

Vol. 5 No. 2, 2024 | ISSN : 2655 -0903 | E-ISSN : 2723 - 536X

# ARTCHIVE

Indonesia  
Journal of  
Visual Art  
and Design



# RANDANG INFORMATION MEDIA DESIGN AS A MINANGKABAU CULINARY IDENTITY

Salsabila Putri<sup>a,1</sup>, Fadlul Rahman<sup>a,2\*</sup>, Aryoni Ananta<sup>a,3</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Institut Seni Indonesia Padangpanjang, Jl. Bahder Johan, Guguk Malintang, Kec. Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat 27118 .

<sup>1</sup>salsabilaputri0501@gmail.com, <sup>2\*</sup>fadlulrahman@isi-padangpanjang.ac.id, <sup>3</sup>aryoniananta@isi-padangpanjang.ac.id

\*corresponding author

## ARTICLE INFORMATION

### Article History

Received: 14.10.24  
Revised: 07.11.24  
Accepted: 05.12.24

### Keywords

Identity  
Information Media  
Minangkabau  
Rendang  
Website

## ABSTRACT

Culinary in Indonesia is very diverse, including randang, which comes from West Sumatra. Randang is a typical Minangkabau culinary identity known for its deliciousness. Randang has a complex cultural background. In the context of Minangkabau culture, the presentation of randang has a deep symbolic value and cannot be replaced by other dishes, so the term "Kapalo Samba" main course emerged. In the science of Visual Communication Design, the design of information media can be realized in the form of designing a user interface and user experience website. This work can be a solution according to the information that needs to be resolved. The processes carried out include data collection through interviews, literature studies, and questionnaires. The analysis uses the 5W + 1H method so that the Randang Minang Website information media design is created with a mix of design media. The results obtained for the design of Randang Minang information media in the form of a website are informative for desktop, tablet, and mobile versions. The media mix used for Randang Minang is in the form of posters, display stands, social media, x-banners, brochures, and merchandise. Write your abstract here.

This is an open-access article under the [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license .





## INTRODUCTION

Minangkabau is one of the largest ethnic groups in Indonesia. Geographically, Minangkabau is known as an ethnic group located in the Sumatra island region, namely the province of West Sumatra. Besides being known for having many unique cultural customs, Minangkabau is also known for its cuisine. One of the most famous culinary delights from Minangkabau is randang (rendang in Indonesian). According to the international news page CCNgo, on September 7, 2011, randang was named the number 1 most delicious food in the world. The public knows randang as part of Indonesia's national identity in the culinary context, namely Indonesian national cuisine, which is proven through the history of cookbook recipes from the past to the present.

In Indonesia itself, randang is often called randang Padang, not randang Minangkabau. The term randang as randang Padang is used by people outside West Sumatra because they know Minangkabau people as Padang people. It happens because Padang is the capital of West Sumatra Province. Because randang is well-known among Indonesian people, Indomie, one of the famous instant noodle products from PT Indofood, processes randang into instant fried noodles with randang flavor, where the interest in this variant is high, so Indomie creates a jumbo Indomie randang version packaging. Randang, which is already well-known internationally, celebrity chef Gordon Ramsey learned how to make randang directly in West Sumatra in January 2020 on the *Uncharted* television program aired on National Geographic with renowned Indonesian culinary expert William Wongso.

Unfortunately, randang has received negative issues with the presence of a randang made from pork in a restaurant in Jakarta (Quin Pasaribu, 2022). This is counterintuitive in Minangkabau society because the use of randang identity in non-halal Minangkabau cuisine is unusual. The philosophy of life of the Minangkabau people is *Adaik Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah*; it means Minangkabau custom must be based on religious belief (Islam). From the philosophy of life of the Minangkabau people, using non-halal ingredients in their cuisine is prohibited, especially randang, which has a very honorable meaning and cultural context for the Minangkabau people. In the Minangkabau community, there are many variations of randang types that follow the producing areas, such as the darek areas (Tanah Datar, Agam, and Limapuluh Kota); there are randang baluik, randang ayam, randang jariang, randang tumbuak, randang cubadak, randang talua, and randang leafwood; and in coastal areas (Painan, Pariaman, and Tiku), there are randang lokan (Suri, 2012:16).

Therefore, without using non-halal ingredients, Minangkabau has many varieties of randang that can be applied to Randang dishes. Minangkabau cuisine, especially randang, should not only be seen as a product of processed food but also related to the values of Minangkabau tradition, which are closely related to Islamic values and one of the elements of which is halal. Randang is not just a culinary dish originating from West Sumatra, randang has a position and cultural context that the Minangkabau people respect. Randang is more than just a typical food; it is the

identity and essence of Minangkabau itself, where the various ingredients used to process this food have their own meaning and significance. Randang is the main dish in traditional ceremonies in Minangkabau. Randang is considered "Kapalo Samba," which means it must be available at a traditional banquet. Randang has an important role in Minangkabau traditional ceremonies as a symbol of honor and existence in various traditional events such as baralek, batagak pangulu, and other events. In the context of Minangkabau culture, the presentation of randang has a deep symbolic value and cannot be replaced by other dishes. Thus, randang has cultural values and philosophical meanings that play an important role in Minangkabau society (Martion, 2012:50).

