JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin P-ISSN: 3063-427X
Vol. 3, No. 3 Oktober 2026, hal. 594-617 E-ISSN: 3063-2706
DOI: https://doi.org/10.71153/jimmi.v3i3.642

Transformasi Kudapan Tradisional Minangkabau Dalam Desain *Collectible Toys* Untuk Generasi Z

Dhabita Adila Rana[1]*, Desy Sugianti[2], Siti Khodijah Lestari[3]
[1,2,3]Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni,
Universitas Negeri Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia
Email Koresponden: dhabitaadila@icloud.com*

Abstrak

Kudapan tradisional Minangkabau merupakan bagian dari identitas budaya yang memiliki nilai historis, filosofis, dan visual. Namun, perkembangan budaya populer dan perubahan gaya hidup menyebabkan pengetahuan Generasi Z terhadap ragam kudapan tradisional semakin berkurang. Penelitian ini bertujuan merancang *collectible toys* bertema kudapan tradisional Minangkabau sebagai media pengenalan budaya bagi Generasi Z. Penelitian menggunakan metode penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) dengan pendekatan *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, *focus group discussion*, studi pustaka, dan studi referensi visual, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menghasilkan serangkaian figur karakter tiga dimensi yang mempersonifikasikan kudapan tradisional Minangkabau dengan mengintegrasikan elemen pakaian adat perempuan Minangkabau, khususnya tingkuluak, menggunakan gaya visual *super deformed* (chibi). Produk akhir meliputi collectible figurine, *blind box packaging*, kartu karakter, dan identitas visual produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa collectible toys berpotensi menjadi media alternatif pengenalan budaya yang mampu menggabungkan unsur edukasi, estetika, dan budaya populer sehingga lebih menarik dan relevan bagi Generasi Z.

Kata Kunci : *Collectible Toys*; Generasi Z; Kudapan Tradisional; Minangkabau; Personifikasi Budaya

Pendahuluan

Minangkabau merupakan salah satu kelompok etnis di Indonesia yang memiliki kekayaan budaya yang khas dan kompleks. Kekayaan budaya tersebut tercermin dalam berbagai artefak budaya, mulai dari arsitektur Rumah Gadang, sistem sosial matrilineal, pakaian adat, hingga ragam kuliner tradisional yang menjadi bagian penting dari identitas masyarakatnya. Kuliner tidak hanya berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan pangan, tetapi juga menjadi representasi nilai-nilai sosial, sejarah, serta kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Salah satu unsur kuliner yang memiliki nilai budaya tinggi adalah kudapan tradisional Minangkabau yang berkembang melalui proses adaptasi masyarakat terhadap lingkungan,

Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Published by Fanshur Institute: Research and Knowledge Sharing in Aceh

sumber daya alam, dan tradisi sosial yang berlangsung selama berabad-abad. Berbagai kudapan tradisional tersebut menyimpan makna budaya sekaligus menjadi bagian dari identitas visual masyarakat Minangkabau (Waryono, 2021; Erniwati, 2024).

Di tengah perkembangan teknologi dan globalisasi, keberadaan kudapan tradisional menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Generasi Z sebagai kelompok yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan digital memiliki pola konsumsi informasi dan budaya yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya (Panagiotou et al., 2022). Namun, derasnya arus budaya populer global serta dominasi makanan modern menyebabkan interaksi generasi muda dengan warisan kuliner tradisional semakin berkurang. Masyarakat urban saat ini lebih banyak terpapar promosi visual makanan modern melalui media sosial yang menawarkan kemudahan akses, tampilan menarik, dan citra gaya hidup kontemporer (Purboningsih et al., 2023; Rubio-Hurtado et al., 2022). Kondisi tersebut berkontribusi terhadap menurunnya minat generasi muda terhadap makanan tradisional, termasuk berbagai kudapan khas Minangkabau yang semakin jarang dikenal maupun dikonsumsi (Erlanda & Krisnadi, 2025; Salsabila et al., 2023).

Fenomena tersebut menciptakan paradoks dalam representasi kuliner Minangkabau. Di satu sisi, beberapa kuliner seperti rendang dan nasi Padang telah memperoleh pengakuan luas hingga tingkat internasional dan menjadi simbol utama identitas kuliner Minangkabau melalui berbagai praktik diplomasi kuliner Indonesia (Baskoro, 2022; Naurasari et al., 2025). Namun di sisi lain, keberadaan berbagai kudapan tradisional seperti Ampiang Dadiah, Lapek Bugih, Lamang Tapai, Galamai, maupun Pinyaram justru kurang mendapatkan ruang representasi yang memadai. Popularitas rendang sebagai ikon kuliner Minangkabau menyebabkan ragam kudapan tradisional lainnya berada dalam posisi yang kurang terlihat di tengah masyarakat. Akibatnya, banyak generasi muda yang mengenal Minangkabau melalui rendang, tetapi memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai keragaman kudapan tradisional yang juga menjadi bagian penting dari identitas budaya masyarakat tersebut.

Permasalahan tersebut diperkuat oleh masih terbatasnya media pengenalan budaya yang mampu menjangkau karakteristik Generasi Z. Upaya pelestarian budaya selama ini umumnya dilakukan melalui buku resep, dokumentasi tertulis, festival kuliner, promosi pariwisata, maupun kegiatan adat yang bersifat situasional. Meskipun memiliki fungsi penting dalam pelestarian budaya, media-media tersebut cenderung kurang mampu membangun keterlibatan emosional generasi muda yang lebih dekat dengan budaya visual dan pengalaman interaktif. Dokumentasi visual mengenai makanan tradisional juga sering kali kalah bersaing dengan konten kuliner modern yang dikemas secara lebih menarik dan memperoleh eksposur lebih besar melalui media digital (Dita & Santoso, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya media alternatif yang mampu menghadirkan warisan budaya lokal dalam bentuk yang lebih relevan dengan preferensi generasi muda saat ini.

