

BAB V

ANALISIS TIPOGRAFI PADA GEROBAK PEDAGANG CIMOL

5.1 Karakteristik Tipografi pada Gerobak

Setiap bentuk atau *typeface* sebuah tipografi pasti memiliki karakteristik yang nantinya akan menunjang dan membantu dalam penyampaian pesan yang ingin disampaikan desainer atau seseorang yang menggunakan desain tipografi tersebut. Tak terkecuali tipografi yang digunakan pada gerobak pedagang cimol. Menurut penulis, mengetahui karakteristik tipografi yang digunakan pada gerobak pedagang cimol secara umum akan membantu dalam menganalisis ke tingkat selanjutnya, khususnya dalam menganalisis dengan interpretasi komposisional dan prinsip pokok tipografi.



Gambar 5.1 Sampel tipografi pertama

Sumber : Data Pribadi

Karakteristik tipografi yang ada pada gerobak pedagang cimol akan dicari berdasarkan cara pembuatan, bentuk huruf dan representasi visual. Dari empat sampel yang sudah ditentukan sebelumnya akan dipilih salah satu sampel yaitu

gambar 5.1, karena visual huruf atau tipografi pada sampel lain memiliki kesamaan bentuk dan *typeface*. Selain itu tipografi yang digunakan oleh pedagang cimol di area pasar minggu Gasibu juga memiliki kesamaan dengan berbagai pedagang makan dan jajanan lain. Sehingga sebelum mencari karakteristik visual, akan ditentukan terlebih dahulu klasifikasi tipografi berdasarkan proses pembuatannya.

5.1.2 Klasifikasi Huruf

Untuk menentukan klasifikasi huruf, penulis akan melihat dari proses pembuatan tipografi yang dipasang pada gerobak pedagang cimol. Dalam proses pembuatan atau pemasangan huruf, penulis awalnya beranggapan dalam proses pembuatan huruf terdapat suatu proses yang menggunakan bantuan alat potong atau computer karena terlihat sangat rapih dan persisi antara karakter satu dan karakter lainnya. Begitu pula dengan ukuran pada huruf terlihat sama seperti dicetak menggunakan komputer. Namun menurut keterangan kang Teten, huruf ini dipotong secara manual karena Mang Olih hanya sebagai pedagang *skotlet* atau setiker panggilan, kemungkinan kecil memiliki alat canggih seperti itu walaupun sudah mulai berjualan dari tahun 2015.

Salah satu pedagang cimol lain yaitu kang Herdi juga menambahkan, memang huruf-huruf yang dipasang oleh pedagang khususnya pedagang cimol di area Gasibu kebanyakan dipesan kepada orang yang sama yaitu mang Olih, namun ada juga yang memiliki bentuk berbeda, karena biasanya pedagang bisa memesan bentuk yang diinginkan. Selain itu kang Teten menambahkan jika memesan huruf kepada mang Olih, harganya relatif murah jika dibandingkan dengan pedagang

stiker lain dan jika pesanan huruf sudah selesai, stiker huruf bisa langsung dibantu untuk pemasangan ke gerobak oleh mang Olih tanpa adanya tambahan biaya. Sehingga biasanya dia merekomendasikan ke teman-temannya yang akan berjualan untuk masangan huruf atau skotlet kepada mang Olih.

Dari keterangan diatas dapat dipastikan Mang Olih memiliki kemampuan tangan yang baik terutama kemampuan dalam memotong stiker menjadi suatu susunan kata atau huruf berkat pengalaman bertahun-tahun. Sebelum memastikan huruf pada gerobak dibuat secara manual, penulis melakukan observasi dengan mencari contoh pembuatan huruf menggunakan stiker. Karena pada saat penulisan tesis ini sedang diterapkan PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat) di kota Bandung yang mengakibatkan banyak toko jasa pemasangan stiker atau skotlet ditutup sementara, sehingga penulis terpaksa mencari sumber di internet khususnya video di *Youtube*. Ternyata banyak sekali konten video di *Youtube* yang memperlihatkan cara pembuatan huruf secara manual, terutama huruf-hirif yang akan dipasangkan ke berbagai bidang seperti kendaraan bermotor, kaca pada rumah ibadah dan gerobak pedagang kaki lima. Salah satu *channel youtube* yang membuat konten video proses pemotongan stiker menjadi huruf yaitu *channel* “FA Official”.

