

TIPOGRAFI VERNAKULAR PADA WARUNG TENDA KAKI LIMA DI JAKARTA

Taufiq Akbar, Agung Zainal Muttakin Raden^{*)}

Abstract

Vernacular Typography on Street Market Tents in Jakarta. Jakarta is the capitol city of Indonesia, which became one of urban destination for people from supporting district like Bogor, Tangerang, Bekasi, and Depok. Before and after colonialism, there is lots of culture assimilation from many ethnic and parts of nation. One the effect of vernacularism is typography vernacular that spread out at tents of street market. This research is analyzing the hierarchy, contrast, and main principles of typography (readability, legibility, clarity, and visibility) of the banner of street market's tents. This analysis is to know the vernacular typography in street market's tents which are applying indirectly the hierarchy system, contrast, and main principles of typography. The result of this research is the banner of the street market is one of the specific identities of street market's food vendor from time to time.

Keyword: *typography, vernacular, street market tents*

Abstrak

Tipografi Vernakular pada Warung Tenda Kaki Lima di Jakarta. Jakarta merupakan ibukota negara Indonesia yang telah menjadi tujuan bagi masyarakat urban yang bermukim di kota-kota penyangganya seperti Bogor, Tangerang, Bekasi dan Depok serta daerah-daerah lain di Indonesia. Sejak zaman sebelum kolonial dan setelah kolonial banyak asimilasi budaya dari berbagai etnis dan suku bangsa. Pengaruh serta budaya yang dibawa oleh masyarakat urban multietnis tersebut memberi pengaruh yang sangat besar. Karya-karya vernakular di Jakarta, salah satunya adalah tipografi vernakular yang terpampang pada tenda-tenda pedagang kaki lima. Dalam penelitian ini dianalisis spanduk pada tenda pedagang kaki lima berdasarkan hirarki dan kontras serta prinsip pokok tipografi (*readability, legibility, clarity, dan visibility*). Analisis ini untuk mengetahui tipografi vernakular pada spanduk tenda pedagang kaki lima yang secara tidak langsung telah menerapkan sistem hirarki dan kontras serta prinsip pokok tipografi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa spanduk kaki lima merupakan salah satu cirri dan identitas pedagang kaki lima sejak dulu hingga sekarang.

Kata kunci: tipografi, vernakular, warung tenda, kaki lima

^{*)} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indraprasta PGRI
e-mail: grapickology.ta@gmail.com, agung.zmr@gmail.com

Pendahuluan

Jakarta merupakan kota terbesar di Indonesia dengan penduduk yang sangat padat. Beragam suku bangsa dan etnis terdapat di Jakarta. Sejak bernama Batavia Jakarta tumbuh dan berkembang menjadi kota dengan beragam etnis dan suku di dalamnya. Di bawah kekuasaan VOC etnis yang menghuni Batavia terdiri dari bangsa-bangsa Eropa, Cina, Moor (orang India beragama Islam), Arab, para budak dan tawanan perang Portugis yang disebut Mardjiker, orang-orang yang memiliki darah campuran bangsa Eropa dan Asia, serta suku bangsa dari pulau-pulau lain di Indonesia terus mengalami pertumbuhan.

Sejarah Jakarta telah dimulai pada abad ke-12, namun struktur pusat kota yang terbentuk seperti saat ini baru muncul pada tahun 1619, saat VOC mendirikan Batavia dari reruntuhan kota Jayakarta, yang pada saat itu merupakan tempat bermukimnya penduduk pribumi (Leushuis, 2014: 54). Pertumbuhan Jakarta yang pesat menjadi tujuan dari masyarakat di sekitar Jakarta terutama kota-kota penyangga seperti Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi serta kota-kota lainnya di Indonesia, baik sebagai pekerja maupun berwirausaha di Jakarta. Adanya asimilasi kebudayaan yang terjadi pada masyarakat urban antara suku-suku bangsa dan multi etnis pada masa pra dan pasca kolonial kemudian berkembang hingga saat ini, menghasilkan karya-karya vernakular.

