balderas-Cejudo, A., Alava, J. I., & Zurbitu-Aldama, I. (2022). Discovering silver market segments in cooking courses: The case of Basque Culinary Center. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *28*, 100496. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100496>
- Chairunisa, D. S., Detmuliati, A., Setiawan, H., Pebrianti, Y., Sakti, I. P., Nabila, N. A. N., & Iswan, S. M. P. (2025). Pengembangan buku kuliner khas Banyuasin sebagai sumber referensi wisata kuliner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *3*(6), 2881–2888.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, *37*(4), 989–1011. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.03.007>
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, *68*, 250–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Garibaldi, R., Stone, M. J., Wolf, E., & Mapelli, A. (2017). Food tourism: An analysis of the literature. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *9*, 56–64. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2017.04.002>
- Huete-Alcocer, N., & Hernandez-Rojas, R. D. (2022). Does local cuisine influence the image of a World Heritage destination and subsequent loyalty to that destination? *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *27*, 100470. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100470>
- Ji, M., Wong, I. A., Eves, A., & Scarles, C. (2016). Food-related personality traits and the moderating role of novelty-seeking in food satisfaction and travel outcomes. *Tourism Management*, *57*, 387–396. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.003>
- Kalenjuk Pivarski, B., Paunić, M., Šarenac, N., Šmugović, S., Mlinarević, P., Ivanović, V., Marjanović, J., Pavlović, S., Tekić, D., Đerčan, B., Tešanović, D., & Gagić Jaraković, S. (2024). The influence of gastronomic identity factors on food tourism development in the Republic of Serbia and Bosnia and Herzegovina. *Frontiers in Nutrition*, *10*, 1335943. <https://doi.org/10.3389/fnut.2023.1335943>
- Kholik, A., Soegiarto, A., & Sari, W. P. (2024). Efektivitas komunikasi visual melalui prinsip-prinsip user experience design (UXD) pada website virtual event Festival Sains dan Budaya. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, *4*(2), 1–17. <https://doi.org/10.55606/juisik.v4i2.1504>
- Lugosi, P., Robinson, R. N. S., Walters, G., & Donaghy, S. (2020). Managing experience co-creation practices: Direct and indirect inducement in pop-up food tourism events. *Tourism Management Perspectives*, *36*, 100702. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100702>
- Mothelsang, K., & Myeong, G. E. (2024). Modern typography trends and user preferences: A case study on Indian e-commerce platforms. *International Journal of Graphic Design*, *2*(2), 248–263. <https://doi.org/10.51903/ijgd.v2i2.2147>
- Naderi, N., Naderi, N., Boo, H. C., Lee, K.-H., & Chen, P.-J. (2024). Editorial: Food tourism: culture, technology, and sustainability. *Frontiers in Nutrition*, *11*, 1390676. <https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1390676>
- Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey.

- Tourism Management*, 28(1), 253–261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.020>
- Pematangsiantar, D. K. dan I. K. (2024). *Buku statistik sektoral Kota Pematangsiantar tahun 2024*. Pemerintah Kota Pematangsiantar. https://diskominfo.pematangsiantar.go.id/download/file/Buku_statistik_sektoral_24_-_new_cetak.pdf
- Pematangsiantar, P. K. (2025). *Peraturan Daerah Kota Pematangsiantar Nomor 2 Tahun 2025 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2025–2029*. JDIH Pemerintah Kota Pematangsiantar. <https://jdih.pematangsiantar.go.id/common/dokumen/2025LD12272.pdf>
- Poon, S. T. F. (2021). Typography design's new trajectory towards visual literacy for digital mediums. *Studies in Media and Communication*, 9(1), 9–19. <https://doi.org/10.11114/smc.v9i1.5071>
- Thiessen, M., Beier, S., & Keage, H. (2020). A review of the cognitive effects of disfluent typography on functional reading. *The Design Journal*, 23(5), 797–815. <https://doi.org/10.1080/14606925.2020.1810434>
- Türker, N., & Süzer, Ö. (2022). Tourists' food and beverage consumption trends in the context of culinary movements: The case of Safranbolu. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100463. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100463>