

## TEKNIK FUSION FOOD PADA PENGEMBANGAN MAKANAN TRADISIONAL BUBUR BASSANG SEBAGAI INOVASI PROMOSI KULINER KEKINIAN MELALUI MEDIA SOSIAL

St. Hadijah<sup>1</sup>. Politeknik Bosowa  
Riska Veronika<sup>2</sup>. Politeknik Bosowa

---

### Abstrak

Pelestarian makanan tradisional di kalangan remaja diperlukan untuk membuat mereka tidak hanya menyukai produk dari negara lain tetapi juga dari daerahnya sendiri. Tujuan penelitian adalah untuk melestarikan dan memperkenalkan makanan tradisional khas Sulawesi Selatan secara luas. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Pada penelitian ini dilakukan modifikasi bubur bassang menggunakan teknik *fusion food* dan promosi menggunakan media sosial Instagram. Pembuatan bubur bassang menggunakan resep yang dimodifikasi pada kuah dan topping bubur. Promosi media sosial menggunakan Instagram dilakukan dengan mengembangkan *framework 7C*. Berdasarkan hasil studi literatur dan pembuatan produk, bubur bassang dapat dimodifikasi menggunakan teknik *fusion food*. Teknik ini juga sekaligus menjadi keunikan dari bubur bassang sehingga menjadi unik dan menarik untuk dipromosikan melalui media sosial Instagram.

Kata kunci: *fusion\_food*, instagram, kuliner tradisional, kuliner kekinian

### Abstract

*Preservation of traditional food among adolescents is needed to make them not only like products from other countries but also from their own regions. The aim of this research is to preserve and introduce the traditional foods of South Sulawesi widely. This research method using descriptive method. In this study, bassang porridge was modified using fusion food techniques and promotion using Instagram social media. The making of bassang porridge uses a modified recipe for the sauce and topping of the porridge. Social media promotion using Instagram is done by developing the 7C framework. Based on the results of literature studies and modification product experiments, bassang porridge can be modified using the fusion food technique. This technique make bassang porridge become unique and interesting so that it can be promoted through Instagram social media.*

*Keywords: fusion food, Instagram, traditional culinary, modern culinary*

---

<sup>2</sup> [riska@politeknikbosowa.ac.id](mailto:riska@politeknikbosowa.ac.id)

## PENDAHULUAN

Sulawesi Selatan dikenal sebagai penghasil tanaman serealia, di mana jagung adalah salah satu komoditas unggulannya, jenis jagung lokal terbaik dari Sulawesi Selatan adalah jagung pulut (Juhaeti et al., 2013). Salah satunya menjadi komoditas unggulan di Kabupaten Maros, Menurut (Amin, 2013) Kabupaten Maros menjadi kabupaten lain yang menghasilkan jagung pulut selain Kabupaten Takalar dan Barru. Jagung pulut merupakan jenis jagung yang memiliki kadar amilopektin yang tinggi yakni sekitar 90%. Hasil panen tanaman jagung pulut lokal berkisar 1,5 hingga 2 ton per hektar (Aminah et al., 2020). Jagung pulut tidak hanya menjadi komoditas yang memiliki nilai ekonomi tapi juga memiliki potensi yang bisa dikembangkan untuk mendukung program diversifikasi pangan masyarakat (Fitriyah, 2018). Beberapa daerah di Indonesia menggunakan jagung pulut sebagai jagung rebus dan jagung bakar karena rasanya enak dan pulen. Jagung pulut juga digunakan dalam pembuatan kue, khususnya di Sulawesi Selatan, jagung pulut digunakan dalam pembuatan bubur bassang (Tengah et al., 2017)

Bassang merupakan salah satu makanan tradisional khas Sulawesi Selatan khususnya untuk suku bugis yang terbuat dari jagung pulut. Dahulu, bubur bassang menjadi salah satu makanan khusus yang dimakan seperti halnya nasi sebagai makanan pokok sehari-hari. Namun, saat ini bubur bassang sudah sulit ditemukan karena semakin banyak ragam dan daya tarik dari inovasi makanan modern yang masuk ke Makassar secara khusus. (Serelia, n.d.) Meski demikian, masih ada upaya untuk melestarikan salah satu jenis makanan tradisional ini yaitu dengan membuat bassang instan.