With minimal information about randang, the designer wants to convey information about randang as a typical Minangkabau culinary identity in the form of information media. The design of randang information media as a typical Minangkabau culinary identity is packaged in the form of non-print information media, namely internet media as its main media. The internet media used is a website because a website is an internet media that is often used by the general public to search for information. Developed in the form of a website because the designer wants to present Randang information with attractive and interactive visuals. Therefore, the designer wants to develop randang information as a typical Minangkabau culinary identity in the form of information media packaged in the form of a website.

## RESULTS AND DISCUSSION

### Design Concept

- Verbal Concept

This information website will be named Randang Minang. In addition, "Randang Minang" can be used as a simple domain on the website, so that when searching on the internet, it is easy to find or access by the audience. The tagline "World Cultural Heritage" is suitable as an attraction for people to find out more about randang, which may have only been known for its delicious taste. However, it turns out that randang also has an important role in the customs and traditions of the Minangkabau people.

In delivering information about randang, the verbal concept is determined by using Indonesian and English (bilingual), because the choice of language aims for information to be accepted by local and international audiences in reading information on this randang information website. The topics or information presented on the website will be the definition of randang, the history of randang, unique facts about randang, types of randang, and spices and herbs in randang. In addition, the website also contains information topics for randang in the customary and cultural positions of the Minangkabau people, which include how to serve randang, the philosophical meaning of randang, and the values contained in randang. In the product section, information is in the form of

restaurants that provide randang menus and online randang stores that can be accessed by the audience.

- Visual Concept

The visual concept displayed in this design displays the characteristics of Minangkabau, with the presentation of the interface on the website applying the iconic color elements of Minangkabau. The visual concept in the design of the Randang Information website as a Minangkabau Culinary Identity in the form of photo illustrations and digital illustration assets with a clean concept, the illustration elements look vintage realistic with line shading in 2 dimensions, so that they can support visual concept information. By paying attention to this, it can make the interface attractive and comfortable when the user receives information.

The use of colors comes from the iconic Minangkabau colors, namely marawa, which consists of black, red, and yellow. This is applied in order to produce an interface where the user is indirectly carried away by the atmosphere of Minangkabau itself. The scrolling experience on the Randang website interface can add a different experience so that users feel comfortable and attract their attention. The website is designed with an interface that is comfortable for users to access when they want to find detailed Randang information on just one website. On the interface, there are menu options that can be accessed by the user. Therefore, to maintain user comfort in reading on the website, the choice of Sans Serif typography is due to the simple shape of the letter characters. However, a high level of readability is used on the website.

### Main Media

The main media is the Randang Minang website, which is available for desktop, mobile, and tablet displays. The user interface on the main media of the website includes visual photos and illustrations to clarify the message or information conveyed so that it is more interesting and communicative for the audience and makes it easier for the audience to understand the information on the Randang Minang website. This website uses four colors, namely red, black, yellow, and white. Red and white are the main colors on the website to produce an interface that is comfortable to look at by the user



**Figure 1.** Website Mockup  
Source : Salsabila, 2024

The use of Sans Serif typography with the selection of Roboto Font as the headline and bodycopy on all elements of the website interface that have a high level of readability. The information menu on the website is quite varied, starting from the home menu, the explore menu, the culture menu, the product menu, and the language menu. To achieve a good experience for users so that it is easy to use and increase user satisfaction in accessing the website display, the layout arrangement on the interface is the main key.



**Figure 2.** Berandang Interface *Randang Minang*  
Source : Salsabila, 2024

Sequence is applied in sorting information to be read by users on the Randang Minang website interface. The menus are sorted on the top right of the website, and the information is laid out in a single column displaying the main content in one vertical column so that users only need to scroll down to read and access the website.

### Supporting Media

- Posters and Display Stands  
This media has a poster size of 40cm x 60cm. Posters are a promotional media for websites, to inform the form of the main media later. This media is also equipped with a barcode so that the audience can easily visit the website page. A 170cm high poster stand can be displayed to suit the location of the website launch later.



**Figure 3.** Poster Mockup  
Source : Salsabila, 2024

- **Sosial Media**  
Through social media can be a very effective promotional media and fast delivery of information to the audience. On Instagram, there is a website link in the Instagram bio.



**Figure 4.** Social Media Mockup  
Source : Salsabila, 2024

Randang Minang's social media design shows a balance between images, text, and white space. Elements are placed with consistent symmetry so that the visuals look stable and harmonious. Emphasis on key elements such as titles and food images is given strong emphasis with larger sizes and contrasting colors. This helps to attract the attention of Instagram users.

- **X-Banner**  
X-banner media can be used as a display media at an event, such as the availability of a barcode link to go to the Randang Minang website. This banner is designed with a size of 60 cm x 160 cm. The information conveyed is the launch of the Randang Minang website. In addition, there is brief information about the background of Randang Minang in the view of the Minangkabau people.



**Figure 5.** X Banner Mockup  
Source : Salsabila, 2024

This X-Banner shows an asymmetrical balance with the placement of main elements such as text and images of devices that promote the website. Emphasis through the headline "**Launching Website Randang Minang**" is emphasized with a large font size and contrasting colors, so that it attracts attention first. Text and images are placed parallel, giving a neat and orderly appearance. The proportion between text, images, and empty space is well arranged so that the information remains easy to read and the visual focus remains on the main message.