Perkembangan industri kreatif menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan mengonsumsi produk yang tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga menawarkan pengalaman emosional, estetika, dan simbolik. Salah satu fenomena yang berkembang dalam beberapa tahun terakhir adalah meningkatnya popularitas collectible toys atau mainan koleksi yang dipasarkan melalui berbagai konsep, termasuk sistem *blind box*. Produk tersebut tidak lagi dipandang sebagai mainan semata, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup, sarana ekspresi identitas, serta objek koleksi yang mampu memberikan kepuasan psikologis bagi penggunanya (Liu, 2022; Temel, 2025). Selain itu, karakter bergaya chibi dan visual kawaii terbukti mampu meningkatkan ketertarikan visual, kedekatan emosional, serta perhatian pengguna terhadap suatu objek (Nittono et al., 2012; Sekarayu et al., 2025). Fenomena ini memperlihatkan adanya peluang untuk memanfaatkan *collectible toys* sebagai media pengenalan budaya yang mampu menjembatani warisan budaya lokal dengan budaya populer kontemporer.

Potensi media visual dalam memperkenalkan budaya lokal telah dibuktikan melalui berbagai penelitian terdahulu. Penelitian mengenai media edukatif berbasis permainan menunjukkan bahwa representasi visual tiga

dimensi mampu meningkatkan keterlibatan pengguna dalam proses pembelajaran budaya. Penelitian lain mengenai personifikasi makanan tradisional juga menunjukkan bahwa transformasi objek budaya menjadi karakter visual mampu meningkatkan daya tarik, mempermudah proses pengenalan budaya, serta membangun hubungan emosional dengan audiens muda. Dalam konteks budaya populer, Laksono dan Aryanto (2020) menjelaskan bahwa urban toys memiliki potensi sebagai media komunikasi budaya melalui adaptasi unsur-unsur budaya lokal ke dalam produk budaya populer tanpa menghilangkan identitas aslinya. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa collectible toys tidak hanya berfungsi sebagai produk hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi budaya yang efektif.

Selain memiliki fungsi sebagai objek koleksi, collectible toys juga berkembang sebagai bagian dari budaya populer yang menempatkan desain karakter sebagai elemen utama dalam membangun keterikatan emosional pengguna. Karakter yang dirancang secara menarik mampu menciptakan identifikasi, rasa memiliki, serta keinginan untuk mengoleksi (Ambrose & Harris, 2009; Bancroft, 2006; Solarski, 2012). Dalam konteks budaya, pendekatan personifikasi memberikan peluang untuk mentransformasikan objek budaya tradisional menjadi representasi visual yang lebih mudah diterima oleh generasi muda.

Berdasarkan berbagai kajian tersebut, dapat dilihat bahwa media visual tiga dimensi, pendekatan personifikasi, dan budaya koleksi memiliki potensi besar dalam mendukung pelestarian budaya lokal. Namun demikian, penelitian yang secara khusus mengangkat kudapan tradisional Minangkabau ke dalam bentuk *collectible toys* masih sangat terbatas. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang mengintegrasikan karakteristik visual kudapan tradisional Minangkabau dengan elemen pakaian adat perempuan Minangkabau, khususnya tingkuluak, dalam bentuk figurine koleksi tiga dimensi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang berorientasi pada pengguna melalui tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test* (Brown, 2008; Hasso Plattner Institute of Design at

Stanford, 2010). Pendekatan tersebut dipilih karena memungkinkan pengembangan karya yang tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga kebutuhan, preferensi, dan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang *collectible toys* bertema kudapan tradisional Minangkabau sebagai media pengenalan budaya bagi Generasi Z melalui penggabungan unsur personifikasi kudapan, pakaian adat Minangkabau, dan estetika budaya populer.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian penciptaan (*artistic creation research*) yang berfokus pada perancangan *collectible toys* bertema kudapan tradisional Minangkabau sebagai media pengenalan budaya bagi Generasi Z. Proses penciptaan menggunakan pendekatan *Design Thinking*, yaitu metode yang berorientasi pada pengguna (*human-centered design*) melalui tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test* (Brown, 2008; Hasso Plattner Institute of Design at Stanford, 2010). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan proses perancangan dilakukan secara sistematis berdasarkan kebutuhan pengguna sekaligus menghasilkan solusi desain yang inovatif.

Objek penelitian berupa perancangan karakter *collectible toys* yang mengadaptasi berbagai kudapan tradisional Minangkabau ke dalam bentuk figur tiga dimensi melalui pendekatan personifikasi. Target pengguna penelitian adalah Generasi Z yang memiliki ketertarikan terhadap budaya populer, desain karakter, dan produk koleksi.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, *focus group discussion* (FGD), studi pustaka, dan studi referensi visual. Observasi dilakukan terhadap berbagai produk *collectible toys*, *blind box*, dan *art toys* untuk mengidentifikasi karakteristik desain, gaya visual, material, serta tren pasar. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang memahami budaya Minangkabau dan proses perancangan *art toys* guna memperoleh informasi mengenai karakteristik kudapan tradisional, nilai budaya, dan proses produksi. FGD melibatkan Generasi Z asal Sumatera Barat untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan, preferensi visual, dan persepsi mereka

terhadap media pengenalan budaya. Studi pustaka digunakan untuk memperoleh landasan teoritis mengenai budaya Minangkabau, desain karakter, *collectible toys,* dan budaya populer, sedangkan studi referensi visual digunakan sebagai acuan dalam pengembangan konsep dan identitas visual karakter (Ambrose & Harris, 2009).

