

PEMETAAN KARAKTERISTIK VISUAL TIPOGRAFI VERNAKULAR PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTA BANDUNG

Ira CARELLA¹, Naomi HASWANTO² dan Riama Maslan SIHOMBING³

Institut Teknologi Bandung

¹carellaira@gmail.com

²naomidkv@yahoo.co.id

³fleur2ria@yahoo.com

ABSTRACT

Bandung has already become a melting pot of migrant population who come from rural areas, including street vendors society. One distinguishing feature of Bandung's street vendors is its local lettering art, known as vernacular typography. Besides its economic function as a sign to convey information about street vendor's goods, vernacular typography also has a social function to represent the collective identity of street vendors society in Bandung. Collective identity resides in an abstract concept that forms harmony within the diversity in vernacular typography. The aim of this study is to reveal the harmony within diversity in vernacular typography of street vendors in Bandung by systematically assessing its visual characteristics. This study is structured by two continuous steps. The first is synthesizing a mapping method that would be relevant to be applied on vernacular typography. It results in a set of visual aspects with meaning potentials synthesized from van Leeuwen's distinctive features of typography, Machin's inventory of typographical meaning potentials, and Haswanto's morphology of vernacular typography. The second step is assessing vernacular typography samples through content analysis to reveal its visual characteristics. The result suggests that some characteristics are formed by its limited space, materials and processes. Several characteristics tend to create a typical communication system of urban sector informal society in using vernacular typography.

Keywords: Bandung, street vendor, vernacular typography, visual characteristics mapping

1. PENDAHULUAN

Saat ini, Kota Bandung menjadi *melting pot* bagi pendatang dari berbagai daerah di sekitar Kota Bandung, termasuk kelompok pedagang kaki lima. Di Kota Bandung sendiri terdapat 22.500 pedagang kaki lima yang tercatat dalam data Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan tahun 2016 (wawancara pada tanggal 21 Maret 2016). Hal yang menarik dari data tersebut adalah jumlah pedagang kaki lima yang merupakan penduduk Kota Bandung hanya 20% saja. Sisanya merupakan pendatang dari Kabupaten Bandung, serta kota dan kabupaten lain di Jawa Barat yang berbatasan langsung dengan wilayah Kabupaten Bandung. Akses transportasi yang semakin mudah, cepat dan murah merupakan salah satu pemicu utama banyaknya pedagang kaki lima yang datang ke Bandung.

Secara visual, salah satu ciri khas pedagang kaki lima di Kota Bandung terletak pada huruf hias yang lazim ditemukan pada alat dagang berupa pikulan, gerobak, maupun kios. Dalam desain grafis, huruf hias ini dikenal dengan istilah tipografi vernakular. Tipografi vernakular merupakan gaya visual huruf yang dibentuk dengan alat, bahan, serta proses pembuatan yang sederhana secara lokal tradisi, oleh masyarakat urban perkotaan, sebagai upaya pemenuhan kebutuhan sehari-hari

[1]. Tipografi vernakular tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi mengenai produk yang dijual saja, tetapi juga memiliki fungsi sosial sebagai identitas bersama pedagang kaki lima sebagai satu kelompok masyarakat [1].

Masyarakat sebagai kelompok yang khas dalam suatu populasi terbentuk melalui kepemilikan bersama terhadap ide dan nilai dalam kebudayaan mereka [2]. Ide dan nilai budaya yang terkandung dalam tipografi vernakular pedagang kaki lima di Kota Bandung merupakan nilai budaya yang berkembang dalam kondisi kehidupan bersama di Kota Bandung sebagai *melting pot*. Pengalaman sebagai satu kelompok masyarakat yang tinggal dan beraktivitas bersama menyebabkan munculnya identitas yang bersifat kolektif (*collective identity*) [3].

Identitas dalam konteks budaya merupakan keselarasan di antara unsur-unsur yang berbeda-beda, kesimetrisan dan keseimbangan yang serasa di antara mereka yang berbeda-beda, hingga menciptakan keteraturan. Suatu sifat menjadi identitas apabila sistem hubungan abstrak yang sama diwujudkan secara berulang-ulang dalam kuantitas nampak, jelas, dan terukur [4]. Berdasarkan pemikiran tersebut, karakteristik identitas kolektif masyarakat pedagang kaki lima di Kota Bandung dapat diiden-

tifikasi melalui keselarasan di antara bermacam-macam kreasi tipografi vernakularnya.

Menimbang hubungannya dengan identitas kolektif masyarakat pedagang kaki lima di Kota Bandung, pemetaan karakteristik visual tipografi vernakular menjadi menarik untuk diteliti. Penelitian ini menunjukkan dapat kecenderungan cara masyarakat pedagang kaki lima dalam berkomunikasi secara visual melalui tipografi vernakular. Kecenderungan tersebut merupakan bagian dari identitas kolektif masyarakat pedagang kaki lima yang merupakan kelompok pendatang dengan Kota Bandung sebagai *melting pot*-nya. Penelitian ini merupakan langkah awal bagi penelitian semiotika sosial yang bertujuan untuk memahami makna dari pola karakteristik visual sebagai konsep abstrak dari identitas kolektif masyarakat pedagang kaki lima.

Fenomena tipografi vernakular pada pedagang kaki lima di Kota Bandung pernah diteliti oleh Haswanto di tahun 2011. Dalam penelitian fenomenologi yang dilakukan Haswanto, diuraikan ciri-ciri tipografi vernakular pada pedagang kaki lima secara umum. Lain halnya dengan penelitian Haswanto, karakteristik visual tipografi vernakular dipetakan secara terstruktur, sehingga dapat diaplikasikan untuk keperluan praktis dalam desain komunikasi visual. Pemetaan pola karakteristik visual sebagai

temuan dalam penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pertimbangan bagi perancangan yang mengangkat tipografi vernakular sebagai sumber gagasannya.

2. TERMINOLOGI DALAM TIPOGRAFI

Tipografi merupakan pengetahuan mengenai huruf yang merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat [5]. Dalam keilmuan tipografi, 26 huruf Latin disebut dengan istilah alfabet atau huruf. Ke-26 huruf tersebut bersama-sama dengan angka, tanda baca, ligatur dan simbol-simbol lain yang juga digunakan dalam bahasa tulis termasuk ke dalam karakter [6]. Sekumpulan karakter yang didesain dengan sistem bentuk serta proporsi yang serupa dan konsisten dikenal dengan sebutan *typeface*.

Aspek terkait huruf yang dipelajari dalam tipografi tidak terbatas pada satuan elemen huruf saja, tetapi juga penataan letak huruf dalam suatu bidang (*layout*). Merujuk kepada pemahaman tersebut, maka huruf hias pada sarana dagang pedagang kaki lima disebut sebagai tipografi vernakular, bukan huruf vernakular saja karena melibatkan aspek penataan letak huruf pada bidang tertentu.

2. BATASAN PENELITIAN

Melalui penelitian ini, beragam sampel tipografi vernakular yang digunakan oleh pedagang kaki lima makanan dan minuman di Kota Bandung dikumpulkan dengan metode *purposive sampling*. Menurut Perda Kota Bandung No. 4 Tahun 2011 tentang Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima, pedagang kaki lima di Kota Bandung dapat diklasifikasikan menjadi pedagang makanan dan minuman, pakaian dan mainan anak, kelontong, sayuran dan buah, obat-obatan, barang cetakan, jasa perorangan serta peralatan bekas. Dari beragam jenis pedagang kaki lima tersebut, jenis pedagang makanan dan minuman mendominasi jumlah pedagang kaki lima di Kota Bandung, yaitu sekitar 60% (wawancara pada tanggal 21 Maret 2016). Menimbang fakta tersebut, maka sampel tipografi vernakular yang digunakan pada penelitian ini dibatasi tipografi vernakular yang ditemukan pada pedagang kaki lima makanan dan/atau minuman.

Selain itu, pedagang kaki lima yang diambil sebagai sampel juga dibatasi pada pedagang kaki lima yang menggunakan sarana berdagang berupa gerobak yang menetap di daerah titik-titik pusat keramaian Kota Bandung, serta dapat ditemukan berjualan pada siang hari. Pemilihan waktu dan tempat di titik berdasar pada pertimbangan puncak ke-

ramaian di Kota Bandung sebagai *melting pot* pendatang adalah di siang hari dan di titik pusat keramaian. Berdasarkan fakta, jumlah populasi yang ditemukan beraktivitas pada siang hari di Kota Bandung merupakan dua kali lipat dari jumlah populasi di malam hari. Titik-titik pusat keramaian di Kota Bandung yang menjadi area pengambilan sampel meliputi:

1. Alun-alun Kota Bandung sebagai perwakilan daerah pusat kota;
2. Dago dan sekitarnya untuk mewakili daerah utara;
3. Ahmad Yani dan Cicadas sebagai perwakilan daerah timur;
4. Leuwi Panjang sebagai perwakilan daerah selatan; serta
5. Andir dan Caringin untuk mewakili daerah barat Kota Bandung.