Tipografi vernakular merupakan sebuah ekspresi yang hadir, tumbuh, berkembang dalam setiap masyarakat perkotaan berdasarkan kearifan lokal serta potensi lokal. Secara visual bentuk tipografi vernakular memberi kesan tradisional, unik dan bergaya kuno. Bentuk-bentuk tipografi vernakular ini hadir kembali dan selalu menarik untuk dijadikan bahan penelitian, mengingat Indonesia memiliki potensi kearifan lokal yang tersebar di setiap wilayah nusantara. Perancangan tipografi vernakular berjalan secara spontan, teknik pembuatannya secara manual menggunakan cat, kuas, cetak saring atau media lainnya dengan tujuan agar identitas merek tersebut dikenali oleh konsumen. Tipografi vernakular merupakan salah satu kekayaan nusantara dalam bidang desain yang hingga saat ini masih diakui keberadaannya walaupun sudah ada teknologi modern yang berkembang dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini akan dianalisis berdasarkan hirarki dan kontras serta prinsip pokok tipografi (*readability, legibility, clarity* dan *visibility*). Analisis ini untuk mengetahui tipografi vernakular yang ada pada tenda pedagang kaki lima yang secara tidak langsung telah menerapkan sistem hirarki dan kontras serta prinsip pokok tipografi.

Tipografi Vernakular

Ada beberapa definisi dari vernakular. Vernakular merupakan bahasa sehari-hari yang terdapat pada sebuah kelompok, komunitas atau wilayah tertentu yang menggunakan bahasa yang hanya dimengerti oleh kelompok dan komunitas dalam suatu wilayah tertentu atau sebuah bentuk komunikasi yang dilakukan dalam percakapan sehari-hari masyarakat yang disebut dengan *low-culture form of communication* seperti contohnya adalah bahasa (Ambrose &

Harris, 2009: 69). Sedangkan istilah tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan perangkat visual yang pokok dan efektif. Lewat kandungan nilai fungsional dan estetikanya, huruf memiliki potensi untuk menghadirkan ekspresi yang tersirat dalam sebuah desain tipografi (Sihombing, 2015: 164).

Tipografi vernakular dapat diartikan sebagai alfabet etnik. Alfabet etnik merupakan sebuah temuan dari beragam tulisan, gambar serta tanda yang terdapat pada lingkungan sekitar yang menjadi sebuah identitas dan aset pada suatu wilayah. Seperti halnya sebuah alfabet etnik yang memperlihatkan sebuah kesan *old* dan tradisional yang diciptakan dari sebuah keunikan dan kearifan lokal yang terdapat di Indonesia (Haswanto, 2013: 159). Tipografi vernakular merupakan sebuah kreasi huruf baru yang mengambil inspirasi dari hal-hal sehari-hari yang terdapat dalam suatu wilayah dan menciptakan sebuah keunikan yang mencirikan identitas lokal. Tipografi jenis ini berkesan tradisi, akrab, dan khas karena proses penciptaannya berangkat dari potensi lokal (Murtono, 2014: 115).

Tipografi vernakular yang sering ditemui di jalanan yaitu pada warung-warung makan pinggir jalan atau dikenal dengan pedagang kaki lima. Latar belakang penjual makanan ini beragam, sehingga kita dapat melihat keunikan yang menjadi ciri khas dari identitas merek warung-warung tersebut. Identitas merek yang ditampilkan sangatlah sederhana, tanpa adanya ornamen. Semua didominasi oleh huruf, dengan *layout landscape*, *align text center or justify*. Informasi yang ditampilkan biasanya berupa *artworks*. *Artworks* adalah segala jenis karya seni yang diciptakan yang bukan merupakan karya fotografi berupa ilustrasi, kartun, sketsa dan lain-lain yang dibuat secara manual maupun komputer (Rustan, 2009: 56).

