

## Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata Di Sumatera Barat

Defani Ananda<sup>1</sup>, Khairunnisa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indoneisa Padangpanjang

<sup>2</sup>Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indoneisa Padangpanjang

<sup>1</sup>defaniananda8@gmail.com, <sup>2</sup>khairunnisarasya19@gmail.com

### Abstrak

Minimnya media informasi yang membahas jajanan tradisional di Sumatera Barat menjadi salah satu faktor rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap kuliner khas daerahnya sendiri. Padahal, jajanan tradisional merupakan bagian dari identitas budaya yang memiliki nilai sejarah dan kearifan lokal. Informasi mengenai jajanan tradisional masih tersebar dan belum dikemas secara menarik sehingga kurang diminati oleh masyarakat. Perancangan ini bertujuan menciptakan media informasi audio visual mengenai jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat sebagai sarana edukasi, dokumentasi, dan pelestarian budaya. Metode perancangan dilakukan melalui wawancara, observasi, kuesioner, studi kepustakaan, serta analisis kebutuhan audiens. Konsep visual yang diterapkan mengutamakan pendekatan audio visual dengan memadukan dokumentasi visual, voice over, tipografi, warna hangat, dan media pendukung. Hasil perancangan berupa media utama audio visual yang menyajikan informasi mengenai proses pembuatan, lokasi, dan fakta menarik dari berbagai jajanan tradisional di Kota Bukittinggi, Padang Panjang, Pariaman, dan Sawahlunto, serta didukung oleh media pendukung berupa zine, poster, X-banner, tote bag, stiker, pin, dan gantungan kunci. Media ini diharapkan dapat menjadi sarana edukasi sekaligus mendukung pelestarian budaya lokal.

**Kata Kunci:** Media Informasi, Audio Visual, Jajanan Tradisional, Kota Wisata, Sumatera Barat.

### PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan budaya yang melimpah, salah satunya terlihat dalam ragam makanan tradisional yang tersebar luas dari ujung barat hingga ujung timur nusantara. Setiap daerah memiliki kekhasan kuliner tersendiri yang merepresentasikan identitas daerah, norma sosial, dan kearifan lokal yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata luar biasa, khususnya pada klaster kota wisata seperti Bukittinggi, Padang Panjang, Pariaman, dan Sawahlunto. Pemilihan keempat kota ini sebagai lokus perancangan didasarkan pada karakteristik unik masing-masing daerah yang telah diakui secara nasional maupun internasional, mulai dari wisata sejarah, alam, hingga budaya. Sebagai kota wisata, daya tarik yang ditawarkan tidak hanya terbatas pada objek visual, namun juga kekayaan kuliner yang menjadi identitas daerah tersebut. Salah satu elemen budaya yang paling dekat dengan kehidupan masyarakat namun sering kali terabaikan adalah jajanan tradisional.

Menurut Muhandri dkk (2020) jajanan tradisional adalah makanan ringan yang dibuat dari bahan-bahan lokal, dimatangkan dengan cara direbus, dikukus, digoreng, maupun dipanggang yang resepnya diwariskan oleh generasi pendahulu. Jajanan tradisional bukan sekadar komoditas konsumsi, melainkan representasi kearifan lokal yang menyimpan nilai sejarah dan filosofi di setiap kota wisata tersebut. Namun, pesatnya perkembangan industri kuliner modern dan pengaruh globalisasi menyebabkan eksistensi jajanan lokal mulai tergeser di mata generasi muda. Fenomena ini diperkuat oleh data lapangan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada responden usia 18-30 tahun yang berasal dari Bukittinggi, Padang Panjang, Pariaman, dan Sawahlunto.

Hasil survei menunjukkan fakta yang memprihatinkan terkait literasi kuliner lokal pada generasi tersebut. Sebanyak 50 responden (40,3%) menyatakan bahwa mereka kurang mengetahui jajanan tradisional daerah mereka sendiri, sementara 49 responden (39,5%) bahkan menyatakan tidak mengetahui sama sekali ragam jajanan tradisional yang ada di daerah asal mereka. Data ini mengindikasikan adanya jarak komunikasi (kebutuhan informasi) yang cukup lebar antara warisan budaya dengan audiens target yang merupakan kelompok usia produktif.