Secara khusus, tipografi vernakular yang dikaji dalam penelitian ini adalah jenis tipografi vernakular yang dibuat dengan teknik lukis secara manual pada gerobak. Berbeda dengan teknik pembuatan tipografi vernakular lain, seperti *cutting sticker*, sablon atau cetak digital, jenis tipografi vernakular ini dikerjakan secara langsung di area tempat yang sama dengan tempat masyarakat pedagang kaki lima berjualan dan beraktivitas bersama. Oleh karena itu, jenis tipografi vernakular ini diasumsikan dapat mewakili identitas kolektif masyarakat yang bersangkutan.



Gambar 1. Pedagang kaki lima di Kota Bandung. Sumber: dokumentasi penulis

Dari batasan ruang lingkup sampel tersebut, didapat 104 sampel tipografi vernakular dalam bentuk komposisi tata letak (*layout*). Sampel awal tersebut digunakan pada pemetaan tahap pertama dengan fitur distingtif yang berhubungan dengan ruang dan tata letak. Pemetaan tahap kedua berfokus pada karakteristik huruf dan sistem hubungan yang ditunjukkan oleh karakteristik tersebut. Oleh karena itu, sampel yang digunakan pada tahap kedua diberi batasan tambahan, yaitu hanya sampel dengan tiga jenis huruf atau lebih dalam satu komposisi yang dipilih. Jenis huruf dalam konteks ini dibedakan berdasar-

kan klasifikasi huruf vernakular dan keluarga huruf. Selain sampel dengan tiga jenis huruf atau lebih, dipilih beberapa sampel yang menggunakan dua macam huruf dengan klasifikasi yang berbeda dalam satu bidang. Penambahan batasan sampel tersebut dilakukan untuk mendapatkan keragaman huruf dalam satu bidang komposisi. Jika huruf yang digunakan dalam keseluruhan bidang terlalu serupa, perbedaan cara berkomunikasi visual melalui jenis-jenis huruf vernakular akan sulit dibaca. Untuk pemetaan tahap kedua, didapat 39 sampel dalam bentuk *layout* yang dapat dipecah menjadi 130 sampel huruf.



Gambar 2. Tipografi vernakular pada kaca gerobak pedagang kaki lima. Sumber: dokumentasi penulis

3. METODE PEMETAAN KARAKTERISTIK TIPOGRAFI VERNAKULAR

Kumpulan sampel yang didapat berdasarkan batasan-batasan pada Bab 2 kemudian dikaji melalui pendekatan analisis konten untuk menemukan pola karakteristik yang tampak dan terukur.

Seperti yang telah disebutkan pada bagian Pendahuluan, penelitian ini merupakan langkah awal dalam penelitian semiotika sosial. Hal ini berhubungan dengan identitas kolektif yang tidak hanya terletak pada sesuatu yang tampak dan terukur saja, tetapi juga konsep abstrak yang mendasarinya. Pola karakteristik visual yang ditemukan dalam setiap variabel harus dapat ditelaah makna yang berada di baliknya. Oleh karena itu, dalam analisis konten pada penelitian ini setiap sampel tipografi vernakular diukur berdasarkan aspek-aspek yang dikembangkan dari teori semiotika sosial.

Menurut teori semiotika sosial dalam tipografi, metode analisis makna selalu diawali dengan identifikasi ciri khusus yang memiliki potensi makna. Teori semiotika sosial dalam tipografi pertama kali dicetuskan oleh van Leeuwen. Van Leeuwen merumuskan sejumlah ciri khusus dalam tipografi yang memiliki potensi makna ke dalam sekumpulan daftar yang dinamakan *distinctive features of letterforms* [7]. Teori Leeuwen cenderung berfokus pada aspek huruf (*letterform*) saja. Menimbang adanya aspek tata letak pada tipografi vernakular, metode analisis van Leeuwen kemudian dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh Serafini dan Clausen [8] dalam mengkaji makna tipografi pada buku bergambar. Serafini dan Clausen mengidentifikasi ciri-ciri khusus pada

tipografi buku bergambar menggunakan *Machin's Inventory of Typographical Meaning Potential*.

Kedua metode tersebut belum pernah diterapkan pada tipografi vernakular. Pada penelitian terdahulu mengenai tipografi vernakular yang dilakukan oleh Haswanto, terdapat morfologi tipografi vernakular yang berisi bagian-bagian terkecil dari tipografi vernakular yang dapat diidentifikasi. Namun, morfologi tersebut bukan disusun sebagai aspek visual yang memiliki potensi makna. Oleh karena itu, aspek yang digunakan pada penelitian ini merupakan penyesuaian dari kedua kelompok daftar aspek dari dua pendekatan semiotika sosial dengan morfologi tipografi vernakular Haswanto [1].

3.1. *Distinctive Features of Typography*

Metode identifikasi ciri khusus dengan potensi makna dalam tipografi pertama kali dirumuskan oleh van Leeuwen dengan istilah *distinctive features of typography* [7]. Van Leeuwen mengidentifikasi tujuh aspek dalam huruf yang memiliki potensi makna antara lain:

1. *Weight*, yaitu berat huruf yang ditandai dengan tebal atau tipisnya huruf;
2. *Slope*, yaitu tegak atau miring suatu struktur huruf;
3. *Expansion*, yaitu karakteristik huruf yang melebar (*expanded*) atau me-

mipih (*condensed*);

4. *Regularity*, yaitu keteraturan suatu huruf yang dapat ditandai dengan struktur, bentuk, maupun karakter goresan garisnya;
5. *Connectivity*, yaitu jauh/dekatnya jarak antarhuruf atau antarbagian dalam anatomi huruf;
6. *Curvature*, yaitu kecenderungan lengkungan huruf yang bersudut atau membulat;
7. *Orientation*, yaitu kecenderungan orientasi horizontal atau vertikal suatu huruf.

3.2. Machin's Inventory of Typographical Meaning Potential

Machin's inventory of typographical meaning potentials merupakan sebuah metode analisis ciri khusus dalam tipografi yang digunakan oleh Serafini dan Clausen [8] untuk mengkaji elemen tipografi dalam buku bergambar dengan pendekatan semiotika sosial. Dalam *Machin's inventory of typographical meaning potentials*, terdapat beberapa aspek yang serupa dengan *distinctive features of typography* van Leeuwen, antara lain berat huruf (*weight*) dan kemiringan huruf yang disebut dengan istilah *slant*. Selain itu, terdapat aspek *formality* yang serupa dengan *regularity* pada *distinctive features of typography* van Leeuwen. *Formality* merujuk kepada keteraturan tampilan huruf yang di-hubungkan dengan sifat formal atau informal suatu

huruf. Dalam *Machin's inventory of typographical meaning potentials*, aspek yang berkaitan dengan ruang diwakili dengan *framing*, yaitu penyatuan atau pemisahan elemen-elemen dalam suatu bidang. Aspek lain yang juga muncul dalam *Machin's inventory of typographical meaning potentials* adalah ukuran relatif huruf terhadap bidang (*size*), warna, serta elemen dekoratif pada huruf (*flourishes*).