Tahapan perancangan mengikuti lima tahap *Design Thinking*. Tahap *empathize* dilakukan melalui identifikasi kebutuhan pengguna dan pengumpulan data lapangan mengenai rendahnya pengenalan kudapan tradisional Minangkabau di kalangan Generasi Z. Tahap *define* digunakan untuk merumuskan fokus perancangan berdasarkan hasil analisis data. Tahap *ideate* meliputi penyusunan konsep, eksplorasi karakter, *moodboard*, palet warna, dan identitas visual produk. Tahap *prototype* dilakukan melalui pemodelan digital menggunakan perangkat lunak *Nomad Sculpt*, dilanjutkan dengan proses pencetakan tiga dimensi berbahan resin ABS serta *finishing* manual. Selanjutnya, tahap *test* dilakukan melalui evaluasi karya untuk memperoleh masukan mengenai aspek estetika, keterbacaan karakter, dan efektivitas penyampaian pesan budaya.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2025). Hasil analisis menjadi dasar dalam pengambilan keputusan desain hingga menghasilkan satu set *collectible figurines* beserta media pendukung berupa *blind box packaging*, kartu karakter, dan identitas visual sebagai media pengenalan budaya Minangkabau bagi Generasi Z.

Pembahasan/hasil

A. Tahap *Empathize*

Tahap *empathize* bertujuan memperoleh pemahaman mengenai permasalahan yang dihadapi pengguna serta mengidentifikasi potensi budaya yang akan diangkat dalam perancangan *collectible toys*. Pada tahap ini, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, *focus group discussion* (FGD), studi pustaka, dan studi referensi visual. Seluruh data yang diperoleh digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik target pengguna, tingkat

pengenalan terhadap kudapan tradisional Minangkabau, serta preferensi visual yang berkembang di kalangan Generasi Z.

Hasil observasi menunjukkan bahwa representasi kuliner Minangkabau di masyarakat masih didominasi oleh makanan utama, seperti rendang dan nasi Padang, sedangkan berbagai kudapan tradisional relatif kurang dikenal oleh generasi muda. Padahal, setiap kudapan memiliki karakteristik bentuk, warna, tekstur, serta filosofi yang dapat menjadi identitas visual budaya Minangkabau. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kekayaan budaya kuliner yang dimiliki dengan tingkat pengenalannya di kalangan Generasi Z.

Selain observasi, wawancara dilakukan dengan narasumber yang memiliki kompetensi di bidang budaya Minangkabau dan perancangan *art toys*. Wawancara bertujuan memperoleh informasi mengenai nilai budaya yang terkandung dalam kudapan tradisional, karakteristik visual yang perlu dipertahankan, serta peluang penerapannya ke dalam media visual berbentuk *collectible toys.* Sementara itu, *focus group discussion* dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan Generasi Z terhadap kudapan tradisional Minangkabau sekaligus mengidentifikasi preferensi mereka terhadap desain karakter dan produk koleksi.

Berdasarkan keseluruhan proses pengumpulan data tersebut, diperoleh sejumlah temuan yang menjadi dasar dalam merumuskan konsep perancangan. Ringkasan hasil identifikasi pada tahap *empathize* disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Identifikasi pada Tahap *Empathize*

Teknik Pengumpulan Data	Temuan Utama	Implikasi terhadap Perancangan
Observasi	Kudapan tradisional Minangkabau kurang dikenal dibandingkan makanan utama seperti rendang dan nasi Padang.	Diperlukan media yang mampu memperkenalkan kembali ragam kudapan tradisional kepada Generasi Z.

Wawancara	Kudapan tradisional memiliki nilai budaya, filosofi, dan karakter visual yang dapat dikembangkan sebagai identitas desain.	Unsur bentuk, warna, dan filosofi kudapan dipertahankan sebagai dasar pengembangan karakter.
Focus Group Discussion (FGD)	Generasi Z lebih tertarik pada media visual yang bersifat interaktif, kolektibel, dan memiliki desain karakter yang menarik.	*Collectible toys* dipilih sebagai media pengenalan budaya yang sesuai dengan preferensi target pengguna.
Studi Referensi Visual	Produk *blind box* dan *collectible toys* didominasi karakter bergaya super deformed (chibi) dengan proporsi sederhana dan ekspresif.	Gaya visual super deformed (chibi)digunakan sebagai pendekatan utama dalam perancangan karakter.

Hasil pada Tabel 1 menunjukkan bahwa permasalahan utama tidak terletak pada kurangnya keberadaan kudapan tradisional, melainkan pada rendahnya tingkat eksposur dan daya tarik media yang digunakan untuk memperkenalkannya kepada generasi muda. Di sisi lain, tingginya minat Generasi Z terhadap produk koleksi memberikan peluang untuk menghadirkan media pengenalan budaya yang lebih sesuai dengan karakteristik pengguna. Oleh karena itu, collectible toys dipilih sebagai media yang mampu mengintegrasikan unsur budaya lokal dengan estetika budaya populer sehingga lebih mudah diterima oleh target pengguna.

Temuan pada tahap *empathize* kemudian menjadi dasar dalam merumuskan fokus perancangan pada tahap berikutnya, yaitu *define*, melalui penyusunan kebutuhan pengguna, tujuan desain, serta konsep visual yang akan dikembangkan.

B. Tahap *Define*

Tahap *define* dilakukan untuk merumuskan fokus perancangan berdasarkan temuan yang diperoleh pada tahap *empathize*. Analisis dilakukan terhadap seluruh data hasil observasi, wawancara, *focus group discussion* (FGD), serta studi referensi visual untuk mengidentifikasi permasalahan utama, kebutuhan pengguna, dan arah pengembangan

produk. Proses ini menghasilkan rumusan desain yang menjadi pedoman pada tahap pengembangan konsep visual.

Hasil analisis menunjukkan bahwa rendahnya pengenalan terhadap kudapan tradisional Minangkabau bukan disebabkan oleh kurangnya nilai budaya yang dimiliki, melainkan karena media pengenalannya belum mampu mengikuti perkembangan preferensi Generasi Z. Sebagian besar media pelestarian masih berupa dokumentasi, festival budaya, atau publikasi konvensional yang cenderung bersifat informatif. Sebaliknya, target pengguna lebih tertarik pada media yang menawarkan pengalaman visual, nilai estetika, serta unsur koleksi yang dapat membangun keterikatan emosional.