- Brochure

Supporting media brochures can also be provided at the information desk. The size of this media is 21 cm x 29.7 cm. The information in the brochure tells the background of Randang Minang. To make it easier for the audience to go to the website, there is a barcode on the website.



**Figure 6.** Brochure Mockup  
Source : Salsabila, 2024

Supporting media for brochures by applying the principle of balance design, this brochure uses effective asymmetrical balance, with the main elements (food photos and QR codes) on the left and text on the right. The reader's eye flow is directed from the QR code on the top left to the food image and then to the text on the right. This helps convey information sequentially. This design conveys information about Randang Minang and encourages readers to visit the website provided.

- Merchandise

T-shirts can be promotional media that can be used by any age, such as students, college students, and others. The appearance of the T-shirt uses the Randang Minang logo on the front of the shirt and illustrations of four characters of the Randang philosophy for the back of the shirt with a screen printing size of 21 cm x 29.7 cm.





**Figure 7.** T-shirt Mockup  
Source : Salsabila, 2024

The design maintains consistency in the use of color and illustration style throughout the T-shirt. Through the principle of unity design, all visual elements support each other to create a unified Randang Minang theme and strong identity. Emphasis is given to the character illustration on the back of the shirt with the use of contrasting colors and a larger image size. For the front, there is a “Randang Minang” logo on the left chest, which provides a simple emphasis on Randang Minang.



**Figure 8.** Keychain Mockup  
Source : Salsabila, 2024

Keychain logo with a size of 6.5 cm x 4.5 cm and keychain character figures in Randang Minang have a size of 6 cm x 6 cm. The appearance of the keychain uses illustrations of four characters in the philosophy of randang. Unity in all elements of the keychain comes together to form a strong Randang Minang theme. The uniform style of illustration and color create an impression of unity.

Logo stickers with a size of 7 cm x 4.5 cm and character stickers in Randang Minang have a size of 4 cm x 4 cm. Stickers can introduce four characters depicted in the Randang Philosophy.



**Figure 9.** Sticker Mockup

Source : Salsabila, 2024

So that it can attract questions for the audience to find out more with the main media. In the character section of the randang philosophy figure, the balance design principle in this sticker design displays symmetrical balance with illustrations of the figures of Niniak Mamak, Cadiak Pandai, Alim Ulama, and the Minangkabau Community placed in the middle of the sticker. This gives a stable and orderly impression. And the "Randang Minang" logo is placed at the bottom to support the main visual information.

## CONCLUSION

Randang is not only the most delicious food in the world but has a more complete background both in its uniqueness and cultural views. Therefore, randang must be introduced as an honorable cultural identity for the Minangkabau people to a wider audience. With all the problems that have arisen regarding randang, the designer presents a non-print information media in the form of a website that can be accessed by all ages and audiences globally.

The website can be accessed by users with three display versions, namely desktop, mobile, and tablet, with the domain name [randangminang.com](http://randangminang.com). To attract the audience's attention in reading information about Randang on the website, there are visual photos and illustrations that can build the information conveyed. Not only that, the menus on the website are developed; there is a homepage information menu, a randang explore menu, a culture menu, a product menu, and a language menu. Where each menu has sub-menus such as what is randang, unique facts about randang, cultural values of randang, products, restaurants providing randang, and other sub-menus. The designer created several other supporting media that can be used in disseminating information about the Randang Minang website in the form of posters, poster display stands, banners, social media, brochures, and merchandise in the form of t-shirts, stickers, and keychains.

## REFERENCES

- Amalia, Wynda Dwi. (2019). *Randang Bundo*. Jakarta: Gramedia.
- Anggraini,dkk. (2016). *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Jakarta: Nuansa Cendikia.
- Adryanto, Iwan. (2019). Review Buku *Randang Bundo: Mengenal Serba-Serbi Randang*. Diakses pada 16 Oktober 2023, dari <https://klasika.kompas.id/baca/serba-serbi-randang/>.
- Clark dan Pietsch. (2014). *Indonesia-Malaysia relations: cultural heritage, politics and labour migration*. New York: Routledge.
- Darmayanti, dkk. 2017. Relevansi Masakan Randang Dengan Filosofi Merantau Orang Minangkabau. *METAHUMANIORA*, Vol. 7, 119-127.
- Davis, Gordon B. (1990). *Management Informations System Conceptual Foundations, Structures, and Development*. New York: MacMilla.
- Fernando, Ferry. 2020. Perancangan User Interface (UI) & User Experience (UX) Aplikasi Pencari Indekost di Kota Padangpanjang. *TANRA*, Vol. 7, Nomor 2.
- Galitz,W.O. (2002). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Gustiandza, Naufal Aflah. (2020). *Perancangan Kampanye Rempah Pada Kuliner Nusantara*. Skripsi dipresentasikan pada Institut Kesenian Jakarta.
- Hariadi, dkk. (2012). *Inventarisasi Perlindungan Karya Budaya Randang Minangkabau*. Padang: Faura Abadi.
- Hariyanto, Agus. 2015. Sistem Informasi Penjadwalan Dokter Berbassis Web Dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Teknoinfo*, 11(2), 30–37.
- Maran, Rafael Raga. (2000). *Manusia Dan Kebudayaan Dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Martion. (2012). *Bajamba Gadang*. Yogyakarta: Kanisius.
- Meilani, M. 2013. Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
- Nugraheny, Dwi. 2016. Analisis User Interface dan User Experience Pada Website Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto Yogyakarta. *SENATIK*, Vol. II, 183.

