

Sepotong Cerita Simbolis Produk Cakwe: Antara Brand dan Juga Dendam Kesumat

Agung Wibiyanto¹, Ichwan Prastowo², Prasiwi Citra Resmi³

Politeknik Indonusa Surakarta¹

agungadrianus@gmail.com

Politeknik Indonusa Surakarta²

ichwanprastowo@poltekindonusa.ac.id

Politeknik Indonusa Surakarta³

prasiwicitra@poltekindonusa.ac.id

Abstract :

The purpose of this article is to review a symbolic story behind the Cakwe product, exploring the connection between the brand and a deep-seated grudge. This traditional pastry, originally from China, has a long history, both symbolically and culturally, which is not widely known to the public. The research method used in this article is qualitative with descriptive analysis. The data utilized comes from references, including books and journals, which will be reduced and analyzed to form this writing.

The result of this paper highlights the symbolism behind the Cakwe shape, which is long and made from two dough pieces, symbolizing the bodies of Prime Minister Qin Hui and his wife, who were blamed for the death of General Yue Fei. In terms of language connotation, both in Hokkien and Cantonese, or other Southern Chinese dialects, Cakwe can be interpreted as "ghosts fried" in hot oil. While many traditional Chinese pastries are often perceived as beautiful and charming, Cakwe is considered eerie.

Therefore, it is clear that the Cakwe brand has a strong connection to the narrative story that envelops the product, reflected in its shape—two human-like bodies fried in hot oil. This hot oil is also a symbolic reference to the burning oil of hell used to punish the guilty in the afterlife. Furthermore, the motif of public vengeance has been passed down through generations, evident in the long shape and texture of Cakwe, consisting of two dough pieces resembling the bodies of Prime Minister Qin Hui and his wife.

Keywords: Symbolic Story, Cakwe Product, Brand, Deep-seated Grudge

PENDAHULUAN

Dilihat dari judul artikel ini memang terbilang cukup unik dan tidak mudah untuk dipahami mengingat bagaimanapun juga banyak cerita yang simpang siur yang belum jelas kebenarannya apalagi menyangkut tentang sebuah peristiwa. Berbagai peristiwa yang ada tentunya bisa ditelaah dari berbagai macam sudut pandang apalagi peristiwa yang ada terbilang cukup besar serta cukup kompleks, tidak hanya menyangkut personalnya namun juga bisa melebar sampai beberapa macam peninggalan peninggalannya termasuk dalam hal yang dikupas dalam artikel ini ialah sebuah produk makanan. Seperti yang kita tahu, selama ini juga belum banyak dari beberapa riset/penelitian yang mengupas secara detail makna simbolis dari produk makanan yang dihasilkan mengingat minimnya sumber sumber yang ada dan walaupun ada itu hanya sebatas cerita dari mulut ke mulut yang belum juga tentu benar akan kebenarannya. Dari beberapa produk makanan yang ada di Indonesia yang sangat multikultur yang notabene tidak hanya produk lokal saja namun juga ada serapan dari unsur unsur

luar Indonesia memang cukup banyak dan juga unik serta malahan menjadi salah satu brand sebuah wilayah. Dari beberapa produk tersebut yang akan dikaji dalam artikel ini ialah cakue yang notabene menjadi salah satu brand makanan dari kota Bandung.

Maka dari apa yang telah disampaikan di atas, bisa dikatakan juga beberapa produk produk yang ada memang banyak menerima pengaruh dari budaya luar khususnya Tiongkok. Oleh sebab itu bisa dikatakan juga produk kuliner bisa dikatakan salah satu kebutuhan dasar yang dinilai cukup penting khususnya dalam hal penyesuaian di luar konteks bahasa. Hal ini secara logis pula berkaca pada para pedagang, di mana dalam catatan sejarah, para pedagang memainkan peranan penting di dalam perjalanan sejarah di Indonesia khususnya juga pada segi kuliner. Hal pertama yang bisa dilihat ialah para pedagang asing khususnya dari Tiongkok tentunya kesulitan di dalam mengolah produk asal mereka mengingat bahan bahan yang didapatkan sangat sulit untuk ditemukan di daerah yang bukan dari asal mereka. Lalu hal kedua

