

“Keraton’s Culinary”: Strategi Edukasi Budaya Melalui Board Game Augmented Reality Bagi Gen Z Yogyakarta

**Romario Santana¹, Freddy Hendrawan², Ni Made Emmi Nutrisia Dewi³,
Ramanda Dimas Surya Dinata⁴**

^{1,2,3} Program Studi Magister Desain, Institut Desain dan Bisnis Bali
Jalan Tukad Batanghari No. 29, Denpasar, Bali, Indonesia, 80225

Email Korespondensi: fhendrawan@idbbali.ac.id²

Email: thomariowork@gmail.com¹, emminutrisia@idbbali.ac.id³, ramadinata@idbbali.ac.id⁴

ABSTRACT

The rapid development of technology and intense exchange of information has caused the younger generation to be easily influenced by outside cultures. This has resulted in the traditional food of Kraton Yogyakarta, which is full of philosophy and deep cultural values, is threatened to be forgotten by the current generation, especially Generation Z in Yogyakarta. The purpose of this research and design is to focus on efforts to preserve traditional food through board game media integrated with Augmented Reality technology to educate the importance of traditional cuisine as a regional cultural identity. The design method uses the ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation) model, which consists of needs analysis, game conceptual design, prototype development, trial implementation, and effectiveness evaluation. This method was chosen because it provides a systematic structure in designing an effective gaming experience. The results of the study indicate that there is a crisis of knowledge regarding traditional culinary culture among Generation Z in Yogyakarta, caused by a lack of media that presents such content in a visually appealing and technologically relevant manner. The design results show that board games with Augmented Reality technology can create an interactive and immersive educational experience and increase Generation Z's understanding of the food philosophy of the Yogyakarta Palace. This research and design is expected to contribute to the development of interactive, immersive, and sustainable educational media.

Keywords: Board Game, Augmented Reality, Culinary, Culture, Yogyakarta

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi dan pertukaran informasi yang intens menyebabkan generasi muda mudah terpengaruh oleh budaya luar. Hal ini mengakibatkan makanan tradisional Keraton Yogyakarta yang sarat akan filosofi dan nilai-nilai budaya yang mendalam terancam dilupakan oleh generasi saat ini, khususnya Generasi Z di Yogyakarta. Tujuan penelitian dan perancangan ini adalah untuk memfokuskan upaya pelestarian makanan tradisional melalui media permainan papan yang terintegrasi dengan teknologi *Augmented Reality* (AR) untuk mengedukasi pentingnya kuliner tradisional sebagai identitas budaya daerah. Metode perancangan menggunakan model ADDIE (Analisis, Desain, Pengembangan, Implementasi, Evaluasi), yang terdiri dari analisis kebutuhan, perancangan konseptual permainan, pengembangan prototipe, uji coba implementasi, dan evaluasi efektivitas. Metode ini dipilih karena memberikan struktur yang sistematis dalam merancang pengalaman bermain yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat krisis pengetahuan budaya kuliner tradisional pada Gen Z di Yogyakarta yang diakibatkan minimnya media informasi yang menyajikan konten tersebut dengan pendekatan yang menarik dan relevan secara visual dan teknologi. Hasil

perancangan media board game yang terintegrasi dengan *Augmented Reality* menunjukkan bahwa permainan papan dengan teknologi *Augmented Reality* dapat menciptakan pengalaman edukatif yang interaktif dan imersif serta meningkatkan pemahaman Generasi Z terhadap filosofi makanan Keraton Yogyakarta. Penelitian dan perancangan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan media edukatif yang interaktif, imersif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Board Game*, *Augmented Reality*, Kuliner, Budaya, Yogyakarta

PENDAHULUAN

Keraton, sebagai pusat tradisi kebudayaan dan kekuasaan kesultanan, khususnya di Yogyakarta tidak hanya terkenal dengan arsitektur yang megah dan tradisi adat yang kaya, tetapi juga dengan warisan kulinernya yang unik dan beragam. Makanan tradisional sering kali menjadi jembatan untuk dapat membentuk hubungan sosial yang lebih erat (Khairullah, 2020). Makanan tradisional khas Keraton adalah salah satu warisan kuliner yang diwariskan dari generasi ke generasi beserta filosofi, sejarah, dan kearifan lokalnya. Beberapa contoh dari makanan tradisional khas Keraton Yogyakarta yaitu ada Bendul yang biasa menjadi makanan pengantar teh dan terbuat dari bahan singkong, gudeg komplit, dan bistik lidah (Widyaningsih et al., 2023). Selain itu, ada pula makanan tradisional khas Keraton Yogyakarta yang juga menjadi bagian dari hidangan pembuka hingga penutup kesukaan raja atau sultan, mulai dari salad Jawa, nasi blawong, brongkos ayam asat, nasi gurih, pandekoek, kolak kencana, wedang secang, dan masih banyak lagi yang lainnya (Nugroho & Hardani HD, 2020).

Zahrulianingdyah (2018) memaparkan bahwa pelestarian kuliner tradisional khas daerah Yogyakarta memiliki peran yang signifikan dalam mengatasi pengaruh budaya asing dan meningkatkan rasa bangga dan identitas budaya, serta memberikan kontribusi dalam memperkenalkan budaya dan pariwisata yang tampak dari meningkatnya citra pariwisata (kuliner) dan bertahannya budaya lokal. Selain itu, Yogyakarta menetapkan kuliner khas tradisional sebagai salah satu dari enam fokus pengembangan pariwisata (Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025, 2015).