Selain karakteristik pengguna, analisis juga mempertimbangkan karakter visual setiap kudapan tradisional. Setiap kudapan memiliki bentuk, warna, tekstur, dan filosofi yang berbeda sehingga berpotensi dikembangkan menjadi identitas karakter yang unik. Oleh karena itu, proses perancangan tidak hanya berfokus pada representasi bentuk makanan, tetapi juga mengintegrasikan unsur budaya lain yang memiliki identitas visual kuat, yaitu tingkuluak sebagai penutup kepala perempuan Minangkabau. Integrasi kedua unsur tersebut diharapkan mampu menghasilkan karakter yang tetap merepresentasikan budaya Minangkabau sekaligus memiliki daya tarik sebagai produk *collectible toys*.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperoleh sejumlah kebutuhan desain yang menjadi dasar dalam proses pengembangan konsep visual sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rumusan Kebutuhan Desain pada Tahap *Define*

Permasalahan	Kebutuhan Pengguna	Keputusan Desain
Kudapan tradisional Minangkabau kurang dikenal oleh Generasi Z.	Media pengenalan budaya yang lebih menarik dan mudah diakses.	Menggunakan collectible toys sebagai media komunikasi visual.
Generasi Z lebih menyukai produk dengan nilai estetika dan pengalaman koleksi.	Produk yang memiliki karakter unik, menarik, dan layak dikoleksi.	Mengembangkan karakter bergaya super deformed (chibi) dengan konsep blind box.

Identitas budaya perlu tetap dipertahankan dalam proses transformasi visual.	Representasi budaya yang tetap mudah dikenali.	Mengintegrasikan karakteristik kudapan tradisional dengan elemen tingkuluak sebagai identitas visual utama.
Setiap kudapan memiliki karakter visual yang berbeda.	Karakter yang memiliki ciri khas dan mudah dibedakan.	Mengembangkan desain berdasarkan bentuk, warna, tekstur, dan filosofi masing-masing kudapan.

Hasil pada Tabel 2 menunjukkan bahwa keputusan desain tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga berorientasi pada kebutuhan pengguna dan tujuan pelestarian budaya. Dengan demikian, media yang dirancang diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai objek koleksi, tetapi juga mampu menyampaikan informasi budaya melalui representasi visual yang komunikatif.

Rumusan kebutuhan desain tersebut selanjutnya menjadi acuan dalam tahap *ideate*, yaitu proses eksplorasi konsep visual, penyusunan *moodboard*, pengembangan *color palette*, serta perancangan karakter collectible toys yang merepresentasikan kudapan tradisional Minangkabau.

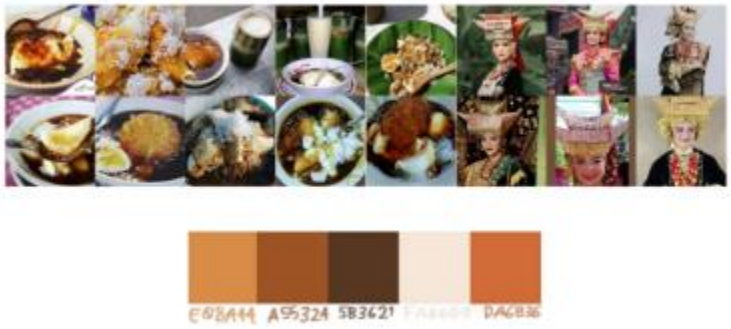
C. Tahap *Ideate*

Tahap *ideate* merupakan proses pengembangan berbagai alternatif solusi desain berdasarkan kebutuhan pengguna yang telah dirumuskan pada tahap *define*. Fokus utama pada tahap ini adalah menerjemahkan nilai budaya yang terkandung dalam kudapan tradisional Minangkabau ke dalam konsep visual yang komunikatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik collectible toys. Proses ideasi dilakukan melalui penyusunan *moodboard*, eksplorasi bentuk, pemilihan *color palette*, serta pengembangan identitas visual setiap karakter.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah personifikasi, yaitu mengubah objek kudapan tradisional menjadi karakter figur manusia dengan tetap mempertahankan karakteristik visual utamanya. Pendekatan ini dipilih agar setiap karakter memiliki identitas yang mudah dikenali sekaligus mampu menyampaikan unsur budaya secara lebih komunikatif. Selain mengadaptasi bentuk dan warna kudapan, setiap karakter juga dipadukan dengan elemen

tingkuluak sebagai representasi pakaian adat perempuan Minangkabau sehingga identitas budaya tetap terlihat pada setiap desain.

Sebagai dasar pengembangan visual, disusun *moodboard* yang memuat referensi bentuk, tekstur, warna, material, serta elemen budaya yang akan diterapkan pada masing-masing karakter. Penyusunan *moodboard* berfungsi menjaga konsistensi visual selama proses eksplorasi sehingga keputusan desain tidak hanya didasarkan pada pertimbangan estetika, tetapi juga memiliki keterkaitan dengan objek budaya yang direpresentasikan.



Gambar 1. Moodboard dan Color Palette Karakter Ampiang Dadiah
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Karakter Ampiang Dadiah dikembangkan dengan mengadaptasi karakteristik visual kudapan yang didominasi oleh warna putih, krem, dan cokelat muda. Ketiga warna tersebut kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan *color palette* yang diterapkan pada kostum, aksesori, serta elemen dekoratif karakter. Selain warna, tekstur dadiah yang lembut juga menjadi inspirasi dalam pembentukan detail pakaian sehingga karakter tetap memiliki hubungan visual dengan objek budaya yang direpresentasikan. Bentuk tingkuluak dirancang mengikuti siluet karakter agar menyatu dengan keseluruhan komposisi visual tanpa menghilangkan identitas Minangkabau.