yang akan dilakukan ialah para pedagang yang ada beradaptasi yang diwujudkan dengan mengolah produk makanan mereka dengan menggunakan bahan-bahan lokal yang diolah menurut selera mereka. Dari beberapa contoh produk makanan Indonesia yang mendapatkan pengaruh budaya Tiongkok memang cukup banyak dan juga beragam, di mana salah satunya ialah kue tradisional seperti cakue, kue keranjang atau dodol, ronde, bakcang, kue ku, onde-onde, kue mangkok, dsb. Saat ini jajanan itu dapat ditemukan di pasar tradisional dan di toko-toko, bahkan banyak diantaranya sudah menjadi makanan sehari-hari masyarakat. Kue-kue tersebut menjadi bagian dari warisan kuliner yang digemari masyarakat Indonesia.

Jadi dapat dikatakan pula siapa sangka, produk cakwe memang terbilang produk serapan dari luar Indonesia dan itupun berasal dari daratan Tiongkok, di mana konon katanya produk makanan ini disajikan dengan sepori bubur hangat dan itu dibawa oleh para imigran dari Tiongkok selama kurang lebih 800 tahun yang lalu. Maka daripada

itu, konteks ini tidak bisa dilepaskan dari sebuah brand yang melekat di produk tersebut. Di sisi lain penyebaran produk cakwe sendiri memang dikatakan cukup beragam khususnya yang ada di pulau Jawa. Hal ini bisa diketahui dari tampilan penyajian cakwe yang disajikan secara berbeda-beda selain sebagai pendamping sepori bubur hangat. Konteks ini bisa dilihat di wilayah Bandung dan juga di Medan, di mana penyajian cakwe disajikan bersama sambal asam cair atau sambal kacang cair. Sementara itu di wilayah Surakarta dan sekitarnya, penyajian cakwe memang disajikan dengan susu kedelai. Hal ini juga berbeda dengan penyajian cakwe yang ada di Jakarta maupun Surabaya yang lebih mengenalnya sebagai kue bolang baling. Maka dengan melihat konteks yang telah dipaparkan tersebut, bisa dikatakan bahwa cakwe merupakan produk budaya asing yang memang bisa berbaur dengan kehidupan lokal masyarakat nusantara dan bisa disajikan secara beragam pula tanpa mengurangi esensi produk cakwe tersebut.

Oleh sebab itu di dalam penulisan artikel ini nanti akan

dikupas bagaimana pembuatan cakwe itu sendiri dan juga makna simbolis dari produk cakwe itu sendiri berdasarkan bentuknya yang dilihat dari beberapa sisi antara lain dari segi brand yang diangkat dari cerita lokal yang ada di daratan Tiongkok.

TINJAUAN PUSTAKA

Berbicara tentang produk kue tradisional yang mempunyai sentuhan pengaruh luar dalam hal ini ialah budaya Tiongkok memang cukup menarik. Hal ini dikemukakan di dalam penelitian yang dilakukan oleh (Arham, Saputra, and Defaz 2022), di mana dalam ulasannya memang mengenalkan secara terlebih dahulu produk produk kue tradisional budaya Tionghoa kepada para remaja dengan membuat buku ilustrasi. Buku ilustrasi tersebut berusaha menonjolkan visualisasi kesan modern tanpa menghilangkan unsur seni budaya Tiongkok yang dilengkapi dengan teknik pop up, buku ini menghadirkan pengalaman membaca yang menyenangkan sekaligus mendidik. Di sisi lain tidak hanya dikenalkan begitu saja, namun juga dalam hal pengolahan produk cakwe itu

sendiri, di mana hal ini juga dikemukakan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Zamroni 2020) menyebutkan bahwa peluang usaha cakwe, maka diperlukan sebuah kelayakan usaha dengan menghitung variabel dalam produk tersebut antara lain dari segi warna, serat, daya mengembang dan juga tepung yang dipakai.

