

BAB II

Indonesia Vegetarian Society Center

1.1.Indonesia Vegetarian Society (IVS)



Gambar 2.1 Logo IVS
(Sumber: ivs-online.org)

Indonesia Vegetarian Society (IVS) adalah organisasi vegan (vegetarian murni tanpa susu dan telur) Indonesia yang bersifat nirlaba, yang berdiri di Jakarta pada tanggal 8 agustus 1998. IVS telah terdaftar menjadi anggota *International Vegetarian Union* (IVU) sejak tahun 1999. IVS didirikan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menyebarkan informasi seputar kehidupan vegan di Indonesia.
2. Mengembangkan cinta kasih *universal* dan menyelamatkan kehidupan dunia melalui veganisme.

1.1.1. Visi dan Misi

IVS memiliki visi yaitu dapat meningkatkan kualitas kehidupan manusia beserta lingkungan hidupnya sejalan dengan waktu. Misi IVS itu sendiri yaitu:

1. Menjadikan IVS sebagai organisasi yang selalu memancarkan cinta kasih dan rasa persaudaraan yang tulus serta lintas agama, budaya, dan suku bangsa dalam mewujudkan visi, misi, dan tujuannya.

2. Memberikan pengertian yang benar, pendidikan, dan pembinaan kepada setiap manusia untuk menerapkan pola hidup yang sehat dan menjadi vegetarian.
3. Menjadikan IVS sebagai organisasi panutan dunia dan senantiasa mengayomi masyarakat vegetarian di Indonesia.

1.1.2. Tujuan dan kegiatan IVS

IVS memiliki beberapa tujuan dan kegiatan yang sering diselenggarakan, berikut tujuannya yaitu:

1. Meningkatkan jumlah anggota dan mitra IVS dari waktu ke waktu.
2. Membuat minimal setengah dari anggota IVS menjadi vegetarian permanen.
3. Mengajak seluruh rumah makan vegetarian dan rumah makan non-vegetarian yang menyediakan menu vegetarian menjadi mitra IVS.
4. Mendirikan Ikatan Dokter dan Ahli Gizi Vegetarian Indonesia.
5. Mendirikan dan mengelola pusdiklat vegetarian, sekolah, dan universitas berbasis vegetarian.
6. Mendirikan dan mengelola *Vegetarian Trade Center*.

Ada juga kegiatan–kegiatan yang dilakukan oleh IVS dalam memenuhi visi, misi, dan tujuannya yaitu:

1. Seminar vegan yang menghadirkan para pembicara mulai dari ahli gizi, dokter, dan pemerhati etika.

2. Festival dan demo masak yang memperkenalkan resep-resep masakan vegan.
3. Konsultasi seputar kehidupan vegan.
4. Donor darah dan kegiatan sosial.
5. Menerbitkan buku, majalah, dan tips panduan vegetarian.
6. Menyediakan situs *website* dan aktif berperan serta mengisi media cetak/elektronik untuk mengembangkan gaya hidup vegetarian.
7. Mengadakan retreat, jalan sehat, dan olahraga lainnya.
8. Berperan serta dalam memperingati Hari Vegetarian Sedunia setiap pada tanggal 1 Oktober setiap tahunnya dan kampanye Hari Bebas Daging pada tanggal tertentu.

2.1.3. Pengertian Vegetarian

Istilah vegetarian mulai diperkenalkan oleh Joseph Brotherton, di Northwood Villa, Inggris pada tanggal 30 September 1847. Banyak orang menyangka bahwa kata vegetarian berasal dari bahasa Inggris yaitu *vegetable* yang berarti sayuran. Vegetarian berasal dari bahasa Latin yaitu *vegetus* yang berarti sehat, kuat, dan semangat. Kemudian pada tahun 1944 diperkenalkan istilah Vegan bagi vegetarian murni yaitu vegetarian yang hidup dengan mengonsumsi makanan nabati, tanpa semua makanan dari hewani termasuk telur dan susu (Drs. Susianto, MKM. 2010, hlm 4-5).