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairullah di Yogyakarta pada tahun 2020, popularitas makanan tradisional mengalami penurunan dan mulai terpinggirkan yang diakibatkan oleh maraknya makanan modern yang tampilannya lebih menarik, dan meskipun perdagangan masih bertahan pemasarannya cenderung menurun tiap tahunnya sehingga mengakibatkan proses pemasaran tidak dapat meluas (Khairullah, 2020). Selain itu, berdasarkan pemaparan (Halim et al., 2017), tidak semua kuliner tradisional khas daerah dapat dikenali oleh masyarakatnya sendiri sehingga dapat mengancam kelestarian budaya dan kuliner daerah. Penyebab dari ketidaktahuan tersebut karena minimnya media informasi yang mengangkat topik mengenai kuliner tradisional khas daerah, khususnya oleh generasi Z. Hal ini menjadi urgensi untuk

memperkenalkan dan menginformasikan suatu budaya kuliner tradisional kepada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam penyajian dan promosi makanan tradisional agar tetap relevan dan menarik bagi generasi Z.

Salah satu pendekatan yang dapat mengakomodasi preferensi generasi Z dalam hal tersebut adalah *board game* dan teknologi *Augmented Reality* sebagai media informasi dan edukasi yang dapat menjembatani kesenjangan antara tradisi dan modernitas dalam mempromosikan suatu makan tradisional. Pemilihan media ini berlandaskan dari hasil survey yang sudah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 83 responden yang menyatakan bahwa 7.1% tertarik dengan media augmented reality, 10.7% tertarik dengan media buku, 56% tertarik dengan media game board, dan 26.2% lebih tertarik dengan penggabungan dari media tersebut.

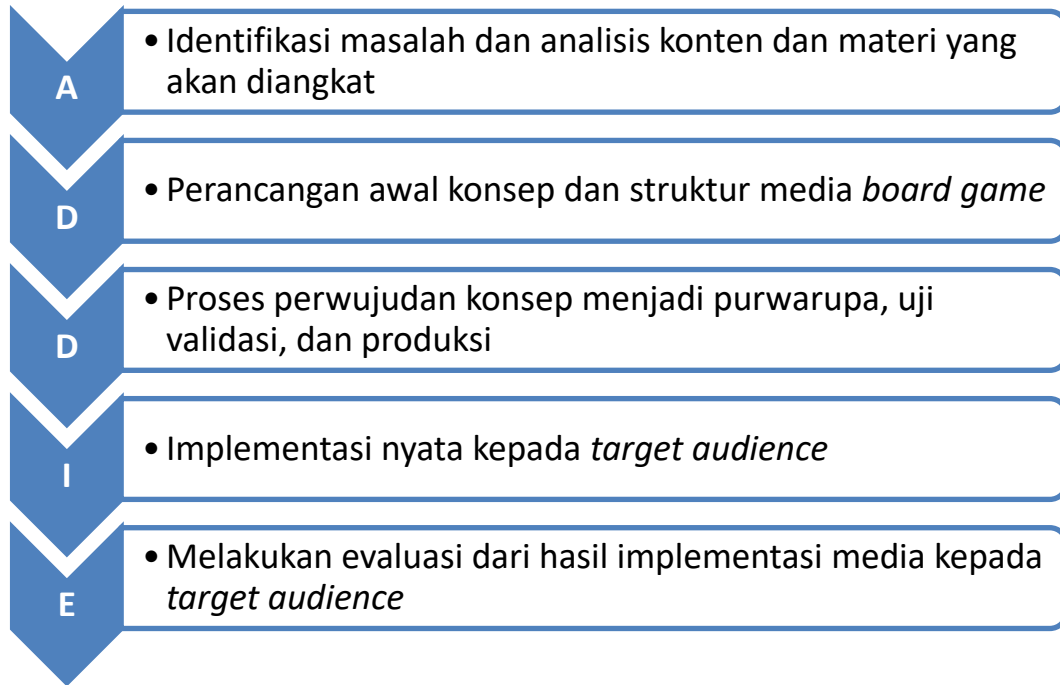
Secara umum, *board game* atau permainan papan ini merupakan media yang mengajak generasi Z atau partisipannya untuk terlibat secara langsung dalam proses pembelajaran (Mangundjaya et al., 2022). Permainan papan ini umumnya dapat dimainkan lebih dari satu orang sehingga dapat tercipta interaksi antar pemain (Rahmatilani & Patriansah, 2024). Berdasarkan penelitian (Kristianti et al., 2024) dan (Ambarwati Rais et al., 2020), permainan papan ini dapat berfungsi sebagai media informasi sebagai contoh adalah media pengenalan proses bisnis dari suatu perusahaan dan media pengenalan terkait informasi sayuran kepada anak usia dini, sehingga hal ini menunjukkan bahwa media tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan saja tetapi dapat juga sebagai medium penyampai suatu informasi dan edukasi. Penggunaan *board game* juga mampu untuk membuat para partisipan dapat membangun interaksi secara baik dan sehat. Selain itu, menurut (Raihan Al-Hafids et al., 2024), penggunaan media *board game* dapat meningkatkan daya ingat kognitif seseorang karena memiliki aturan-aturan yang dapat melatih konsentrasi para pemain. Media ini dianggap lebih efektif untuk membantu partisipan mendapatkan pengetahuan baru serta dapat memberikan pengalaman yang tidak monoton pada aspek pembelajaran, sehingga dapat meningkatkan keinginan belajar siswa (Amelia & Heri Iswandi, 2023). Kemudian penggunaan *Augmented Reality* secara luas dalam berbagai bidang industri dapat diimplementasikan karena secara bersamaan mampu untuk memberikan nilai hiburan serta menyampaikan pesan promosi yang diberikan (Rejeb et al., 2023). Teknologi *Augmented Reality* juga menawarkan berbagai manfaat dalam mempromosikan makanan, mulai dari visualisasi menu yang lebih interaktif hingga kampanye pemasaran yang lebih kreatif dan juga dapat mempersuasi konsumen supaya tertarik untuk mencoba suatu produk. Sesuai dengan hasil temuan penelitian (Khairina Nst et al., 2022) menyatakan bahwa promosi berbasis *Augmented Reality* dapat membantu konsumen untuk lebih tertarik untuk mencoba produk yang dijual. Selain alasan tersebut, penggunaan media ini dapat digunakan berkali-kali sehingga dapat mengurangi penggunaan limbah media cetak konvensional seperti *flyer*, brosur, poster, dan sebagainya.