Masalah utama dari rendahnya pengetahuan ini berakar pada minimnya media informasi mengenai jajanan tradisional kota wisata Sumatera Barat. Informasi yang tersedia saat ini cenderung kurang terorganisir, dan tidak dikemas secara menarik bagi audiens muda. Kebanyakan media promosi masih menggunakan pendekatan konvensional yang kaku dan belum mengoptimalkan potensi teknologi audio visual. Akibatnya, informasi mengenai keunikan rasa, cara pembuatan, hingga sejarah di balik jajanan tradisional tidak tersampaikan secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan sebuah perancangan media audio visual yang kreatif dan estetik sebagai sarana edukasi dan pelestarian jajanan tradisional agar tetap relevan di mata generasi masa kini.

Melalui perancangan media audio visual ini, diharapkan dapat tercipta sarana informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens usia 18-30 tahun di Bukittinggi, Padang Panjang, Pariaman, dan Sawahlunto. Harapan utamanya adalah untuk mengatasi tingginya angka ketidaktahuan responden terhadap kuliner lokal dengan cara mengemas jajanan tradisional menjadi konten yang modern dan estetik. Selain itu, karya ini diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat untuk mencoba dan mempromosikan kembali kekayaan jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat, sehingga warisan budaya ini tetap eksis di tengah tren makanan modern.

Dengan demikian, perancangan media informasi jajanan tradisional kota wisata Sumatera Barat yang ditujukan untuk generasi muda menjadi urgensi yang nyata dan strategis, tidak hanya dalam konteks pendidikan budaya, tetapi juga dalam mendukung misi pelestarian kuliner lokal Indonesia secara menyeluruh. Melalui media yang menyenangkan dan menarik, diharapkan generasi muda dapat tumbuh dengan kesadaran budaya yang kuat dan sikap menghargai warisan leluhur sejak usia dini.

## METODE

### 1. Metode Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Penelitian ini menerapkan metode wawancara secara langsung, dengan mengajukan pertanyaan yang seragam kepada seluruh narasumber. Wawancara dilakukan untuk memperoleh fakta yang lebih pasti tentang asal daerah dari jajanan tradisional. Dalam wawancara ini narasumber dipilih berdasarkan pengetahuan mereka selaku penjual jajanan tradisional tersebut.

Dalam proses observasi dengan mengunjungi lokasi penjual Jajanan Tradisional, dilakukan pengumpulan informasi dengan bertanya kepada penjual Paragede Jaguang yaitu Ibu Resti, penjual Sanjai yaitu Bapak Riski, penjual Inti yaitu Ibu Yeni, penjual Sala Lauak dan Rakik Maco yaitu Ibu Upik, penjual Lamang Tapai dan Lapek Koci yaitu Ibu Yusnimar, penjual Ale Ale Apam yaitu Bapak Edmod, dan penjual Lamang Tungkek yaitu Ibu . Dari hasil wawancara menjelaskan bahwa Paragede Jaguang asli berasal dari Kota Padang Panjang, Inti dan Sanjai asli berasal dari Kota Bukittinggi, Sala Lauak, Rakik Maco, Lapek Koci, dan Lamang Tapai asli berasal dari Kota Pariaman, dan Ale Ale Apam dan Lamang Tungkek asli berasal dari Kota Sawahlunto. Penjual juga menjelaskan resep Jajanan Tradisional tersebut mulai dari bahan dan cara pembuatan.



Gambar 1. Wawancara bersama penjual paragedde jagung

#### b. Kuisisioner

Penulis melakukan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data menggunakan seperangkat pertanyaan tertulis yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengetahuan masyarakat terhadap jajanan tradisional kota wisata sumatera barat.