International Vegetarian Union (IVU) mendefinisikan vegetarian sebagai seseorang yang hidup dengan berbagai produk tumbuhan (nabati), dengan atau tanpa mengonsumsi produk susu dan telur serta produk olahannya, tetapi secara keseluruhan,

menghindari penggunaan daging segala jenis hewan. IVU membagi vegetarian dalam tiga kelompok utama, yaitu:

1. Lacto – ovo – vegetarian adalah vegetarian yang masih mengonsumsi susu dan telur beserta produk olahannya.
2. Lacto – vegetarian adalah vegetarian yang masih mengonsumsi susu beserta produk olahannya.
3. Vegan adalah vegetarian murni yang tidak mengonsumsi semua makanan hewani, tetapi mengonsumsi makanan nabati seperti sayur – sayuran, buah – buahan, kacang – kacangan, dan biji – bijian.

Hasil beberapa penelitian terbaru menunjukkan bahwa mengonsumsi susu dan telur sama berbahayanya dengan mengonsumsi daging. Susu dan telur merupakan sumber lemak dan kolesterol tinggi (Drs. Susianto, MKM. 2010, hlm 5).

Selama mengonsumsi beberapa variasi makanan nabati dengan jumlah yang cukup, gaya hidup vegan merupakan pola makan gizi seimbang dan sangat menyehatkan. Bahkan, para peneliti telah membuktikan bahwa dalam banyak aspek, makanan vegan jauh lebih sehat dibandingkan dengan makanan yang biasa dikonsumsi oleh pemakan daging.

Karbohidrat, protein, lemak, vitamin, mineral, serat, dan air dengan mudah didapat oleh seseorang yang menjalani pola hidup vegan dari sumber nabati. *The Physician Committee for Responsible Medicine (PCRM)* yang berkantor pusat di Washington DC, Amerika Serikat, pada 1991 memperkenalkan *the new four food group* (kelompok empat sehat baru atau kuartet nabati) untuk merevisi *the basic four group* (kelompok empat sehat) yang telah diperkenalkan sejak 1956. Kuartet nabati

mensubstitusi protein hewani dengan protein nabati yang berasal dari kelompok kacang – kacang (legume). Kuartet nabati terdiri dari empat kelompok makanan nabati, yaitu biji – bijian (*whole grains*) ≥ 5 porsi, kacang – kacang (legume) ≥ 2 porsi, sayuran (*vegetable*) ≥ 4 porsi, dan buah – buahan (*fruit*) ≥ 3 porsi.

Empat sehat yang merupakan diet rendah lemak dan tanpa kolesterol, dapat memenuhi semua kebutuhan gizi per hari dari seorang dewasa (dr. Satya Aryawan Deng, Vegan Starter Kit, hlm 10-11).



Gambar 2.2.1 Kebutuhan Gizi
(Sumber: dr. Satya Aryawan Deng, Vegan Starter Kit. hlm. 11)

1.2. *Convention dan Exhibition*

1.2.1. *Pengertian Convention*

Menurut Fred Lawson (1981), *convention* didefinisikan sebagai pertemuan oleh orang –orang untuk sebuah tujuan atau untuk bertukar pikiran, berupa pendapat dan informasi dari sesuatu perhatian atau permasalahan bersama dari sebuah kelompok. *Convention* pada umumnya tentang pemberian informasi yang dikemas dalam sebuah

topik dan biasanya terdapat pameran atau eksibisi di dalamnya. *Convention* mempunyai beberapa tipe yaitu:

1. Seminar : acara untuk bertukar informasi yang dipandu oleh profesional dan terdapat interaksi tanya jawab di dalamnya. Biasanya dihadiri lebih dari 30 orang. Seminar ini biasanya diadakan setiap bulan dalam acara *IVS Gathering*. Anggota *IVS* maupun masyarakat dapat ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini.
2. *Workshop* : pertemuan yang bertujuan untuk melatih para pemula untuk dapat saling bertukar ilmu. Acara ini biasanya dihadiri antara 30 – 35 orang. *Workshop* yang dimaksud adalah demo masak. Demo masak yang diadakan pada *event-event* tertentu.
3. Simposium : diskusi panel para ahli yang terdapat pula pendengar yang berjumlah besar. Sama halnya seperti seminar yang mendatangkan para ahli gizi untuk saling berbagi ilmunya pada masyarakat berbasis vegetarian dan pola hidup sehat.
4. Ceramah : adanya 1 pembicara seorang ahli yang menjelaskan tentang materinya.