Analisis Tipografi Vernakular pada Warung Tenda Kaki Lima

Artworks yang digunakan oleh para pedagang ini biasanya dibuat secara manual, ilustrasi tersebut menggambarkan menu yang tersedia seperti ayam, bebek, ikan, udang, kepiting dan lainnya.



Gambar 1. Pedagang Soto Ayam Lamongan
(Sumber: Muttakin, 2015)

Sequence informasi yang ditampilkan diawali dengan penekanan pada teks Soto Ayam Lamongan. Ukuran *typeface* lebih besar dari ukuran *typeface* lainnya. Dengan pewarnaan gradasi merah dan kuning dengan *shadow* berwarna hitam memberikan efek kontras dengan latar belakang dan teks yang lainnya. Tipografi vernakular yang dimunculkan pada teks ini berasal dari cara pembuatannya dengan menggunakan teknik cetak saring (sablun). Huruf yang digunakan berjenis *sans serif*. *Artworks* yang digunakan gambar ayam di sebelah kiri, ikan lele di tengah dan bebek terletak di sebelah kanan.



Gambar 2. Pedagang Pecel Lele
(Sumber: Muttakin, 2015)

Pada Gambar 2 *sequence* informasi yang menjadi pusat perhatian adalah tulisan Pecel Lele, dengan ukuran *typeface* lebih besar dari huruf yang lain, menggunakan klasifikasi huruf *serif*. Huruf diberi warna gradasi merah dan kuning, dengan menggunakan *shadow* warna hitam sangat kontras dengan latar belakang kain yang berwarna putih. *Artworks* yang digunakan sama dengan Gambar 1 yaitu digunakan gambar ayam di sebelah kiri, ikan lele di tengah dan bebek terletak di sebelah kanan. Dari gambar-gambar tersebut kita dapat melihat hirarki dan kontras pada susunan huruf-hurufnya.

1. Hirarki Dan Kontras

Hirarki huruf pada warung-warung tenda dapat diartikan sebagai arah atau alur baca serta sebagai pembeda antara *header* dan *body text*. Bentuk yang berbeda dapat menggunakan jenis huruf yang sama hanya ukuran lebar dan tinggi huruf diperkecil, atau gaya huruf yang berbeda, atau dengan memberikan warna yang berbeda pada setiap informasi yang ditampilkan pada warung-warung tenda tersebut. Hirarki dalam tipografi berfungsi sebagai pemberi kesan *layout* yang bersih, tidak ambigu dan mudah untuk diarahkan. Hirarki dapat berbentuk ukuran berat *font* yang berbeda, ukuran *point* serta gaya dan klasifikasi. Sebuah hirarki yang sederhana dapat diciptakan dengan memberikan warna yang berbeda pada huruf yang sama (Ambrose & Harris, 2009: 82).

Kontras merupakan unsur yang penting untuk mendukung kualitas baca dari informasi yang ditampilkan. Rangkaian huruf-huruf tersebut mudah untuk dibaca dan dikenali. Kontras merupakan unsur terpenting dalam memberikan kesan sebuah kata, kalimat atau paragraf mudah tidaknya untuk dibaca. Kontras yang baik menjadikan sebuah kata, kalimat atau sebuah paragraf mudah untuk dibaca dan memudahkan mata dalam mengenali huruf-huruf tersebut (Cronin, 2011: 27).

Pada Gambar 3 yang menjadi *header* adalah Soto Ayam Lamongan menggunakan huruf *sans serif*, dengan ukuran huruf yang besar, diberi *shadow* dan diberi warna gradasi. Menu-menu di bawahnya menggunakan huruf *sans serif* dengan ukuran yang lebih kecil tanpa *shadow*, kemudian di akhir tulisan menu tersebut terdapat identitas dari Soto Ayam Lamongan yaitu Cak Aji Lamongan, yang menjadi identitas dari Soto Ayam Lamongan. Ukuran huruf lebih kecil dari *header* dengan klasifikasi huruf yang digunakan adalah *serif*, dengan latar kain berwarna putih dan tulisan berwarna merah, hijau, biru dan warna gradasi merah kuning menjadi daya tarik bagi orang yang melihatnya. Pada malam hari tulisan ini masih dapat terbaca dan mudah dikenali.