Berdasarkan hasil kuisisioner, dapat disimpulkan bahwa masih banyak yang tidak mengenali jajanan tradisional daerah mereka sendiri. Dari 124 responden, usia 18-30 tahun sebanyak 50 responden (40,3%) menyatakan kurang tahu mengenai jajanan tradisional kota asal mereka sendiri dan sebanyak 49 responden (39,5%) menyatakan tidak tahu mengenai jajanan tradisional kota asal mereka sendiri. Sebanyak 117 responden (91,4%) menyatakan pernah kesulitan menemukan informasi tentang jajanan tradisional daerah asal mereka. Temuan ini menegaskan perlunya media informasi jajanan tradisional daerah.

#### c. Studi Pustaka

Tinjauan Pustaka membantu peneliti melihat ide-ide, pendapat, dan kritik tentang topik yang telah dibangun dan dianalisis oleh peneliti sebelumnya. Penelitian diambil dari berbagai sumber, termasuk pustaka dan jurnal. Hal tersebut bertujuan untuk menyempurnakan perancangan ini, sehingga dapat menambah wawasan pengkarya dalam proses penggarapan karya tugas akhir ini. Selain itu, penelitian kepustakaan perancang berasal dari berbagai sumber dan jurnal yaitu buku Desain Komunikasi Visual, Skripsi dan jurnal terdahulu mengenai jajanan tradisional.

### 2. Metode Analisis Data

#### a. Analisis 5W+1H

##### 1) What

Pada perancangan media informasi ini akan merancang audiovisual tentang jajanan tradisional kota wisata Sumatera Barat, perancangan ini akan disusun berdasarkan kaidah keilmuan Desain Komunikasi Visual, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima secara jelas, efektif, dan mudah dipahami oleh audiens.

##### 2) Who

Target audiens adalah masyarakat Bukittinggi, Padang Panjang, Pariaman, dan Sawahlunto dengan usia 18-30 tahun.

3) *Where*

Rancangan media akan dipublikasikan dengan menggunakan media sosial Youtube.

4) *When*

Dalam rangka menjamin kualitas data serta kesesuaiannya dengan kebutuhan perancangan, proses publikasi media akan dilaksanakan setelah seluruh atribut selesai diproduksi dan terlebih dahulu melalui tahapan pengujian secara menyeluruh.

5) *Why*

Karena kurangnya media informasi yang membahas Jajanan tradisional kota wisata Sumatera Barat.

6) *How*

Perancangan media informasi ini disusun melalui serangkaian tahapan sistematis, yang diawali dengan proses identifikasi masalah, dilanjutkan dengan kegiatan riset, observasi lapangan, serta studi pustaka. Tahapan tersebut bertujuan untuk menentukan media yang paling efektif dalam menyampaikan informasi mengenai jajanan tradisional di kota wisata Sumatera Barat.

## b. Analisis Target Audiens

1) Geografis

Perancangan audio visual jajanan tradisional kota wisata Sumatera Barat ditargetkan kepada masyarakat kota Bukittinggi, Padang Panjang, Pariaman, dan Sawahlunto.

2) Demografis

Target audiens dalam perancangan ini adalah individu dengan rentang usia 18–30 tahun, baik laki-laki maupun perempuan. Audiens mencakup berbagai latar belakang, seperti mahasiswa, pekerja, maupun masyarakat umum lainnya. Dari segi ekonomi, target audiens berasal dari seluruh kalangan tanpa adanya batasan tingkat pendapatan tertentu.

3) Psikografis

Karakteristik psikografis target audiens usia 18–30 tahun menunjukkan kecenderungan menyukai konten yang visual, dinamis, interaktif, dan mudah diakses secara digital. Kelompok ini memiliki rasa ingin tahu tinggi, serta tertarik pada informasi budaya yang dikemas secara komunikatif. Oleh karena itu, media audio visual dinilai sesuai karena mampu menyajikan informasi secara menarik, meningkatkan perhatian, serta mempermudah pemahaman audiens terhadap jajanan tradisional daerah.