- Paramita, dkk. (2020). Kebebasan Media Mengancam Literasi Politik. Malang: Intrans Publishing Group.
- Pasaribu, Quin. (2022). Polemik Masakan Padang Daging Babi: Bagaimana Sebaiknya Memandang Kuliner Lokal Indonesia?. Diakses pada 10 Februari 2024, dari <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-61786335>
- Paulina. (2022). Perancangan Sebuah Komunikasi Visual Publikasi Berupa Buku Ilustrasi. Skripsi dipresentasikan pada Universitas Binus.
- Rustan, Suriyanto. (2009). Layout Dasar Dan Penerapannya. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, Suriyanto. (2011). Huruf Font Tipografi. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Satzinger. (2012). Systems Analysis and Design in a Changing World. Canada: Cengage Learning.
- Sobur, Alex. (2006). Semiotika Komunikasi, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana, dan Analisis Framing. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soedarso, Nick. 2014. Perancangan buku ilustrasi perjalanan mahapatih gajah mada. Volume 5 Nomor 2. Visual Communication Design BINUS University
- Suri, Reno Andam. (2012). Randang Traveler. Jakarta: Terrant Ink
- Umanailo, M Chairul Basrun. (2016). Ilmu Sosial Budaya Dasar. Namlea: FAM publishing.
- Trisnio, Kevin. (2016). User Experience Design Process. Diakses pada 2 November 2023, dari <https://sis.binus.ac.id/2016/07/29/user-experience-design-process/>.
- Yuda, Alfi. (2021). Pengertian Budaya, Ciri, Fungsi, Unsur, dan Contohnya yang Ada di Indonesia. Diakses pada 10 Februari 2024, dari <https://www.bola.com/ragam/read/4529769/pengertian-budaya-ciri-fungsi-unsur-dan-contohnya-yang-ada-di-indonesia?page=2>
- Yudarmawan R. A. dkk. 2020. Perancangan User Interface dan User Experience SIMRS pada Bagian Layanan. JITTER, Vol. I, 1.
- Zaki, Ali. (2014). 24 jam belajar PHP. Semarang: Smitdev Community.



# PERANCANGAN MEDIA INFORMASI RANDANG SEBAGAI IDENTITAS KULINER KHAS MINANGKABAU

Salsabila Putri<sup>a,1</sup>, Fadlul Rahman<sup>a,2\*</sup>, Aryoni Ananta<sup>a,3</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Institut Seni Indonesia Padangpanjang, Jl. Bahder Johan, Guguk Malintang, Kec. Padang Panjang  
Timur, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat 27118 .

<sup>1</sup>salsabilaputri0501@gmail.com, <sup>2</sup>[fadlulrahman@isi-padangpanjang.ac.id](mailto:fadlulrahman@isi-padangpanjang.ac.id), <sup>3</sup>aryoniananta@isi-padangpanjang.ac.id

\*penulis korespondensi

## INFO ARTIKEL

### Riwayat Artikel

Diterima: 14.10.24  
Direvisi: 07.11.24  
Diterima: 05.12.24

### Kata Kunci

Identitas  
Media Informasi  
Minangkabau  
Randang  
Website

## ABSTRAK

Kuliner di Indonesia sangat beragam, salah satunya adalah randang yang berasal dari Sumatera Barat. Randang adalah identitas kuliner khas Minangkabau, yang dikenal dengan kelezatannya. Tidak hanya kuliner yang lezat, randang mempunyai latar belakang yang kompleks dari budayanya. Dalam konteks kebudayaan Minangkabau, penyajian randang memiliki nilai simbolis yang dalam dan tidak bisa digantikan oleh hidangan lainnya sehingga muncul istilah “Kapalo Samba”. Pada keilmuan Desain Komunikasi Visual, perancangan media informasi dapat diwujudkan dalam bentuk perancangan user interface dan user experience website. Ada hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan karya ini dapat menjadi solusi sesuai kebutuhan informasi yang akan diselesaikan. Proses yang dilakukan antara lain pengumpulan data dengan wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Analisis menggunakan metode 5W+1H, sehingga tercipta desain media informasi Website Randang Minang dengan bauran media perancangannya. Hasil yang di peroleh untuk perancangan media informasi Randang Minang dalam bentuk website bersifat informatif untuk versi desktop, tablet, dan mobile. Bauran media digunakan untuk Randang Minang berupa poster, stand display, media sosial, x-banner, brosur, dan merchandise. Tulis abstrak Anda di sini.

This is an open-access article under the [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license .



## PENDAHULUAN

Minangkabau merupakan salah satu etnis terbesar yang ada di Indonesia. Secara geografis, Minangkabau dikenal sebuah etnis yang berada di wilayah pulau Sumatera, yaitu provinsi Sumatera Barat. Selain dikenal memiliki banyak keunikan dalam kebudayaan adat istiadatnya, Minangkabau juga dikenal dengan kulinernya. Salah satu kuliner yang sangat terkenal dari Minangkabau adalah randang (randang dalam bahasa Indonesia). Selain terkenal di Indonesia, pada 7 September 2011 randang dinobatkan sebagai makanan yang masuk ke dalam jajaran makanan terlezat nomor 1 di dunia versi laman berita internasional CNNGo. Randang dikenal sebagai bagian dari identitas nasional Indonesia dalam konteks kuliner, yaitu national cuisine Indonesia yang dibuktikan melalui sejarah resep buku masak pada masa lalu hingga sekarang.