Meski begitu, pada umumnya mayoritas masyarakat Indonesia kurang menyukai rasa yang dimiliki oleh makanan tradisional itu sendiri. Tidak sedikit masyarakat Indonesia yang tidak mengetahui berbagai macam makanan tradisional yang ada (Fathurrahman et al., 2019). Karena itu, modifikasi cita rasa perlu dilakukan. Salah satu bentuk modifikasi yang kini sering digunakan adalah *fusion food*.

*Fusion food* merupakan Teknik kombinasi yang diperkenalkan oleh Wolfgang pada tahun 1980 an yang kemudian berkembang fungsinya hingga memiliki beberapa pengertian berdasarkan fungsi dan tekniknya. Salah satunya fungsi *fusion food* adalah sebagai strategi pemasaran dan

pengenalan jenis makanan baru secara halus melalui Teknik tertentu sehingga diharapkan dapat diterima oleh masyarakat. (Lestari & Komariah M.Pd, 2014) Perkembangan kuliner kekinian termasuk berkembang secara pesat di Kota Makassar, karena itu berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, ide mengenai *fusion food* bubur bassang yang dibuat dengan menggunakan Teknik *plating* dengan mengkombinasikan bubur bassang dan es krim diharapkan dapat menjadi salah satu usaha bisnis baru yang dapat diterima oleh masyarakat. Secara garis besar, konsep yang memadukan unsur tradisional dan modern ini dapat menjadi hal baru yang dapat menarik perhatian kalangan muda di Makassar.

Era digital sekarang ini mendukung tumbuh dan berkembangnya komunikasi tanpa batas. Perkembangan promosi kuliner pun tidak terbatas hanya dalam bentuk *offline* dengan teknik konvensional. Perkembangan melalui promosi *online* dengan memanfaatkan media sosial dianggap lebih efisien karena dapat dilakukan di mana saja tanpa terbatas ruang dan waktu, promosi dapat dilakukan dalam bentuk demonstrasi atau penjelasan mengenai kuliner maupun keunikannya hingga menjangkau lebih banyak orang. (Sukri & Arisandi, 2017)

Pada akhirnya, pengembangan makanan tradisional bubur bassang dengan menggunakan Teknik *fusion food* dilakukan agar konsep dasar makanan tradisional khas bugis ini dapat dikenal lebih luas. Teknik *fusion food* digunakan untuk memberikan peluang makanan tradisional lebih diterima terutama kalangan remaja sebagai inovasi baru dengan promosi melalui media sosial sebagai bentuk promosi.

## TINJAUAN PUSTAKA

### a. Jagung pulut

Jagung pulut (*Zea Mays Ceratina Kulesh*) adalah salah satu jenis jagung yang memiliki pati dalam bentuk amilopektin dan memiliki rasa manis, pulen dan penampilan menarik yang tidak dimiliki jagung lain sehingga banyak digemari oleh masyarakat. Kandungan amilopektin jagung pulut lokal maros memiliki kandungan amilopektin tertinggi yaitu rata-rata 61,67% (Nasrullah et al., 2020). Namun, jagung pulut juga kurang populer di masyarakat kota karena kurang dipromosikan dan belum mendapatkan perhatian sungguh-sungguh untuk dikembangkan (Tengah et al., 2017).