4) Behaviour

Target audiens pada perancangan audio visual ini adalah masyarakat berusia 18 hingga 30 tahun yang menunjukkan pola perilaku yang aktif dalam mengakses informasi melalui perangkat digital, memiliki kebiasaan mengonsumsi konten secara cepat dan selektif, serta cenderung tertarik pada media yang informatif namun tetap menghibur. Mereka umumnya lebih responsif terhadap penyajian visual yang atraktif, audio yang jelas, serta durasi konten yang tidak terlalu panjang. Selain itu, kelompok ini memiliki kecenderungan untuk membagikan informasi yang dianggap menarik atau bermanfaat kepada lingkungan sosialnya, sehingga media audio visual berpotensi efektif dalam menyampaikan informasi sekaligus memperluas jangkauan penyebaran pesan mengenai jajanan tradisional daerah.

## 3. Konsep Verbal dan Visual

### a. Konsep Verbal

Konsep verbal adalah gambaran umum dari sebuah perancangan yang disampaikan pada penerima informasi. Konsep verbal dari “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat” ini berbentuk bauran media yang saling mendukung satu sama lainnya seperti *Audio Visual*, *Zine*, *Poster*, *X-Banner*, *Stiker*, *Totebag*, dan *Merchandise*. Bauran media akan berisi tentang penjelasan jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat, bahan dan cara pembuatan jajannya, lokasi, fakta menarik, dan tips traveler terkait jajanan tradisional.

### b. Konsep Visual

Konsep visual merupakan kerangka penyampaian pesan dan informasi kepada audiens yang dirancang secara spesifik untuk dipersepsikan melalui indra penglihatan. Konsep visual yang ditampilkan dalam “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat” adalah penjelasan mengenai jajanan tradisional dengan video yang menampilkan visual dari jajannya, konsep visualnya juga berisikan beberapa kegiatan proses pembuatan dari jajannya. Audio visual memperlihatkan bentuk dari jajannya, proses pembuatan, dan landscape dari masing-masing kota. Audio visual yang dirancang menggunakan seorang tokoh utama yang melakukan perjalanan ke kota wisata di Sumatera Barat dan mencicipi jajanan khas dari kotanya dengan penjelasan voice over di dalam audio visual untuk melengkapi penjelasan dari masing-masing jajanan tradisional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Karya

#### a. Audio Visual

Karya audio visual ini merupakan salah satu media informasi yang digunakan dalam “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat”. Video ini memiliki durasi 00:08:52 (delapan menit lima puluh dua detik) yang berisi informasi mengenai berbagai jajanan tradisional khas daerah wisata di Sumatera Barat. Selain menyajikan informasi terkait jenis dan keberagaman jajanan tradisional, video ini juga menampilkan proses pembuatan beberapa jajanan sebagai bentuk pengenalan terhadap nilai budaya dan kuliner lokal.

Wide shot atau long shot merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan keseluruhan objek atau subjek secara utuh dalam bingkai. Teknik ini digunakan untuk memberikan gambaran suasana, lokasi, serta hubungan antara subjek dengan lingkungan sekitarnya.

Medium shot merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan subjek dari bagian pinggang hingga kepala. Teknik ini banyak digunakan pada adegan wawancara maupun dialog karena mampu menampilkan ekspresi sekaligus menyampaikan informasi secara jelas.

Close up merupakan teknik pengambilan gambar yang berfokus pada bagian wajah atau objek tertentu secara lebih dekat. Teknik ini digunakan untuk memperlihatkan detail dan memperkuat ekspresi maupun emosi yang ingin disampaikan kepada audiens.

Dari sisi komunikasi, audio visual ini menerapkan pendekatan storytelling melalui alur perjalanan yang mengajak audiens mengikuti pengalaman tokoh utama dalam mengeksplorasi berbagai kota wisata dan jajanan tradisional khas Sumatera Barat. Penyampaian informasi secara bertahap melalui cerita membuat pesan lebih menarik, alami, dan mudah dipahami. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik target audiens berusia 18–30 tahun yang cenderung lebih tertarik terhadap penyampaian informasi berbasis pengalaman dan cerita dibandingkan metode penyampaian yang bersifat formal serta satu arah.