1.2.2. Pengertian *Exhibition*

Pengertian *exhibition* menurut Oxford Dictionary adalah pertunjukan atau pameran yang dilakukan secara umum, atau kegiatan memamerkan. Dapat diartikan bahwa *exhibition* merupakan sebuah kegiatan pameran yang dilakukan di tempat umum yang dapat disaksikan oleh banyak orang.

Menurut Lawson (1981), *exhibition* mempunyai 4 kategori yaitu:

1. *HotelExhibition* : biasanya terdapat di suatu tempat berupa *hall* pada area hotel melalui acara konvensi.
2. *Consumer Exhibition* : pameran berskala besar yang dilakukan di area khusus eksibisi atau *exhibition center*.
3. Peluncuran produk : pameran tentang produk baru yang biasanya dilakukan dalam skala kecil.
4. *Stand display* : acaranya bergabung dengan acara lain seperti seminar dan sebagainya.

1.2.3. Ruang dan Fasilitas

Jenis ruang dan fasilitas yang tersedia dalam ruangan konvensi dan eksibisi menurut Fred Lawson (1981, hlm 91) adalah:

1. Ruang konvensi utama atau auditorium dengan kapasitas antara 1000 – 3000 tempat duduk.
2. Ruang konvensi sedang atau *ballroom* dengan kapasitas antara 200 – 500 tempat duduk.
3. Ruang pertemuan dengan kapasitas antara 20 – 50 tempat duduk.
4. *Exhibition hall*.
5. Servis makanan untuk peserta konvensi.
6. Monitor televisi dan *broadcasting*.
7. Pelayanan pers, *conference organizer* untuk delegasi.
8. Pelayanan penggandaan, *printing*, dan penerjemah bahasa.

9. Pelayanan *recording, filming*, dan publikasi.
10. Pelayanan parkir untuk delegasi (VIP) dan parkir umum.

1.2.4. Akustik Ruang

Akustik pada *convention hall* dan pameran ini akan dimaksimalkan untuk dapat diakses dalam segala *event* yang akan dilaksanakan oleh IVS. Akustik ruang yang menyerupai sebuah *ballroom* pada hotel dengan lapisan anti kebisingan dari luar maupun dalam.

Penyelesaian kebisingan dapat dilakukan dengan berbagai cara menurut Mediastika (2005, hlm 122) yaitu:

1. Penyelesaian kebisingan secara *outdoor* yaitu dengan memperpanjang medium yang dilalui gelombang bunyi agar intensitasnya menurun. Caranya adalah menjauhkan posisi ruangan dari jalan yang dilalui kendaraan atau benda bising lainnya.
2. Penyelesaian kebisingan pada selubung bangunan yaitu dengan mengatur lubang – lubang udara pada dinding yang gunanya menyerap suara dari dalam maupun luar.
3. Penyelesaian kebisingan dengan interior yaitu dengan menambahkan lapisan pada dinding dan langit – langit bangunan yang dapat menyerap pada beberapa sisi dan dapat memantulkan di sisi yang lainnya.

1.2.5. Pencahayaan

Dalam pencahayaan ada beberapa pertimbangan pada area konvensi. Fungsi ruang yang menggunakan proyektor di dalamnya mengharuskan intensitas cahaya yang redup. Sehingga kurang disarankan untuk menggunakan pencahayaan alami. Namun pada area pameran, sangat disarankan untuk pencahayaan alami karena ruangnya memang luas dan untuk efisiensi penggunaan energi.

Ruangan yang terang tentu lebih baik dibandingkan ruangan yang tidak memiliki pencahayaan. Pencahayaan pameran pada *convention hall* dan pameran menjadi penting karena dapat membantu tampilan dalam sebuah *event* sehingga unsur-unsur visualnya dapat terlihat jelas dan tegas.



Gambar 2.3.5 Pencahayaan *Convention Hall*
(Sumber: www.google.com/image)

1.2.6. Penghawaan

Pada perancangan *convention hall* dan pameran ini akan menggunakan penghawaan secara alami dan buatan. Penghawaan alami dapat berupa ventilasi, dan penggunaan AC central sebagai penghawaan buatan pada ruang ini bertujuan untuk pengaturan temperatur dan dapat menyebarkan udara secara merata pada ruangan. *Exhaustfan* diterapkan pada bagian gudang dan ruang mekanikal elektrik.