Di Indonesia sendiri, randang sering disebut randang Padang, bukan randang Minangkabau. Penyebutan randang sebagai randang Padang dilakukan oleh orang di luar Sumatera Barat karena orang lain lebih mengenal orang Minangkabau sebagai orang Padang, karena Padang adalah ibukota Provinsi Sumatera Barat. Karena randang cukup dikenal masyarakat, sebuah produk mi instan terkenal yaitu Indomie dari PT Indofood, mengolah randang menjadi mi instan goreng rasa randang, dimana minat varian ini tinggi sehingga Indomie menciptakan kemasan versi Indomie randang jumbo. Randang yang sudah dikenal mancanegara, Celebrity Chef Gordon Ramsey mempelajari cara membuat randang langsung di Sumatera Barat pada Januari 2020 dalam program televisi *Uncharted* yang ditayangkan di National Geography bersama ahli kuliner ternama Indonesia William Wongso.

Tidak dapat dihindari juga isu lainnya mengenai randang adalah menu randang menggunakan daging babi di sebuah restoran yang ada di Jakarta (Quin Pasaribu, 2022). Tentu saja hal ini menjadi kontra dalam masyarakat Minangkabau, dikarenakan penggunaan identitas randang dalam menu masakan Minangkabau non-halal merupakan hal tidak lazim. Falsafah hidup masyarakat Minangkabau adalah *Adaik Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah*. Dari falsafah hidup masyarakat Minangkabau tersebut, menggunakan bahan yang non-halal dalam kulinernya menjadi hal yang dilarang, terutama randang memiliki makna dan konteks budaya yang sangat terhormat bagi masyarakat Minangkabau. Minangkabau terdapat variasi jenis dari randang yang mengikuti daerah penghasilnya seperti daerah darek (Tanah Datar, Agam, dan Lima Puluh Kota) terdapat randang baluik, randang ayam, randang jariang, randang tumbuak, randang cubadak, randang talua, randang daun kayu dan daerah rantau pesisir (Painan, Pariaman, dan Tiku) terdapat randang lokan (Suri, 2012:16)

Oleh karena itu, tanpa harus menggunakan bahan yang non-halal, Minangkabau sendiri kaya akan variasi jenis randangnya yang bisa diterapkan pada masakan Randang. Kuliner Minangkabau terutama randang semestinya bukan cuma dilihat

sebagai produk hasil mengolah makanan semata, tetapi juga berkaitan dengan nilai-nilai tradisi Minangkabau yang sangat berkaitan dengan nilai-nilai keIslaman, salah satu unsurnya adalah kehalalan. Randang tidak hanya sekedar kuliner yang berasal dari Sumatera Barat. Namun, randang memiliki posisi dan konteks budaya yang terhormat bagi masyarakat Minangkabau. Randang lebih dari sekedar makanan khas, melainkan identitas dan esensi dari Minangkabau itu sendiri yang dimana berbagai macam bahan yang digunakan untuk mengolah makanan ini memiliki arti dan makna tersendiri. Randang menjadi masakan utama dalam kegiatan upacara adat di Minangkabau. Randang dianggap sebagai “Kapalo Samba”, yang maknanya harus tersedia dalam sebuah jamuan adat. Randang memiliki peran penting dalam upacara adat Minangkabau, sebagai simbol kehormatan dan keberadaan dalam berbagai acara adat seperti baralek, batagak pangulu, dan perhelatan lainnya. Dalam konteks kebudayaan Minangkabau, penyajian randang memiliki nilai simbolis yang dalam dan tidak bisa digantikan oleh hidangan lainnya. Sehingga, randang mempunyai nilai-nilai budaya dan makna filosofi yang menjadi peranan penting di tengah masyarakat Minangkabau (Martion, 2012:50).

Dengan permasalahan minimnya informasi tentang randang, perancang ingin menyampaikan informasi randang sebagai identitas kuliner khas Minangkabau berupa media informasi. Perancangan media informasi randang sebagai identitas kuliner khas minangkabau ini dikemas dalam bentuk media informasi non-cetak yaitu media internet sebagai media utamanya. Media internet yang digunakan adalah website, karena website merupakan media internet yang sering digunakan masyarakat umum dalam mencari informasi. Dikembangkan dalam bentuk website dikarenakan, perancang ingin menghadirkan informasi randang dengan visual yang menarik dan interaktif. Oleh karena itu, perancang ingin mengembangkan informasi randang sebagai identitas kuliner khas Minangkabau berupa media informasi yang dikemas dalam bentuk website.