3.3. Morfologi Tipografi Vernakular

Tipografi vernakular diciptakan secara spontan, sesuai dengan karakteristik lingkungan, budaya dan sejarah suatu kelompok masyarakat yang tidak memiliki latar belakang pendidikan desain, khususnya tipografi. Meskipun demikian, morfologi tipografi vernakular dapat dipetakan berdasarkan istilah-istilah yang lazim digunakan dalam ilmu tipografi baku. Haswanto mengidentifikasi morfologi tipografi vernakular menurut beberapa terminologi yang tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Morfologi Tipografi Vernakular
Sumber: Haswanto [1]

| No | Istilah dalam Tipografi Vernakular | Istilah dalam Tipografi Baku |
|----|---|---|
| 1 | Huruf tebal, huruf tipis | Berat huruf |
| 2 | Huruf tegak, huruf miring | Struktur huruf |
| 3 | Jarak dekat, jarak jauh | <i>Kerning, leading</i> |
| 4 | Huruf besar, huruf kecil, huruf sambung, huruf ukir | Keluarga huruf |
| 5 | Bentuk atau rupa huruf (berkait, tidak berkait, ujung bulat, ujung persegi) | Bentuk huruf (<i>serif, sans serif</i>) |
| 6 | Rata kiri, rata kanan, rata tengah, cekung, cembung, membulat, melengkung, mengotak | <i>Layout, grid</i> |
| 7 | Garis | <i>Stroke</i> |
| 8 | Garis bayangan | Efek (<i>shadow, outline</i>) |
| 9 | Dekorasi | Ornamen |
| 10 | Ukuran huruf | Ukuran huruf |
| 11 | Bahan | Material |
| 12 | Huruf yang jelas dan besar, huruf yang sedang dan lebih kecil | <i>Heading, sub-heading</i> |

3.4. Fitur Distingtif pada Tipografi Vernakular

Dari antara dua pendekatan analisis ciri khusus dengan potensi makna pada tipografi berdasarkan semiotika sosial dan morfologi tipografi vernakular, dapat dirumuskan 14 aspek yang menjadi dasar pemetaan karakteristik visual. Keempat belas aspek tersebut disebut dengan fitur distingtif tipografi vernakular. Istilah fitur distingtif dipilih karena pemetaan ini melihat ciri khusus yang membentuk keselarasan pola di antara beragam sampel tipografi vernakular. Empat belas fitur distingtif pada tipografi vernakular meliputi berat huruf, struktur huruf, orientasi, karakter garis, *alignment*, *framing*, pola *grid*, elemen dekoratif,

hirarki ukuran relatif huruf terhadap bidang, klasifikasi huruf vernakular, proporsi huruf, penggunaan huruf besar/huruf kecil, serta bentuk ujung *stroke*. Perbandingan antara *distinctive features of typography*, *Machin's inventory of typographical meaning potentials* dan morfologi tipografi vernakular hingga menghasilkan fitur distingtif tipografi vernakular diuraikan pada Tabel 2.

Dari seluruh fitur distingtif, beberapa di antaranya berhubungan tata letak dan ruang, sedangkan beberapa lainnya berhubungan dengan bentuk huruf. Fitur distingtif yang berhubungan dengan tata letak dan ruang antara lain *alignment*, pola *grid*, orientasi, serta *framing*. Sedangkan fitur distingtif yang berhubungan dengan bentuk huruf antara lain berat huruf, proporsi huruf, karakter garis, elemen dekoratif, klasifikasi huruf vernakular dan bentuk ujung *stroke*. Khusus fitur distingtif hirarki ukuran relatif huruf berhubungan dengan bentuk huruf sekaligus tata letak dan ruang. Hal ini dikarenakan hirarki ukuran merupakan urutan hirarki berdasarkan ukuran relatif huruf terhadap bidang.

Tabel 2. Fitur Distingtif pada Tipografi Vernakular

| Morfologi Tipografi Vernakular [1] | <i>Distinctive Features of Typography</i> [7] | <i>Machin's Inventory of Typographical Meaning Potentials</i> [8] | Fitur Distingtif pada Tipografi Vernakular |
|---|---|---|--|
| Huruf tebal, huruf tipis (berat huruf) | <i>Weight</i> | <i>Weight</i> | Berat huruf: proporsi lebar <i>stem</i> utama huruf terhadap tinggi huruf |
| Huruf tegak, huruf miring (struktur huruf) | <i>Slope</i> | <i>Slant</i> | Struktur huruf: huruf tegak/ huruf miring |
| Jarak dekat, jarak jauh | <i>Expansion</i> | - | Orientasi: orientasi dalam membuat alur baca dan merespon bidang |
| | <i>Orientation</i> | | |
| Garis | <i>Regularity</i> | <i>Formality</i> | Karakter garis: karakter garis yang muncul karena pengaruh alat, bahan, dan teknik pembuatan |
| Material | | | |
| Rata kiri, rata kanan, rata tengah, melengkung, cembung, membulat, cekung, mengotak (<i>layout</i>) | <i>Connectivity</i> | <i>Framing</i> | Layout: tata letak huruf yang mencakup: <ul style="list-style-type: none"> • <i>alignment</i> (rata kiri/ rata kanan/ rata tengah/ rata kanan-kiri/ acak) • pola <i>grid</i> • <i>framing</i> yang berkaitan dengan penghubungan dan pemisahan antarelemen |
| Huruf yang jelas dan besar, huruf yang sedang dan lebih kecil (<i>heading, sub-heading</i>) | | | |
| Garis bayangan | - | <i>Flourishes</i> | Elemen dekoratif: elemen tambahan yang berfungsi sebagai hiasan atau penegasan |
| Dekorasi | | | |
| Ukuran huruf | - | <i>Size</i> | Hirarki ukuran relatif huruf terhadap bidang: tingkat kepentingan pesan yang ditandai dengan ukuran huruf dalam satu bidang, berurut dari besar ke kecil |
| Huruf besar, huruf kecil, huruf sambung, huruf ukir | - | - | Klasifikasi huruf vernakular: kelompok jenis huruf vernakular yang meliputi: <ul style="list-style-type: none"> • huruf vernakular berkait • huruf vernakular tidak berkait • huruf vernakular ornamental berkait • huruf vernakular ornamental tidak berkait • tulisan tangan/ <i>script</i> |
| | | | Proporsi huruf: proporsi lebar huruf terhadap tinggi huruf |
| | | | Huruf besar/ huruf kecil: penggunaan huruf besar (<i>uppercase</i>) atau (<i>lowercase</i>) |
| Bentuk atau rupa huruf (berkait, tidak berkait, ujung bulat, ujung persegi) | <i>Curvature</i> | - | Bentuk ujung stroke: karakter ujung garis-garis pada huruf, cenderung membulat atau mengotak |
| - | - | <i>Color</i> | - |

4. PEMETAAN KARAKTERISTIK VISUAL TIPOGRAFI VERNAKULAR PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTA BANDUNG

4.1. Pemetaan Karakteristik Visual Berdasarkan Fitur Distingtif yang Berhubungan dengan Tata Letak dan Ruang

Kaca gerobak pedagang kaki lima di Kota Bandung yang digunakan sebagai media kreasi tipografi vernakular umumnya memiliki tiga sisi, yaitu sisi depan, samping kiri dan samping kanan. Ditemukan beberapa cara merespon ketiga bidang tersebut yang dipengaruhi oleh perbedaan orientasi bidang. Kaca samping kiri dan kanan cenderung *portrait*, sedangkan kaca depan cenderung *landscape*. Cara merespon kaca samping kiri dan kanan kurang lebih serupa, sehingga kaca samping kiri dan kanan dikelompokkan dalam satu kelompok "kaca samping". Sedangkan pada kaca depan, ditemukan dua macam kaca depan, yaitu kaca bersekat dan kaca tanpa sekat. Kaca depan tanpa sekat tentunya direspon sebagai satu kesatuan bidang. Namun pada kaca depan bersekat, ditemukan dua cara merespon bidang. Cara pertama cenderung mengabaikan sekat sehingga kedua sisi kiri dan kanan kaca depan diperlakukan seperti satu bidang tidak terpisah. Cara kedua adalah memperlakukan dua sisi kaca depan sebagai dua bidang terpisah. Oleh karena itu, sampel dikelompokkan menjadi empat kelompok

cara merespon bidang seperti tampak pada Gambar 3. Untuk selanjutnya, kaca depan bersekat-terpisah dianalisis secara terpisah menjadi dua sampel berbeda. Sehingga, didapatkan 104 sampel komposisi *layout* yang terdiri atas 30 sampel kaca samping, 9 sampel kaca depan tanpa sekat, 19 sampel kaca depan bersekat-menyambung, dan 46 sampel kaca depan bersekat-terpisah.