Gambar 3. Kontras dan Hirarki
(Sumber: Muttakin, 2015)

Pada Gambar 4 yang menjadi *header* adalah tulisan Pecel Lele dengan klasifikasi tulisan *sans serif* dengan menggunakan efek *shadow*, kemudian identitas Raden Jemblung dengan klasifikasi tulisan *script* dengan *outline* dan *shadow* berwarna hitam, kemudian *body text* pertama menggunakan *sans serif* sedangkan *body text* di bawahnya menggunakan *serif*. Latar belakang kain yang digunakan berwarna putih kemudian diberi *border* kain berwarna biru, warna tulisan biru, gradasi merah dan kuning serta warna merah menjadi daya tarik pembaca.

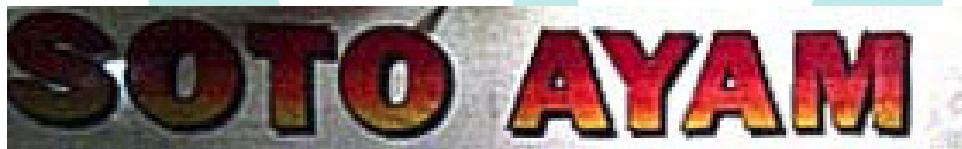


Gambar 4. Kontras dan Hirarki
(Sumber: Muttakin, 2015)

2. Prinsip Tipografi

Prinsip tipografi yang digunakan untuk menganalisis tipografi vernakular ini adalah *legibility*, *readability*, *visibility* dan *clarity*. *Legibility* memiliki pengertian sebagai kualitas huruf dalam tingkat kemudahannya untuk dikenali atau dibaca. *Readability* lebih kepada kualitas kemudahan dan kenyamanan dibacanya rangkaian huruf dalam sebuah desain tipografi atau tata letak *layout* (Sihombing, 2015: 165). *Visibility* merupakan sebuah kemampuan huruf dan teks yang dapat terbaca dalam jarak tertentu, sedangkan *clarity* merupakan kualitas pada huruf dan teks untuk dapat dimengerti dengan jelas (Ekawardhani & Natagracia, 2012: 87).

Prinsip tipografi yang akan dianalisis adalah *header* dan *identity* pada gambar-gambar di bawah ini.



Gambar 5. Prinsip Tipografi pada *Header 1*
(Sumber: Ilustrasi Muttakin, 2015)

Header 1

a. Klasifikasi huruf , efek dan warna

Klasifikasi huruf *sans serif* dengan efek *shadow* memiliki warna gradasi merah dan kuning.

b. *Legibility*

Tipografi pada *header* tersebut dapat terbaca. Warna gradasi merah dan kuning pada *typefaces* yang terdapat pada *header* dengan warna latar belakang yang berwarna putih sangat kontras, dapat mempengaruhi *legibility* atau tingkat keterbacaan dari *header*. *Header* mudah dibaca.

c. *Readability*

Ruang yang terdapat pada susunan huruf yang terdapat dalam *header* tidak terlalu rapat dan tidak terlalu renggang. Walaupun *close counter* yang terdapat pada huruf A terlalu sempit, namun masih bisa dengan baik. Pemilihan huruf *sans serif* sangatlah tepat mengingat adanya pemberian efek *shadow* yang memberikan kesan menonjol.

d. Visibility

Penggunaan warna pada *typefaces* kontras dengan latar belakang berwarna putih, maka dengan jarak pandang normal 6 meter. *Header* masih dapat dibaca dengan baik.

e. Clarity

Efek *shadow* dan *outline* berwarna hitam memberikan kesan kuat, kokoh sehingga memberikan *clarity* yang baik.