Tidak hanya mengacu pada pengenalan produk dan juga pengolahan produk yang ada juga begitu pula pada produk cakwe namun semuanya nanti akan bermuara pada image brand yang akan diangkat (Kakisina and Lego 2021). Hal ini juga dikaji dalam penelitian yang dilakukan oleh (Margareta, Wibowo, and Henny Lukitasari 2023), di mana dalam ulasannya dikemukakan untuk membranding makanan tradisional rakyat tiwul ayu indrokilo yang memang diaplikasikan pada logo, daftar menu, seragam, poster, dan merchandise sementara itu untuk metode perancangan meliputi 7 tahap. Ide, survei, brief, brainstorming, creative brief, desain, dan evaluasi. Dari apa yang dijelaskan tersebut nantinya akan berfungsi untuk membranding sebuah produk kue tradisional.

Senada dengan pemaparan tersebut, hasil penelitian yang dilakukan oleh (Utami 2021) juga menjelaskan di dalam membangun brand diperlukan sebuah strategi, di mana untuk strategi branding memang ditujukan untuk memfokuskan pada product branding. Oleh sebab itu dapat dipahami dengan membangun image positif pangan lokal dilakukan dengan memperbaiki tampilan fisik produk dengan melakukan inovasi pengolahan, memperbaiki kemasan, memberikan labelling, dan memperhatikan selera konsumen, kemudian mengkomunikasikan secara intensif kepada masyarakat.(Berlianty, Balik, and Demmatacco 2022) Konsep branding dibuat sederhana, mengena di hati masyarakat, dan harus konsisten dalam menjaga nilai produk.

Hal ini juga dikemukakan di dalam penelitian yang dilakukan oleh (Helmi Yusup, Lukman, and Gusnawaty 2024),di mana dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa ada hubungannya antara citra dengan nama merek untuk menguatkan brand produk yang dimiliki dan ini juga tidak

langsung menciptakan citra produk dan persepsi sendiri di kalangan publik. Maka dengan adanya hubungan antara citra dengan merek tersebut tentunya juga dapat digarisbawahi untuk ditingkatkan. Sejalan dengan konteks tersebut, dalam penelitian yang dikemukakan oleh (Arham, Saputra, and Defaz 2022) dkk menjelaskan brand berpengaruh pada nilai pendidikan dan juga nilai filosofis seperti yang diteliti dalam kuliner rendang sehingga brand image pada produk kuliner rendang dapat ditingkatkan dengan promosi serta peningkatan produk untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dari beberapa penjelasan yang telah dikemukakan di atas, dapat tergambar bahwa tanda bagi sebuah produk cukup penting, di mana juga dalam hal ini ialah sebagai simbolis dari merek. Demikian juga brand image yang dikaji dalam penelitian (Margaretha and Edwin 2012) yang menjelaskan brand image dan juga ditunjang dengan food quality mampu memegang peranan penting di dalam pengambilan sebuah keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli produk tersebut.

Untuk menjelaskan food quality tentunya jika berkaca pada pembahasan artikel ini yakni produk cakwe, di mana cara pengolahannya dilakukan dengan cara digoreng tentunya memerlukan teknik tersendiri mengingat selama ini, produk roti banyak yang dipanggang dan jarang ditemui roti digoreng (Sari, Hendrasty, and Astuti 2024). Tidak hanya itu saja untuk adonan roti sendiri selain dari faktor tepung dan juga ragi tentunya juga ada beberapa tambahan bahan bahan lainnya seperti halnya maizena, susu dll untuk mengembangkan adonan roti tersebut.