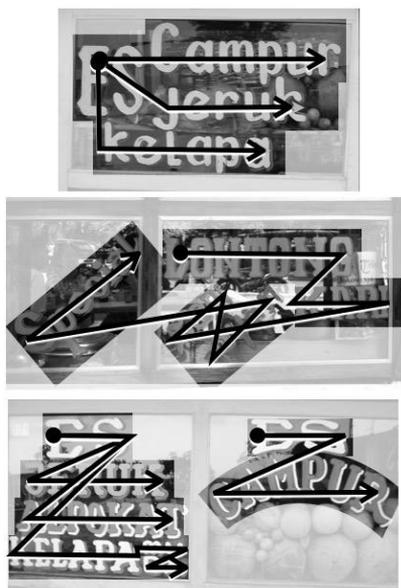
Gambar 3. Ragam cara merespon bidang: (a) kaca samping; (b) kaca depan tanpa sekat; (c) kaca depan bersekat-menyambung; (d) kaca depan bersekat-terpisah. Sumber: dokumentasi penulis

4.1.1. Orientasi

Fitur distingtif orientasi berkaitan dengan tata letak huruf untuk menciptakan alur baca informasi. Oleh karena itu, setiap kelompok kaca dianalisis secara terpisah. Setiap sudut kiri atas kaca diletakkan dalam posisi koordinat yang sama sebelum dibuat garis alur bacanya.

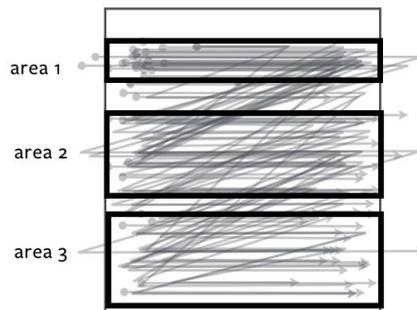
Orientasi alur baca pada tipografi vernakular dari kiri ke kanan secara horizontal, seperti halnya alur baca yang

lazim di Indonesia. Meskipun demikian, ditemukan keunikan alur baca pada beberapa sampel. Keunikan ini merupakan fitur distingtif yang menjadi karakteristik dari tipografi vernakular. Beberapa contoh keunikan alur baca yang ditemukan pada tipografi vernakular tampak pada Gambar 4.

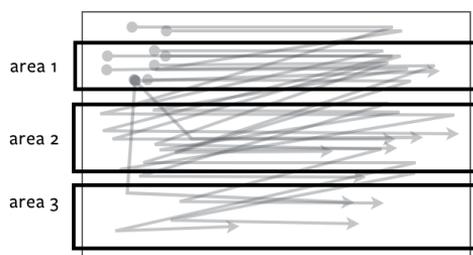


Gambar 4. Beberapa contoh keunikan orientasi alur baca pada tipografi vernakular pedagang kaki lima di Kota Bandung. Sumber: dokumentasi penulis

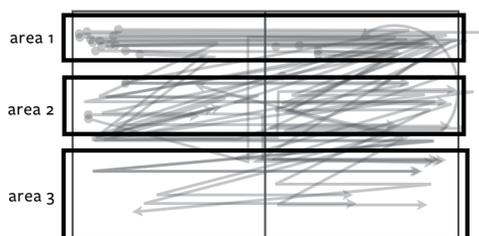
Dari hasil pemetaan orientasi alur baca pada seluruh sampel, ditemukan kecenderungan tiga area utama yang direspon sebagai area lukis, yaitu atas, tengah dan bawah. Area atas ditemukan sebagai area dengan konsentrasi tulisan tertinggi. Konsentrasi area tulisan terpadat kedua terletak pada bagian tengah, dan konsentrasi area tulisan terpadat ketiga



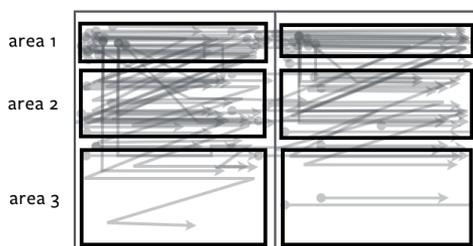
kaca samping (n=30)



kaca depan tanpa sekat (n=9)



kaca depan bersekat-menyambung (n=19)



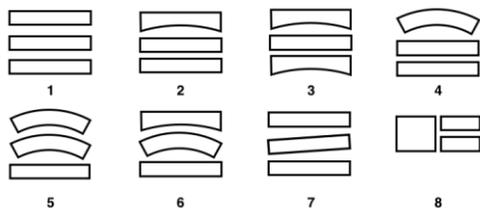
kaca depan bersekat-terpisah (n=25)

Gambar 5. Area konsentrasi tulisan pada masing-masing jenis kaca gerobak. Sumber: dokumentasi penulis

terletak pada bagian bawah. Kecenderungan ini menunjukkan cara masyarakat pedagang kaki lima mengisi suatu bidang. Pengisian suatu bidang dalam tipografi vernakular selalu dimulai dari bagian atas. Bagian ini menjadi bagian penting yang dipenuhi terlebih dahulu.

4.1.2. Pola Grid

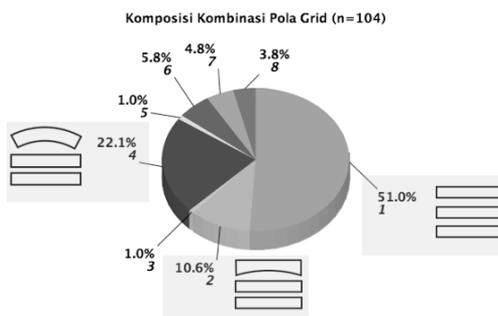
Berdasarkan fitur distingtif pola *grid*, dapat dirumuskan lima macam pola *grid* yang ditemukan pada tata letak tipografi vernakular pedagang kaki lima di Bandung. Kelima macam pola *grid* tersebut dapat disusun ke dalam delapan macam kombinasi komposisi seperti tampak pada Gambar 4. Kombinasi komposisi pola *grid* pada setiap sampel diasumsikan terdiri atas tiga baris. Ketiga baris ini yang dirumuskan atas dasar temuan tiga bagian konsentrasi tulisan dari fitur distingtif orientasi, meskipun pada kenyataannya sampel tidak selalu memiliki tiga baris tulisan.



Gambar 6. Macam-macam pola *grid* pada tipografi vernakular. Sumber: dokumentasi penulis

Dari 104 sampel, sebanyak 53 sampel ditemukan menggunakan komposisi pola *grid* nomor 1. Komposisi pola *grid* lain

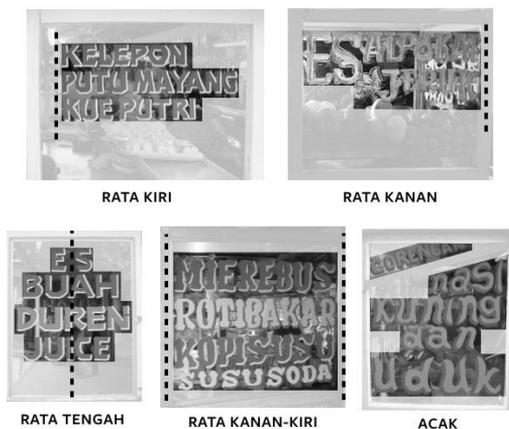
yang juga banyak ditemukan adalah komposisi pola *grid* nomor 2, yaitu sebanyak 11 sampel dan 4 sebanyak 23 sampel. Komposisi pola *grid* nomor 2 dan 3 terdiri atas kombinasi pola *grid* lurus horizontal dan pola *grid* lengkung.



Gambar 7. Perbandingan jumlah sampel berdasarkan jenis pola *grid*. Sumber: dokumentasi penulis

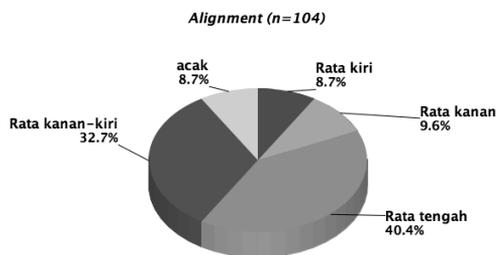
4.1.3 Alignment

Terdapat lima macam *alignment* yang ditemukan pada tipografi vernakular pedagang kaki lima di Kota Bandung, yaitu rata kiri, rata kanan, rata kanan-kiri, rata tengah, dan acak. *Alignment* acak merupakan jenis tata letak yang acak sehingga tidak dapat diidentifikasi bagian sisi yang rata.