Hasil dari perancangan ini adalah media *board game* yang terintegrasi dengan teknologi *Augmented Reality* yang diimplementasikan kepada generasi Z di Yogyakarta yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman edukatif yang interaktif dan imersif sehingga diharapkan mampu memperkenalkan dan mempromosikan makanan tradisional khas Keraton Yogyakarta dengan cara yang lebih menyenangkan. Hal ini dilakukan guna membangun keterlibatan generasi Z dalam melestarikan warisan budaya lokal sehingga dapat mencegah kepunahan tradisi dan nilai- nilai budaya yang berharga.

METODE

Perancangan ini menggunakan model perancangan sistematis *ADDIE*. Metode *ADDIE* merupakan akronim dari *Analysis, Design, Development, Implementation, & Evaluations* yang dikembangkan oleh Dick & Carey (Mulyatiningsih, 2016). Tahap *Analysis* diawali dengan identifikasi masalah melalui kuesioner untuk mengukur tingkat pengetahuan Generasi Z di Yogyakarta mengenai kuliner Keraton Yogyakarta, dilanjutkan dengan analisis data konten dan materi untuk merumuskan strategi kreatif. Pada tahap *Design*, dilakukan perancangan konsep dan struktur *board game*, termasuk mekanisme permainan, aturan, dan integrasi teknologi *Augmented Reality*. Selanjutnya, pada tahap *Development* mewujudkan konsep menjadi purwarupa fisik yang divalidasi melalui sesi uji coba bersama ahli media *board game*. Purwarupa yang telah direvisi kemudian diproduksi dan diimplementasikan kepada 32 responden Generasi Z di Yogyakarta melalui *pre-test* dan *post-test* pada tahap *Implementation*. Kemudian pada tahap *Evaluation* dilakukan analisis hasil implementasi untuk menyusun rencana perbaikan media.

Pengumpulan data dilakukan melalui pendekatan primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di Gadri Resto, penyebaran kuesioner, dokumentasi visual, serta wawancara mendalam dengan narasumber ahli yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Narasumber utama dalam penelitian ini ada Ibu BRAY Nuraida Joyokusumo selaku perwakilan pihak Keraton Yogyakarta sekaligus penulis buku "*Warisan Kuliner Keraton Yogyakarta*", yang memberikan wawasan mengenai filosofi dan sejarah kuliner Keraton. Kemudian narasumber berikutnya adalah Bapak Hery Prasetya selaku *Game Designer* dari studio *Hompimpa Games* yang memberikan validasi ahli terkait mekanisme dan desain permainan. Berikutnya, pada data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur yang relevan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, dan artikel daring untuk membangun landasan teoretis yang kuat. Literatur dipilih berdasarkan kriteria relevansi dengan topik, kredibilitas sumber, dan informasi aktual untuk memastikan validitas penelitian. Berikut kerangka alur perancangan model *ADDIE*, lihat gambar 1.



Gambar 1 Kerangka alur perancangan model ADDIE
Sumber: Santana, 2025

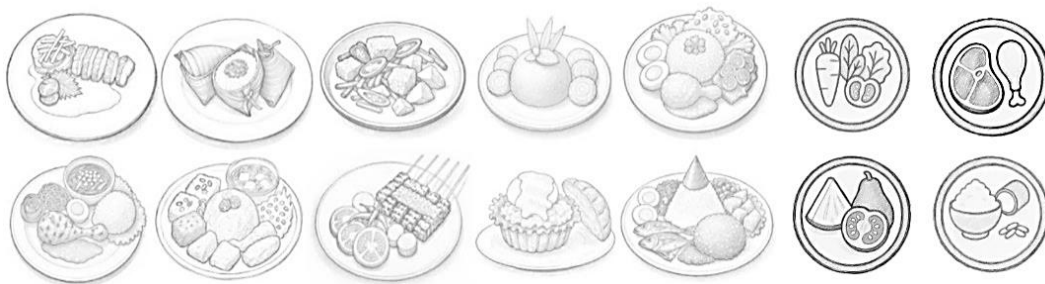
HASIL

Perancangan *board game* "*Keraton's Culinary*" dimulai dengan fase analisis, di mana data kuliner tradisional Keraton Yogyakarta dikumpulkan secara mendalam melalui wawancara dan studi literatur untuk memastikan setiap informasi yang disajikan memiliki dasar yang otentik dan kuat. Langkah ini melibatkan identifikasi 10 jenis makanan khas Keraton, mulai dari Nasi Blawong hingga Songgo Buwono, serta penggalian filosofi yang terkandung di dalamnya, yang menjadi inti dari konten edukatif permainan ini. Informasi dasar makanan-makanan tersebut diperoleh dari buku yang berjudul "*Warisan Kuliner Keraton Yogyakarta*" yang ditulis oleh Ibu BRAY Nuraida Joyokusumo dan informasi muatan budaya seperti filosofi didapatkan melalui beberapa jurnal penelitian seperti (Albattat et al., 2022; Nurhayati et al., 2015). Kemudian, ide gagasan dan konsep perancangan diterjemahkan melalui permainan dan gamifikasi. Gamifikasi yaitu penggunaan permainan, pendekatan, elemen-elemen permainan ke dalam konteks yang berbeda dari permainan, yang dalam arti lain adalah integrasi dari elemen-elemen dalam *game* pada aktifitas yang bukan *game* (Yunita & Indrajit, 2022). Gamifikasi pada permainan ini memungkinkan pemain untuk mengalami pembelajaran yang lebih efektif karena melibatkan tantangan dan kompetisi, yang dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan pemain.