METODE PENELITIAN

Di dalam menjelaskan metode penelitian untuk artikel ini ialah menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Untuk data data yang didapatkan ada dua macam data baik itu data primer maupun data sekunder yang semuanya ialah data data pustaka baik berupa jurnal dan buku. Dari data data yang didapatkan tersebut nantinya data data yang ada direduksi dan dianalisis khususnya untuk menggambarkan produk cakwe dari pengolahan produknya sampai

dengan arti simbolis yang terkandung di dalamnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Komposisi dan Pengolahan Cakwe

Seperti yang telah dijelaskan di atas, memang produk kue Cakwe merupakan produk kue tradisonal dengan budaya Tionghoa yang cukup kental pula. Dari penggambaran tersebut, bisa juga dikatakan bahwa produk makanan ini memang cukup digemari oleh publik di Indonesia. Oleh sebab itu di dalam penulisan artikel ini juga akan dipaparkan bagaimana komposisi bahan dan juga pengolahan serta penyajian dari cakwe. Dari beberapa sumber yang didapatkan, maka di bawah ini ialah komposisi bahan dan pengolahan serta penyajian Cakwe.

Tabel 1 Komposisi Bahan

NO	INGRIDIENDS	QTY
1	Tepung Terigu Protein tinggi	250 gr
2	Bawang Putih	2 siung
3	Garam Halus	1 sendok
4	Gula Pasir	1/2 sendok

5	air matang	200 Ml
6	Ragi instan	1/2 sendok
7	Baking powder	1/4 sendok
8	Baking Soda	1/4 sendok

Sumber : Olahan data penulis, 2024

Berikut ini juga dikemukakan cara pengolahan produk cakwe yakni sebagaimana berikut ini :

1. Buatlah adonan biang dengan cara melarutkan gula pasir bersama dengan ragi instan serta satu sendok makan tepung terigu kedalam 100 ml air matang, aduk dan sisihkan hingga berbuih.
2. Ayak tepung terigu bersama baking powder dan baking soda biar tidak ada gumpalan serta bahan-bahan tercampur dengan merata.
3. Tuangkan adonan biang, bawang putih serta garam halus dan uleni hingga adonan kalis dan tidak lengket di tangan.
4. Tambahkan sisa air kedalam adonan sedikit demi sedikit sambil terus diuleni. Perkirakan takaran air sehingga adonan tidak terlalu lembek dan tidak terlalu keras (menyerupai adonan roti/donat).
5. Tutup adonan dengan lap basah dan biarkan mengembang selama kurang lebih setengah jam.
6. Setelah kurang lebih setengah jam, uleni lagi adonan hingga benar-benar kalis dan tidak lengket di tangan. Diamkan lagi selama minimal dua jam sampai adonan mengembang sempurna dan siap.
7. Panaskan minyak goreng dalam jumlah agak banyak (deep fry) dalam penggorengan diatas api sedang.
8. Kempiskan adonan, ambil kurang lebih sebesar ibu jari. Jika adonan sedikit lengket, tambahkan sedikit minyak goreng.

9. Tarik adonan hingga memanjang dan pipihkan, buat lagi dengan ukuran yang sama.
10. Rangkapkan dua adonan dan tekan secara membujur sehingga dua adonan yang pipih memanjang menjadi berhimpitan dan menempel satu sama lain, seperti dua jari yang dihipitkan.
11. Setelah minyak panas, goreng adonan tersebut hingga mengembang dan berubah warna menjadi coklat keemasan.
12. Angkat dan tiriskan, lakukan hingga adonan habis.
13. Sajikan cakwe

2. Cikal Bakal Cakwe : Kesetiaan Jenderal Yue Fei

Dilihat secara simbolis memang produk cakwe tidak bisa dilepaskan dari sisi historis yang menaunginya yang ada di daratan Tiongkok. Jika merujuk pada pandangan yang dikemukakan (Cai 2015) oleh menjelaskan bahwa Cakwe berasal dari era periode