Gambar 8. Macam-macam *alignment* pada tipografi vernakular. Sumber: dokumentasi penulis

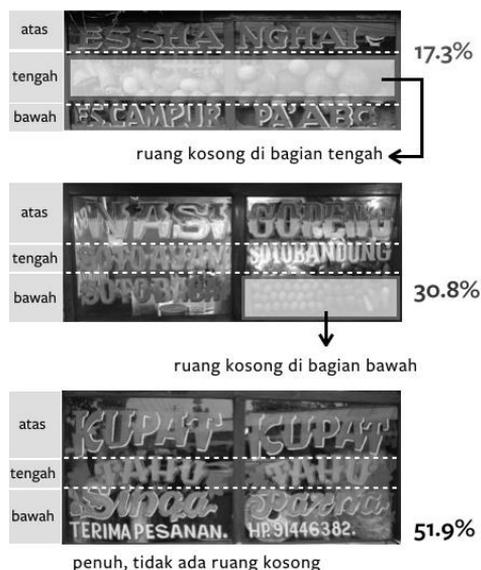
Dari hasil analisis konten, ditemukan sebanyak 40% menggunakan *alignment* rata tengah dan 33% rata kanan-kiri. Jenis *alignment* lain cenderung jarang ditemukan pada tipografi vernakular pedagang kaki lima di Kota Bandung. Jenis *alignment* rata kiri dan acak hanya ditemukan sebanyak 9%. Hal serupa juga terjadi pada jenis *alignment* rata kanan yang hanya 1% lebih banyak dari jenis *alignment* rata kiri dan acak.



Gambar 9. Perbandingan jumlah sampel berdasarkan jenis *alignment*. Sumber: dokumentasi penulis

4.1.4. Framing

Hasil pemetaan fitur distingtif *framing* tipografi vernakular mendukung hasil pemetaan fitur distingtif orientasi. Pada pemetaan fitur distingtif orientasi, ditemukan bahwa area dengan konsentrasi tulisan terpadat terletak pada bagian atas bidang. Sedangkan bagian tengah dan bawah cenderung kurang padat. Hasil ini sesuai dengan hasil pemetaan ruang kosong pada kaca yang tidak diisi dengan tulisan. Ditemukan sebanyak 51,9% dari total sampel memiliki bidang kaca yang terisi penuh dengan tulisan. Di posisi kedua, sebanyak 30,8% sampel memiliki ruang kosong di bagian bawah dan di posisi ketiga sebanyak 17,3% sampel memiliki ruang kosong di bagian tengah.



Gambar 10. Perbandingan jumlah sampel berdasarkan ruang kosong. Sumber: dokumentasi penulis

Hal yang menarik dari temuan ini adalah ruang kosong di bagian bawah atau tengah tersebut tidak pernah benar-benar tampak "kosong". Ruang tersebut memang bebas dari tulisan, namun tetap tampak "penuh" dengan tampilan bahan-bahan makanan yang tertata di balik kaca, yaitu di bagian dalam gerobak.

Dihubungkan dengan cara merespon bidang, ruang kosong pada bagian bawah dan tengah bidang banyak ditemukan pada sampel dengan kecenderungan orientasi *portrait*, yaitu jenis kaca samping dan kaca depan bersekat-terpisah. Sebanyak 50% dari masing-masing kelompok sampel tersebut memiliki ruang kosong di bagian bawah atau tengah bidang.

Tabel 3. Frekuensi Temuan Ruang Kosong pada Masing-masing Jenis Kaca

| Jenis Kaca \ Ruang Kosong | Ruang Kosong | | |
|--------------------------------|--------------|-----------|-----------|
| | Bawah | Tengah | Penuh |
| Kaca samping* | 11 | 4 | 15 |
| Kaca depan tanpa sekat | 2 | 0 | 7 |
| Kaca depan bersekat-menyambung | 5 | 5 | 9 |
| Kaca depan bersekat-terpisah* | 14 | 9 | 23 |
| Total = 104 sampel | 32 | 18 | 54 |

*) kecenderungan orientasi *portrait*

4.2. Pemetaan Karakteristik Visual Tipografi Vernakular Berdasarkan Fitur Distingtif yang Berhubungan dengan Bentuk Huruf

Aspek yang dikaji dalam pemetaan tahap ini meliputi klasifikasi huruf vernakular, berat huruf, proporsi huruf, struktur

huruf, penggunaan huruf besar/ huruf kecil, hirarki ukuran relatif huruf terhadap bidang, serta bentuk ujung *stroke* huruf. Pemetaan tahap ini juga bertujuan untuk melihat cara masyarakat urban sektor informal berkomunikasi melalui tipografi vernakular, melalui hubungan antara karakter visual dengan isi pesan. Oleh karena itu, isi pesan pada setiap sampel dikelompokkan terlebih dahulu menjadi:

1. menu utama;
2. menu sampingan;
3. informasi penjelas menu utama;
4. slogan;
5. nama usaha; serta
6. keterangan.



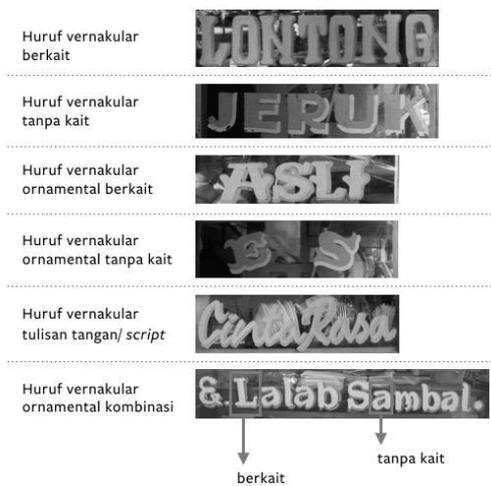
Gambar 11. Pengelompokan sampel huruf berdasarkan isi pesan. Sumber: dokumentasi penulis

Dari

4.2.1. Klasifikasi Huruf Vernakular

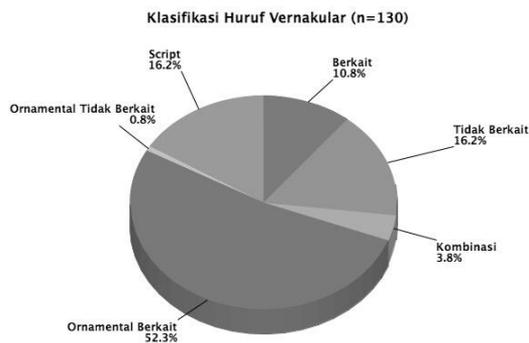
Ragam jenis huruf vernakular dapat diklasifikasikan menjadi huruf vernakular berkait, huruf vernakular tidak berkait, huruf vernakular ornamental berkait, huruf vernakular ornamental tidak berkait,

serta huruf vernakular tulisan tangan/ *italic/ script*. Namun, pada proses observasi ditemukan beberapa jenis huruf merupakan gabungan antara satu atau dua kelompok klasifikasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini ditambahkan satu kelompok klasifikasi, yaitu huruf vernakular ornemental kombinasi.



Gambar 12. Klasifikasi huruf vernakular. Sumber: dokumentasi penulis

Dari hasil perhitungan analisis konten, ditemukan bahwa sebanyak 52,3% sampel huruf berasal dari kelompok huruf vernakular ornemental berkait. Jenis huruf vernakular dengan kuantitas terbanyak kedua adalah huruf vernakular tulisan tangan/ *script* dan huruf vernakular tidak berkait, masing-masing sebesar 16,2%. Jenis huruf vernakular berkait ditemukan sebanyak 10,8%. Dari seluruh sampel, hanya ditemukan satu buah sampel huruf vernakular ornemental tidak berkait, dan lima buah sampel huruf vernakular kombinasi.



Gambar 13. Perbandingan jumlah sampel berdasarkan klasifikasi huruf vernakular. Sumber: dokumentasi penulis

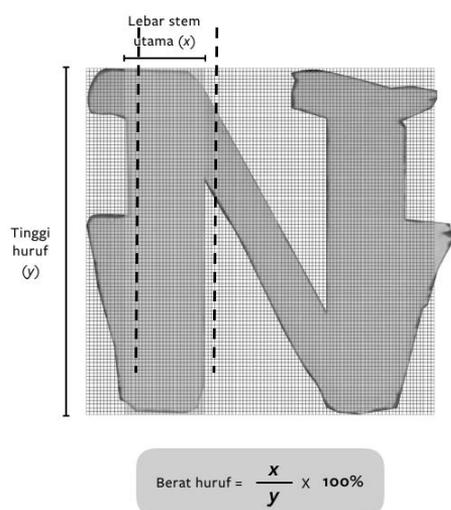
Berkaitan dengan isi pesannya, huruf vernakular ornemental berkait umumnya digunakan pada informasi utama yang bersifat formal, seperti menu utama, menu sampingan atau penjelasan menu utama. Sedangkan jenis huruf vernakular *script* umumnya digunakan untuk isi pesan yang lebih personal, seperti slogan, nama usaha serta keterangan. Penggunaan jenis huruf vernakular berkait dan tidak berkait cenderung lebih merata pada berbagai jenis isi pesan.