Gambar 2. Audi visual

#### b. Zine

Karya Zine sebagai media pendukung pada media informasi ini berisikan penjelasan lebih detail mengenai jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat, seperti resep dan lokasi dari jajanan tradisional. Karya ini berukuran 21 x 29,7 cm dan dilengkapi dengan QR Code yang mengarah langsung ke video proses pembuatan dari jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat dan lokasinya. Karya ini menggunakan warna hangat

Secara visual, zine Eksplorasi menerapkan konsep crafty yang ditandai dengan penggunaan elemen visual berupa tekstur kertas, ilustrasi pendukung, fotografi, serta tata letak yang terinspirasi dari bentuk jurnal perjalanan (travel journal). Konsep ini dipilih untuk menciptakan kesan eksploratif, personal, dan dekat dengan audiens, sehingga mampu mendukung penyampaian informasi mengenai jajanan tradisional secara lebih menarik. Selain itu, penggunaan gaya visual tersebut juga bertujuan untuk memperkuat identitas zine sebagai media yang merepresentasikan aktivitas perjalanan dan penemuan budaya melalui kuliner.

Konsep visual dan komunikasi yang diterapkan pada zine Eksplorasi dinilai sesuai dengan karakteristik target audiens berusia 18–30 tahun. Kelompok usia tersebut cenderung memiliki ketertarikan terhadap aktivitas wisata, eksplorasi kuliner, serta media visual yang informatif dan menarik. Penggunaan fotografi, ilustrasi pendukung, tata letak yang dinamis, serta penyajian informasi yang ringkas dan terstruktur diharapkan dapat meningkatkan minat audiens dalam membaca dan memahami isi zine. Selain itu, keberadaan kode QR sebagai media pendukung juga disesuaikan dengan kebiasaan target audiens yang akrab dengan teknologi digital.



Gambar 3. Zine

**c. Poster**

Pada poster 1 berisikan penjelasan mengenai “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat” seperti logo, tipografi, warna, serta dokumentasi pada saat proses shooting dan editing.



Gambar 4. Poster 1

Pada poster 2 berisikan penjelasan singkat mengenai keempat kota wisata di Sumatera Barat yang diangkat pada perancangan ini yaitu Kota Padang Panjang, Kota Bukittinggi, Kota Pariaman, dan Kota Sawahlunto. Komposisi visual dibuat sederhana dengan penempatan foto dari empat kota wisata di Sumatera Barat serta teks singkat yang merupakan penjelasan singkat dari setiap kota. Penggunaan warna cerah digunakan untuk menarik perhatian utama pembaca dan memberikan penekanan pada informasi penting yang ingin disampaikan.



Gambar 5. Poster 2

**d. X-Banner**

Karya ini berukuran 60 x 160 cm yang menggunakan gaya desain dari foto setiap jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat dengan penggunaan warna yang telah ditetapkan. *X-Banner* ini digunakan untuk memperkenalkan media informasi kepada audiens. *Banner* ini berisikan informasi sekilas tentang jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat.



Gambar 6. X-Banner



Gambar 7. Banner

### e. Merchandise

*Merchandise* pada “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat” dirancang sebagai media pendukung yang membantu memperkuat identitas visual serta memperluas penyebaran informasi. Diharapkan dengan adanya *merchandise* dapat meningkatkan daya ingat audiens terhadap “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat” dan menjadi media promosi yang mendukung penyampaian pesan.