## HASIL DAN DISKUSI

### Konsep Perancangan

- Konsep Verbal  
Randang Minang dipilih sebagai nama *website* informasi ini nantinya. Selain itu, “Randang Minang” dapat dijadikan domain sederhana pada *website*, agar saat pencarian di internet mudah ditemukan atau diakses oleh audiens. *Tagline* “Warisan Budaya Nan Mandunia” cocok sebagai daya tarik orang-orang untuk mengetahui lebih jauh tentang randang, yang mungkin selama ini hanya dikenal dari rasanya yang lezat. Namun, ternyata randang juga mempunyai peran penting dalam proses adat istiadat orang Minangkabau. Dalam penyampaian informasi-informasi tentang randang, konsep verbal ditetapkan penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris (*bilingual*), karena pemilihan bahasa tersebut bertujuan informasi dapat diterima oleh audiens

lokal dan audiens internasional dalam membaca informasi pada website informasi randang ini. Adapun topik atau informasi yang disajikan dalam website nantinya yaitu definisi randang, sejarah randang, fakta unik randang, jenis-jenis randang, serta bumbu dan rempah pada randang. Selain itu, pada *website* juga terdapat topik informasi untuk randang dalam posisi adat dan budaya bagi masyarakat Minangkabau yang mencakupi cara penyajian randang, makna filosofi randang, nilai-nilai yang terdapat dalam randang. Pada bagian produk, informasi berupa restoran yang menyediakan menu randang serta toko *online* randang yang bisa diakses oleh audiens.

- Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan dalam perancangan ini, menampilkan ciri khas dari Minangkabau, dengan penyajian *interface* pada *website* menerapkan elemen warna ikoniknya Minangkabau. Konsep visual dalam perancangan *website* Informasi Randang Sebagai Identitas Kuliner Khas Minangkabau berupa ilustrasi foto dan aset ilustrasi digital dengan konsep terlihat bersih, elemen ilustrasinya terlihat *vintage* realis dengan arsiran garis dalam bentuk 2 dimensi, sehingga dapat mendukung informasi konsep visual. Dengan memperhatikan hal tersebut, dapat membuat *interface* menjadi menarik serta nyaman saat user menerima informasi.

Penggunaan warna yang digunakan berasal dari warna ikonik Minangkabau yaitu marawa yang terdiri warna hitam, merah dan kuning. Hal ini diterapkan agar dapat menghasilkan *interface* dimana *user* secara tidak langsung terbawa suasana dari Minangkabau itu sendiri. Adapun pengalaman *scrolling* pada *interfece website* randang, dapat menambah *experience* yang berbeda, sehingga *user* merasa nyaman dan menarik perhatiannya. Pada *website* dirancang *interface* yang nyaman untuk diakses oleh *user* ketika ingin mencari informasi randang secara mendetail hanya dalam satu *website*. Pada *interface* tersedia pilihan menu yang bisa diakses oleh *user*. Maka dari itu, untuk menjaga kenyamanan *user* dalam membaca pada *website*, pemilihan tipografi Sans Serif dikarenakan bentuk karakter huruf yang sederhana. Namun, tingkat keterbacaan yang tinggi digunakan pada *website*.

### Media Utama

Media utama adalah *website online* Randang Minang yang dihadirkan untuk tampilan *desktop*, *mobile*, dan tablet. *User Interface* pada media utama *website* mencakup visual foto dan ilustrasi untuk memperjelas pesan atau informasi yang disampaikan sehingga lebih menarik, komunikatif bagi audiens, serta memudahkan audiens dalam memahami informasi dalam *website* randang minang. Penggunaan empat warna yaitu merah, hitam, kuning dan putih dalam *website*. Namun, warna merah dan putih menjadi warna utama dalam *website* untuk menghasilkan *interface* yang nyaman dipandang oleh *user*.





**Gambar 1.** Mockup Website  
Sumber : Salsabila, 2024

Penggunaan tipografi Sans Serif dengan pemilihan Font Roboto menjadi *headline* dan *bodycopy* pada semua elemen *interface website* yang memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Menu informasi pada *website* cukup variatif, dimulai dari menu beranda, menu jelajahi randang, menu budaya, menu produk dan menu bahasa. Untuk mencapai *experience* yang baik bagi user agar mudah digunakan dan meningkatkan kepuasan *user* dalam mengakses tampilan *website*, penyusunan *layout* pada *interface* menjadi kunci utama.



**Gambar 2.** Tampilan Berandang *Randang* Minang  
Sumber : Salsabila, 2024

*Sequence* diterapkan dalam mengurutkan informasi dibaca oleh user pada *interface website* randang minang. Bagian menu-menu diurutkan pada bagian kanan atas *website*, dan isian informasi *layout single column* menampilkan konten utama dalam satu kolom vertikal sehingga *user* cukup menggulir ke bawah untuk membaca dan mengakses *website*.

### Media Pendukung

- Poster dan *Stand Display*  
Media ini memiliki ukuran poster 40cm x 60cm. Poster menjadi media promosi *website*, untuk menginformasikan bentuk dari media utama

nantinya. Media ini juga dilengkapi dengan *barcode* agar audiens dapat dengan mudah mengunjungi halaman *website*.



**Gambar 3.** *Mockup* Poster  
Sumber : Salsabila, 2024

*Stand* poster dengan tinggi 170cm dapat dipajang menyesuaikan lokasi *launching website* nantinya.

- Media Sosial  
Melalui media sosial dapat menjadi media promosi yang sangat efektif dan cepat penyampaian informasinya untuk audiens. Pada Instagram terdapat *link website* di bio Instagram.