b. Bubur bassang

Bassanag adalah bubur khas Makassar yang penuh butiran jagung merekah karena dimasak dan dipadukan dengan pasta kental tepung terigu. Bassang merupakan makanan karbohidrat yang umumnya digunakan sebagai pengganti nasi pada jaman dahulu, kini dinikmati sebagai bubur manis yang ditambahkan gula ketika dihidangkan. Bassang juga disebut “bubur jagung” oleh orang luar dari Sulawesi Selatan. Pemilihan jagung yang digunakan dalam pembuatan bassang adalah jenis jagung pulut yang berkualitas. Jagung pulut kemudian direndam semalaman setelah bijinya dipisah dari tongkolnya. Setelah direndam, biji-biji tersebut dimasak hingga mengembang. Pada dasarnya, kuah yang digunakan dalam membuat bassang terbuat dari tepung terigu dan santan. Zaman dahulu, untuk menghasilkan kuah, biji-biji jagung dimasak bersamaan ubi kayu yang sudah diparut, hal ini dilakukan karena tepung terigu belum banyak dijual. Cara memasak bubur bassang sama dengan memasak bubur nasi. (Rachman et al., 2014)

c. *Fusion food*

Tren makanan fusion yang dalam bahasa inggris dikenal dengan nama *fusion food* atau *fusion cuisine* (masakan fusion) mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Makanan fusion bukanlah hal baru, tapi telah dimulai pada tahun 1970-an di mana para koki Perancis menawarkan makanan yang menggabungkan makanan tradisional Perancis dengan makanan Asia. Konsep ini kemudian menyebar ke kota-kota besar Eropa lainnya dan juga Amerika serta sekarang telah tersebar keseluruh dunia. (Lestari & Komariah M.Pd, 2014). Beberapa istilah lain dari *fusion food* adalah masakan kontemporer, globalisasi kuliner, masakan dunia baru, masakan Amerika baru dan masakan Australia baru.

Menurut Hamilton dalam (Lestari & Komariah M.Pd, 2014) disebutkan bahwa fungsi dari fusion food selain untuk menciptakan menu baru yang unik juga memiliki fungsi lain seperti strategi pemasaran kuliner dari pelaku usaha yang menyajikan hidangan unik dan berbeda dari pesainnya, sekaligus menjadi identitas unik dari pelaku usaha itu sendiri. Selain itu, *fusion food* juga dikatakan sebagai sarana pengenalan makanan baru secara halus.

William Wongso dalam majalah Femina berpendapat bahwa *fusion* adalah peleburan. Dalam dunia masak, diartikan sebagai gaya yang mengambil unsur terbaik dari berbagai

masakan etnik atau regional untuk menciptakan masakan baru dengan cita rasa yang inovatif. (Trend, 2016)

d. Promosi Media Sosial

Internet telah mengubah tempat pertukaran dari *marketplace (face-to-face)* menjadi *marketspace (screen-to-face)* dimana *marketplace* ditengahi oleh antarmuka teknologi. Antarmuka adalah proporsi nilai dari representasi virtual perusahaan. Rayport dan Jaworski dalam (Pousttchi & Wiedemann, 2009) mengemukakan Kerangka 7C yang teorinya berpendapat bahwa ada tujuh hal yang mendasari praktek komunikasi pemasaran berbasis internet, yaitu *context, content, community, customization, communication, connection* dan *commerce*. Kerangka kerja 7C digunakan dalam merancang desain antarmuka pelanggan.

Terdapat 7 elemen desain dari antarmuka pelanggan yaitu:

- 1) *Context* : termasuk di dalamnya adalah Estetika (tampilan yang menarik dari web/media untuk mendapatkan perhatian pelanggan) serta Fungsional (media sosial fokus pada fungsi-fungsi yang ada)
- 2) *Content* : isi dari media sosial merupakan gabungan antara teks dan gambar yang sudah mewakili apa yang diinformasikan kepada pelanggan.
- 3) *Community* : media sosial menawarkan interaksi antara pelanggan yang satu dengan yang lainnya.
- 4) *Customization* : media sosial menyediakan penyesuaian hal khusus bagi pelanggannya.
- 5) *Communication* : komunikasi antara media sosial yang digunakan dengan penggunanya.
- 6) *Connection* : hal ini mengacu pada tingkatan media sosial terhubung dengan media sosial lainnya.
- 7) *Commerce* : media sosial mampu melakukan transaksi jual-beli produk.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian meliputi pola pikir dan tata cara berpikir membahas tentang apa yang diteliti, cara pendekatan yang digunakan dan langkah ilmiah yang diambil untuk mendapatkan hasil data juga mengambil kesimpulan. (Parwito, 2008). Metode yang digunakan adalah

metode deskriptif, tujuannya adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara systematisme actual dan akurat mengenai fakta, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dan diteliti. Subjek yang akan dibahas adalah Teknik pengembangan *fusion food* pada makanan tradisional bubur bassang dan metode promosinya melalui media sosial