Kekaisaran Song selatan yang mengambil sebuah peristiwa besar di periode tersebut. Pandangan dari (Henning 2007) juga menjelaskan bahwa peristiwa besar tersebut merujuk pada salah satu tokoh kenamaan di era kekaisaran Song selatan yakni jenderal Yue Fei yang termasyur. Beberapa sumber dalam catatan sejarah juga menjelaskan bagaimana sepak terjang jenderal Yue Fei yang saat itu disegani dan ditakuti oleh bangsa bangsa lain antara lain bangsa Jin/ Jurchen dan berulang kali pasukan jenderal Yue Fei bentrok langsung di perbatasan negeri Song Selatan. (Du 2024) Maka atas dasar itulah baik secara langsung maupun tidak langsung, nama jenderal Yue Fei tersohor di kalangan publik dan mengelu elukannya sebagai pahlawan kekaisaran Song Selatan. Sesuai dengan catatan sejarah yang berhasil dianalisis dari data data yang didapatkan tentunya terdapat pola yang cukup menarik, di mana dalam mempelajari dinamika sebuah kekuasaan negara tentunya ada berbagai macam sudut pandang khususnya dari konteks internal. (Du 2024) Seperti yang telah digambarkan dalam analisis

makro peristiwa sejarah, dalam berbagai catatan yang dikemukakan oleh beberapa sumber, memang era kekaisaran Song selatan penuh dengan intrik politik di dalamnya dan bisa dikatakan juga negara tidak stabil dalam hal ekonomi dan juga politik serta menjadi incaran imperialisme dari bangsa bangsa sekitar salah satunya ialah bangsa Jurchen.

Kembali pada sosok jenderal Yue Fei, di mana dalam sebuah peristiwa seperti yang dikemukakan di dalam penelitian yang (Chang 2024) menyebutkan bahwa Yue Fei berhasil memenangkan pertempuran di utara dan mengambil alih kembali kota kota yang sebelumnya jatuh ke tangan penduduk bangsa Jurchen. Namun karena intrik istana kekaisaran Song selatan yang cukup parah menyebabkan banyak pejabat korup yang tidak menyukai keberhasilan jenderal Yue Fei, di mana salah satunya ialah perdana menteri Qin Hui. Sampai suatu ketika perdana menteri Qin Hui berhasil membujuk kaisar Gaozong untuk memanggil kembali jenderal Yue Fei ke ibukota dengan menghembuskan isu bahwa jenderal

Yue Fei telah bersekongkol dengan bangsa Jurchen untuk menggulingkan kaisar Gaozhong. Dan perlu diketahui pula bahwa kaisar Gaozhong ini dalam catatan historis juga terbilang sebagai kaisar yang lemah dan mudah untuk dipengaruhi. (Henning 2007) Singkat cerita, jenderal Yue Fei yang kembali ke ibukota berhasil ditangkap dan dimasukkan ke dalam penjara untuk menanti pengadilan yang akan diputuskan oleh kaisar sendiri.

Dalam pemaparan yang dikemukakan oleh (Cai 2015), publik atau bisa dikatakan di sini ialah masyarakat sipil memprotes penangkapan jenderal Yue Fei dan menuntut pihak pengadilan untuk membebaskan Yue Fei dari semua dakwaan yang dihembuskan oleh Qin Hui dan pengikutnya. Pada akhirnya hal itu tidak dihiraukan semua dan Yue Fei dihukum mati. Dengan kematian Yue Fei, banyak publik masyarakat bersimpati namun tidak bisa berbuat apa apa dan hanya beberapa cara, masyarakat menyuarkan pendapatnya tentang kematian jenderal Yue Fei salah satunya melalui produk makanan.