Selanjutnya pada fase desain dilakukan dengan menerjemahkan data menjadi konsep permainan yang menarik, termasuk perancangan mekanik *race game* (permainan kecepatan) dan *set collection* (permainan mengumpulkan

sesuatu) yang disederhanakan agar mudah dipahami oleh pemain. Pemilihan mekanik tersebut bertujuan untuk memicu kompetisi pemain untuk memenangkan permainan supaya alur bermain menjadi aktif. Kemudian pada *struktur board game*, mengadaptasi permainan kartu dimana pemain diwajibkan untuk menyusun komponen bahan secara cepat dan tepat supaya dapat memenangkan permainan dan mengumpulkan kartu sebanyak mungkin. Selain itu, kartu akan diberi *barcode* supaya pemain dapat memindai kartu tersebut dan mendapatkan informasi edukasi terkait informasi makanan Keraton Yogyakarta.

Perancangan visual mengadopsi motif Batik Larangan sebagai salah satu elemen identitas visual yang paling dikenal dari Yogyakarta yang tidak hanya memiliki kelebihan secara estetis, tetapi juga mengandung makna filosofis yang mendalam (Saputri et al., 2023). Adaptasi visual ini digunakan untuk memperkuat identitas visual budaya daerah, sehingga setiap elemen visual dapat merepresentasikan suatu identitas visual daerah. Proses pengembangan selanjutnya melibatkan produksi aset fisik dan digital yang dimulai dengan pemotretan produk makanan asli untuk menghasilkan ilustrasi semi-realistik, yang kemudian diolah dan diintegrasikan dengan pengembangan komponen-komponen *board game*. Selama fase pengembangan, prototipe *board game* diuji coba kepada ahli media *board game* untuk mengetahui bagaimana board game ini dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan perancangan dan meminimalisir kesalahan ketika di produksi dan di implementasikan kepada *audiens*. Kemudian pada tahapan implementasi, media diujikan kepada 32 responden Gen-Z di Yogyakarta, di mana mereka berpartisipasi dalam sesi *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan mereka. Terakhir, fase evaluasi digunakan untuk mengumpulkan umpan balik dari responden melalui pertanyaan terbuka, yang memberikan wawasan berharga mengenai tantangan teknis dan saran perbaikan untuk pengembangan di masa depan. Perancangan yang sistematis ini memastikan bahwa produk akhir tidak hanya memenuhi tujuan edukasi tetapi juga memberikan pengalaman bermain yang menyenangkan dan imersif, mengatasi berbagai tantangan yang teridentifikasi selama proses riset, lihat gambar 2.



Gambar 2 Sketsa Ilustrasi Makanan dan Bahan
Sumber: Santana, 2025

Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 10 No.03 Agustus- November 2025 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074
UIGM | DOI: 10.36982/JSD.B.V10I3.5931 | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

Pada pemilihan warna, menggunakan warna-warna cerah seperti merah, oranye, dan kuning pada ilustrasi utama dan warna turunan coklat dan hijau pada elemen desain. Warna ini diadaptasi dari warna-warna batik dan arsitektur bangunan yang ada di Kraton Yogyakarta, lihat gambar 3. Selanjutnya pada tipografi, menggunakan huruf berjenis *serif*, yaitu font *Calistoga*. Font ini dipilih karena bentuk nya memiliki kait dan cenderung membulat sehingga terkesan tidak kaku supaya dapat menampilkan kesan yang luwes dan menyenangkan, lihat gambar 4.



Gambar 3 Adaptasi Warna
Sumber: Santana, 2025

Calistoga Font

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar 4 Pemilihan Font
Sumber: Santana, 2025

Selanjutnya pada integrasi *Augmented Reality*, dirancang menggunakan pendekatan berbasis *website* dengan dasar pertimbangan supaya memiliki aksesibilitas yang lebih luas karena pemain hanya membutuhkan internet untuk mengakses sebuah *website*. Integrasi ini dibuat dengan memanfaatkan *platform.web-ar.studio* yang dapat digunakan secara gratis dengan hanya mendaftar akun. Pemain dapat memindai kode *QR* yang terdapat pada sisi belakang kartu untuk menuju *website* dan kemudian dilanjutkan memindai ilustrasi utama yang terdapat pada sisi depan kartu, lihat gambar 5.