Tabel 4. Frekuensi Jenis Huruf Vernakular Menurut Isi Pesan

| Klasifikasi Huruf / Isi Pesan | Klasifikasi Huruf | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------|---------------|------------|-----------|--------------------|--------------------------|--------|
| | Berkait | Tidak Berkait | Ornemental | Kombinasi | Ornemental Berkait | Ornemental Tidak Berkait | Script |
| Menu utama | 5 | 12 | 0 | 30 | 1 | 0 | |
| Menu sampingan | 4 | 2 | 2 | 11 | 0 | 1 | |
| Penjelas menu utama | 2 | 4 | 0 | 23 | 0 | 6 | |
| Slogan | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | |
| Nama usaha | 2 | 2 | 1 | 4 | 0 | 9 | |
| Keterangan | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 | |
| Total 130 | 14 | 21 | 5 | 68 | 1 | 21 | |

4.2.2. Berat Huruf

Variabel berat huruf diukur dengan menghitung perbandingan antara lebar stem utama dengan tinggi huruf. Dari rangkaian kata dalam tipografi vernakular, huruf yang dipilih sebagai perwakilan untuk diukur beratnya adalah huruf-huruf dengan stem utama vertikal. Untuk kata yang ditulis dalam huruf besar (*uppercase*), huruf yang dipilih sebagai perwakilan adalah salah satu dari antara huruf B, D, E, F, H, I, K, L, M, N, P, R, atau T. Sedangkan untuk huruf kecil (*lowercase*), yang dipilih sebagai perwakilan adalah salah satu dari antara huruf b, d, h, i, k, l, m, n, p, atau r.



Gambar 14. Cara menghitung berat huruf vernakular. Sumber: dokumentasi penulis.

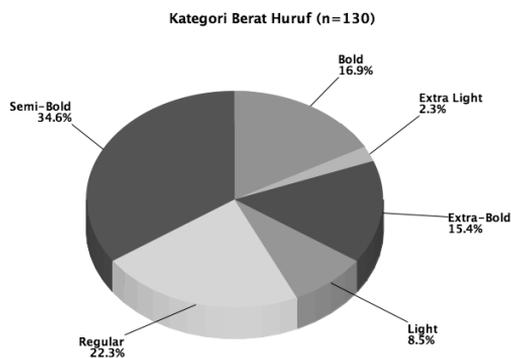
Berdasarkan teori anatomi huruf [9] berat huruf diukur dalam persen. Dalam teori tersebut, kategori berat huruf

didefinisikan dalam satuan standar ukuran. Dalam konteks vernakular, setiap huruf tidak dibuat berdasarkan perhitungan tertentu yang akurat. Ukuran berat huruf vernakular sangat beragam antara satu dengan yang lainnya, sehingga diperlukan suatu interval dalam persen untuk mengkategorikan berat huruf. Oleh karena itu, dibuat interval dengan standar ukuran dari teori Sihombing [9] diletakkan di tengah interval. Interval pengkategorian berat huruf yang digunakan dalam penelitian ini diuraikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Kategori Berat Huruf

| Kategori | Standar Berat Huruf Sihombing [9] | Interval Berat Huruf |
|--------------------|-----------------------------------|----------------------|
| <i>Extra Light</i> | 5% | < 7% |
| <i>Light</i> | 10% | 8% - 12% |
| <i>Regular</i> | 15% | 13% - 17% |
| <i>Semi-Bold</i> | 20% | 18% - 22% |
| <i>Bold</i> | 25% | 23% - 27% |
| <i>Extra-Bold</i> | 30% | > 28% |

Dari hasil perhitungan berat huruf pada seluruh sampel, ditemukan angka rata-rata berat huruf adalah 0,21. Angka ini menjelaskan bahwa rata-rata berat huruf vernakular terukur terletak pada kategori *semi-bold*. Ditemukan sebanyak 34,6% sampel memiliki kategori berat huruf *semi-bold*, 22,3% *regular*, 16,9% *bold*, dan 15,4% *extra-bold*. Kategori berat huruf yang cenderung tipis seperti *extra light* dan *light* jarang ditemukan.



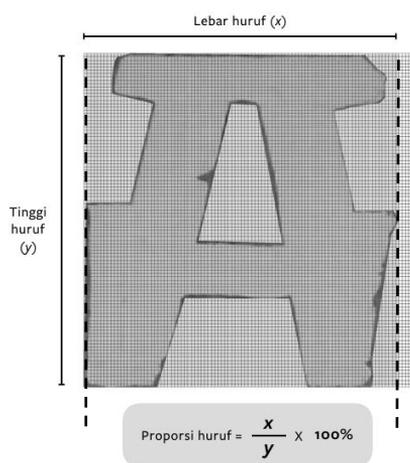
Gambar 15. Perbandingan jumlah sampel berdasarkan kategori berat huruf
Sumber: dokumentasi penulis.

4.2.3. Proporsi Huruf

Variabel proporsi huruf diukur dengan menghitung perbandingan antara lebar huruf dengan tinggi huruf. Pada teori Sihombing [9], jenis huruf yang dapat diukur sebagai perwakilan adalah huruf H. Namun, dalam konteks tipografi vernakular, huruf H tidak selalu ditemukan pada setiap kata. Oleh karena itu, ditentukan huruf N atau A yang memiliki proporsi sama dengan H secara teoretis sebagai pengganti jika tidak ditemukan huruf H. Huruf vernakular umumnya memiliki bayangan di bagian samping kanan dan bawah huruf. Pada perhitungan proporsi huruf vernakular, proporsi huruf terukur adalah perbandingan lebar dengan tinggi huruf tanpa bayangan. Hal ini dikarenakan oleh dua alasan. Pertama, hasil perhitungan proporsi dengan bayangan dan proporsi tanpa bayangan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Perbedaan proporsi hanya sekitar 0,01-0,05% saja. Ke-

dua, hal ini menimbang adanya beberapa huruf yang tidak memiliki bayangan.

Sama seperti pengkategorian berat huruf, pengkategorian proporsi huruf berdasarkan teori Sihombing [9] perlu disesuaikan dalam bentuk interval. Standar interval kategori proporsi huruf dalam penelitian ini diuraikan pada Tabel 6.

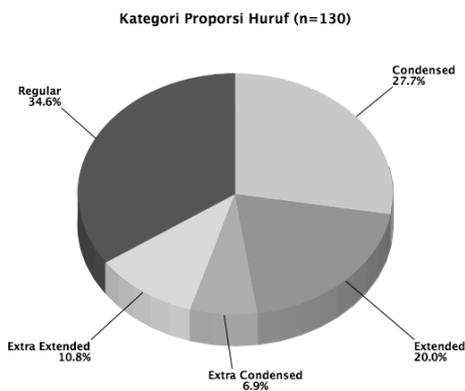


Gambar 16. Cara menghitung proporsi huruf vernakular. Sumber: dokumentasi penulis.

Tabel 6. Kategori Proporsi Huruf

| Kategori | Standar Proporsi Huruf Sihombing [9] | Interval Proporsi Huruf |
|------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| <i>Extra Condensed</i> | 40% | < 50% |
| <i>Condensed</i> | 60% | 51% - 70% |
| <i>Regular</i> | 80% | 71% - 90% |
| <i>Extended</i> | 100% | 91% - 110% |
| <i>Extra Extended</i> | 120% | > 111% |
| <i>Extra Condensed</i> | 40% | < 50% |

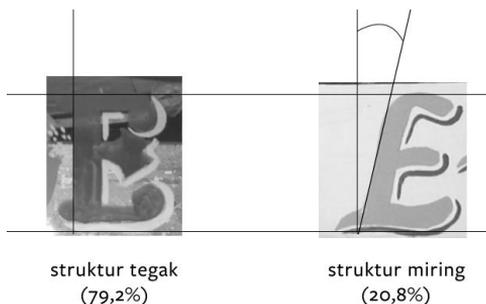
Dari hasil perhitungan, ditemukan sebanyak 34,6% sampel merupakan kategori proporsi huruf *regular*, 27,7% *condensed*, dan 20% *extended*. Rata-rata proporsi yang didapat adalah sebesar 0,81 yang berada pada interval kategori *regular*.