3. Cakwe : Antara Brand dan cerita dendam kesumat

Perlu untuk menggarisbawahi konteks ini tentunya hal ini tidak bisa dilepaskan dari beberapa sumber yang menyebutkan tentang Cakwe. Sumber paling kuat ialah hasil dari dampak kekecewaan masyarakat/publik terhadap kematian jenderal Yue Fei yang berhasil diekspresikan oleh kedua pedagang roti yakni Wang Xiao Er dan Li Si dalam mengenalkan produk makanannya (Cai 2015). Produk makanan tersebut ialah berbentuk roti yang digoreng dan awalnya diberi nama "Hui goreng". Nama Hui di sini ialah menyiratkan perdana menteri Qin Hui yang dianggap sebagai dalang atau aktor di balik dijatuhkannya hukuman mati kepada jenderal Yue Fei yang tersohor tersebut. Konteks ini juga terkait dari beberapa sumber sumber lisan yang menyebutkannya bahwa ini merupakan brand image pertama dari munculnya Cakwe dan ini juga diminati mengingat banyak persepsi publik yang membenci tindakan perdana menteri Qin Hui yang sewenang-wenang. Sesuai dengan konteksnya, brand image dalam pandangan Kotler dalam (Lestari

and Sukmono 2023) menyebutkan bahwa brand image muncul mengingat hal itu merupakan salah satu persepsi di benak konsumen ketika mengingat sebuah peristiwa yang tidak mungkin untuk dilupakan. Hal ini juga dapat ditarik bahwa sekumpulan keyakinan akan membentuk sebuah merek yang akan bertahan lama.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, coba dilihat dari bentuk Cakwe itu sendiri yang panjang dan dibuat dari dua adonan tepung yang memang dimiripkan sebagai dua badan manusia sebagai perlambang dari Qin Hui dan istrinya yang dianggap bertanggung jawab atas kematian jenderal Yue Fei. Dilihat dari konotasi bahasanya sendiri baik dalam bahasa Hokkien dan juga Canton atau bahasa lokal dialek Cina selatan, Cakwe dapat dimaknai sebagai "hantu yang digoreng" dalam minyak panas, sehingga walaupun melihat dari beberapa produk kue tradisional Tiongkok yang banyak dipersepsikan indah dan menawan, namun untuk Cakwe ini dianggap menyeramkan. Maka daripada itu jelas sudah tersirat bahwa brand Cakwe sendiri mempunyai ikatan

yang cukup kuat dengan narasi cerita yang membungkus produk Cakwe yang dilihat dari bentuknya seperti dua badan manusia dan digoreng dalam minyak panas, di mana minyak panas ini juga merupakan simbolik dari minyak panas neraka untuk menghukum orang-orang yang bersalah ketika semasa dia hidup. Tidak hanya itu saja, motif dendam kesumat publik berhasil dipertahankan secara turun-temurun pula apabila melihat pada bentuk dan tekstur Cakwe itu sendiri yang panjang dan terdiri dari dua adonan mirip dua badan manusia yang dikonotasikan sebagai Qin Hui dan istrinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Produk kue tradisional yang ada di Indonesia ini tentunya memiliki citra rasa dan tampilan yang begitu menarik serta tidak lupa pengaruh dari luar Indonesia yang tentunya juga menjadi ciri khas produk tersebut. Salah satu produk kue tradisional yang ada ini ialah Cakwe, di mana Cakwe merupakan produk makanan yang berasal dari daratan Tiongkok yang memiliki catatan panjang dan jarang sekali publik sekarang mengetahuinya. Oleh sebab itu secara simbolik

bentuk Cakwe itu sendiri yang panjang dan dibuat dari dua adonan tepung yang memang dimiripkan sebagai dua badan manusia sebagai perlambang dari Qin Hui dan istrinya yang dianggap bertanggung jawab atas kematian jenderal Yue Fei. Dilihat dari konotasi bahasanya sendiri baik dalam bahasa Hokkien dan juga Canton atau bahasa lokal dialek Cina selatan, Cakwe dapat dimaknai sebagai “hantu yang digoreng” dalam minyak panas, sehingga walaupun melihat dari beberapa produk kue tradisional Tiongkok yang banyak dipersepsikan indah dan menawan, namun untuk Cakwe ini dianggap menyeramkan. Maka daripada itu jelas sudah tersirat bahwa brand Cakwe sendiri mempunyai ikatan yang cukup kuat dengan narasi cerita yang membungkus produk Cakwe yang dilihat dari bentuknya seperti dua badan manusia dan digoreng dalam minyak panas, di mana minyak panas ini juga merupakan simbolik dari minyak panas neraka untuk menghukum orang-orang yang bersalah ketika semasa dia hidup. Tidak hanya itu saja, motif dendam kesumat publik berhasil dipertahankan secara

turun temurun pula apabila melihat pada bentuk dan tekstur Cakwe itu sendiri yang panjang dan terdiri dari dua adonan mirip dua badan manusia yang dikonotasikan sebagai Qin Hui dan istrinya.