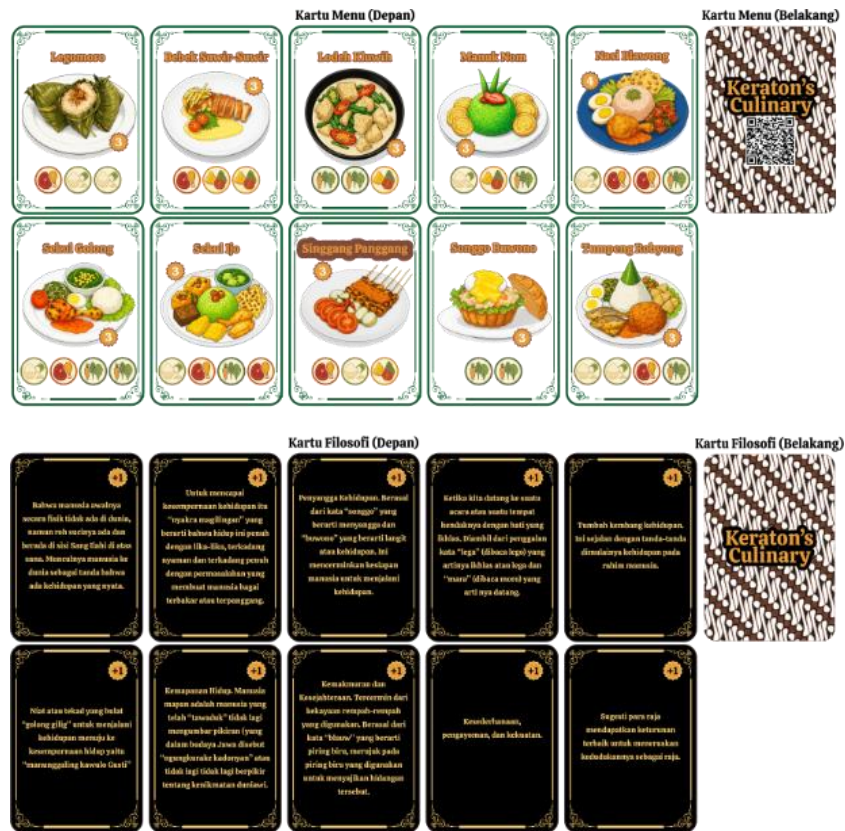


Gambar 5 Cara Mengakses *Augmented Reality* pada Kartu
Sumber: Santana, 2025

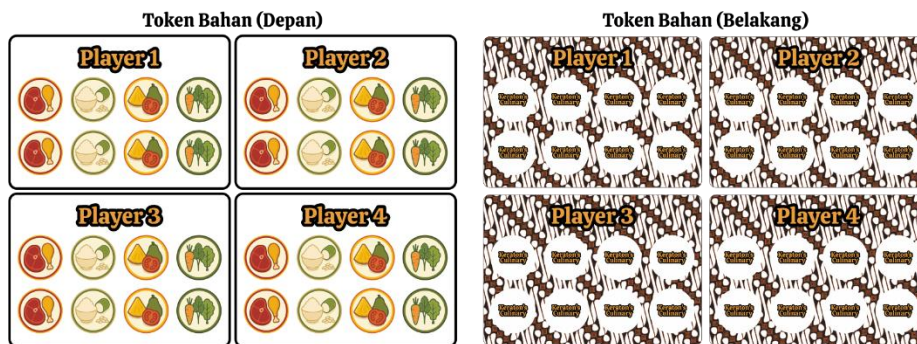
Kemudian setelah konsep *board game*, *prototype*, dan aset visual selesai dibuat, akan dilakukan uji validasi kepada ahli media board game untuk mengetahui bagaimana *board game* ini dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan perancangan dan meminimalisir kesalahan ketika masuk pada tahapan implementasi yang sebenarnya kepada generasi Z di Yogyakarta. *Prototype* ini diujikan kepada Bapak Hery Prasetya selaku *Game Designer* di studio *Hompimpa Games* di Solo. Pengujian ini meliputi aspek mekanik, kesesuaian dengan tujuan edukasi, keseimbangan permainan, alur permainan, pengulangan permainan, keterlibatan pemain, durasi permainan, mekanisme penilaian, adaptabilitas teknologi, keamanan dan kenyamanan. Setelah melewati tahap uji validasi, dilakukan revisi sesuai arahan dan masukan yang diberikan oleh ahli media *board game*. Setelah mendapatkan hasil akhir dari revisi proses membuat mekanik, *prototype*, dan aset visual, langkah selanjutnya ada memproduksi hasil desain akhir komponen-komponen *board game*, lihat gambar 6 sampai dengan gambar 10.

Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 10 No.03 Agustus- November 2025 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074
 UIGM | DOI: 10.36982/JSDB.V10I3.5931 | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>



Gambar 6 Desain Akhir Kartu
 Sumber: Santana, 2025

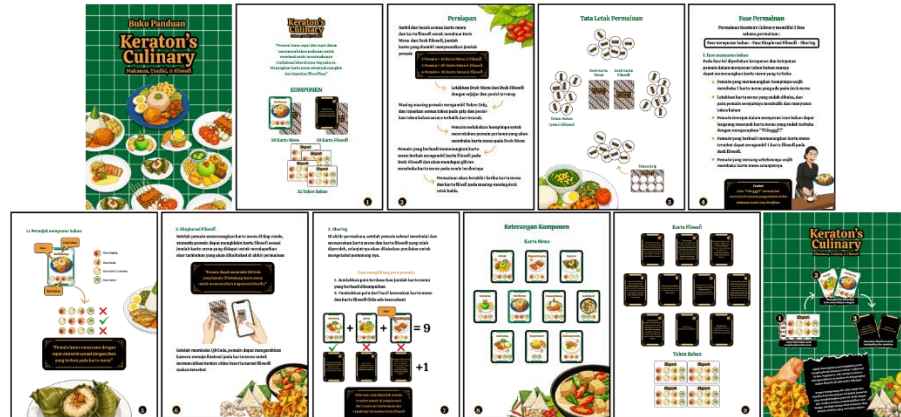


Gambar 7 Desain Akhir Token Bahan
 Sumber: Santana, 2025

Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 10 No.03 Agustus- November 2025 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074

UIGM | DOI: 10.36982/JSDB.V10I3.5931 | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>



Gambar 8 Desain Akhir Buku Panduan
Sumber: Santana, 2025



Gambar 9 Desain Akhir Kemasan
Sumber: Santana, 2025

Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 10 No.03 Agustus- November 2025 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074
UIGM | DOI: 10.36982/JSD.B.V10I3.5931 | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>



Gambar 10 Final Produk
Sumber: Santana, 2025

Setelah melewati proses desain, validasi ahli, dan revisi, seluruh komponen *board game* diproduksi menjadi produk akhir yang siap diimplementasikan. Gambar 6 hingga Gambar 10 secara berurutan menampilkan hasil akhir dari setiap komponen yang dirancang. Gambar 6 menunjukkan desain final kartu menu dan filosofi yang menjadi inti permainan, lengkap dengan ilustrasi dan informasi filosofi. Gambar 7 menampilkan desain token bahan yang digunakan pemain untuk menyusun menu makanan. Gambar 8 menyajikan desain buku panduan permainan yang berisi tentang informasi dasar cara bermain. Kemudian pada Gambar 9 dan 10 menampilkan desain kemasan serta wujud produk fisik *board game* “*Keraton’s Culinary*” yang sudah selesai diproduksi. Rangkaian gambar ini adalah sebagai bukti visual dari hasil proses perancangan konsep hingga menjadi produk utuh yang siap digunakan.

DISKUSI

Integrasi Filosofi sebagai Identitas Budaya

Integrasi filosofi sebagai identitas budaya merupakan salah satu aspek terpenting dari perancangan “*Keraton’s Culinary*” yang berfungsi sebagai pondasi utama untuk mencapai tujuan edukasi yang mendalam dan bermakna. Setiap hidangan yang disajikan dalam permainan ini tidak hanya diperlakukan sebagai objek fisik tetapi juga sebagai wadah narasi budaya yang kaya, menghubungkan pemain secara emosional dan intelektual dengan warisan leluhur. Menurut Utami (2018) juga memamparkan bahwa makanan tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan biologis, tetapi juga merupakan ekspresi budaya yang mencerminkan nilai, tradisi, dan identitas. Dalam banyak kebudayaan, penyajian makanan menjadi bagian penting dalam berbagai peristiwa, seperti pernikahan, perayaan keagamaan, dan ritual adat (Piani & Indrawati, 2023). Identitas kuliner tidak didasarkan pada bahan makanan yang digunakan, tetapi juga cara penyajian dan ritual yang menyertainya (Soyombo et al., 2024) dalam hal ini dapat diinterpretasi

bahwa kuliner tradisional memiliki nilai-nilai budaya yang mendalam yang dapat menjadi representasi identitas daerah. Setiap makanan yang berasal dari Kraton Yogyakarta memiliki makna tersendiri, baik dalam hal penyajian, fungsi atau filosofi yang ada pada makanan tersebut (Hakim & Hamidah, 2021).

Filosofi-filosofi ini, seperti "kesederhanaan, pengayoman, dan kekuatan" yang tercermin dalam Lodeh Kluwih, atau makna kesiapan manusia untuk menjalani kehidupan pada Songgo Buwono, disajikan dalam narasi yang terstruktur dengan baik di dalam konten *Augmented Reality*. Dengan demikian, pemain didorong untuk tidak hanya mengetahui nama makanan, tetapi juga memahami nilai-nilai luhur yang melekat padanya. Penyampaian informasi melalui mekanisme *Augmented Reality* memungkinkan filosofi ini disajikan secara interaktif dan visual, berbeda dengan metode konvensional yang seringkali terasa monoton dan kurang menarik. Hal ini sejalan dengan pemaparan Indahsari & Sumirat, (2023) bahwa implementasi *Augmented Reality* dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif, pemain mendapatkan informasi yang edukatif melalui partisipasi suatu permainan dan juga serupa dengan temuan dari Mitrovic et al., (2021) bahwa teknologi *Augmented Reality* dapat memberikan pengalaman visualisasi produk yang lebih nyata dan memungkinkan interaksi langsung dengan produk virtual sehingga dapat meningkatkan pengalaman suatu merek secara autentik dan berkesan. Dengan mengangkat kekayaan filosofi kuliner Keraton, permainan ini menawarkan pengalaman yang berbeda dari media edukasi lainnya yang cenderung hanya berfokus pada informasi faktual tentang resep atau sejarah. Perpaduan antara visual yang modern, yang terinspirasi dari Batik Larangan dan ornamen lokal, dengan konten narasi filosofis menciptakan media yang kohesif dan memiliki identitas visual yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa warisan budaya dapat dikemas ulang dalam format yang menarik tanpa mengorbankan esensi dan nilai-nilai aslinya, sehingga membuatnya relevan untuk audiens modern.

Keterlibatan Gen Z dalam Proses Pengenalan Budaya

Uji coba media "*Keraton's Culinary*" kepada 30 responden Generasi Z menunjukkan hasil yang sangat positif, membuktikan bahwa pendekatan gamifikasi dan AR efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan mereka terhadap kuliner tradisional. Hasil dari pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang minim tentang kuliner Keraton, dengan skor rata-rata total hanya 1,2 dari skala 4, yang mengonfirmasi temuan dari survei awal dan urgensi perancangan media ini. Setelah bermain, skor rata-rata meningkat drastis menjadi 3,5, menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan, terutama dalam pemahaman nama makanan dan muatan filosofi budaya. Hasil ini membuktikan bahwa *board game* ini berhasil memfasilitasi transfer pengetahuan secara efektif melalui interaksi yang menyenangkan.

Selanjutnya dari hasil *post-test* media *board game*, hasil menunjukkan bahwa skor rata-rata meningkat drastis menjadi 3,5, menunjukkan peningkatan

Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 10 No.03 Agustus- November 2025 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074
UIGM | DOI: 10.36982/JSD.B.V10I3.5931 | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

pengetahuan yang signifikan, terutama dalam pemahaman nama makanan dan muatan filosofi budaya. Hasil ini membuktikan bahwa *board game* ini cukup berhasil memfasilitasi transfer pengetahuan secara efektif melalui interaksi yang menyenangkan.