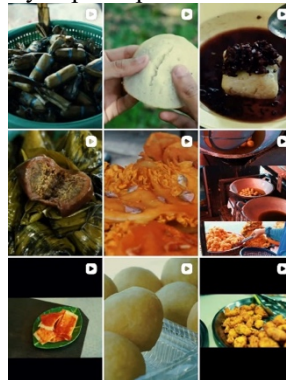
*Merchandise* yang dirancang meliputi *tote bag*, stiker, gantungan kunci, dan pin, yang seluruhnya mengadopsi elemen visual utama seperti logo dan palet warna proyek. Pemilihan jenis media ini didasarkan pada nilai fungsionalitas dan praktikalitasnya untuk penggunaan sehari-hari. Lewat pendekatan ini, *merchandise* tidak sekadar menjadi pelengkap, melainkan bertindak sebagai media strategis untuk merawat eksistensi identitas serta mendekatkan pesan perancangan kepada audiens.



Gambar 8. Merchandise

### f. Video Pendek

Video pendek pada “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat” dirancang sebagai media pendukung yang membantu memperkuat identitas visual serta memperluas penyebaran informasi melalui media sosial Instagram. Diharapkan dengan adanya video pendek dapat meningkatkan daya ingat audiens terhadap “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat” dan menjadi media promosi yang mendukung penyampaian pesan dan mudah diakses oleh masyarakat.



Gambar 9. Video Pendek

## KESIMPULAN

Jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat merupakan salah satu warisan budaya tak benda yang memiliki nilai penting sebagai bagian dari identitas kuliner lokal. Namun, masih terdapat masyarakat yang belum mengenal dan mengapresiasi keberadaan kuliner tradisional daerahnya sendiri. Oleh karena itu, perancangan media informasi berupa audio visual dan media pendukung lainnya menjadi solusi untuk menyampaikan informasi secara efektif, menarik, dan mudah dipahami. Media yang dirancang menyajikan informasi mengenai sejarah singkat, bahan, cita rasa, proses pembuatan, lokasi, fakta menarik, serta tips traveler dengan pendekatan visual yang sederhana, hangat, dan komunikatif. Perancangan ini disesuaikan dengan karakteristik target audiens usia 18–30 tahun yang memiliki ketertarikan terhadap konten wisata, kuliner, dan media visual informatif, sehingga diharapkan mampu meningkatkan wawasan, apresiasi, serta kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian jajanan tradisional Sumatera Barat.

Perancangan media informasi jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat ini masih memiliki keterbatasan dalam penyampaian informasi mengenai keseluruhan jenis jajanan tradisional yang ada. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan sebagai bahan pengembangan dan penyempurnaan karya di masa mendatang. Bagi bidang pendidikan, perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi serta menambah wawasan mahasiswa dalam merancang media informasi yang berkaitan dengan budaya dan kuliner lokal. Bagi masyarakat, diharapkan