Konsep *fusion food* telah banyak dibahas pada artikel-artikel yang mengangkat makanan tradisional yang digabungkan dengan konsep modern dari negara lain. Teknik *fusion food* dari pengembangan makanan tradisional bubur bassang ini menggunakan konsep masak tradisional bubur bassang dengan mengganti kuah kental bubur bassang pada umumnya yang menggunakan tepung terigu dan santan dengan variasi es krim yang ditambahkan topping untuk menarik perhatian masyarakat agar tertarik mencobanya. Proses yang dilakukan berupa: (1) pengembangan dan penentuan resep dengan Teknik *fusion food* dengan menggunakan metode *trial and error*; (2) melakukan metode promo menggunakan media sosial untuk memperkenalkan varian baru dari bubur bassang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Mengembangkan Bubur Bassang di Kota Makassar

Makassar adalah ibu kota dari provinsi Sulawesi Selatan yang sebelumnya dikenal dengan nama Kota Ujung Pandang. Kota Makassar dikenal dengan julukan kota “Anging Mammiri” yang berarti “kota hembusan angin sepoi-sepoi”. Beberapa tempat bersejarah menjadi salah satu daya tarik Kota Makassar untuk dikunjungi oleh wisatawan (Sumolang et al., 2013). Namun, tidak hanya dari segi sejarah saja, tapi dari sisi kuliner, makanan tradisional di Kota Makassar menjadi daya tarik untuk wisata khusus.

Kota Makassar memiliki potensi besar dalam wisata makanan karena memiliki kekayaan budaya dari masyarakat yang sangat heterogen serta tinggalkan asimilasi budaya masyarakat masa lampau yang memiliki kuliner khas tersendiri (Rijal, 2021). Pernyataan ini didukung dengan dipatenkannya Makassar sebagai Kota Wisata Kuliner oleh Kementerian Pariwisata RI pada tahun 2017 setelah sebelumnya tertunda dan tidak masuk dalam lima besar kota wisata kuliner pada tahun 2016.

Bubur bassang pada dasarnya merupakan salah satu makanan pokok pengganti nasi yang digunakan oleh suku bugis jaman dahulu. Keberadaannya kini masih ada meski tidak mudah menemukan pedagang yang menjual bubur bassang di Makassar. Hal ini terjadi

salah satunya karena makin banyaknya inovasi makanan modern yang lebih populer di Makassar sehingga makanan tradisional seperti bubur bassang tidak lagi menjadi makanan favorit yang bisa ditemukan dengan mudah. Beberapa makanan tradisional di Makassar telah dimodifikasi dan dijual menjadi varian baru yang lebih menarik. Bubur bassang menjadi salah satu makanan tradisional yang bisa dimodifikasi menggunakan Teknik *fusion food* dengan tujuan agar popularitas bubur bassang bisa bersaing dengan makanan modern lainnya di Kota Makassar

b. Teknik *fusion food* pada bubur bassang

Bahan utama yang digunakan dalam pembuatan bubur bassang adalah jagung pulut yang jumlah produksinya cukup melimpah di kabupaten maros. Jagung pulut yang diproduksi dari maros kemudian banyak dijual di kota Makassar. Jagung pulut yang dipilih dalam pembuatan bubur bassang adalah jagung dengan kualitas terbaik. Setelah dipipil, jagung direndam semalaman agar jagung pulut menjadi lunak dan mudah untuk dimasak.