1.2.7. Sistem Pemadam Kebakaran

Sistem *detectorfire* dipasang pada semua ruangan untuk menanggulangi kebakaran. Selain itu juga terdapat sistem pemadam kebakaran lain yang digunakan, yaitu:

1. *Sprinkler* diletakkan di langit-langit. *Sprinkler* digunakan dengan *heat* dan *smokedetector*.
2. *Hydrantbox* terhubung dengan jaringan air sistem *downfeed*.
3. *Fireextinguisher* diletakkan di dalam atau di luar ruangan.
4. *Hydrantpillar*, alat pemadam kebakaran di luar bangunan yang terhubung dengan *groundreservoir* atau *rooftank*.

1.3. Restoran

1.3.1. Pengertian Restoran

Pengertian restoran menurut Longman adalah sebuah restoran melayani atau menjual makanan ringan dan minuman, restoran biasanya digunakan orang untuk rileks. Tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang mendekati restoran dalam sistem pelayanan yang di dalamnya terdapat hiburan alunan musik, sehingga café dapat digunakan sebagai tempat yang santai dan untuk berbincang-bincang (*BuildingPlanning&Desain*).

1.3.2. Sistem Penyajian

Cara penyajian makanan terdapat beberapa cara, yaitu :

1. *SelfService*. Dimana pengunjung melakukan pelayanan bagi dirinya sendiri. Pengunjung datang kemudian mengambil makanan dan minuman yang mereka inginkan kemudian menuju ke kasir dan membayar makanan mereka lalu duduk di tempat yang telah disediakan. Cara ini terkesan familiar dan bersahabat.
2. *WaiterofWaitressServicetoTable*. Pengunjung datang lalu duduk pada kursi yang telah disediakan, kemudian pramusaji akan melayani mereka, mengantar menu dan makanan hingga membayar ke kasir, sehingga orang tidak perlu beranjak dari kursinya. Cara ini terkesan formal.
3. *CounterService*. Dimana terdapat area khusus yang terdapat *display* makanan yang ada, biasanya digunakan untuk pelayanan yang cepat dan *service* tidak formal.
4. *AutomaticVending* Menggunakan mesin otomatis. Pengunjung memasukkan koin lalu dari mesin keluar makanan yang dipilihnya.

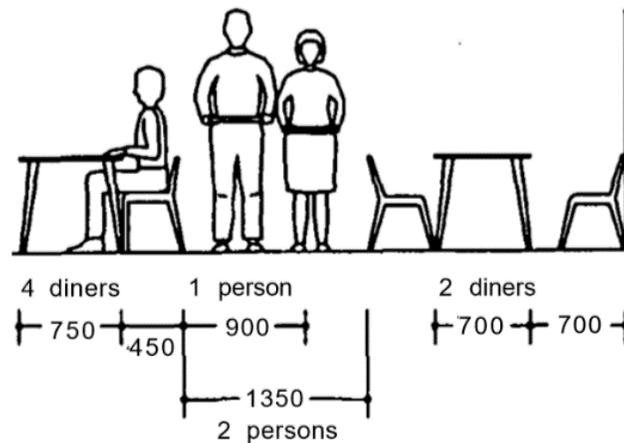
1.3.3. Elemen Interior

Lantai pada sebuah restoran harus fungsional dan dekoratif, dan pemilihan material lantai mempunyai pengaruh dalam pembersihan dan perawatan. Penampilan menggambarkan kenyamanan, hangat dan ketenangan yang diharapkan. Lantai juga harus mampu menahan beban dan kelembaban, mudah dibersihkan, dan tahan terhadap air di permukaan.