Gambar 2. Moodboard dan Color Palette Karakter Lapek Bugih
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Pengembangan karakter Lapek Bugih diawali dengan identifikasi bentuk lipatan daun pembungkus yang menjadi ciri khas kudapan tersebut. Bentuk tersebut kemudian disederhanakan menjadi elemen visual yang diterapkan pada kostum dan aksesori karakter. Warna hijau dipilih sebagai warna dominan karena merepresentasikan daun pembungkus, sedangkan warna putih digunakan sebagai representasi isi kudapan. Perpaduan kedua warna tersebut menghasilkan karakter yang tetap memiliki keterkaitan visual dengan Lapek Bugih meskipun telah mengalami transformasi menjadi figur bergaya collectible toys.



Gambar 3. Moodboard dan Color Palette Karakter Uni Sansan
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Karakter Uni Sansan dikembangkan melalui eksplorasi bentuk yang lebih sederhana dengan tetap mempertahankan karakteristik visual kudapan sebagai identitas utama. Penyusunan *color palette* dilakukan berdasarkan warna dominan pada objek asli, kemudian disesuaikan dengan gaya visual karakter agar menghasilkan komposisi yang harmonis. Seluruh elemen visual, mulai dari bentuk pakaian, aksesori, hingga tingkuluak, dirancang untuk membangun identitas karakter yang konsisten sekaligus membedakannya dari karakter lainnya.

Hasil tahap *ideate* menunjukkan bahwa setiap karakter memiliki identitas visual yang berbeda sesuai karakteristik kudapan yang diadaptasi. Perbedaan tersebut tidak hanya terlihat pada penggunaan warna, tetapi juga pada bentuk kostum, aksesori, serta pengolahan elemen budaya yang diterapkan pada masing-masing karakter. Konsep visual yang dihasilkan pada tahap ini selanjutnya menjadi dasar dalam proses pembuatan model tiga dimensi pada tahap *prototype*.

D. Tahap *Prototype*

Tahap *prototype* merupakan proses visualisasi konsep ke dalam bentuk tiga dimensi yang dapat dievaluasi sebelum menjadi produk akhir. Pada tahap ini dilakukan eksplorasi beberapa alternatif desain karakter untuk memperoleh bentuk yang paling mampu merepresentasikan identitas kudapan tradisional Minangkabau sekaligus memenuhi karakteristik collectible toys. Proses pengembangan dilakukan secara bertahap melalui pembuatan sketsa digital, eksplorasi proporsi karakter, penyempurnaan detail visual, pemodelan tiga dimensi menggunakan perangkat lunak Nomad Sculpt, hingga proses pencetakan (*3D printing*) dan *finishing*.

Eksplorasi dilakukan melalui beberapa alternatif gaya visual. Setiap alternatif dikembangkan berdasarkan hasil tahap *ideate*, kemudian dievaluasi dari aspek proporsi, keterbacaan bentuk, keseimbangan komposisi, serta kemampuan karakter dalam merepresentasikan identitas budaya Minangkabau.



Gambar 4. Hasil Eksplorasi Style 1
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Alternatif pertama menampilkan karakter dengan proporsi tubuh yang masih mendekati anatomi manusia. Pendekatan ini memungkinkan detail kostum, aksesori, dan elemen budaya ditampilkan secara lebih lengkap. Namun, hasil evaluasi menunjukkan bahwa proporsi tersebut belum memberikan kesan sebagai figur koleksi (*collectible toys*). Selain itu, ukuran kepala yang relatif kecil menyebabkan ekspresi karakter kurang menonjol sehingga daya tarik visualnya masih terbatas.



Gambar 5. Hasil Eksplorasi Style 2
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Alternatif kedua dikembangkan melalui perubahan proporsi dengan memperbesar ukuran kepala dan menyederhanakan bentuk tubuh. Perubahan tersebut menghasilkan karakter yang lebih ekspresif dan mulai menunjukkan ciri visual figur koleksi. Meskipun demikian, beberapa elemen budaya, khususnya bentuk tingkuluak dan detail kostum, masih memerlukan penyempurnaan agar identitas budaya Minangkabau tetap mudah dikenali.



Gambar 6. Hasil Eksplorasi Style 3
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Alternatif ketiga menghasilkan karakter bergaya super deformed (chibi) dengan proporsi kepala yang lebih dominan dibandingkan tubuh. Pendekatan ini memberikan kesan yang lebih menarik, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik produk collectible toys. Penyederhanaan bentuk dilakukan tanpa menghilangkan unsur visual utama dari masing-masing kudapan, sehingga karakter tetap mempertahankan identitas budaya yang menjadi dasar perancangannya.

Alternatif ketiga kemudian dipilih sebagai dasar pengembangan karya akhir karena dinilai paling mampu menggabungkan karakteristik collectible toys dengan identitas visual kudapan tradisional Minangkabau. Proporsi karakter yang lebih sederhana memberikan ruang yang lebih luas untuk

menonjolkan ekspresi wajah, bentuk tingkuluak, serta elemen dekoratif yang menjadi ciri khas masing-masing karakter.

Desain terpilih kemudian dikembangkan menjadi model tiga dimensi menggunakan Nomad Sculpt. Pada tahap ini dilakukan penyempurnaan anatomi karakter, pembentukan volume, pengaturan proporsi, serta penambahan detail kostum dan aksesori. Setelah model digital selesai, karakter diproduksi menggunakan teknik 3D printing berbahan resin ABS, kemudian melalui proses pengamplasan, perakitan, pengecatan manual, dan pelapisan akhir (*clear coating*) untuk menghasilkan permukaan yang halus dan warna yang konsisten.



Gambar 7. Karya Jadi Tampak Perspektif Karakter
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Hasil pemodelan menunjukkan bahwa karakter berhasil menerjemahkan bentuk dasar kudapan tradisional ke dalam figur tiga dimensi tanpa menghilangkan identitas visualnya. Penggunaan proporsi *super deformed* (chibi) memberikan kesan yang lebih ramah dan mudah dikenali, sedangkan penerapan tingkuluak sebagai elemen utama kostum memperkuat representasi budaya Minangkabau pada setiap karakter.