Berikut resep baku tradisional dari jagung pulut:

Bahan:

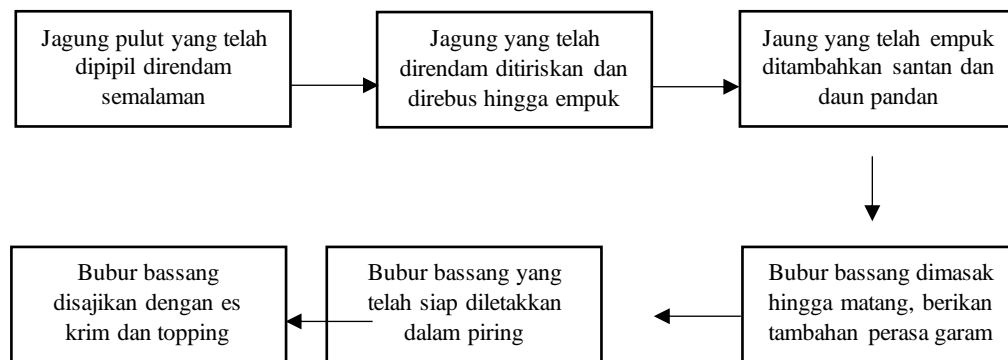
- Jagung pulut (jagung putih/pulen)
- 1 liter santan
- 200 ml santan kental
- 100 ml air
- 50 gr tepung beras/tepung terigu
- 2 lembar daun pandan
- Garam dan gula secukupnya

Cara membuat:

- Pipil jagung pulut dan rendam semalaman.
- Tiriskan jagung yang telah direndam semalaman kemudian rebus hingga empuk.
- Masukkan santan dan daun pandan, aduk terus hingga mendidih agar santan tidak pecah.
- Larutkan 50 gr tepung beras, kemudian tambahkan dalam rebusan jagung dan aduk rata hingga mengental.

- Tambahkan garam secukupnya dan aduk rata hingga bassang matang. Lalu matikan kompor.
- Siap disajikan dengan tambahan taburan gula.

Dalam proses pembuatan bubur bassang versi *fusion food*, jagung pulut yang telah empuk dan ditambahkan santan kemudian dibiarkan matang dan ditambahkan perasa. Kuah santan tidak dikentalkan agar kuah mudah dipisahkan dari jagung pulut bubur bassang yang kemudian akan disajikan dengan tambahan es krim dan topping pilihan. Proses pembuatan dapat dilihat dengan bagan berikut:



**Gambar 1. Proses Pembuatan Bubur Bassang dengan Teknik *Fusion Food***

Sumber: Analisa penulis (2021)

Variasi es krim yang digunakan beragam dari rasa vanilla, coklat ataupun strawberry. Adapun pilihan topping akan diberikan beberapa variasi seperti keju, coklat meses, chocochips dan meses rainbow.

#### c. Strategi Promosi

Inovasi dari Teknik *fusion food* yang dilakukan pada bubur bassang dipromosikan melalui media sosial yaitu Instagram. Pemilihan media sosial ini dilakukan karena menurut (Pertwi & Zinaida, 2020) media sosial yang paling efektif saat ini adalah Instagram karena memiliki fitur yang hampir lengkap seperti foto, video, caption, insta story, Instagram ads dan lainnya yang tidak terbatas, sehingga penggunaanya tidak terbatas dari kalangan anak muda maupun orang tua.



Poin-poin fokus dalam promosi dilaksanakan berdasarkan *7C framework* dari Rayport dan Jaworski:

#### **Tampilan dan Isi Instagram**

Akun Instagram yang digunakan akan dibuat dengan tujuan promosi inovasi kuliner *fusion food* bubur bassang sehingga tampilan akun yang digunakan menggunakan template tertentu yang disusun sebelumnya agar tampak luar maupun isinya terlihat menarik dan dapat memberikan kesan tertentu. Konsep modern dan soft menjadi pilihan utama, gambar dan video diambil secara professional dan diposting secara berkala untuk menghasilkan tampilan yang menarik.

#### **Penulisan Caption**

Caption atau keterangan dari foto atau video yang diunggah dalam akun Instagram menjadi perhatian lanjutan setelah tampilan intagram. Keterangan dalam foto disesuaikan dengan unggahan foto atau video yang ada. Konsep awal dibuat berdasarkan template yang telah dibuat sebelumnya sehingga unggahan secara berkala dapat disesuaikan dengan ide caption yang akan digunakan.