Saran

Terkait dengan kesimpulan tersebut, maka saran untuk penelitian ke depan yakni membedah kembali produk Cakwe dengan konsep Semiotika budaya untuk menampilkan sisi cerita secara utuh saling terkait satu dengan yang lain

Daftar Pustaka

- Arham, Qumil Laila, Rahmad Saputra, and Febriyan Pratama Defaz. 2022. "Literature Review: Pengaruh Brand Image Terhadap Produk Kuliner Rendang Di Sumatera Barat." *Journal of Food and Culinary* 5(2): 49–57.
- Berlianty, Teng, Agustina Balik, and Triska Demmatacco. 2022. "Pentingnya Penggunaan Merek Untuk Produk Makanan Ringan (Keripik) Bagi Masyarakat." *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia (Indonesian Journal of Legal Community Engagement) JPHI* 5(1): 50–58.
- Cai, Qian. 2015. *General Yue Fei*.
- Chang, Yu Chi. 2024. "Leaves, Silkworms, Yue Fei: Ways of Imagining the Territory in 1930S China." *Twentieth-Century China* 49(2): 89–110.
- Du, Yue. 2024. "Toward a Nation Defined by State: Tattooed Loyalty and the Evolution of Yue Fei's (1103-1142) Image from the Song to the Present." *Journal of Chinese History* 8(1): 23–48.
- Helmi Yusup, Lukman Lukman, and Gusnawaty Gusnawaty. 2024. "Pengaruh Nama Merek Terhadap Citra Pada Kuliner Lokal Di Kota Makassar." *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra* 10(1): 284–93.
- Henning, Stanley E. 2007. "Chinese General Yue Fei: Martial Arts Facts, Tales, and Mysteries." *Revista de Artes Marciales Asiáticas* 2(1): 50–55. <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/artesmarciales/article/view/284>.
- Kakisina, Miranda, and Yenny Lego. 2021. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan Kfc Cabang Kakialy Di Ambon." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3(4): 1118.
- Lestari, Indah, and Rita Ambarwati Sukmono. 2023. "Brand Image, and Food Quality on Purchase Decisions in Meat Processing Industry Products, Canned Food, and Bakery." *Indonesian Journal of Innovation Studies* 21: 1–12.
- Margareta, Dina, Yudi Wibowo, and Evelyne Henny Lukitasari. 2023. "Visual Branding Makanan Rakyat Tiwul Ayu Indrokilo Di Boyolali." *Jurnal Asosiatif* 2(1): 1–15.
- Margaretha, Fiani, and Japarianto Edwin. 2012. "Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecik Ganep's Di Kota Solo." *Jurnal Manajemen Pemasaran*

Vol.1(1): hal.1-6.

Sari, Isnaini Indah, Henny Krissetiana Hendrasty, and Rahayu Dyah Astuti. 2024. "Pengaruh Proofing Dan Konsentrasi Ragi Terhadap Kualitas Mutu Roti Goreng." *Bulletin Agro Industri* 51(2): 25-33.

Utami, Dyah Panuntun. 2021. "Strategi Branding Untuk Membangun Image Positif Pangan Lokal Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Journal of Food Technology and Agroindustry* 3(1): 26-35.

Zamroni, Muhammad. 2020. 8 Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang "PROPORSI TEPUNG TERIGU DAN TEPUNG KELADI TERMODIFIKASI TERHADAP KARAKTERISTIK CAKWE SERTA ANALISA USAHANYA."

<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798>
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002>
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049>
<http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391>
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
p: