

# KEBERFUNGSIAN DESAIN PENANDA IDENTITAS BERTYPOGRAFI CINA PADA RESTORAN DAN KAFE DI BANDUNG

Elizabeth Susanti Gunawan, Naomi Haswanto, Dody Achmad

Institut Teknologi Bandung

## Abstract

After the revocation of prohibition of Chinese language usage in 2000 by President Abdurrahman Wahid, corporate's identity signs using Chinese letters are flourishing Indonesia. The appearances of identity sign using Chinese letters in the last 10 years is quite confusing considering not many people can read them. The function of identity signs to convey information for public are not fully achieved. Study about how the usage of Chinese letter as a foreign language in identity sign in Bandung with low level of interpretation but can create strong image with high rate of effectiveness and also about the philosophy of Chinese culture contained in the elements that formed identity sign such as name selection, logo shape, Chinese typography, and color, has not been written.

This study assess the existence of restaurant's/cafe's identity sign located in Bandung, West Java. By analyzing the elements in Chinese letter identity sign, this study seeks to evaluate the legibility of Chinese letter identity signs. Knowing the exact level of effectiveness of a identity sign for the next design, designers can notice more the recipient background, so they can still functioning as identity sign and convey information about the existence of restaurants and cafes. In addition, this study tries to identify the elements of Chinese culture contained in the Chinese letter identity sign, by elaborating visual element analysis of identity signs, such as: the selection of names, colors, shapes, the usage of symbols in Chinese culture and font type. Chinese society is a society that its culture has evolved over thousands of years. Starting from the color in Chinese culture has its own significance, also typical objects in Chinese culture has profound meaning for the people. Some elements of Chinese culture can be felt so deeply in restaurant/cafe identity sign that is designed in Chinese letter.

Chinese letter that serves as text to convey information becomes ineffective, because of its presence in Bandung, a city that the majority of communities can not speak Chinese. Therefore, Chinese characters used in identity signs in Bandung shift their function from text (logotype) to be ornaments (logogram) that give the feel and identity of Chinese. So text message is no longer the main thing to be said, but image is, as a primary goal to be conveyed.

*Keywords:* Identity Sign, Chinese Letter, Restaurant, Cafe

## 1. Pendahuluan

Dewasa ini munculnya instansi, perusahaan, tempat-tempat usaha semakin banyak. Salah satu usaha yang harus dilakukan untuk mengukuhkan dan menginformasikan keberadaannya kepada masyarakat umum adalah dengan pemasangan sistem penanda yang biasanya berisikan informasi seperti nama, logo, dan keterangan mengenai bidang usaha yang akan dijalaninya. Sistem penanda efektif dalam mengkomunikasikan informasi secara langsung dan cepat kepada masyarakat. Sistem penanda merupakan suatu bagian yang penting dari keseluruhan periklanan dan program pencitraan suatu perusahaan atau tempat-tempat komersial, karena membantu menciptakan suatu *image* yang unik dan mudah dikenali, sehingga membantu suatu perusahaan atau instansi tersebut untuk bertahan di masyarakat (Follis dan Hammer, 1979).

Pada tahun 1967 di Indonesia dikeluarkan Inpres yang melarang masyarakat Cina merayakan pesta agama dan penggunaan huruf-huruf Cina di berbagai media cetak maupun sebagai alat komunikasi, sebagai bentuk pencegahan bentuk komunis agar tidak berkembang bebas dengan memanfaatkan bahasa Cina, sehingga pada tahun-tahun berikutnya tidak ada lagi generasi yang mempelajari bahasa tersebut. Begitu pula dalam media cetak, tidak lagi dapat ditemukan koran, majalah, buku, apalagi penanda identitas yang menggunakan bahasa Cina. Setelah bahasa Cina menghilang dalam kurun waktu cukup lama, pada tahun 2000 Presiden Abdurrahman Wahid mengeluarkan Inpres No. 6/2000 yang isinya mencabut larangan (Inpres No. 14/1967) tersebut. Hal ini berdampak cukup besar di berbagai bidang. Perayaan adat istiadat seperti Imlek, Cap Go Meh, termasuk atraksi barongsai yang bebas dipertunjukkan di muka umum,

demikian juga dengan media cetak. Pencabutan larangan penggunaan bahasa Cina dalam media cetak menyebabkan berbagai media seperti koran, majalah, buku berbahasa Cina bermunculan di kota-kota besar di Indonesia. Selain pada media cetak, kebijakan pencabutan larangan ini juga berdampak pada perubahan tampilan tipografi sistem penanda di berbagai kota besar di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir ini tipografi huruf Cina semakin banyak muncul dalam desain penanda identitas nama perusahaan maupun tempat-tempat usaha lainnya, terutama adalah pada penanda identitas bisnis restoran dan *cafe*. Hal ini berkaitan dengan budaya masak dan budaya gemar makan orang Cina, sehingga iklim bisnis masakan Cina muncul di mana-mana.

Sistem penanda identitas yang menampilkan secara langsung nama, logo, keterangan (jenis usaha, tahun berdiri) suatu usaha dalam sebuah media visual berfungsi untuk memberikan keterangan suatu usaha kepada masyarakat. Namun beberapa tahun terakhir ini memiliki kecenderungan munculnya penanda identitas yang menggunakan huruf Cina dalam jumlah yang cukup banyak, padahal tidak semua masyarakat Bandung, termasuk WNI etnis Tionghoa yang mengerti bahasa Cina. Karena itu fungsi penanda identitas diduga tidak benar-benar dapat menyampaikan informasi yang bisa dimengerti dan maksimal kepada masyarakat. Berdasarkan pernyataan masalah tersebut, maka dalam penelitian ini disusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana keberfungsian penanda identitas berhuruf Cina yang diterapkan di Bandung?
2. Bagaimana unsur kebudayaan Cina yang terdapat pada penanda identitas restoran dan *cafe* berhuruf Cina?

Penelitian ini menggunakan *mixed-method* yaitu penerapan metode penelitian kualitatif untuk memahami latar budaya yang memunculkan penanda identitas khas pada obyek yang diteliti dan metode kuantitatif untuk mengidentifikasi persepsi masyarakat atas keberadaan sistem penanda identitas. Metode kualitatif digunakan dengan memanfaatkan rekaman visual dan kaji referensial sebagai sumber data utama sebagaimana yang diuraikan oleh Moleong (1994:6). Sedangkan metode kuantitatif digunakan dengan memanfaatkan data statistik persepsi responden yang didapatkan melalui angket atas suatu sampel tertentu seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2007:13).

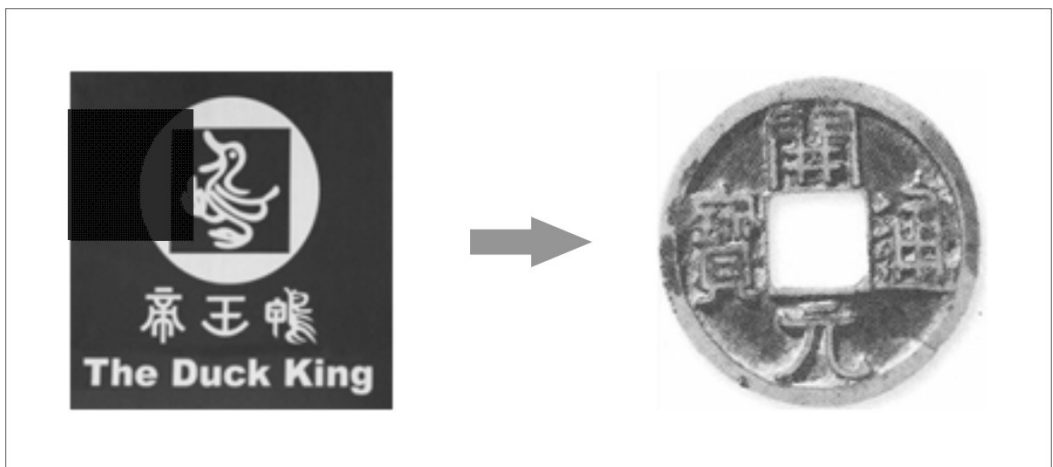
## 2. Keberfungsian Desain Penanda Identitas Berhuruf Cina pada Restoran dan Cafe di Bandung

### 2.1 Nama Restoran/Cafe

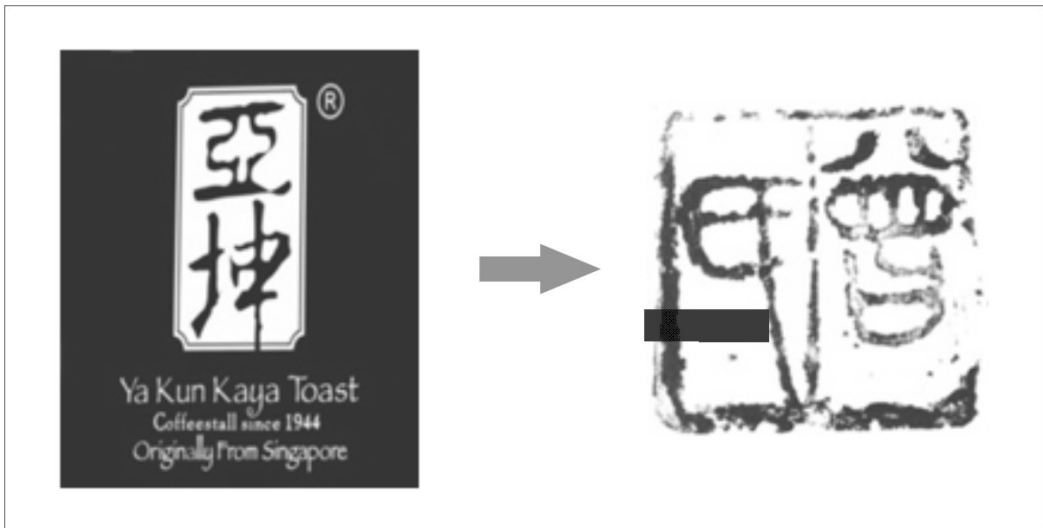
Dari sudut pandang semantik denotatif, nama dan logo dari restoran-restoran Cina telah memiliki makna yang sesuai dengan konsep dari restoran tersebut. Misalnya

restoran *The Duck King* (=Raja Bebek), menu utamanya adalah bebek, *Honeymoon Dessert* menyajikan makanan-makanan manis, Kopi Lay menunya berupa kopi-kopi dan camilan pendukungnya, *Shihlin Taiwan Snack* menunya adalah gorengan khas jajanan pasar malam Shilin, dan lainnya. Penggunaan nama-nama ini sangat jelas menginformasikan akan menu makanan yang dijual. Namun ada pula penggunaan nama-nama dalam bahasa Cina ini hanya menginformasikan kepada masyarakat bahwa itu adalah restoran Cina, namun tidak menjelaskan akan spesifikasi jenis menu makanan andalan apa saja yang disajikan, seperti restoran *Little Dragon*. Dari penanda identitasnya yang menggunakan huruf Cina hanya dapat ditarik kesimpulan bahwa ini adalah restoran Cina.

Secara konotatif, pemilihan nama-nama restoran ini memiliki suatu kesamaan tujuan, yaitu memilih nama yang diyakini memiliki makna akan sesuatu yang paling unggul dan istimewa, seperti nama *The Duck King* yang artinya raja bebek. Pemilihan nama ini ingin menunjukkan bahwa restoran



Gambar 1 *The Duck King* mengadopsi bentuk koin Cina ( sumber 1: [http://farm3.static.flickr.com/2523/3922756134\\_2961422c5a\\_z.jpg](http://farm3.static.flickr.com/2523/3922756134_2961422c5a_z.jpg)) (sumber 2: Ren, 2006:158)



Gambar 2 Ya Kun Kaya Toast mengadopsi bentuk stempel Cina (sumber: dokumen pribadi)

ini adalah rajanya para (restoran) bebek. Raja dalam konteks ini dimengerti sebagai pemimpin yang paling unggul. *Huang Chao (King Dynasty)* menyiratkan akan suasana makan yang mewah pada jaman dinasti raja-raja. Ini ingin menyampaikan pesan bahwa restoran dengan konsep interior yang mewah, dan menu-menu lezat yang terseleksi karena dihidangkan untuk para raja. Selain menggunakan nama-nama restoran untuk menyampaikan makna konotatif, juga digunakan simbol-simbol berunsur Cina seperti koin Cina, stempel Cina, sumpit dan mangkuk.

## 2.2 Simbol Budaya Cina dalam Penanda Identitas

### a. Koin Cina dalam penanda identitas *The Duck King*

Logo yang digunakan *The Duck King* berupa lingkaran yang didalamnya terdapat lubang kotak dan sebuah huruf piktograf yang menyerupai bentuk bebek. Bentuk ini sangat menyerupai bentuk dari koin Cina jaman dahulu yang didalamnya terdapat

lubang kotak. Koin merupakan simbol kekayaan dan kemakmuran bahkan sering dianggap sebagai pembawa keberuntungan. Koin-koin Cina yang mencantumkan tulisan juga untuk menandai bahwa koin tersebut adalah milik suatu periode dinasti kerajaan Cina. Pengadopsian koin Cina dalam logo ini berusaha menyiratkan bahwa *The Duck King* seperti suatu kerajaan dengan keberadaan bebeknya yang sangat khas dan terkenal. Pemilihan koin emas Cina sebagai logonya juga untuk mempertegas *image* eksklusif dari konsep restorannya, juga untuk mendatangkan keberuntungan, yaitu ramainya pengunjung yang bersantap di restoran *The Duck King*.

### b. Stempel Cina dalam Penanda identitas *Ya Kun Kaya Toast*

Selain *The Duck King* yang menggunakan lambang koin emas, *Ya Kun Kaya Toast* juga mengadopsi simbol Cina lainnya. Logo *Ya Kun* yang berbentuk kotak berwarna merah putih didalamnya dituliskan nama *Ya Kun*, sang pemilik pendiri *cafe* ini. Logo *Ya Kun* sangat menyerupai stempel kerajaan Cina.



Gambar 3 *Po Ka Tiam* dengan hiasan interior dalam *paper cut* (sumber 1: dokumen pribadi) (sumber 2: Ren, 2006:207)

Penggunaan bentuk stempel pada logo *Ya Kun Kaya Toast* berupaya untuk menegaskan keaslian *cafe* ini sebagai milik *Ya Kun*, sama seperti fungsi stempel Cina yang digunakan untuk membuktikan keaslian dokumen-dokumen resmi.

**c. Paper cut dalam penanda identitas *Po Ka Tiam***

Dari sudut pandang sintaktik, terlihat sekali benang merah antara logonya yang menggunakan huruf Cina, penanda identitas dan dekorasi interior restoran

ini menggunakan banyak sekali gambar-gambar Cina, seperti Bruce Lee, gambar cat air tradisional Cina, barongsai, lapion dan lainnya. Konsep penambahan gambar-gambar ini berusaha membangkitkan kembali nostalgia suasana masyarakat Cina kelas menengah ke bawah jaman dahulu. *Po Ka Tiam* ingin memberikan *image* kepada masyarakat bahwa ia merupakan restoran yang menyediakan menu tradisional Cina jaman dahulu. Suasana oriental jaman dulu ini semakin kental dengan penambahan ornamen khas Cina, yaitu *paper cut*.



Gambar 4 *Jade House* dengan nama *Jade* (sumber 1: dokumen pribadi) (sumber 2: Ren, 2006:209)

Warnanya yang merah menyala, dengan gunting-guntingan yang membentuk pola gambar yang alami dan natural sungguh menciptakan atmosfer Cina yang sangat kental.

#### **d. Jade/Batu Giok dalam Nama *Jade House***

*Jade House* tidak mengadopsi bentuk yang menyerupai simbol Cina, tapi mengambil nama suatu simbol Cina langsung sebagai nama restorannya. Batu Giok bagi orang Cina merupakan batu berharga yang sangat mahal, sama seperti masyarakat internasional memaknai batu berlian sebagai barang mahal yang spesial dan menyiratkan banyak makna seperti kesucian, kesungguhan hati, dan lainnya. Pemilihan kata batu Giok sebagai nama restoran, memberikan kesan akan sesuatu yang mewah dan spesial.

#### **e. Naga dalam *Little Dragon***

Sama seperti Restoran *Jade House*, Restoran *Little Dragon* juga langsung mengambil nama dari suatu simbol Cina langsung sebagai nama restorannya. Naga dalam kebudayaan Cina dipercaya sebagai suatu

*image* dewa asal usulnya bangsa Cina. Naga untuk nama restoran ini mempertegas keberadaan restoran ini, sama seperti *image* naga yang mempunyai kekuatan, kekuasaan dan membawa keberuntungan.

#### **f. Kualiti dalam Penanda identitas *Qua-Li***

Walaupun kualiti dalam budaya Cina tidak merepresentasikan suatu simbol tertentu, namun pengadopsian persamaan bunyi bahasa Cina dan bahasa Indonesia ini memberikan kelucuan dan keunikan tersendiri terhadap nama restoran ini. Nama *Qua-Li* diambil dari kata "*Qua*" yang berarti "wajan/penggorengan" dan "*Li*" yang berarti "dalam" menurut bahasa Cina. Selain sesuai dengan konsep cara penyajiannya yang dihidangkan menggunakan kualiti, kata "*Qua-Li*" bahasa Cina ini juga memiliki persamaan bunyi dengan "kualiti" dalam bahasa Indonesia. Keunikan ini dapat memberikan nilai tambah tersendiri di mata pengunjungnya yang dapat mengalami sendiri bersantap menggunakan kualiti kecil di Restoran *Qua-Li* yang arti bahasa Indonesianya adalah kualiti.



Gambar 5 *Little Dragon* mengadopsi kata "naga"  
(sumber 1: dokumen pribadi) (sumber 2: Ren, 2006:187)



Gambar 6 *Qua-Li* mengadopsi kata dan bentuk “kuali” ( sumber 1: <http://www.facebook.com/pages/Gading-Chinese-Food/> ) (sumber 2: <http://tesyas.blogspot.com/2008/04/quali-paris-van-java.html>)

### 3. Pemilihan Tipografi Cina

#### a. *Running Script*

Beberapa restoran Cina yang diambil sebagai sampel memiliki kecenderungan menggunakan huruf *Running Script*, yaitu huruf yang dinamis, dan termasuk huruf yang modern. Contoh penanda identitas yang menggunakan jenis huruf *Running Script* adalah seperti pada gambar 7.

Penggunaan huruf ini menampilkan kesan modern, ringan, dinamis, dan tidak kaku. Penggunaan huruf ini untuk restoran, memberikan *image* bahwa restoran tersebut merupakan restoran yang modern, cocok untuk kalangan yang dinamis dan mengikuti perkembangan jaman, yaitu anak-anak muda dan kalangan masyarakat modern.



Gambar 7 Penanda identitas yang menggunakan jenis huruf *Running Script* (sumber: dokumen pribadi)



Gambar 8 Urutan perubahan huruf Cina “bebek”  
(sumber 1: [http://farm3.static.flickr.com/2523/3922756134\\_2961422c5a\\_z.jpg](http://farm3.static.flickr.com/2523/3922756134_2961422c5a_z.jpg))  
(sumber 2: dokumen pribadi)

### b. Piktograf, *Seal Script*

Dari sekian banyak penggunaan huruf Cina, hanya Restoran *The Duck King* yang memiliki logo dalam bentuk huruf Cina jenis piktograf “bebek”. Selain menggunakan huruf piktograf, pada bagian bawah logo *The Duck King* juga menggunakan jenis tulisan *Seal Script*. Huruf Cina yang pembentukannya berasal dari piktograf, kembali didesain dalam bentuk huruf kuno, sehingga bentuknya yang seperti bebek sangat terlihat jelas. Pemilihan huruf jenis ini selain menguntungkan karena bentuknya yang menyerupai bebek. Jadi tanpa bisa memahami bahasa Cina pun, penerima pesan bisa menangkap pesan bahwa ini

adalah restoran Cina, dan penggunaan bebek sebagai logo menyiratkan makna bahwa bebek merupakan masakan utama andalan *The Duck King*.

Seperti dikatakan bahwa koki restoran ini merupakan orang-orang yang berpengalaman. Penggunaan huruf kuno ini juga ingin memberikan kesan bahwa *The Duck King* adalah restoran yang sudah berdiri lama, memiliki resep turun temurun yang enak, sehingga dapat bertahan hingga saat ini.

Selain *The Duck King*, *Huang Chao* juga menggunakan huruf *Seal Script*. Penggunaan huruf yang muncul sekitar 770 SM ini memunculkan fenomena yang hadir pada zaman tersebut dengan menampilkan karakteristik huruf yang menjadi perwakilan visual dari sebuah masa, yaitu masa kerajaan Cina jaman dahulu. Penggunaan huruf *Seal Script* pada nama *Huang Chao* bukan mengejar bentuknya yang seperti piktograf, namun ini memunculkan fenomena visual jaman dahulu, mengingat restoran *Huang Chao* beroperasi di sebuah bangunan kuno yang menjadi cagar budaya dengan arsitektur campuran Cina dan Eropa.



Gambar 9 Penanda identitas yang menggunakan jenis huruf *Seal Script* (sumber 1 : dokumen pribadi)





Gambar 10 Penanda identitas *Honeymoon Dessert* dengan jenis huruf *Black Letter* (sumber: dokumen pribadi)

### c. *Black Letter*

*Honeymoon Dessert* merupakan salah satu dari sedikit restoran yang menggunakan jenis huruf komputer. Penggunaan huruf ini walaupun tidak tampak artistik seperti huruf-huruf Cina jenis kaligrafi, namun dari sudut pandang sintaktik, *Honeymoon Dessert* merupakan salah satu yang berhasil menerapkan asas sintaktik, baik dari kesatuan penanda identitas, maupun kesatuannya dengan konsep dan interior keseluruhan. Tipografi huruf alfabet dan huruf Cina-nya telah memiliki jenis huruf yang mirip. Jika salah satu jenis hurufnya dihilangkan, kedudukannya dapat saling menggantikan. Huruf alfabetnya merepresentasikan huruf Cina-nya, maupun sebaliknya. Sehingga lama kelamaan huruf Cina *Honeymoon Dessert* ini dapat berdiri sendiri sebagai suatu logo yang khas. Begitu pula dengan konsep warnanya interiornya yang didominasi warna kuning dan coklat memberikan ingatan yang lebih mendalam akan bentuk desain penanda identitas.

### 4. Warna

Penanda identitas restoran dan *cafe* berhuruf Cina ini kebanyakan didominasi dengan warna merah dan kuning. Dalam masyarakat Cina, merah merupakan suatu warna yang dipercaya merupakan lambang keberuntungan. Seperti pada perayaan tahun baru imlek, pernikahan, ulang tahun, pembukaan toko, dan acara-acara perayaan lainnya, orang Cina senang sekali memakai

sesuatu yang warna merah. Penanda identitas di desain menggunakan warna merah supaya keberuntungan berupa tamu-tamu banyak berdatangan mendatangkan rejeki bagi pemiliknya dan keberuntungan bagi orang-orang disekitarnya. Berdasarkan psikologis warna merah adalah warna yang mencolok dan menjadi pusat perhatian bagi masyarakat. Karena itu penggunaan warna merah jika ditinjau berdasarkan budaya Cina dan psikologis, merupakan simbol dari karakter warna yang saling mendukung.

Warna lain yang sering digunakan adalah kuning. Orang Cina percaya bahwa warna kuning melambangkan raja, sehingga penggunaan warna ini selain sebagai simbol keberuntungan, juga membawa *image* kemewahan seperti kerajaan. Berdasar psikologis, warna kuning dapat membangkitkan selera makan dalam kenikmatan rasa. Warna ini baik menurut budaya Cina maupun psikologi sangat cocok untuk warna restoran ataupun *cafe*.

### 5. Angket

Desain penanda identitas berhuruf Cina memiliki keunggulannya masing-masing sesuai dengan kacamata pendesain dan pemilik restoran/*cafe* tersebut yang lebih mengenal akan huruf dan budaya Cina. Namun dilihat dari sudut pandang masyarakat dengan latar belakang budaya yang berbeda dan tidak memiliki

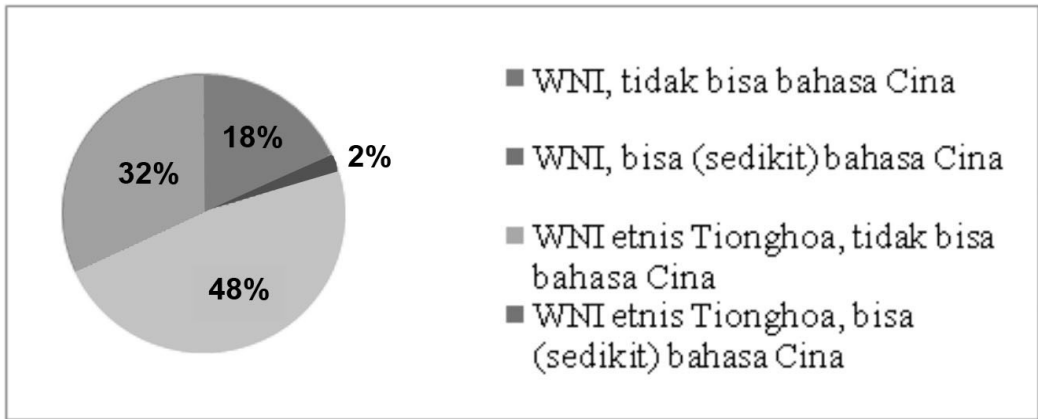


Diagram 1. Perbandingan keseluruhan responden yang bisa dan tidak bisa membaca huruf Cina (n=50)

kemampuan berbahasa Cina, hal tersebut tidak sepenuhnya dapat dimengerti. Karena itu penelitian ini mengkaji sistem penanda berdasarkan literatur dan berdasarkan angket dari masyarakat Bandung yang asing terhadap penanda identitas ini.

Pertama-tama dibuat angket mengenai 12 penanda identitas restoran besar yang

dihilangkan huruf alfabetnya, sehingga yang terlihat hanya logo, dan huruf Cina saja. Ini dilakukan untuk mengevaluasi keterbacaan dan sejauh mana kegunaan huruf Cina dalam penanda identitas tersebut. Angket disebarakan kepada 50 orang. Pemilihan tempat penyebaran angket di pusat perbelanjaan dan universitas karena ditujukan kepada anak muda dan orang

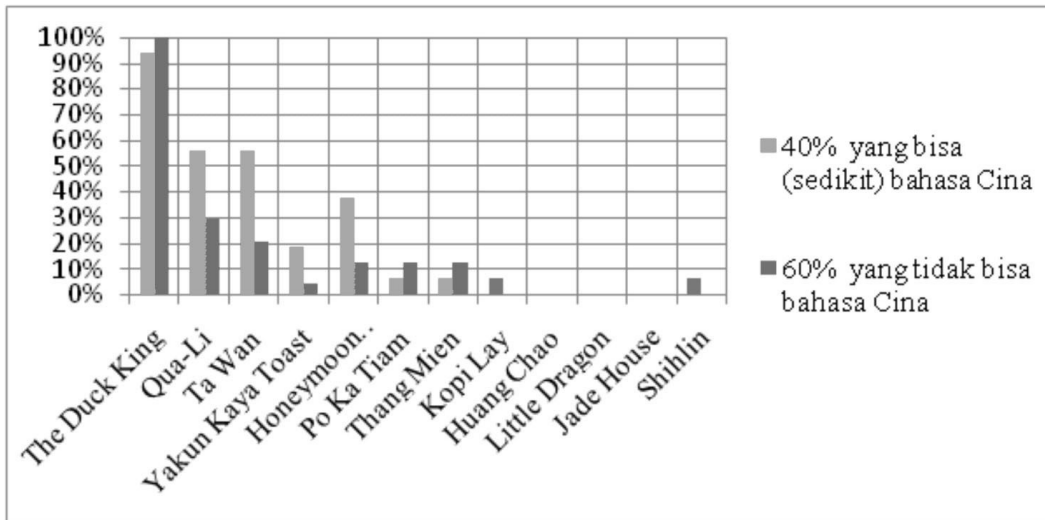


Diagram 2. Prosentase keteterangan responden WNI etnis Tionghoa terhadap penanda identitas berhuruf Cina (n=40)

yang suka atau minimal saat itu sedang berjalan-jalan sehingga lebih mengenal *brand*. Pengisi angket dengan umur berkisar dari 19-38 tahun. Responden diminta untuk menjawab apakah bisa sedikit berbahasa Cina atau tidak, lalu responden diminta untuk menyebutkan nama-nama restoran dengan penanda identitas berhuruf Cina. Hal ini dimaksudkan untuk membandingkan hasil apakah orang yang bisa berbahasa Cina bisa lebih ingat akan penanda identitas berhuruf Cina. Lalu dicobakan lagi dengan memberikan umpan balik bagaimana jawaban responden jika diberikan daftar nama-nama restoran tersebut sebagai pengingat.

**a. Perbandingan keseluruhan responden yang bisa dan tidak bisa bahasa Cina**

Dari data keseluruhan responden, hanya 34% saja (32% WNI etnis Tionghoa dan 2% WNI) yang bisa (sedikit) berbahasa Cina. Sedangkan responden yang tidak bisa berbahasa Cina sebanyak 66% (48% WNI etnis Tionghoa dan 18% WNI). Ini

menunjukkan bahwa bahasa Cina masih merupakan bahasa yang asing bagi WNI, bahkan bagi WNI etnis Tionghoa sekalipun. Karena itu penyampaian pesan/informasi yang menggunakan bahasa Cina kurang lebih hanya efektif dimengerti oleh 34% responden saja jika hanya ditarik kesimpulan dari hasil angket. Jumlah angka ini sangat tidak sesuai dengan fungsi utama penanda identitas sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik yang efektif dalam hal menyampaikan informasi untuk membantu mengatur kelancaran kehidupan bagi seluruh masyarakat.

**b. Prosentase keteringatan responden WNI etnis Tionghoa terhadap penanda identitas berhuruf Cina**

Secara garis besar, prosentase angka 40% responden WNI etnis Tionghoa yang bisa (sedikit) bahasa Cina lebih tinggi dibandingkan persentase angka 60% responden WNI etnis Tionghoa yang tidak bisa bahasa Cina, terlihat dari lebih tingginya grafik-grafik yang berwarna

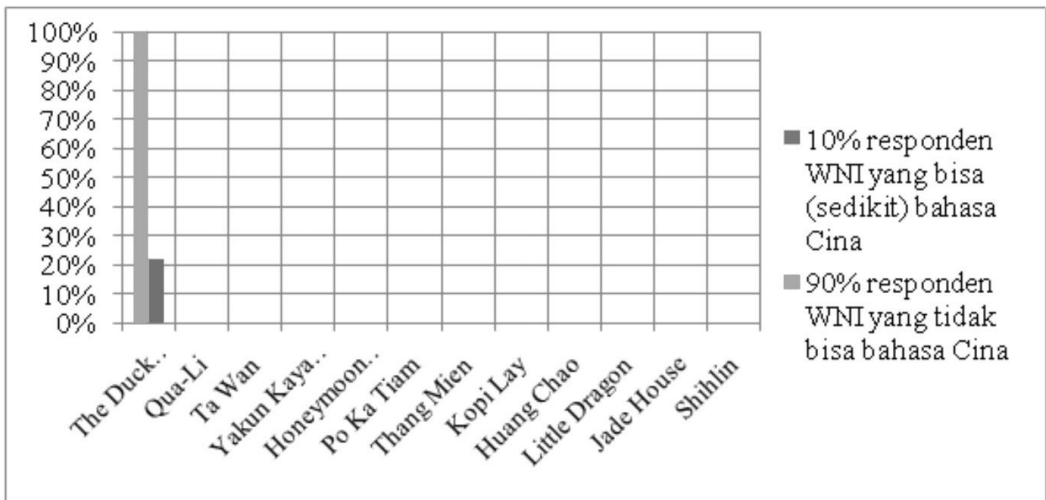


Diagram 3. Prosentase keteringatan responden WNI terhadap penanda identitas berhuruf Cina (n=10)

biru. Ini menunjukkan bahwa WNI etnis Tionghoa yang bisa (sedikit) bahasa Cina dapat lebih mengenal penanda identitas restoran berhuruf Cina, sedangkan WNI etnis Tionghoa yang tidak bisa bahasa Cina tetap saja kesulitan dalam mengenali penanda identitas restoran berhuruf Cina.

**c. Prosentase keteringatan responden WNI terhadap penanda identitas berhuruf Cina**

Responden WNI baik yang bisa (sedikit) maupun tidak bisa bahasa Cina, hampir semuanya tidak mengenali penanda identitas berhuruf Cina, terlihat dari grafik-grafik yang menunjukkan angka nol, kecuali penanda identitas Restoran *The Duck King* yang menggunakan huruf Cina dengan bentuk yang menyerupai bebek. WNI yang bisa sedikit bahasa Cina mengenal penanda identitas Restoran *The Duck King* tersebut, namun WNI yang tidak bisa bahasa Cina tetap saja kesulitan mengenali dan menyebutkan nama penanda identitas restoran berhuruf Cina yang bentuknya

sangat mudah dikenali ini. Dilihat dari hasil keseluruhan yang didapat dari angket keteringatan responden WNI, hampir seluruhnya adalah nol, ini berarti penanda identitas berhuruf Cina sama sekali tidak efektif bagi responden WNI.

**d. Prosentase keteringatan responden WNI dan WNI etnis Tionghoa terhadap penanda identitas berhuruf Cina**

Dilakukan perbandingan keseluruhan antara responden WNI etnis Tionghoa dengan responden WNI untuk melihat apakah ada perbedaan keefektifan sistem penanda bagi responden yang berbeda latar belakang budayanya. Didapatkan hasil bahwa grafik berwarna biru, yaitu responden WNI etnis Tionghoa lebih tinggi sedikit untuk tiap-tiap tingkat keteringatannya terhadap sistem penanda berhuruf Cina. Bagi responden WNI, keberadaannya hampir tidak berfungsi sama sekali. Ini terlihat dari hasil nol dari hampir semua penanda identitas berhuruf Cina. Sedangkan bagi WNI etnis Tionghoa,

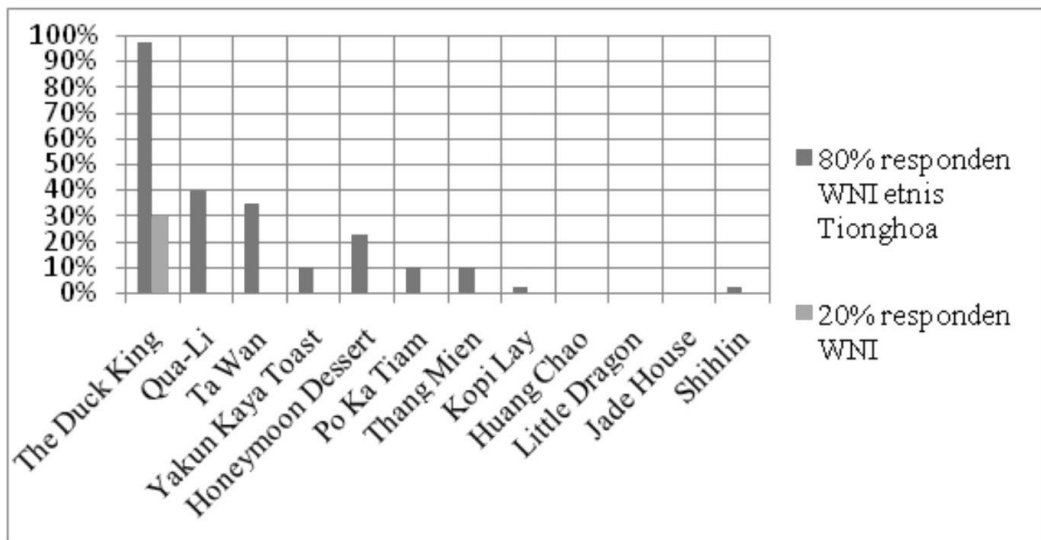


Diagram 4. Prosentase keteringatan responden WNI dan WNI etnis Tionghoa terhadap penanda identitas berhuruf Cina (n=50)

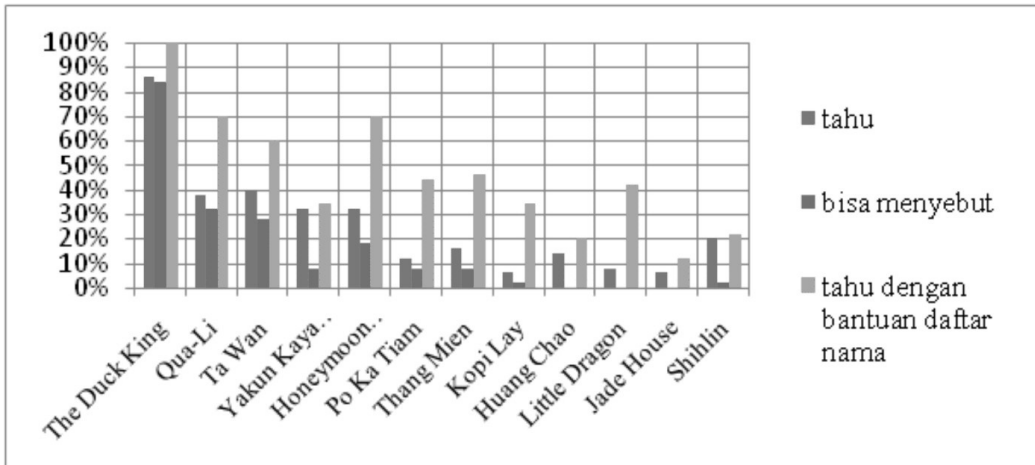


Diagram 5. Prosentase popularitas penanda identitas berhuruf Cina (n=50)

walaupun persentasenya rendah, namun masih ada sedikit nilai keefektifannya.

#### e. Prosentase popularitas penanda identitas berhuruf Cina

Persentase angka tahu, bisa menyebut dan bisa menjawab benar dengan bantuan daftar nama bagi keseluruhan responden ternyata masih sangat rendah, terlihat dari persentase grafik-grafik yang tidak mencapai 50%. Mereka tidak bisa 100% mencocokkan dengan benar daftar nama restoran dengan masing-masing sistem penandanya yang berhuruf Cina. Dari angka ini dapat ditarik kesimpulan bahwa penanda identitas yang menggunakan huruf Cina masih belum bisa berdiri sendiri, karena mayoritas masyarakat Bandung tidak dapat berbahasa Cina.

Dari hasil akhir didapatkan persentase grafik hijau responden, yaitu persentase tahu responden dengan bantuan daftar nama restoran terhadap penanda identitas *The Duck King* adalah yang paling tinggi, yaitu mencapai angka 100%. Tulisan Cina jenis *Seal Script* ini sangat menyerupai gambar bebek. Tanpa bisa membaca huruf Cina pun, semua orang bisa mengingat

*The Duck King* sebagai restoran Cina yang menjual bebek sebagai menu utamanya. Masyarakat melihat huruf ini tidak sebagai huruf Cina yang asing dan tidak dikenal maknanya, tetapi sebagai suatu gambar yang melambangkan bebek.

Dilakukan pula wawancara tambahan terhadap beberapa responden mengenai keteringatannya terhadap logo *The Duck King*. Ada beberapa responden yang mengaku belum pernah makan di *The Duck King* namun logonya yang berbentuk bebek membuatnya mudah diingat. Beberapa responden lainnya yang pernah makan di *The Duck King* mengatakan bahwa ini adalah restoran yang bebeknya enak. Keteringatan akan kekhasan gambar bebek pada logonya diperkuat dengan keseluruhan konsep restoran bermenu bebek yang lezat ini.

Dibawah itu terdapat restoran *Honeymoon Dessert* dan *Qua-Li* yang masing-masing terdapat 70% responden yang bisa mengingatnya. Logo *Honeymoon Dessert* memiliki tipe huruf Cina dan alfabet yang serupa, sehingga keberadaan huruf Cina dapat menggantikan *image* yang dibentuk

oleh huruf alfabetnya. Selain itu terdapat benang merah kesatuan antara warna penanda identitas dengan desain interior, bahkan menu dan peralatan makannya yang secara keseluruhan didominasi dengan warna kuning dan coklat. Keseluruhan detail ini menanamkan ingatan yang kuat akan *image Honeymoon Dessert*.

Restoran *Qua-Li* memiliki benang merah keterkaitan yang jelas antara namanya *Qua-Li* (bahasa Cina yang maknanya adalah kualiti) dengan alat masak bernama *kuali* dalam bahasa Indonesia. Logonya juga menggunakan gambar *kuali* sehingga memudahkan masyarakat untuk mengingatnya. Dari sudut pandang sintaktik, konsep penyajian makanannya pun benar-benar menggunakan *kuali*. Keunikan konsep restoran ini memperkuat ingatan masyarakat akan kekhasan Restoran *Qua-Li* melalui keberadaan logonya.

Walaupun hanya 34% masyarakat yang mampu (sedikit) bahasa Cina nyatanya terdapat 100% masyarakat yang dapat mengingat penanda identitas *The Duck King*, 70% masyarakat mengingat penanda identitas *Honeymoon Dessert*, 70% penanda identitas *Qua-Li*. Ini berarti meskipun tidak bisa berbahasa Cina, masyarakat masih mempunyai kesan khusus sehingga bisa mengingat penanda identitas yang menggunakan huruf asing ini.

## 6. Kesimpulan

### 6.1 Keterbacaan masyarakat terhadap penanda identitas berhuruf Cina yang diterapkan di Bandung

Berdasarkan angket, persentase masyarakat yang bisa (sedikit) bahasa Cina hanya 34%. Ini berarti penggunaan bahasa Cina untuk menyampaikan informasi sederhana sangat tidak efektif, tetap harus dibantu dengan

pelafalan huruf latin sehingga masih dapat dibaca. Huruf kanji merupakan bahasa yang cukup asing bagi masyarakat yang terbiasa menggunakan huruf alfabet. Selain itu desain yang khas melalui logo, huruf piktograf, dan jenis huruf alfabet dan huruf kanji yang mirip juga dapat membantu keterbacaan dan menanamkan *image* perusahaan tersebut di masyarakat.