**Gambar 4.** *Mockup* Media Sosial  
Sumber : Salsabila, 2024

Desain media sosial Randang Minang menunjukkan keseimbangan (*balance*) antara gambar, teks, dan ruang kosong. Elemen-elemen ditempatkan dengan simetri yang konsisten sehingga visual terlihat stabil dan harmonis. Penekanan (*Emphasis*) elemen kunci seperti judul dan gambar makanan diberikan penekanan yang kuat dengan ukuran yang lebih besar dan warna yang kontras. Ini membantu menarik perhatian pengguna Instagram.

- *X-Banner*

Media *X-banner* dapat digunakan sebagai media pajang pada sebuah even, seperti tersedianya link barcode untuk menuju *website* Randang Minang. *Banner* ini dirancang dengan ukuran 60cm x 160cm. Informasi yang disampaikan adalah *launchingnya website* Randang Minang. Selain itu, terdapat informasi sekilas latar belakang Randang Minang dalam pandangan masyarakat Minangkabau.



**Gambar 5.** Mockup X Banner  
Sumber : Salsabila, 2024

*X-Banner* ini menunjukkan keseimbangan (*balance*) asimetris dengan penempatan elemen-elemen utama seperti teks dan gambar perangkat yang mempromosikan *website*. *Emphasis* melalui *headline* **“Launching Website Randang Minang”** ditekankan dengan ukuran *font* yang besar dan warna yang kontras, sehingga menarik perhatian pertama kali. Teks dan gambar diletakkan dengan sejajar, memberikan tampilan yang rapi dan teratur. *Proportion* antara teks, gambar, dan ruang kosong diatur dengan baik, sehingga informasi tetap mudah dibaca dan fokus visual tetap pada pesan utama.

- **Brosur**  
Media Pendukung brosur dapat juga disediakan pada meja informasi. Untuk ukuran media ini adalah 21cm x 29,7cm. Informasi dalam brosur menceritakan latar belakang Randang Minang. Untuk mempermudah audiens menuju *website*, terdapat *barcode* menuju *website*.



**Gambar 6.** Mockup Brosur  
Sumber : Salsabila, 2024

Media pendukung brosur dengan menerapkan prinsip desain *balance*, brosur ini menggunakan keseimbangan asimetris yang efektif, dengan elemen utama (foto makanan dan QR code) di bagian kiri dan teks di bagian kanan. *Flow* mata pembaca diarahkan dari QR code di bagian kiri atas, menuju gambar makanan, dan kemudian ke teks di bagian kanan. Ini membantu menyampaikan informasi secara berurutan. Desain ini menyampaikan informasi tentang Randang Minang dan mendorong pembaca untuk mengunjungi *website* yang disediakan.

- **Merchandise**  
*T-shirt* dapat menjadi media promosi yang dapat digunakan oleh kalangan usia manapun baik pelajar, mahasiswa dan lain-lain. Tampilan *T-shirt* menggunakan logo Randang Minang pada bagian depan baju, dan ilustrasi 4 karakter tokoh filosofi randang untuk bagian belakang baju dengan ukuran sablon 21cm x 29,7cm.



**Gambar 7.** Mockup T-shirt  
Sumber : Salsabila, 2024



Desain mempertahankan konsistensi dalam penggunaan warna dan gaya ilustrasi di seluruh *T-shirt*. Melalui prinsip desain unity semua elemen visual saling mendukung untuk menciptakan kesatuan tema Randang Minang dan identitas yang kuat. Penekanan (*Emphasis*) diberikan pada ilustrasi karakter di bagian belakang kaos dengan penggunaan warna yang kontras dan ukuran gambar yang lebih besar. Untuk bagian depan, terdapat logo “**Randang Minang**” di bagian dada kiri, yang memberikan penekanan sederhana mengenai Randang Minang.



**Gambar 8.** *Mockup Keychain*  
Sumber : Salsabila, 2024

*Keychain* logo dengan ukuran 6,5cm x 4,5cm dan *keychain* karakter tokoh dalam Randang Minang memiliki ukuran 6cm x 6cm. Tampilan *keychain* menggunakan ilustrasi 4 karakter tokoh dalam filosofi randang. Kesatuan (*Unity*) pada semua elemen *keychain* bersatu untuk membentuk tema Randang Minang yang kuat. Gaya ilustrasi dan warna yang seragam menciptakan kesan *unity*.

Stiker logo dengan ukuran 7cm x 4,5cm dan stiker karakter dalam Randang Minang memiliki ukuran 4cm x 4cm. Stiker dapat memperkenalkan 4 tokoh yang digambarkan dalam Filosofi Randang.



**Gambar 9.** *Mockup Stiker*  
Sumber : Salsabila, 2024

Sehingga dapat menarik pertanyaan bagi audiens untuk mengetahui lebih lanjut dengan media utama. Pada bagian karakter tokoh filosofi randang, prinsip desain balance pada desain stiker ini menampilkan keseimbangan simetris dengan ilustrasi figur *Niniak Mamak*, *Cadiak Pandai*, Alim Ulama, dan Masyarakat Minangkabau yang ditempatkan di tengah-tengah stiker. Hal ini memberikan kesan stabil dan teratur. Dan logo **“Randang Minang”** diletakkan di bagian bawah untuk mendukung informasi visual utama.