E. Tahap *Test*

Tahap *test* dilakukan untuk mengevaluasi hasil perancangan sebelum ditetapkan sebagai produk akhir. Evaluasi bertujuan menilai keterbacaan visual karakter, kesesuaian representasi budaya, proporsi desain, serta efektivitas media yang dirancang sebagai sarana pengenalan kudapan tradisional Minangkabau kepada Generasi Z. Proses evaluasi dilakukan melalui peninjauan kembali terhadap model tiga dimensi beserta seluruh

media pendukung yang telah dihasilkan. Masukan yang diperoleh digunakan sebagai dasar penyempurnaan desain sehingga produk akhir memiliki konsistensi visual, identitas budaya yang jelas, dan nilai estetika yang sesuai dengan konsep *collectible toys*.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penggunaan gaya visual super deformed (chibi) mampu meningkatkan daya tarik karakter tanpa menghilangkan identitas kudapan tradisional yang menjadi sumber inspirasi. Integrasi elemen tingkuluak pada setiap karakter juga memberikan penanda visual yang kuat sehingga karakter tidak hanya dikenali sebagai figur koleksi, tetapi juga sebagai representasi budaya Minangkabau. Selain itu, penyempurnaan dilakukan pada komposisi warna, proporsi aksesori, dan detail kostum agar setiap karakter memiliki konsistensi visual serta mudah dibedakan satu sama lain.

Tabel 5. Hasil Evaluasi Produk

Aspek yang Dievaluasi	Hasil Evaluasi	Tindak Lanjut
Proporsi karakter	Proporsi chibi dinilai paling sesuai dengan konsep *collectible toys*.	Digunakan sebagai desain akhir.
Representasi budaya	Identitas kudapan dan elemen tingkuluak telah mudah dikenali.	Dipertahankan pada seluruh karakter.
Warna dan komposisi	Warna telah sesuai dengan referensi kudapan, namun beberapa detail disempurnakan agar lebih harmonis.	Dilakukan penyesuaian pada proses *finishing*.
Media pendukung	Packaging dan media pendukung mampu memperkuat identitas produk.	Dikembangkan sebagai satu kesatuan identitas visual.

Setelah melalui proses evaluasi dan penyempurnaan, dihasilkan satu set collectible toys beserta media pendukung yang membentuk identitas produk secara utuh. Produk akhir tidak hanya berupa figur karakter tiga

dimensi, tetapi juga dilengkapi dengan berbagai media yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengenal dan mengoleksi karakter.



Gambar 11. Hasil Final Desain

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Hasil akhir menunjukkan bahwa setiap figur memiliki karakteristik visual yang berbeda sesuai dengan kudapan tradisional yang direpresentasikan. Perbedaan tersebut terlihat pada bentuk kostum, warna, aksesori, serta modifikasi tingkuluak yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing kudapan. Meskipun memiliki identitas yang berbeda, seluruh figur tetap mempertahankan gaya visual yang konsisten sehingga membentuk satu seri collectible toys.



Gambar 9. Character Card

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Sebagai media pendukung, setiap karakter dilengkapi dengan character card yang memuat nama karakter, ilustrasi, dan informasi singkat mengenai kudapan tradisional yang menjadi inspirasi desain. Kehadiran kartu karakter bertujuan memberikan informasi tambahan kepada pengguna sehingga proses koleksi tidak hanya bersifat visual, tetapi juga memiliki nilai edukatif.



Gambar 10. Packaging

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Desain *packaging* dikembangkan dengan mempertahankan identitas visual yang konsisten dengan karakter utama. Penggunaan elemen warna, tipografi, ilustrasi, dan logo dirancang untuk memperkuat citra produk serta memberikan pengalaman visual yang menarik sejak pertama kali pengguna berinteraksi dengan kemasan.

Adapun dalam rancangan ini diterapkan konsep blind box untuk menghadirkan pengalaman koleksi yang lebih interaktif. Sistem ini memungkinkan pengguna memperoleh karakter secara acak sehingga mendorong minat untuk mengoleksi seluruh seri karakter. Selain berfungsi sebagai kemasan, *blind box* juga menjadi bagian dari strategi penyajian produk yang sesuai dengan karakteristik pasar collectible toys.



Gambar 12. Logo Produk

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026)

Logo dirancang sebagai identitas visual utama yang diterapkan secara konsisten pada seluruh media pendukung, termasuk kemasan, character card, dan materi promosi. Pengembangan logo mempertimbangkan kesesuaian dengan karakter visual produk sehingga mampu merepresentasikan konsep budaya yang diangkat sekaligus memperkuat citra merek.

Berdasarkan keseluruhan tahapan *Design Thinking*, penelitian ini menghasilkan satu set collectible toys bertema kudapan tradisional Minangkabau yang terdiri atas figur karakter tiga dimensi, character card, *packaging*, blind box, dan identitas visual produk. Seluruh komponen dirancang sebagai satu kesatuan media pengenalan budaya yang mengintegrasikan unsur kuliner tradisional Minangkabau dengan pendekatan visual yang sesuai dengan preferensi Generasi Z.

F. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa collectible toys memiliki potensi sebagai media alternatif dalam memperkenalkan kudapan tradisional Minangkabau kepada Generasi Z. Hal tersebut terlihat dari keberhasilan proses perancangan yang mengintegrasikan karakteristik visual kudapan tradisional dengan elemen pakaian adat Minangkabau, khususnya tingkuluak, ke dalam bentuk figur koleksi yang menarik secara visual. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa media pelestarian budaya tidak harus selalu diwujudkan dalam bentuk konvensional, tetapi dapat dikembangkan melalui produk budaya populer yang lebih dekat dengan karakteristik generasi muda.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Laksono dan Aryanto (2020) yang menyatakan bahwa urban toys tidak hanya berfungsi sebagai produk hiburan, tetapi juga dapat menjadi media komunikasi budaya melalui adaptasi unsur-unsur budaya lokal ke dalam format visual yang lebih kontemporer. Hal serupa juga dikemukakan oleh Oktaviani dan Prasetyawati (2020), yang menjelaskan bahwa urban toys memiliki kemampuan mereproduksi pesan budaya melalui perpaduan aspek visual, simbolik, dan pengalaman koleksi. Pada penelitian ini, konsep tersebut diwujudkan dengan mentransformasikan kudapan tradisional Minangkabau menjadi karakter figur tiga dimensi yang tetap mempertahankan identitas visual aslinya sehingga budaya lokal dapat dikemas dalam bentuk yang lebih komunikatif bagi Generasi Z.