keberadaan media informasi ini dapat meningkatkan kepedulian, apresiasi, dan rasa memiliki terhadap jajanan tradisional Sumatera Barat agar tetap dikenal dan dilestarikan di tengah perkembangan zaman.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga jurnal dengan judul “Perancangan Media Informasi Jajanan Tradisional Kota Wisata di Sumatera Barat” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan jurnal ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi selama proses perancangan hingga penyusunan karya ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan ilmu yang sangat berarti dalam proses penelitian dan perancangan. Terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu memberikan informasi, data, serta dukungan selama proses pengumpulan data mengenai jajanan tradisional kota wisata di Sumatera Barat.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada keluarga, teman-teman, serta seluruh pihak yang telah memberikan doa, motivasi, dan dukungan moral maupun material selama proses penyelesaian jurnal ini. Penulis menyadari bahwa jurnal ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan karya di masa mendatang. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pengembangan media informasi serta pelestarian budaya kuliner tradisional Sumatera Barat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Muhandri, Tjahja dkk. 2021. “Perilaku Konsumen Terhadap Jajanan Tradisional di Kabupaten Pekalongan” dalam Jurnal Mutu Pangan Vol.8(1).
- Fadilah, Aisyah dkk. 2023. “Pengertian Media, Tujuan, Fungsi, Manfaat dan Urgensi Media Pembelajaran” dalam Journal of Student Research (JSR) Vol. 1, No.2.
- Nova, Sari Puti. 2018. “Efektivitas Komunikasi Aplikasi Telegram Sebagai Media Informasi Pegawai PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Pekanbaru”. dalam JOM FISIP Vol. 5, No. 1.
- Nurhasanah, Aisah. (2024). Definisi Media Informasi Menurut Para Ahli. Diambil dari <https://redasamudera.id/definisi-media-informasi-menurut-para-ahli/>
- Fitria, Ayu. 2014. “Penggunaan Media Audio Visual” dalam Cakrawala Dini Vol. 5 No.2.
- Yuanta, Maihendro. 2017. “Pengembangan Media Audio Visual Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Untuk Sekolah Dasar” dalam Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains.
- Sintia. 2021. “Peningkatan Kemampuan Mengenal Huruf Hijaiyah Dengan Menggunakan Media Audio Visual Pada Anak Kelompok B di Paud Subulussalam Kota Banda Aceh” dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol. 2 No. 2.
- Kartika, Dharsono Sony. 2017. Seni Rupa Modern. Bandung: Rekayasa Sains.
- Said, Abdul Azis. 2006. Dasar Desain Dwimatra. Makassar: UNM.
- Azizah. 2019. “Pengaruh Warna Terhadap Produktivitas Karyawan Kantor” dalam Jurnal Arsitektur Purwarupa Vol. 3 No. 3.
- Hananto, Brian Alvin. 2020. “Tinjauan Tipografi Dalam Konteks Industri 4.0” dalam Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) Vol.3.
- Valentino, Dion Eko. 2019. “Pengantar Tipografi” dalam TEMATIK Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Vol. 6.
- Rustan, Surianto. 2009. Layout, Dasar dan Penerapannya. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Antara News Sulteng. (2013). Empat Kota Wisata di Sumbar. <https://sulteng.antaranews.com/berita/9086/empat-kota-wisata-di-sumbar>
- Dwisaputra. 2017. “Motivasi Pengunjung Ke Kota Wisata Bukittinggi Sumatera Barat” dalam JOM FISIP Vol. 4 No. 2.
- Sari, E., Mariya, Sri. 2024. “Gastronomi Sebagai Daya Tarik Potensi Wisata Kota Padang Panjang” dalam Jurnal Buana Vol. 8 No. 4.
- Jayanti, Nur Putri. 2019. “Pengembangan Objek Wisata Pantai Gandoriah Kota Pariaman” dalam Pariwisata Vol.6 No.2.
- Localise SDGs Indonesia. (t.t.). Kota Sawahlunto. <https://localisesdgs-indonesia.org/profil-tpb/profil-daerah/4>
- Saputra, Yogi. 2022. Purwarupa Ensiklopedia Makanan Khas Minangkabau [E-book]. Diakses dari <https://anyflip.com/mbwpi/fndd/basic>
- Wulansari, Kurnia dkk. 2022. “Analisis Kearifan Lokal Keripik Sanjai Di Kota Bukittinggi Sebagai Sumber Belajar Biologi” dalam Journal of Biological Education Vol. 3 No. 2.
- Febriana, Ana dkk. 2014. “Evaluasi Kualitas Gizi, Sifat Fungsional, Dan Sifat Sensoris Sala Lauak Dengan Variasi Tepung Beras Sebagai Alternatif Makanan Sehat” dalam Jurnal Teknosains Pangan Vol 3 No. 2.
- Hani, Ikhvar. 2016. “Standar Resep Lapek Koci Di Desa Tanjung Sabar Kecamatan Pariaman Utara Kota Pariaman” Universitas Negeri Padang.
- Alfiryani. 2025. “Eksplorasi Etnomatematika Pada Jajanan Khas Pariaman Dalam Pembelajaran Matematika Di Sekolah Dasar” dalam Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar.

Fadila & Nasir, j. 2025. “Implementasi Sistem Pakar Dalam Pemilihan Makanan Tradisional Silungkang” dalam Ekasakti Jurnal Penelitian dan Pengabdian Vol. 5.