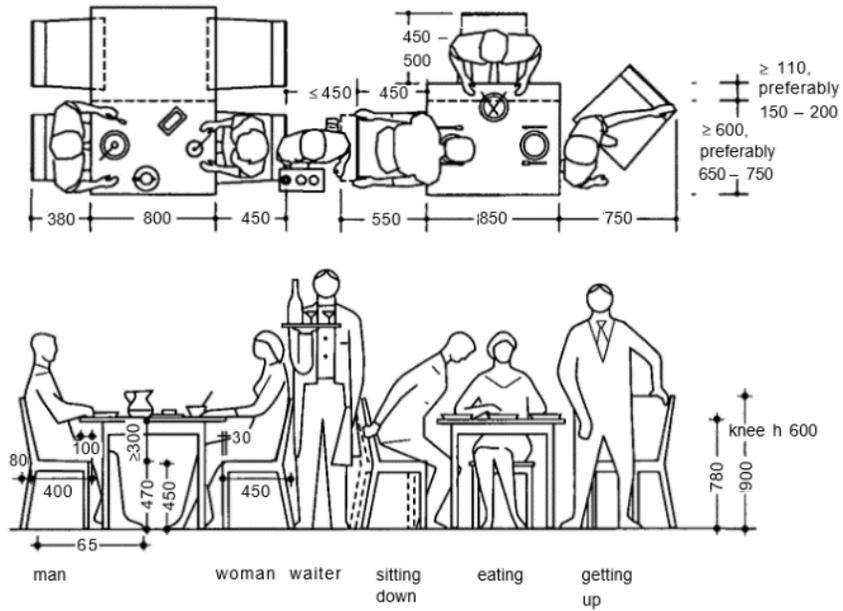
Dinding yang stabil, akurat, tekstur halus dan simetris akan memberikan kesan pasif tanpa adanya gerakan secara dinamis, sedangkan dinding yang berbentuk tidak teratur terlihat lebih dinamis ditambahkan tekstur kasar, pola dan warna keras akan membuat dinding semakin aktif dan mengundang perhatian.

1.3.4. Sirkulasi Ruang

Sirkulasi ruang pada restoran tidak diarahkan pada suatu tempat. Pengunjung tidak tergantung pada bentuk ruang dan bebas bergerak untuk menuju tempat yang diinginkan tanpa adanya batasan apapun.



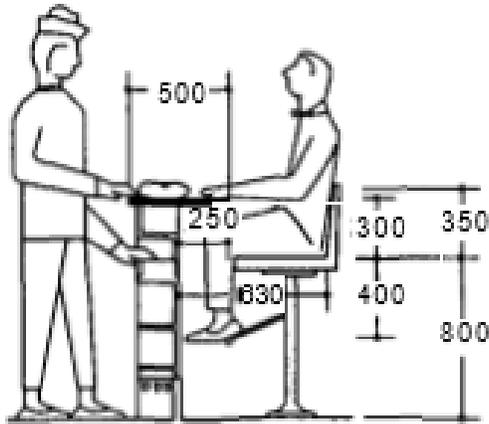
Gambar 2.4.4.1 Sirkulasi minimum antar kursi untuk dua orang
(Sumber: David Edler, 1999. hlm. 293)



Gambar 2.4.4.2 Contoh sirkulasi yang salah
(Sumber: David Edler, 1999. hlm. 291)

number of seats	table size: drinking mm	table size: eating mm	number of seats	table size: drinking mm	table size: eating mm
1	450 to 600	750	1	450 to 600	600 to 700
2	600	850	2	600 square	750 square
4	900	1050	4	750 square	900 x 950
				-	1500 x 750
6	1150	1200	6	-	1400 x 950
				-	1700 x 750
8	1400	1500	8	-	1750 x 900
				-	2300 x 750

Gambar 2.4.4.3 Ukuran rekomendasi meja
(Sumber: David Edler, 1999. hlm. 291)



Gambar 2.4.4.4 *High bar stool*
(Sumber: David Edler, 1999. hlm. 293)

1.3.5. Pencahayaan

Penggunaan pencahayaan adalah pencahayaan alami dan buatan. Pencahayaan alami digunakan untuk bagian depan dan daerah terbuka di luar bangunan. Pencahayaan buatan menggunakan lampu spot pada bagian tertentu agar pengunjung dapat dengan cepat menangkap objek yang disorot. Penggunaan material yang tidak terlalu memantulkan cahaya juga dapat berpengaruh dalam penglihatan pengunjung.