Selain itu, media *board game* ini juga dapat memberikan materi edukasi dan informasi dengan cukup baik karena mayoritas responden setuju bahwa *board game* ini dapat menambah wawasan pemain terkait filosofi kuliner tradisional Kraton Yogyakarta melalui permainan dan fitur *Augmented Reality*. Tentunya temuan ini sejalan dengan pemaparan Kotler & Keller, (2016) bahwa pemasaran berbasis pengalaman merupakan pendekatan pemasaran atau promosi yang menitikberatkan pada penciptaan pengalaman emosional, sensorik, dan kognitif yang mendalam pada konsumen. Berikutnya, permainan cukup menyenangkan untuk dimainkan meskipun tujuan dari perancangan media ini adalah sebagai media informasi serta edukasi dan mayoritas responden ingin memainkannya kembali sehingga hal ini membuktikan bahwa permainan ini memiliki tingkat *replayability* yang cukup tinggi. Kemudian pada aspek cara bermain, sebagian besar responden berpendapat bahwa *board game* cukup mudah untuk dimainkan akan tetapi mayoritas responden tersebut merasa tertantang untuk memenangkan permainan sehingga hal ini menunjukkan bahwa *board game* ini tetap dapat menjadi permainan yang memotivasi pemain untuk memenangkan permainan dan mengeksplorasi makna filosofi yang ada pada *board game*.



Gambar 11 Implementasi Media kepada Responden
Sumber: Santana, 2025

Evaluasi dan Implikasi Hasil Rancangan

Meskipun telah terbukti efektif, perancangan *board game* "*Keraton's Culinary*" masih memiliki beberapa area yang memerlukan evaluasi dan perbaikan untuk memaksimalkan potensi media ini di masa mendatang. Salah satu temuan utama dari wawancara terbuka adalah adanya beberapa narasi filosofi yang terkesan cukup sulit untuk diinterpretasi atau diingat karena bahasa nya terlalu

kaku sehingga menjadi pertimbangan ke depan untuk menata ulang kalimat filosofi agar lebih mudah dipahami. Kemudian konten video pada fitur *Augmented Reality* dirasa memiliki durasi terlalu lama sehingga pemain memiliki jeda cukup lama ketika ingin menuju pada konten filosofi nya. Berikutnya pada aspek visual dibagian komposisi warna token bahan memiliki warna yang hampir serupa sehingga membuat pemain sedikit kesulitan dalam menyusun token tersebut. Selanjutnya pada cara bermain, pada proses membalik dan menyusun token bahan, instruksi aturan dirasa kurang jelas dan ketat, sehingga beberapa pemain mencari celah permainan supaya dapat membalik dan menyusun token bahan dengan lebih cepat. Hal ini berpotensi untuk menimbulkan kecurangan sehingga akan mengurangi pengalaman bermain dan dapat merugikan sebagian pemain. Kemudian yang terakhir, beberapa pemain menginginkan penambahan jumlah pemain atau materi kartu, hal ini didasari dari respon antusiasme dan kompetitif pemain dalam memainkan media *board game* ini sehingga hal ini dapat diinterpretasi bahwa media ini dapat memberikan implikasi dan keterlibatan yang positif kepada generasi muda dalam menginformasikan budaya melalui sebuah permainan dan selain itu hasil akhir implementasi media *board game* ini selaras dengan hasil penelitian Pudrianisa & Rizky, (2020) bahwa media ini dapat menjadi sarana promosi dan komunikasi yang cukup efektif.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan perancangan ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat krisis pengetahuan budaya kuliner tradisional pada Gen Z di Yogyakarta. Hasil *survey* awal menunjukkan mayoritas responden tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang makanan tradisional khas Kraton Yogyakarta beserta muatan budayanya seperti filosofi. Hal ini dipengaruhi minimnya media informasi yang menyajikan konten tersebut dengan pendekatan yang menarik dan relevan secara visual dan teknologi. Integrasi *Augmented Reality* pada *board game* sebagai kolaborasi media tradisional dan teknologi baru terbukti menjadi pendekatan yang inovatif dan menarik bagi Gen Z di Yogyakarta, *board game* memberikan interaksi sosial dan pembelajaran kolaboratif, di sisi lain *Augmented Reality* memberikan nilai tambah berupa visualisasi imersif sehingga dapat memberikan pengalaman baru bagi pemain. Kemudian uji coba permainan kepada Gen Z di Yogyakarta menunjukkan bahwa pengguna dapat memperoleh informasi dan pengalaman baru terkait filosofi makanan tradisional khas Keraton Yogyakarta. Hasil dari pengujian tersebut menandakan ada nya peningkatan pemahaman dan pengetahuan yang mengindikasikan media ini cukup efektif sebagai sarana edukasi dan promosi budaya. Yang terakhir adalah model perancangan *ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation)* dapat menjadi kerangka sistematis dalam mengembangkan media edukatif berbasis permainan dimana setiap tahapan memberikan struktur proses kreatif yang jelas dan menghasilkan media yang teruji dan siap digunakan pada implementasi yang nyata.

Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 10 No.03 Agustus- November 2025 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074
UIGM | DOI: 10.36982/JSDB.V10I3.5931 | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