## KESIMPULAN

Randang bukan hanya mengenai makanan lezat di dunia. Namun, randang memiliki latar belakang yang lebih lengkap baik secara keunikannya dan pandangan secara budayanya. Maka dari itu, randang harus diperkenalkan sebagai identitas budaya yang terhormat bagi masyarakat Minangkabau kepada audiens yang lebih luas. Dengan segala permasalahan yang pernah muncul mengenai randang, perancang menyajikan sebuah media informasi non-cetak yaitu dalam bentuk website yang bisa diakses oleh semua kalangan usia dan audiens secara global.

Website sudah dapat diakses oleh user dengan tiga versi tampilan yaitu desktop, mobile, dan tablet dengan nama domain [randangminang.com](http://randangminang.com). Untuk menarik perhatian audiens dalam membaca informasi tentang randang dalam website, terdapat visual foto dan ilustrasi yang dapat membangun informasi-informasi yang disampaikan. Tidak hanya itu, menu-menu pada website di kembangkan terdapat menu informasi beranda, menu jelajahi randang, menu budaya, menu produk dan menu bahasa. Dimana setiap menu tersebut terdapat sub-sub menu seperti apa itu randang, fakta unik randang, nilai budaya randang, produk, rumah makan menyediakan randang dan sub menu lainnya. Perancang membuat beberapa media pendukung lainnya yang dapat digunakan dalam meyebarkan info mengenai website randang minang berupa poster, stand display poster, x banner, media sosial, brosur, dan merchandise dalam bentuk t-shirt, stiker, dan keychain.

## REFERENSI

- Amalia, Wynda Dwi. (2019). *Randang Bundo*. Jakarta: Gramedia.
- Anggraini,dkk. (2016). *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Jakarta: Nuansa Cendikia.
- Adryanto, Iwan. (2019). *Review Buku Randang Bundo: Mengenal Serba-Serbi Randang*. Diakses pada 16 Oktober 2023, dari <https://klasika.kompas.id/baca/serba-serbi-randang/>.
- Clark dan Pietsch. (2014). *Indonesia-Malaysia relations: cultural heritage, politics and labour migration*. New York: Routledge.

- Darmayanti, dkk. 2017. Relevansi Masakan Randang Dengan Filosofi Merantau Orang Minangkabau. *METAHUMANIORA*, Vol. 7, 119-127.
- Davis, Gordon B. (1990). *Management Informations System Conceptual Foundations, Structures, and Development*. New York: MacMilla.
- Fernando, Ferry. 2020. Perancangan User Interface (UI) & User Experience (UX) Aplikasi Pencari Indekost di Kota Padangpanjang. *TANRA*, Vol. 7, Nomor 2.
- Galitz,W.O. (2002). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Gustiandza, Naufal Aflah. (2020). Perancangan Kampanye Rempah Pada Kuliner Nusantara. Skripsi dipresentasikan pada Institut Kesenian Jakarta.
- Hariadi, dkk. (2012). Inventarisasi Perlindungan Karya Budaya Randang Minangkabau. Padang: Faura Abadi.
- Hariyanto, Agus. 2015. Sistem Informasi Penjadwalan Dokter Berbasis Web Dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Teknoinfo*, 11(2), 30–37.
- Maran, Rafael Raga. (2000). *Manusia Dan Kebudayaan Dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Martion. (2012). *Bajamba Gadang*. Yogyakarta: Kanisius.
- Meilani, M. 2013. Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
- Nugraheny, Dwi. 2016. Analisis User Interface dan User Experience Pada Website Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto Yogyakarta. *SENATIK*, Vol. II, 183.
- Paramita, dkk. (2020). *Kebebasan Media Mengancam Literasi Politik*. Malang: Intrans Publishing Group.
- Pasaribu, Quin. (2022). Polemik Masakan Padang Daging Babi: Bagaimana Sebaiknya Memandang Kuliner Lokal Indonesia?. Diakses pada 10 Februari 2024, dari <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-61786335>
- Paulina. (2022). Perancangan Sebuah Komunikasi Visual Publikasi Berupa Buku Ilustrasi. Skripsi dipresentasikan pada Universitas Binus.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, Suriyanto. (2011). *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Satzinger. (2012). *Systems Analysis and Design in a Changing World*. Canada: Cengage Learning.
- Sobur, Alex. (2006). *Semiotika Komunikasi, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soedarso, Nick. 2014. Perancangan buku ilustrasi perjalanan mahapatih gajah mada. Volume 5 Nomor 2. *Visual Communication Design BINUS University*
- Suri, Reno Andam. (2012). *Randang Traveler*. Jakarta: Terrant Ink
- Umanailo, M Chairul Basrun. (2016). *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Namlea: FAM publishing.
- Trisnio, Kevin. (2016). *User Experience Design Process*. Diakses pada 2 November 2023, dari <https://sis.binus.ac.id/2016/07/29/user-experience-design-process/>.

- Yuda, Alfi. (2021). Pengertian Budaya, Ciri, Fungsi, Unsur, dan Contohnya yang Ada di Indonesia. Diakses pada 10 Februari 2024, dari <https://www.bola.com/ragam/read/4529769/pengertian-budaya-ciri-fungsi-unsur-dan-contohnya-yang-ada-di-indonesia?page=2>
- Yudarmawan R. A. dkk. 2020. Perancangan User Interface dan User Experience SIMRS pada Bagian Layanan. JITTER, Vol. I, 1.
- Zaki, Ali. (2014). 24 jam belajar PHP. Semarang: Smitdev Community.