Gambar 6. Prinsip Tipografi pada *Header 2*
(Sumber: Ilustrasi Muttakin, 2015)

Header 2

a. Klasifikasi huruf, efek dan warna

Klasifikasi huruf *sans serif* dengan efek *shadow* memiliki warna gradasi merah dan kuning.

b. Legibility

Tipografi pada *header* tersebut dapat terbaca. Warna gradasi merah dan kuning pada *typefaces* yang terdapat pada *header* dengan warna latar belakang yang berwarna putih sangat kontras, dapat mempengaruhi *legibility* atau tingkat keterbacaan dari *header*. *Header* mudah dibaca.

c. Readability

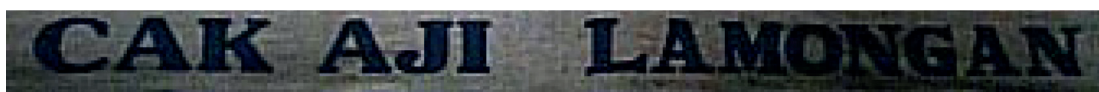
Ruang yang terdapat pada susunan huruf dalam *header* terlihat seperti terlalu rapat. Hal ini disebabkan *close counter* yang terdapat pada huruf P terlalu sempit kemudian *open counter* pada huruf E terlalu rapat, *stroke* tebal. Efek *shadow* menjadikan *header* terlihat lebih berat, rapat dan sempit.

d. Visibility

Penggunaan warna pada *typefaces* kontras dengan latar belakang berwarna putih, maka dengan jarak pandang normal 6 meter, *header* masih dapat dibaca dengan baik, walaupun ada penurunan kualitas *visibility*,

e. Clarity

Efek *shadow* dan *outline* berwarna hitam memberikan kesan kuat, kokoh namun karena pemilihan huruf yang kurang tepat menyebabkan penurunan kualitas *clarity*,



Gambar 7. Prinsip Tipografi pada *Identity 1*
(Sumber: Ilustrasi Muttakin, 2015)

Identity 1

a. Klasifikasi huruf dan warna

Klasifikasi huruf yang digunakan *serif* dengan warna huruf biru.

b. Legibility

Tipografi pada *identity* tersebut dapat terbaca. Warna biru pada *typefaces* yang terdapat pada *identity* dengan warna latar belakang berwarna putih sangat kontras, dapat mempengaruhi *legibility* atau tingkat keterbacaan dari *identity*. *Identity* mudah dibaca.

c. Readability

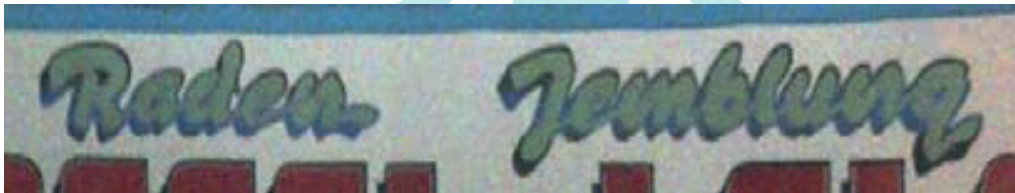
Ruang yang terdapat pada susunan huruf yang terdapat dalam *identity* terlihat tidak terlalu rapat. Pemilihan huruf dengan klasifikasi *serif* dengan *stroke* tebal dan menggunakan *upper case* memberi kesan kokoh dan kuat.

d. Visibility

Penggunaan warna pada *typefaces* kontras dengan latar belakang berwarna putih, maka dengan jarak pandang normal 6 meter, *identity* masih dapat dibaca dengan baik.

e. Clarity

Penggunaan *typefaces serif* sangat kuat, untuk memberikan kesan kuat, kokoh dan tegas memberikan *clarity* yang baik.