Gambar 17. Perbandingan jumlah sampel berdasarkan proporsi huruf. Sumber: dokumentasi penulis.

4.2.4. Struktur Huruf

Dilihat dari fitur distingtif struktur huruf, 79,2% sampel huruf tipografi vernakular Bandung umumnya berstruktur tegak. Sebanyak 20,8% sisanya memiliki struktur miring. Dari analisis ini tampak pola pengelompokan yang jelas antara enam jenis pesan. Jenis pesan yang menyampaikan menu utama, menu sampingan dan penjelas menu utama cenderung dianggap sebagai informasi utama yang berhubungan dengan identitas sebagai pedagang kaki lima. Sedangkan slogan, nama usaha serta keterangan merupakan informasi sekunder yang sifatnya lebih personal.



Gambar 18. Perbandingan jumlah sampel berdasarkan struktur huruf. Sumber: dokumentasi penulis.

Tabel 7. Frekuensi Temuan Jenis Pesan Berdasarkan Struktur Huruf

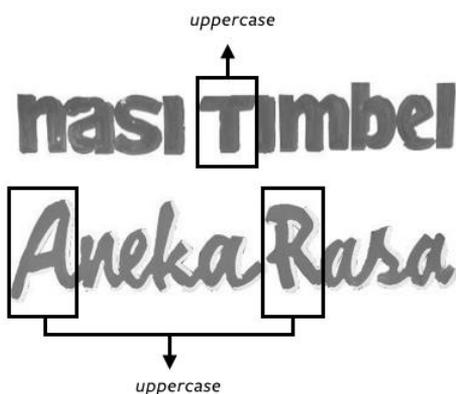
| Struktur Huruf | Tegak | Miring |
|-------------------------|------------|-----------|
| Jenis Pesan | | |
| Menu Utama | 45 | 3 |
| Menu Sampingan | 18 | 2 |
| Penjelas Menu Utama | 28 | 7 |
| Slogan | 1 | 3 |
| Nama Usaha | 8 | 10 |
| Keterangan | 3 | 2 |
| Total 130 sampel | 103 | 27 |

4.2.5. Penggunaan Huruf Besar dan Huruf Kecil

Tipografi vernakular pada pedagang kaki lima di Kota Bandung pada umumnya menggunakan huruf besar (*uppercase*), yaitu sebanyak 79,2%. Sedangkan 20,8% sisanya menggunakan huruf kecil (*lowercase*). Temuan yang menarik adalah tidak ditemukan satupun dari seluruh sampel yang menggunakan huruf kecil sepenuhnya. Penggunaan huruf kecil selalu disertai dengan huruf besar pada satu atau beberapa huruf dalam serangkaian kata.

Tabel 8. Frekuensi Temuan Jenis Pesan Berdasarkan Penggunaan Huruf Besar dan Huruf Kecil

| Jenis Huruf \ Jenis Pesan | Huruf Besar | Huruf Kecil |
|---------------------------|-------------|-------------|
| Menu Utama | 48 | 0 |
| Menu Sampingan | 17 | 3 |
| Penjelas Menu Utama | 28 | 7 |
| Slogan | 0 | 4 |
| Nama Usaha | 7 | 11 |
| Keterangan | 3 | 2 |
| Total 130 sampel | 103 | 27 |



Gambar 19. Penggunaan *lowercase* yang selalu disertai dengan *uppercase*.
Sumber: dokumentasi penulis.

4.2.6. Hirarki Ukuran Relatif Huruf Terhadap Bidang

Tipografi vernakular pada pedagang kaki lima di Kota Bandung ditemukan memiliki sistem hirarki yang salah satunya ditunjukkan oleh perbedaan ukuran huruf. Analisis fitur distingif ini dilakukan dengan cara mengurutkan ukuran relatif huruf terhadap huruf lain dalam satu bidang. Dari hasil perhitungan, ditemukan bahwa urutan hirarki nomor 1 paling

banyak diisi dengan jenis pesan menu utama. Hirarki nomor 2 dan 3 paling banyak diisi oleh pesan yang berfungsi sebagai penjelas menu utama. Sedangkan hirarki urutan 4 dan 5 paling banyak diisi dengan slogan, nama usaha atau keterangan. Jika tidak ada penjelas menu utama ataupun menu sampingan, slogan, nama usaha atau keterangan baru dapat naik ke posisi hirarki yang lebih tinggi.

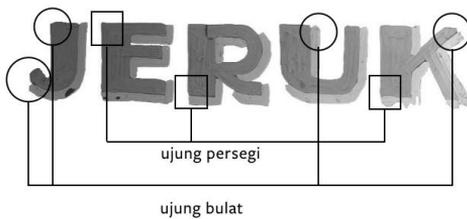
Tabel 9. Frekuensi Temuan Jenis Pesan Berdasarkan Urutan Hirarki Ukuran Relatif Huruf Terhadap Bidang

| Jenis Pesan \ Urutan Hirarki | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|------------------------------|----|----|----|----|---|---|
| Menu utama | 35 | 9 | 3 | 1 | 0 | 0 |
| Menu sampingan | 3 | 8 | 9 | 0 | 0 | 0 |
| Penjelas menu utama | 1 | 18 | 10 | 4 | 1 | 1 |
| Slogan | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Nama usaha | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 0 |
| Keterangan | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| Total 130 sampel | 43 | 44 | 27 | 11 | 4 | 1 |

4.2.7. Bentuk Ujung Stroke

Keterbatasan media serta teknik pembuatan menimbulkan dua jenis karakter bentuk ujung *stroke* huruf vernakular saja, yaitu bentuk ujung bulat atau persegi. Variabel ini sulit untuk diukur secara pasti dikarenakan banyaknya kerancuan bentuk ujung huruf. Beberapa sampel memiliki ujung persegi yang agak membulat. Beberapa lainnya bahkan memiliki ujung bulat di satu sisi dan

ujung persegi di sisi yang lain. Hal ini juga disebabkan oleh proses pembuatan huruf yang melibatkan kuas dan cat. Setiap *stroke* yang terbentuk pada huruf vernakular merupakan hasil bentukan goresan kuas tanpa cetakan, sehingga ujung-ujung *stroke* yang dihasilkan juga apa adanya.



Gambar 20. Karakter ujung *stroke* pada huruf vernakular. Sumber: dokumentasi penulis

5. PEMBAHASAN

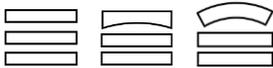
Karakteristik tipografi vernakular dapat diidentifikasi melalui beberapa fitur distingtif. Secara garis besar, fitur distingtif tersebut dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok besar. Kelompok pertama terdiri atas aspek-aspek yang berkaitan dengan tata letak dan ruang. Sedangkan kelompok kedua terdiri atas aspek-aspek yang berhubungan dengan bentuk huruf. Hasil pemetaan karakteristik berdasarkan aspek-aspek tersebut terangkum pada Tabel 10.

Beberapa fitur distingtif menunjukkan pola karakteristik yang berhubungan erat dengan jenis pesan yang dikomunikasi melalui tipografi vernakular. Aspek visual tersebut antara lain klasifikasi huruf

vernakular, struktur huruf, hirarki ukuran relatif huruf terhadap bidang, serta penggunaan huruf besar dan huruf kecil. Berdasarkan klasifikasi huruf vernakular, ditemukan kecenderungan penggunaan jenis huruf vernakular ornamental berkait pada jenis pesan yang berfungsi sebagai informasi utama yang berhubungan dengan produk dagangan atau identitas kelompok pedagang kaki lima. Jenis pesan utama selalu ditulis dengan huruf besar dan berstruktur huruf tegak. Secara hirarki yang dilihat dari ukuran relatif huruf terhadap bidang, jenis pesan ini juga selalu ditempatkan pada hirarki nomor satu.

Untuk jenis pesan yang bersifat personal dan berfungsi sebagai pelengkap atau penjelas informasi utama, masyarakat urban sektor informal cenderung menggunakan jenis huruf vernakular yang menyerupai tulisan tangan/ *script*. Jenis pesan ini umumnya ditulis dengan huruf kecil yang dipadukan dengan huruf besar sebagai inisial, serta memiliki struktur huruf yang miring. Menurut hirarki ukuran relatif huruf dalam satu bidang, jenis pesan ini tidak pernah menempati urutan pertama. Temuan cara masyarakat urban sektor informal berkomunikasi menggunakan tipografi vernakular terangkum pada Tabel 11.