#### **Interaksi Admin dan Followers**

Keterangan foto yang menarik akan mendatangkan komentar dari followers. Konten disesuaikan untuk menghasilkan komunikasi antara para followers untuk saling menanggapi maupun sekedar mendapatkan info dari sesama follower terkait produk yang ditawarkan. Admin juga memberikan respon yang sejalan dengan komentar yang diberikan oleh followers. Hal ini tidak terbatas hanya dalam konteks sekedar menjawab pertanyaan saja. Admin yang aktif dapat memberikan rasa “nyaman” terkait dengan informasi yang dapat didapatkan dari akun Instagram tersebut.

#### **Pemanfaatan Akun Bisnis**

Salah satu fitur yang dapat digunakan dalam aplikasi Instagram adalah fitur bisnis yang memudahkan penjual dalam melakukan interaksi jual beli dengan followernya. Hal ini juga membantu dalam hal kostumisasi barang dan penggunaan pilihan produk yang ditampilkan dalam media promosi yang disajikan. Proses penjualan dapat dilaksanakan melalui kontak langsung yang dapat dilakukan oleh follower yang langsung dapat ditanggapi oleh admin akun.

### **Penggunaan Hashtag dan Tag**

Hashtag atau tagar berfungsi untuk mengelompokkan foto-foto atau video yang diunggah pada akun Instagram agar memudahkan penggunanya dalam menemukan foto atau produk tertentu yang menarik minat mereka dengan memasukkan keyword tertentu yang digunakan untuk foto atau video yang diunggah tersebut. Tag digunakan untuk menandai akun-akun Instagram lainnya yang aktif agar lebih mudah ditemukan. Akun yang digunakan akan menggunakan hashtag pada setiap captionnya untuk memudahkan followers dalam mencari konten spesifik.

Menurut (Permana & Pratiwi, 2021), selain aspek dalam *7C Framework*, ada beberapa factor lain yang juga mempengaruhi. Seperti followers akan lebih merespon apabila mereka berminat pada produk kuliner yang ditawarkan, khususnya kuliner-kuliner yang unik, baru dan belum pernah dicoba meskipun semua unggahan memiliki kualitas gambar yang baik dan menarik.

Keberhasilan promosi pada Instagram dapat dilihat dari berapa banyak like yang didapatkan. Ketika follower menyukai unggahan yang ada, mengklik like, menuliskan komentar, memberikan testimoni dan merekomendasikan pada teman serta mengikuti akun media sosial yang melakukan promosi.

### **KESIMPULAN**

Penggunaan teknik *fusion food* pada bubur bassang dapat dilakukan untuk membuat bubur bassang menjadi makanan tradisional yang dikenal di kalangan masyarakat umumnya remaja di Kota Makassar. Secara umum, proses pembuatan bubur bassang masih mengikuti proses pembuatan yang telah ada saat ini, perbedaan pada penelitian ini difokuskan kepada pembuatan kuah dan topping bubur. Pemilihan media sosial pada penelitian ini difokuskan pada media sosial Instagram. Konsep *7C* yang digunakan pada penelitian ini berfokus pada tampilan dan isi Instagram, penulisan caption, interaksi admin dan followers, pemanfaatan akun bisnis serta penggunaan hashtag dan tag. Selain pegguan konsep *7C*, keberhasilan promosi pada Instagram sangat bergantung jumlah like dan komentar pada postingan. Jumlah ini dipengaruhi oleh keunikan dari kuliner yang diposting di Instagram.