Selain mengadaptasi bentuk kudapan tradisional, penelitian ini juga menerapkan pendekatan personifikasi dalam proses pengembangan karakter. Personifikasi memungkinkan objek nonmanusia memperoleh karakteristik manusia melalui ekspresi, gestur, atribut, dan kepribadian visual sehingga lebih mudah dikenali dan membangun kedekatan emosional dengan pengguna. Menurut Bancroft (2006), karakter yang memiliki kepribadian visual yang kuat akan lebih mudah diingat serta mampu membangun hubungan emosional dengan audiens. Pendapat tersebut diperkuat oleh Solarski (2012), yang menyatakan bahwa proporsi tubuh, siluet, dan ekspresi merupakan elemen penting dalam membentuk identitas karakter. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan personifikasi tidak hanya menghasilkan karakter yang menarik secara estetis, tetapi juga mampu mempertahankan identitas visual setiap kudapan melalui penggunaan bentuk, warna, tekstur, dan atribut budaya yang khas.

Penggunaan gaya visual super deformed (chibi) juga menjadi salah satu faktor yang memperkuat daya tarik karakter yang dihasilkan. Selama proses eksplorasi desain, beberapa alternatif proporsi karakter dikembangkan sebelum dipilih desain akhir yang paling sesuai dengan karakteristik collectible toys. Pemilihan gaya chibi menghasilkan karakter yang lebih ekspresif, sederhana, dan mudah dikenali dibandingkan proporsi semi-realistis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nittono et al. (2012), yang menunjukkan bahwa visual bergaya kawaii mampu meningkatkan perhatian dan respons emosional pengguna terhadap suatu objek. Penelitian Sekarayu et al. (2025) juga menjelaskan bahwa karakter bergaya chibi lebih efektif dalam membangun daya tarik visual karena memiliki bentuk yang sederhana, ekspresi yang jelas, dan mudah diingat.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa media collectible toys memiliki kesesuaian dengan karakteristik Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan digital dan budaya visual. Panagiotou et al. (2022) menjelaskan bahwa Generasi Z memiliki pola konsumsi media yang lebih berorientasi pada konten visual, interaktif, dan mudah dibagikan melalui platform digital. Sementara itu, Purboningsih et al. (2023) serta Rubio-Hurtado et al. (2022) menjelaskan bahwa media visual memiliki peran penting dalam membentuk

pengalaman belajar dan interaksi sosial generasi muda. Oleh karena itu, penggunaan figur koleksi sebagai media pengenalan budaya dinilai lebih sesuai dengan karakteristik target pengguna dibandingkan media konvensional yang bersifat tekstual.

Penerapan sistem blind box pada produk akhir juga memberikan nilai tambah terhadap pengalaman pengguna. Sistem ini tidak hanya berfungsi sebagai kemasan, tetapi juga menciptakan unsur kejutan dan mendorong aktivitas mengoleksi berbagai karakter yang tersedia. Liu (2022) menjelaskan bahwa fenomena blind box berkembang karena mampu memberikan pengalaman emosional dan rasa penasaran yang meningkatkan keterlibatan konsumen. Pendapat tersebut diperkuat oleh Temel (2025), yang menyatakan bahwa budaya koleksi pada produk designer toys tidak hanya dipengaruhi oleh nilai estetika, tetapi juga oleh pengalaman memperoleh karakter secara acak dan keinginan melengkapi satu seri koleksi. Dalam konteks penelitian ini, konsep tersebut berpotensi meningkatkan ketertarikan pengguna untuk mengenal lebih banyak ragam kudapan tradisional Minangkabau melalui aktivitas mengoleksi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan collectible toys mampu menjadi pendekatan alternatif dalam memperkenalkan kudapan tradisional Minangkabau kepada Generasi Z. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi antara personifikasi kudapan tradisional, elemen tingkuluak sebagai identitas budaya Minangkabau, serta konsep collectible toys yang dikembangkan mengikuti preferensi budaya populer generasi muda. Pendekatan tersebut tidak hanya menghasilkan karya yang memiliki nilai estetika, tetapi juga memperlihatkan bahwa desain produk dapat berfungsi sebagai media komunikasi visual dalam mendukung pelestarian budaya lokal.

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil merancang collectible toys bertema kudapan tradisional Minangkabau sebagai media alternatif untuk memperkenalkan budaya kepada Generasi Z melalui penerapan pendekatan Design Thinking. Proses perancangan menghasilkan serangkaian karakter tiga dimensi yang

mengadaptasi karakteristik visual kudapan tradisional dengan mengintegrasikan elemen tingkuluak sebagai identitas budaya Minangkabau. Selain figur karakter, penelitian ini juga menghasilkan media pendukung berupa character card, blind box packaging, dan identitas visual produk yang membentuk satu kesatuan media komunikasi budaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan personifikasi dan penggunaan gaya visual *super deformed* (chibi) mampu mentransformasikan unsur budaya tradisional menjadi representasi visual yang lebih komunikatif, menarik, dan sesuai dengan preferensi Generasi Z. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan identitas visual kudapan tradisional Minangkabau dengan elemen pakaian adat perempuan Minangkabau dalam bentuk collectible toys, yang belum banyak dikembangkan pada penelitian sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa desain produk tidak hanya berfungsi sebagai karya kreatif, tetapi juga memiliki potensi sebagai media komunikasi visual yang mendukung pelestarian dan pengenalan budaya lokal kepada masyarakat, khususnya generasi muda.