Huruf Cina yang berfungsi sebagai teks untuk menyampaikan informasi menjadi bergeser perannya, karena keberadaannya di Bandung, kota yang sebagian besar masyarakatnya tidak bisa berbahasa Cina. Karena itu huruf Cina bergeser perannya dari teks menjadi suatu ornamen yang memberikan nuansa dan identitas Cina. Jadi pesan teks bukan lagi hal utama yang ingin disampaikan, melainkan pencitraan sebagai tujuan utama yang ingin disampaikan. Bahasa asing dalam penanda identitas ini dimaksudkan untuk membawa sesuatu yang istimewa. Bahasa asing mampu untuk “bermakna ganda”. Selain berfungsi untuk menyampaikan pesan langsung, juga memiliki keistimewaan untuk merujuk dan merepresentasikan berbagai benda, area kehidupan, lingkungan sosial.

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari pengamatan dan angket penanda identitas berbahasa Cina yang ditemui di restoran maupun *cafe* di Bandung:

- Huruf Cina berfungsi sebagai identitas dan membawa atmosfer yang menyatakan tempat itu memiliki unsur Cina. Restoran dengan penanda identitas Cina menghadirkan masakan ala Cina.
- Huruf Cina (piktograf) bisa menjadi logo yang *eye-catching* dan mudah diingat seperti logo *The Duck King*.
- Huruf Cina yang digunakan sebagai penanda identitas di tempat yang menggunakan bahasa Cina sebagai

bahasa asing bergeser fungsinya dari *logotype* menjadi *logogram*. Penggunaan tulisan itu tidak dimengerti oleh masyarakat Indonesia pada umumnya, oleh karena itu fungsi awalnya berupa teks menjadi sebagai simbol gambar saja.

- Pembuatan penanda identitas yang baik adalah dengan mencantumkan bahasa Indonesianya pula. Sehingga masyarakat dapat memahami instansi terkait bergerak di bidang apa dan informasi-informasi lainnya yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- Penanda identitas berhuruf Cina yang memperhatikan aspek sintaktik, keselarasan antara unsur-unsur penanda identitas, dan keselarasannya dengan keseluruhan konsep lebih mudah diingat masyarakat.

Jadi penggunaan sistem bahasa dalam desain di tempat yang menggunakan bahasa utama yang berbeda menggeser nilainya dari semiotika komunikasi menjadi semiotika signifikasi, tidak mempersoalkan adanya tujuan berkomunikasi, sebaliknya yang diutamakan adalah suatu segi pemahaman tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan daripada proses komunikasinya.

## **6.2 Unsur kebudayaan Cina yang terdapat pada penanda identitas restoran dan cafe berhuruf Cina**

Masyarakat Cina merupakan masyarakat yang sudah berkembang beribu-ribu tahun yang lalu dengan adat kebudayaan yang kental. Mulai dari warna dalam budaya Cina memiliki maknanya tersendiri, hingga benda-benda kebudayaan khas Cina yang memiliki makna mendalam bagi masyarakatnya. Beberapa unsur budaya khas Cina begitu terasa dalam desain penanda identitas restoran/*cafe* yang didesain dengan huruf

Cina. Beberapa kesimpulan mengenai unsur budaya yang tersirat dari penanda identitas berhuruf Cina:

- Untuk menuliskan penanda identitas dengan huruf Cina, orang-orang lebih cenderung menyukai warna merah dan kuning yang menyatakan keberuntungan, kebahagiaan, kemajuan, dan kesuksesan.
- Masyarakat keturunan Cina juga suka menggunakan simbol-simbol yang memiliki makna konotasi akan sesuatu yang baik, unggul, keaslian dan sebagainya seperti penggunaan simbol koin Cina dalam sistem penanda *The Duck King*, stempel Cina dalam *Ya Kun Kaya Toast*, batu Giok dalam nama *Jade House*, dan naga dalam nama *Little Dragon*.
- Jenis-jenis huruf Cina berdasarkan perkembangan jamannya memiliki potensi untuk menyuarakan citra dan atmosfer-atmosfir Cina yang tersirat dari bentuknya tersebut. Karena itu dalam perancangan penanda identitas yang isinya ingin pesannya memiliki korelasi dengan periode waktu tertentu harus memilih jenis huruf dengan tepat.

Keberadaan bahasa Cina di Bandung masih cukup asing. Hampir seluruh masyarakat tidak bisa membacanya, bahkan diabaikan karena ketidakterbacaannya. Karena itu untuk membantu masyarakat mengenal penanda identitas yang menggunakan huruf Cina, sebaiknya dalam penyampaiannya disertakan pula tulisan mengenai pelafalannya dalam huruf Latin atau huruf bahasa setempat sebagai penanda tambahan, sehingga masyarakat bisa mengetahui secara pasti cara baca dan arti huruf Cina yang dicantumkan pada penanda identitas. Penambahan pelafalan ini bisa membantu masyarakat untuk sedikit demi sedikit menerima bahasa asing ini karena

keterbacaannya dan kemampuannya untuk menyampaikan makna, bahkan bisa menjadi daya tariknya tersendiri melalui pengetahuan tentang cara baca ini. Misalnya penanda identitas restoran *Little Dragon* yang menggunakan huruf Cina di bawah ini sebaiknya pendesainannya memiliki arti dan pelafalannya juga.

## 7. Referensi

Follis, John. Hammer, Dave. (1979): *Architectural Signing and Graphics*. New York: Watson-Guption Publishers

Moleong, L.J. (1994): *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Ren, Qi Liang. (2006): *Zhongguo Wenhua Changshi*. Beijing: Gaodeng Jiaoyu Chubanshe

Sugiyono. (2007): *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

[http://farm3.static.flickr.com/2523/3922756134\\_2961422c5a\\_z.jpg](http://farm3.static.flickr.com/2523/3922756134_2961422c5a_z.jpg)  
diakses 3 Februari 2011

<http://tesyas.blogspot.com/2008/04qualiparis-van-java.html>  
diakses 3 Februari 2011

<http://www.facebook.com/pages/gadingchines-food>  
diakses 3 Februari 2011