Gambar 8. Prinsip Tipografi pada *Identity 2*
(Sumber: Ilustrasi Muttakin, 2015)

Identity 2

a. Klasifikasi huruf dan warna

Klasifikasi huruf yang digunakan *script* dengan warna huruf *mint green* dengan penerapan *outline* biru.

b. Legibility

Tipografi pada *identity* tersebut kurang dapat terbaca. Warna *mint green* dengan *outline* berwarna biru pada *typefaces* yang terdapat pada *identity* dengan warna latar belakang yang berwarna putih kurang kontras sehingga dapat mempengaruhi *legibility* atau tingkat keterbacaan dari *identity*. Kualitas *legibility identity* rendah.

c. Readability

Susunan huruf yang terdapat dalam *identity* rapat karena menggunakan *typeface* dengan klasifikasi *script*. Pemberian efek *shadow* menjadikan *readability* dari *identity* sangat rendah.

d. Visibility

Penggunaan warna pada *typefaces* kontras dengan latar belakang berwarna putih, maka dengan jarak pandang normal 6 meter, *identity* tidak dapat dibaca dengan baik.

e. *Clarity*

Penggunaan *typefaces script* memberi kesan bijaksana, lembut sehingga kualitas dari *clarity* kurang baik.

Hasil dari analisis hirarki, kontras serta prinsip tipografi pada tipografi vernakular yang terdapat pada warung tenda memberikan hasil yang berbeda. Hirarki dan kontras sudah dapat diterapkan dengan baik. Walaupun pembuat spanduk tersebut tidak memiliki kemampuan desain secara akademik, namun berdasarkan *visibility* mereka mampu menciptakan hirarki dan kontras dengan baik. Sedangkan untuk prinsip tipografi secara keseluruhan pembuat spanduk pada Gambar 1 lebih baik dibandingkan dengan pembuat spanduk pada Gambar 2. Pemilihan klasifikasi serta jenis huruf sangat tepat, juga penekanan terhadap informasi sangat baik.

Simpulan

Tipografi vernakular tidak tergantikan keberadaannya, walaupun saat ini sudah memasuki era digital. Hampir di seluruh pelosok masih mempertahankan spanduk dengan tipografi vernakular. Tipografi vernakular banyak menjadi inspirasi bagi perancang huruf baik mahasiswa maupun praktisi dan akademisi untuk menampilkan kearifan lokal Indonesia. Tipografi vernakular memiliki nilai fungsional yaitu sebagai penyampai informasi, dan juga nilai estetis.

Tipografi vernakular yang ditampilkan pada spanduk kaki lima merupakan salah satu ciri dari identitas pedagang kaki lima umumnya di Indonesia khususnya di Jakarta yang sudah ada dari jaman dulu hingga masa sekarang. Tipografi vernakular akan menjadi *trendsetter* bagi dunia tipografi. Masih banyak yang dapat diteliti dalam bidang lainnya seperti sosiolinguistik, psikologi persepsi, gaya serta karakter visual, sehingga penelitian tipografi vernakular dapat dilihat dari beragam sudut pandang keilmuan.

Referensi

- Ambrose, Gavin. & Harris, Paul. 2009. *The Fundamentals of Graphic Design*. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing SA.
- Cronin, Matt. 2011. *10 Principles For Readable*. In: *Typography: Getting the Hang of Web Typography*. Freiburg: Smashing Media GmbH.
- Ekawardhani, Yully Ambarsih; Natagracia, Ganeshya;. 2012. *Kajian Prinsip Pokok Tipografi (legibility, readability, visibility, dan clarity) pada Poster Film Beranak dalam Kubur The Movie dan Jelangkung*. VISUALITA, 4 (1).
- Haswanto, Naomi. 2013. *The Local Genius Typography as a Source of Idea for Latin-based Typeface Design in Visual Communication Today*. Visual Art & Design, 4 (2).
- Leushuis, Emile. 2014. *Panduan Jelajah Kota-kota Pusaka di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Murtono, Taufik. 2014. *Penguatan Citra Merek Batik Dengan Tipografi Vernacular*. ACINTYA Jurnal Penelitian Seni Budaya, 6 (2).
- Rustan, Suryanto. 2009. *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, Danton. 2015. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.