Tabel 10. Pemetaan Karakteristik Tipografi Vernakular Pedagang Kaki Lima di Kota Bandung

| Aspek Visual | Temuan |
|--|--|
| Orientasi | <ul style="list-style-type: none"> • Alur baca umumnya dari kiri ke kanan, kembali ke kiri lalu ke kanan lagi dan seterusnya • Ditemukan beberapa keunikan alur baca yang acak • Bidang dapat dibagi ke dalam tiga area berdasarkan kepadatan tulisan secara berurut dari yang terpadat hingga terjarang: atas, tengah dan bawah. |
| Pola <i>grid</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Ada 3 macam pola <i>grid</i> yang mendominasi:  |
| Alignment | Hampir selalu rata tengah atau rata kanan-kiri |
| Framing | <ul style="list-style-type: none"> • Lebih dari separuh sampel memiliki bidang yang penuh terisi tulisan • Separuh sisanya memiliki ruang kosong yang bebas tulisan pada area tengah atau bawah • Ruang kosong tidak pernah benar-benar "kosong", tetapi terisi dengan tampilan bahan-bahan makanan |
| Klasifikasi huruf vernakular | <ul style="list-style-type: none"> • Jenis huruf vernakular yang paling banyak digunakan adalah huruf vernakular ornamental berkait. Jenis huruf ini cenderung digunakan untuk menyampaikan pesan utama yang berhubungan dengan produk dagangan. • Jenis huruf vernakular lain yang juga banyak ditemukan adalah huruf vernakular tidak berkait dan huruf vernakular <i>script</i>. Kedua huruf ini cenderung digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan sekunder dan personal. • Huruf vernakular ornamental berkait tidak hanya dekoratif pada huruf secara individual saja. Huruf jenis ini juga memiliki ragam tata letak dalam pola <i>grid</i> yang melengkung. |
| Berat huruf | <ul style="list-style-type: none"> • Berat huruf vernakular pedagang kaki lima di Kota Bandung bervariasi dari <i>regular</i>, <i>semi-bold</i>, <i>bold</i> dan <i>extra bold</i>. • Sebagian besar huruf ditemukan memiliki berat huruf yang sesuai dengan kategori <i>semi-bold</i>. • Berat huruf <i>extra bold</i> umumnya ditemukan pada jenis pesan yang berfungsi sebagai penjelasan menu utama |
| Proporsi huruf | <ul style="list-style-type: none"> • Proporsi huruf vernakular pedagang kaki lima di Kota Bandung bervariasi dari <i>condensed</i>, <i>regular</i>, dan <i>extended</i>. • Tidak banyak ditemukan proporsi huruf yang terlalu <i>condensed</i> atau terlalu <i>extended</i> |
| Struktur huruf | <ul style="list-style-type: none"> • Sebagian besar sampel menunjukkan struktur huruf tegak • Struktur huruf tegak cenderung digunakan pada jenis pesan yang formal dan utama • Struktur huruf miring cenderung digunakan pada jenis pesan yang lebih personal |
| Penggunaan huruf besar dan huruf kecil | <ul style="list-style-type: none"> • Sebagian besar sampel ditulis dengan huruf besar • Penulisan kata dengan huruf besar semua umumnya digunakan pada jenis pesan yang formal dan utama • Penulisan kata dengan huruf kecil selalu disertai dengan huruf besar. Kelompok ini umumnya digunakan pada jenis pesan sekunder yang lebih personal |
| Hirarki ukuran relatif huruf terhadap huruf lain dalam satu bidang | <ul style="list-style-type: none"> • Tukang lukis vernakular menggunakan hirarki dalam berkarya • Hirarki nomor 1 selalu diduduki informasi utama yang berkaitan dengan menu dagangan • Hirarki nomor 2 diduduki oleh informasi penjas menu dagangan utama atau menu sampingan • Hirarki nomor 3 dan seterusnya diduduki oleh informasi-informasi yang lebih bersifat personal |
| Karakter ujung <i>stroke</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Ujung <i>stroke</i> huruf vernakular cenderung selalu rancu, tidak pernah sepenuhnya persegi dan tidak pernah sepenuhnya bulat |

Tabel 11. Karakteristik Cara Masyarakat Urban Sektor Informal dalam Berkomunikasi Menggunakan Tipografi Vernakular

| Informasi utama , berhubungan dengan produk dagangan | Informasi sekunder dan personal |
|---|---|
| Huruf vernakular ornamenat berkait atau huruf vernakular tanpa kait | Huruf vernakular <i>script</i> |
| Struktur huruf tegak | Struktur huruf miring |
| Ukuran relatif huruf terhadap bidang dan huruf lain paling besar, terletak di hirarki nomor 1 | Terletak di hirarki nomor 2, ukuran lebih kecil daripada informasi utama |
| Ditulis dengan huruf besar semua (<i>uppercase</i>) | Ditulis dengan huruf kecil (<i>lowercase</i>) yang disertai dengan beberapa huruf besar sebagai inisial |

6. SIMPULAN

Dari beragam kreasi tipografi vernakular pedagang kaki lima di Kota Bandung, dapat ditarik suatu keselarasan yang mencerminkan identitas kolektif masyarakat pedagang kaki lima. Identitas kolektif tersebut terbentuk oleh kondisi kehidupan bersama kelompok masyarakat yang merupakan pendatang ini di Kota Bandung sebagai *melting pot*. Penelitian ini berhasil memetakan keselarasan tersebut berupa sejumlah karakteristik visual yang diidentifikasi dari fitur distingtif pada tipografi vernakular.

Dalam hal menata elemen dalam suatu bidang, masyarakat pedagang kaki lima di Kota Bandung cenderung memenuhi

bidang secara penuh. Secara lebih spesifik, pemenuhan bidang ini selalu dimulai dengan memaksimalkan area atas bidang. Area tengah dan bawah merupakan area sisa yang terkadang diberi ruang kosong. Meskipun demikian, ruang kosong pada tipografi vernakular tidak pernah benar-benar kosong, karena latar belakang bidang berupa kaca gerobak selalu menampilkan isi gerobak yang penuh.

Secara umum, karakteristik tipografi vernakular yang diidentifikasi dari bentuk huruf menunjukkan pengaruh alat, bahan serta proses pembuatan yang sederhana secara lokal tradisi. Hal ini tampak dari karakteristik bentuk huruf yang kurang konsisten. Pemetaan karakteristik visual berdasarkan fitur distingtif yang berhubungan dengan bentuk huruf juga menunjukkan cara masyarakat pedagang kaki lima berkomunikasi secara visual melalui tipografi vernakular. Untuk mengkomunikasikan pesan utama yang berhubungan dengan identitas bersama sebagai pedagang kaki lima, visualisasi huruf vernakular cenderung lebih ornamenat, berstruktur tegak dan ditulis dengan huruf besar (*uppercase*). Sedangkan ketika mengkomunikasikan pesan yang sifatnya lebih personal, visualisasi huruf cenderung dibuat dengan huruf yang menyerupai tulisan tangan, berstruktur miring dan disertai dengan penggunaan huruf kecil (*lowercase*).

Melalui simpulan tersebut, tampak bahwa masyarakat pedagang kaki lima memiliki sistem visual tersendiri dalam mengomunikasikan pesan tertentu. Namun secara umum, kedua cara komunikasi visual yang ditemukan sama-sama ornamental dan selalu memenuhi bidang secara penuh.

7. REFERENSI

- [1] Haswanto N. Fenomena Tipografi Vernakular Masyarakat Sektor Informal Perkotaan Sebagai Ekspresi Budaya Masyarakat Urban Kota Bandung, Disertasi Program Doktor, Institut Teknologi Bandung; 2011.
- [2] Scott J. Teori Sosial: Masalah-masalah Pokok dalam Sosiologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar; 2012.
- [3] Listiani. Bandung Creative Economy Discourse. Bandung: Penerbit LPS; 2014.
- [4] Sumardjo J. Estetika Paradoks. Bandung: Penerbit Kelir; 2014.
- [5] Sihombing D. Tipografi dalam Desain Grafis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama; 2001.
- [6] Rustan S. Font & TIPOGRAFI. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama; 2006.
- [7] Van Leeuwen T. Towards a semiotics of typography. Information Design Journal. 2006 Jan 1;14(2):139-55.
- [8] Serafini F, Clausen J. Typography as semiotic resource. Journal of Visual Literacy. 2012 Sep 22;31(2):1-6.
- [9] Sihombing D. Tipografi dalam Desain Grafis: Edisi Diperbaharui. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama; 2015.