DAFTAR SUMBER

- Albattat, A., Prasiyono, N. S., & Prasetyanto, H. (2022). Gastronomy Traditional Culinary Names at Gadri Restaurant, Yogyakarta Palace Through Ethnolinguistics History and Culture. *Journal of Islamic Tourism (JIT)*, 2(Special Issue 2), 36–55. https://jistour.org/pdf/521_36-55.pdf
- Ambarwati Rais, S., Ade Lose Hermanto, Y., & Abdul Rohman, M. (2020). Designing A Board Game As A Vegetable Introduction Media Information for Early Children. *Proceeding International Conference on Art, Education, and Cultural Studies*, 59–63. <https://conference.um.ac.id/index.php/icadecs/article/view/516>
- Amelia, S., & Heri Iswandi. (2023). Board Game Sebagai Media Literasi Digital Mengenai Pemajuan Kebudayaan di Kota Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 8(2), 108–119. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i2.2978>
- Hakim, I. N., & Hamidah, S. (2021). Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta. *Mozaik Humaniora*, 21(2), 193–208. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444>
- Halim, J., Yulius, Y., & Iswandi, H. (2017). Perancangan Komunikasi Visual Permainan Papan Cinta Kuliner Sumatera Selatan. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 2(1), 42–48. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v2i1.242>
- Indahsari, L., & Sumirat, S. (2023). Implementasi Teknologi Augmented Reality dalam Pembelajaran Interaktif. *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan*, 1(1), 7–11. <https://doi.org/10.61292/cognoscere.v1i1.20>
- Khairina Nst, F., Faisal, I., & Chiuloto, K. (2022). *Media Pengenalan Makanan Khas Daerah Sumatera Menggunakan Teknologi Augmented Reality Berbasis Android*. 06(1), 60–67. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/algoritma/article/view/11577>
- Khairullah, M. (2020). Analisis Pengaruh Variabel Demografis Terhadap Minat Beli Jajanan Tradisional di Kecamatan Kraton Yogyakarta. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 5(1), 15–31. <https://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/ijoieb/article/view/637>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In Marketing Management. In *Edin brugh: Pearson* (Issue 2004). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kristianti, C. M. R., Prasida, T. A. S., & Prestiliano, J. (2024). Perancangan Board Game Journey of Bengkok Craft sebagai Media Promosi dalam Memperkenalkan Proses Bisnis Bengkok Craft. *Nirmana*, 24(1), 22–32. <https://doi.org/10.9744/nirmana.24.1.22-32>
- Mangundjaya, W. L., Wicaksana, S. A., & Ersya, C. H. A. I. (2022). Board Game: Cara Pembelajaran Yang Menyenangkan Bagi Orang Dewasa. *Sosio Konsepsia*, 11(2), 338–348. <https://doi.org/10.33007/ska.v11i2.3078>
- Mitrovic, K., Novakovic, N., Spajic, J., & Cosic, I. (2021). Augmented Reality in

Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 10 No.03 Agustus- November 2025 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074
UIGM | DOI: 10.36982/JSDB.V10I3.5931 | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

- Marketing – State of Art. *Annals of DAAAM and Proceedings of the International DAAAM Symposium*, 32(1), 566–575.
<https://doi.org/10.2507/32nd.daaam.proceedings.081>
- Mulyatiningsih, E. (2016). Pengembangan model pembelajaran. *Diakses Dari Http://Staff.Uny. Ac. Id/Sites/Default/Files/Pengabdian/Dra-Endang-Mulya tiningasih-Mpd/7cpengembangan-Model-Pembelajaran. Pdf. Pada September*.
- Nugroho, S. P., & Hardani HD, I. P. (2020). Gastronomi Makanan Khas Keraton YOGYAKARTA sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 7(1), 52–62.
<https://www.neliti.com/publications/489176/>
- Nurhayati, E., Suharti, & Andayani, R. A. R. D. (2015). Menu Tradisional Jawa dan Tari Bedaya Sebagai Pesona Wisata Budaya Kawasan Magersari dan Kraton Ngayogyakarta. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 20(2), 76–84.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/humaniora/article/view/9617>
- Piani, P. A., & Indrawati, D. (2023). Leksikon Makanan Dalam Upacara Pranikah, Nikah, dan Pascanikah Adat Jawa di Magetan, Jawa Timur: Kajian Linguistik Antropologi. *Bapala*, 10(4), 146–157. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/55013>
- Pudrianisa, S. L. G., & Rizky, R. (2020). Board Game Arkeologi sebagai Media Komunikasi Pemasaran Efektif. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(2), 130–136.
<https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/402>
- Rahmatilani, C., & Patriansah, M. (2024). Board Game Sebagai Media Komunikasi Visual Pendekatan Hubungan Harmonis Keluarga Antar Orang Tua Dan Anak. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 9(1), 116–128.
<https://doi.org/10.36982/jsdb.v9i1.3776>
- Raihan Al-Hafids, A., Mubarat, H., & Windu Viatra, A. (2024). Boardgame Sebagai Media Komunikasi Visual Untuk Mencegah Demensia Sejak Dini Bagi Remaja 15-20 Tahun Di Kota Palembang. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 9(2), 196–210. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v9i2.4075>
- Rejeb, A., Rejeb, K., & Treiblmaier, H. (2023). How augmented reality impacts retail marketing: a state-of-the-art review from a consumer perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 31(3), 718–748.
<https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1972439>
- Saputri, A. N., Fauzie, M., & Maghfiroh, Q. (2023). Perancangan Buku Ilustrasi Batik Larangan sebagai Artefak Kebudayaan dari Yogyakarta. *Cipta*, 2(2), 176–198.
<https://doi.org/10.30998/cipta.v2i2.2399>
- Soyombo, D. A., Kupa, E., Ijomah, T. I., & Stephen, A. (2024). Culinary narratives: Exploring the socio-cultural dynamics of food culture in Africa. *Open Access*

Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 10 No.03 Agustus- November 2025 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074
UIGM | DOI: 10.36982/JSD.B.V10I3.5931 | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

- Research Journal of Science and Technology*, 11(2), 088–098.
<https://doi.org/10.53022/oarjst.2024.11.2.0086>
- Utami, S. (2018). Budaya makanan. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36–44. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/coverage/article/view/588>
- Widyaningsih, H., Festi, N., & Atmoko, P. H. (2023). Upaya Baleraos Restaurant dalam Melestarikan Makanan Khas Kraton Yogyakarta Agar Diminati oleh Kalangan Milenial. *Hotelier Journal*, 9(1), 27–38. <https://hotelier.poltekindonusa.ac.id/index.php/view/article/view/151>
- Yunita, N. P., & Indrajit, P. R. E. (2022). *Gamification: Membuat Belajar Seasyik Bermain Game*. Yogyakarta: Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=jT-AEAAAQBAJ>
- Zahrulianingdyah, A. (2018). Kuliner sebagai pendukung industri pariwisata berbasis kearifan lokal. *Teknobuga: Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*, 6(1), 1–9. <https://journal.unnes.ac.id/nju/teknobuga/article/view/16667/8444>