Gambar 2.4.5 *Lampu Spotlight*
(Sumber: www.pinterest.com)

1.4. Retail

1.4.1. Pengertian Retail

Retail berasal dari bahasa Perancis yaitu *retailer* yang berarti memotong menjadi kecil-kecil (Risch, 1991. hlm 2). Menurut Berman dan Evans (2001, hlm 3) bahwa *retailing* merupakan suatu usaha bisnis yang berusaha memasarkan barang dan jasa kepada konsumen untuk keperluan pribadi dan rumah tangga.

Pada dasarnya, retail mencakup kegiatan-kegiatan seperti:

1. Menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen
2. Menjual dengan harga yang pantas
3. Menyampaiannya kepada konsumen
4. Meyakinkan konsumen bahwa barang yang dijual mampu memenuhi kebutuhan konsumen

1.4.2. Jenis Retail

Ada beberapa jenis retail berdasarkan strategi marketing yang digunakan yaitu:

1. *Departemen stores* : toko yang sangat besar menawarkan *soft goods* dan *hard goods*, biasanya memiliki kemiripan barang dagangan dengan *Speciality store*.
2. *Discount stores* : menawarkan beragam produk dan jasa, tetapi bersaing terutama pada harga menawarkan berbagai macam pilihan barang dagangan dengan harga terjangkau dan potongan harga.
3. *Warehouse stores* : gudang yang menawarkan biaya rendah, memiliki barang yang berjumlah banyak bertumpuk di atas palet atau rak.

4. Speciality stores : sebuah toko khusus yang khas memberi perhatian pada kategori tertentu dan menyediakan tingkat layanan yang tinggi kepada pelanggan.
5. Convenience stores : pada dasarnya ditemukan di wilayah pemukiman yang menyediakan jumlah barang dagangan terbatas lebih dari harga rata-rata dengan pengecekan barang yang cepat.
6. Hypermarkets : menyediakan variasi dan barang dagangan volume besar eksklusif dengan margin yang rendah.
7. Supermarkets : sebuah toko swalayan yang terutama terdiri dari bahan makanan dan produk terbatas pada item non makanan.

1.4.3. Analisis Besaran Retail

Batas luasan lantai penjualan toko menurut kebijakan pemerintah pada peraturan presiden no. 112 tahun 2007, yaitu:

1. Minimarket : kurang dari 400m^2
2. Supermarket : 400m^2 sampai dengan 5000m^2
3. Hypermarket : lebih dari 5000m^2
4. Departemen store : lebih dari 400m^2

1.4.4. Faktor-faktor Retail

1. Desain pintu masuk

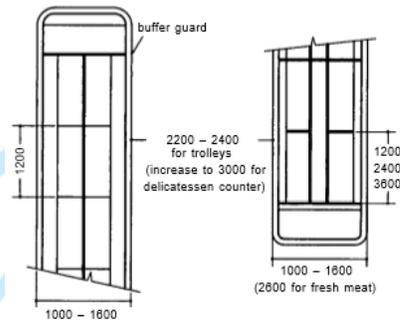
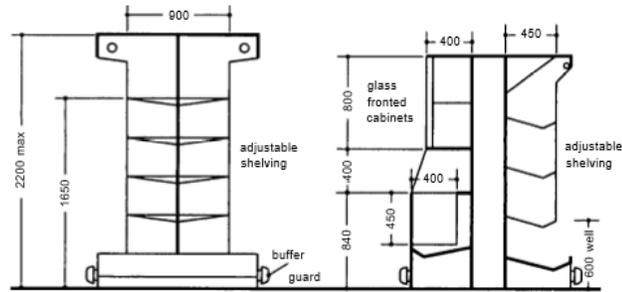
Toko harus secara kreatif mendesain bagian luar toko, karena bagian luar toko merupakan bagian penting dari kebijakan pemajangan toko.

2. Desain bagian interior

Sirkulasi pengunjung harus ke semua bagian toko, karena semakin banyak barang yang dapat dilihat oleh pengunjung maka semakin besar kemungkinan barang untuk dibeli.