Sebagai pengembangan penelitian selanjutnya, konsep collectible toys dapat diperluas dengan mengangkat ragam budaya Nusantara lainnya serta didukung melalui pengujian terhadap tingkat efektivitas media dalam meningkatkan pengetahuan, ketertarikan, dan apresiasi pengguna terhadap warisan budaya Indonesia.

Daftar Pustaka

Ambrose, G., Harris, P., Ambrose, G., & Harris, P. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*.

Bancroft, T. (2006). *Creating Characters With Personality PDF*.

Baskoro, R. M. (2022). *Kisah Selera dari Negeri Rempah : Memahami Gastrodiplomasi dari Perspektif Indonesia*. *7*(2), 227–249.

Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92.Ambrose, G., Harris, P., Ambrose, G., & Harris, P. (2009). *The Fundamentals of Graphic Design*.

Dita, M. S., & Santoso, B. (2025). *The Influence of The Culinary Tiktok Account @Solofoodie on The Culinary Tourism Interest of Followers*. 4420–4428.

Erlanda, E., & Krisnadi, A. R. (2025). Pengaruh Perubahan Prefrensi Makanan Dan Dampak Tren Kuliner Terhadap Minat Beli Makanan Tradisional Generasi Z Di Jakarta. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *10*(03), 230–244. https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jp.v10i03.30741

Erniwati, S. A. (2024). *Eksistensi Tradisi Makan Bajamba Pada Masyarakat Kurai Di Kota Bukittinggi (1984-2021)*. *6*(4), 268–278.

Fardayanti, Y., & Nurman. (2013). Eksistensi Tradisi Juadah Dalam Melestarikan Solidaritas Dalam Upacara Perkawinan. *Humanus*, *XII*(1), 43–52.

Hasso Plattner Institute of Design at Stanford (d.school). (2010). *"An Introduction to Design Thinking Process Guide"*

Laksono, A., & Aryanto, H. (2020). Perancangan Urban Toys Dari Adaptasi Karakter Komik Karya Tatang Suhenra. *Barik*, *1*(3), 238–247. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/36299%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/36299/32276

Liu, J. (2022). *Investigation and Research on Consumer Psychology of Blind Box Consumers*. *6*(1).

Mccloud, S. (1994). *Understanding Comics PDF*.

Najla, A., Adibah, N., Fitria, R., Yan, A., Husna, N., Salsabila, Z. N., & Aulia, S. (2025). *Nasionalisme Melalui Pelestarian Makanan Tradisional Indonesia*. *2*, 1–8.

Naurasari, Z., Muhammad, B. G., Hamida, I. N., & Septy, D. A. (2025). *" Dari Dapur Ke Dunia : Eksplorasi Peran Rendang Dalam Diplomasi Kuliner Indonesia ."* 640–648.

Nittono, H., Fukushima, M., Yano, A., & Moriya, H. (2012). *The Power of Kawaii : Viewing Cute Images Promotes a Careful Behavior and Narrows Attentional Focus*. *7*(9). https://doi.org/10.1371/journal.pone.0046362

Oktaviani, R. C., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Potensi Urban Toys Sebagai Reproduksi Komunikasi Budaya. *Communicare : Journal of Communication Studies*, *6*(2), 140. https://doi.org/10.37535/101006220193

Palany, D., Choiriyati, S., & Azizah, M. (2024). Pola Komunikasi Remaja Dalam Pelestarian Budaya: Studi Pada Acara Sambayan Bujang Gadis

Di Pekon Waykerap Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus Tahun 2024. *Journal Media Public Relations*, *5*(1), 17-25.

Panagiotou, N., Lazou, C., & Baliou, A. (2022). Generation Z: Media Consumption and Mil. *İmgelem*, *6*(11), 455–476. https://doi.org/10.53791/imgelem.1187245

Purboningsih, E. R., Massar, K., Hinduan, Z. R., Agustiani, H., Ruiter, R. A. C., & Verduyn, P. (2023). Perception and use of social media by Indonesian adolescents and parents: A qualitative study. *Frontiers in Psychology*, *13*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.985112

Putri, D. M., Said, S. B., & Novesar, M. R. (2025). *LintekEdu : Jurnal Literasi dan Teknologi Pendidikan LintekEdu : Jurnal Literasi dan Teknologi Pendidikan*. *6*(4), 398–407.

Rubio-Hurtado, M. J., Fuertes-Alpiste, M., Martínez-Olmo, F., & Quintana, J. (2022). Youths' Posting Practices on Social Media for Digital Storytelling. *Journal of New Approaches in Educational Research*, *11*(1), 97–113. https://doi.org/10.7821/NAER.2022.1.729

Salsabila, A. A., Hana, K. F., & Kudus, I. (2023). *Preferensi Konsumen Muslim : Eksistensi Makanan Halal Modern Terhadap Minat Beli Jajanan Tradisional pada Generasi Muda 238 | P a g e*. *22*(2), 238–246. https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i2.748

Saputra, R. H., & Kesuma, M. E. (2025). *Teori Desain Grafis*.

Sekarayu, D. K., Nisa, D. A., Solicitor, A., Rica, C., & Chidtian, E. (2025). *Designing Chibi Character Designs for a 2D Animated Video : " For You Who Love to Daydream ."* *14*(2), 572–581.

Solarski, C. (2012). *Drawing Basics And Video Game Art PDF*.

Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit ALFABETA.

Temel, Z. (2025). *Tariffs , Toys , and Transnational Youth : An IPE Analysis of Pop Mart ' s*. *06*, 1947–1964. https://doi.org/10.46609/IJSSER.2025.v10i06.003

Waryono. (2021). *Tradisi Dan Makna Filosofi Kuliner Minangkabau*. *1*(November), 65–74