Penelitian ini masih terbatas pada pendekatan secara deskriptif dan uji coba pembuatan dan promosi produk. Penelitian dapat dikembangkan untuk membahas modifikasi

resep pada bahan tambahan dalam pembuatan bubur bassang sehingga menghasilkan resep baku untuk bubur bassang dengan teknik fusion food. Selain itu penelitian selanjutnya dapat meneliti mengenai daya tarik masyarakat secara langsung terhadap bubur bassang hasil modifikasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. (2013). Diversity of endophytic fungi from root of Maize var. Pulut ( waxy corn local variety of South Sulawesi , Indonesia ). *Diversity*, 2(8), 148–154.
- Aminah, S. N., Abdullah, T., & Fatahuddin, F. (2020). Keanekaragaman Serangga Penyerbuk di Pertanaman Jagung Pulut. *Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal Ke-8 Tahun 2020*, 978–979.
- Fathurrahman, F., Silma, D. F., Erawati, F. N., Fa'iza, I. F. A., Maslika, & Hasan, K. (2019). INOVASI PRODUK KEKINIAN MAGIC (MAKANAN ACE GRIM ICE CREAM). *Conference on Innovation and Application of Science and Technology, Ciastech*, 37–42.
- Fitriyah, N. (2018). Respon pertumbuhan jagung pulut lokal (*Zea mays ceratina*. L.) pada kondisi cekaman kering dan nitrogen rendah. *Ejournal Uniska*, 4(2), 74–77.
- Juhaeti, T., Hidayati, N., & Rahmansyah, M. (2013). *Pertumbuhan dan Produksi Jagung Pulut Lokal Sulawesi Selatan yang Ditanam di Polibag Pada Berbagai Kombinasi Perlakuan Pupuk Organik ( Growth and Production of South Sulawesi Local Maize Cultivar Grown in Polybag with Various Organic Fertilizer Treatment . 9(2), 219–232.*
- Lestari, W., & Komariah M.Pd, D. K. (2014). Buku Saku Fusion food. *Tasmeem*, 2014, 7. <https://doi.org/10.5339/tasmeem.2014.7>
- Nasrullah, N., Novita, A. D., & Yusmanizar, Y. (2020). Peningkatan Keterampilan Pengolahan Panganan Jagung “Pulut” Ibu-Ibu Petani Jagung di Kelurahan Manongkoki. *Warta LPM*, 23(2), 141–150. <https://doi.org/10.23917/warta.v23i2.10128>
- Parwito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Pelangi Aksara.
- Permana, I. P. H., & Pratiwi, N. K. A. N. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, 1(April), 12–18.
- Pertiwi, N. A., & Zinaida, R. S. (2020). PALEMBANG HARUM: PROMOSI DAN BRANDING KULINER PALEMBANG DI MEDIA SOSIAL. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 01, 104–116.
- Pousttchi, K., & Wiedemann, D. G. (2009). *Handbook of Research on Mobile Marketing Management*. Hershey: PA: Business Science Reference.
- Rachman, A. J., Mansyur, M. A., & Sirimorok, N. (Eds.). (2014). *Makassar Nol Kilometer: edisi Revisi*. Tanahindie Press.

- Rijal, S. (2021). *KULINER TRADISIONAL SEBAGAI DAYA TARIK KOTA MAKASSAR SEBAGAI DESTINASI WISATA KULINER*. <http://repository.poltekparmakassar.ac.id/id/eprint/187>
- Serelia, B. P. T. (n.d.). Dari Bassang Tradisional ke Bassang Instan. *Jurnal Balitsereal*. <http://balitsereal.litbang.pertanian.go.id/jurnal-balitsereal/>
- Sukri, & Arisandi, D. (2017). Analisa Pembeli Kuliner Terhadap Pembaharuan Informasi Melalui. *JURNAL RESTI(Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 122–130.
- Sumolang, M. O., Tanudjaja, B. B., B, B. S., Studi, P., Komunikasi, D., Seni, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA KULINER MAKANAN TRADISIONAL KHAS MAKASSAR. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1, 1–11.
- Tengah, J., Tumbelaka, S., & Toding, M. M. (2017). PERTUMBUHAN DAN PRODUKSI JAGUNG PULUT LOKAL (*Zea mays ceratina* Kulesh) PADA BEBERAPA DOSIS PUPUK NPK. *Cocos*, 1(1).
- Trend, F. (2016). *Sejarah Fusion Food, Perkawinan AntarMakanan*. Femina. <https://www.femina.co.id/food-trend/sejarah-fusion-food-perkawinan-antarmakanan>