3. Bentuk utama tata letak

1. Maze (Labirin) : rancangan jenis ini digunakan untuk membuat pengunjung berkeliling toko untuk menemukan barang yang dibutuhkan.
2. Grid (kolom baris) : merupakan rancangan atas dasar manfaat, hal ini sering dijumpai di minimarket atau pun supermarket yang bertujuan untuk memastikan kemudahan aliran pengunjung dalam toko. Keunggulannya adalah memberikan rasio tertinggi penjualan per ruang yang tidak digunakan untuk penjualan.
3. Bentuk bebas : hal ini akan memungkinkan fleksibilitas maksimum dalam tata letak toko, dapat secara efektif menonjolkan barang dengan imbuhan harga tinggi dan dapat memajang barang sedemikian rupa sehingga menampakkan kelebihan.
4. Speciality (kekhususan): tata letak seperti ini memberikan cara memajang barang yang paling akrab tetapi membutuhkan jumlah tenaga kerja yang terbanyak.



Gambar 2.5.6 Ukuran standar sirkulasi display
(Sumber: David Edler, 1999. hlm. 212)

4. Pencahayaan

1. Kesan kebersihan : toko yang terang akan dianggap lebih bersih dari pada yang remang-remang. Hal ini penting khususnya untuk toko makanan.
2. Kesan ruang : penggunaan penerangan dan cermin yang sesuai akan memberikan kesan ruangan yang lebih luas.

5. Warna

Psikologi tentang warna telah melahirkan banyak tulisan. Prinsip dasarnya adalah warna yang cerah menimbulkan gairah, warna gelap menimbulkan kesan prestise, dan warna ungu jauh lebih menarik bagi kelompok usia muda, hamper semua memiliki peran penting dalam pengaturan desain toko.

6. Suara

Penggunaan suara dapat bermanfaat bagi pengunjung, dinilai dari dua hal yaitu suara dapat menimbulkan perasaan santai atau menimbulkan gairah dalam minat berbelanja. Jenis musik yang digunakan akan berbeda antara jenis toko satu dengan toko yang lainnya.

7. Penghawaan

Temperatur ruang dalam toko seringkali mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap lamanya waktu yang dihabiskan pengunjung di dalam toko. Penggunaan pengaturan udara seperti AC akan menjadi faktor penting dalam desain toko bagi pengecer makanan siap saji.

Bau-bauan yang berlainan dapat mempunyai pengaruh positif dan negative terhadap pembelian oleh pengunjung.

1.5. Definisi *Healthy Life Of Vegan*

Konsep yang diangkat pada perancangan ini adalah *Healthy Life Of Vegan* yang dapat diartikan menjadi kehidupan atau gaya hidup orang-orang vegan. Dari konsep tersebut dihasilkan beberapa kata sifat yang mendukung dari konsep menurut karakteristik orang vegan, yaitu:

1. *Lifestyle* : gaya hidup orang vegan yang dicirikan dari pola makan dan pola hidup yang dijalankannya secara teratur dan seimbang.
2. *Respect* : menghargai kehidupan sesama ciptaan Tuhan yang memiliki akal budi melalui cinta kasih. Menghargai juga

suatu sikap seseorang untuk orang lain tentang mengerjakan suatu hal atau pendapat.

3. *Positive Thinking* : pikiran yang dapat membangun dan memperkuat kepribadian diri dan karakter (Sakina : 2008). Cara berpikir yang di proses secara positif yang menghasilkan energi yang positif juga dapat menghasilkan pemikiran-pemikiran dan sikap yang baik dapat membuat manusia menjadi bersemangat.

1.6. Studi Banding

1.6.1. *Fortunate Coffee*

Fortunate Coffee merupakan sebuah *café* yang terletak di Jalan Kebon Sirih No. 21, Bandung. Selain kopi, *café* ini menghadirkan makanan-makanan berbasis nabati.



Gambar 2.7.1.1 *EntranceFortunateCoffee*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 2.7.1.2 *Display* kue kering
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

FortunateCoffee juga menyediakan aneka roti kering berbahan gandum. Etalase *display* roti kering terdapat pada bagian depan *café*.



Gambar 2.7.1.3 Meja bar
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 2.7.1.4 Dinding interior *Fortunate Coffee*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

1.6.2. Lotte Mart

Lotte Mart terletak di Istana BEC, Jalan Purnawarman No. 13-15, Bandung.

Di toko ini menjual produk-produk lokal maupun luar dengan kualitas tinggi.



Gambar 2.7.2.1 Area display produk
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 2.7.2.2 Food Station
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 2.7.2.3 Informasi gizi
(Sumber: Dokumentasi pribadi)