Pada *channel Youtube* tersebut terdapat video yang memperlihatkan berbagai macam proses pembuatan huruf secara manual dengan menggunakan stiker yang nantinya akan dipasangkan ke berbagai bidang. Pada video tersebut terlihat kemampuan sang pembuat yang memotong stiker tanpa membuat arsiran huruf atau penanda bagian stiker yang akan dipotong terlebih dahulu. Seperti pada gambar 5.2 yang merupakan potongan *scene* pada salah satu videonya memperlihatkan

pembuat hanya menggunakan alat bantu sederhana berupa *cutter* kecil untuk memotong dan penggaris atau meteran untuk mengukur panjang stiker yang akan digunakan. Sedangkan pembuatan dan pemotongan dapat dikerjakan diatas kaca atau langsung dibidang yang akan dipasang huruf.



Gambar 5.2 Proses pembuatan stiker huruf secara manual

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=Jc6vRrHgDIY>.
Diakses pada 21/08/2021.

Dari contoh diatas dapat dipastikan seseorang yang sudah lama berprofesi sebagai penjual skotlet/stiker dan pembuat huruf memiliki kemampuan yang dapat membentuk stiker menjadi sebuah susunan huruf atau karya tipografi. Begitu pula dengan huruf pada gerobak pedagang cimol yang dibuat oleh Mang Olih yang dibuat secara manual tanpa adanya bantuan mesin potong. Dari hasil observasi dan keterangan mang Teten diatas, huruf yang digunakan pada gerobak pedagang cimol

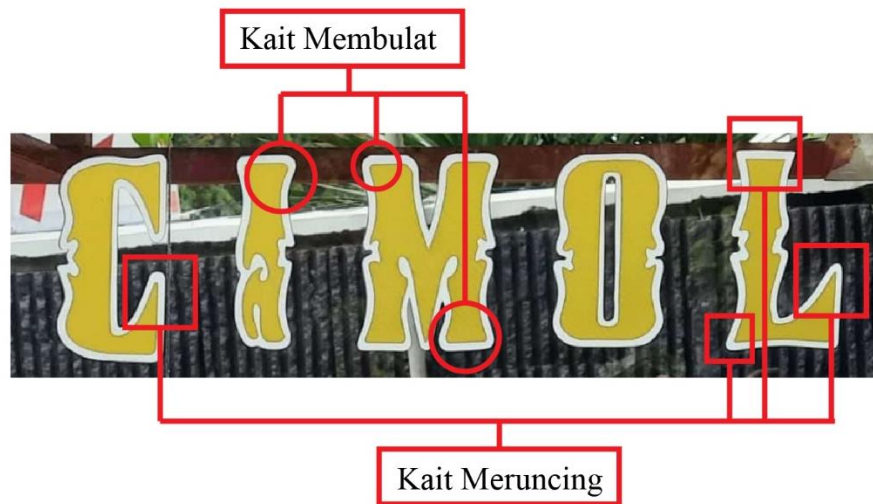
dapat diklasifikasikan sebagai tipografi vernakular karena proses pembuatan dan pemasangan yang dilakukan secara manual tanpa menggunakan komputer atau mesin potong, selain itu tipografi vernakular juga biasanya dibuat oleh orang-orang yang tidak memiliki latar belakang pendidikan di bidang seni atau desain seperti mang Olih. Selain itu biasanya tipografi vernakular memiliki ciri khas yang diangkat dari kebudayaan lokal seperti tata bahasa yang digunakan atau visual yang menyangkut dengan sesuatu yang khas kebudayaan lokal.

Untuk menentukan karakteristik visual dan ciri khas kearifan lokal pada tipografi vernakular yang digunakan pada gerobak tukang cimol, penulis akan membahasnya di sub bab berikutnya yaitu karakteristik visual, karena ciri khas dari kebudayaan merupakan salah satu elemen visual yang dapat terlihat pada setiap karakter huruf yang ada dalam tipografi vernakular yang nantinya membentuk karakteristik tersendiri.

5.1.2 Karakteristik Visual

Untuk menentukan karakteristik visual pada tipografi yang digunakan pada gerobak pedagang cimol, penulis akan ditinjau dari bentuk dan visual huruf yang digunakan. Umumnya penggunaan huruf pada gerobak pedagang kaki lima merupakan huruf *display* karena memiliki badan huruf yang tebal atau berat, menggunakan huruf kapital, serta warna yang cukup mencolok. Begitu juga dengan huruf yang terpasang pada gerobak pedagang cimol, seperti pada gambar 5.1 huruf *display* dipasang pada kaca bagian depan atas yang merupakan bidang kaca paling besar jika dibandingkan dengan bidang kaca samping pada gerobak yang digunakan.

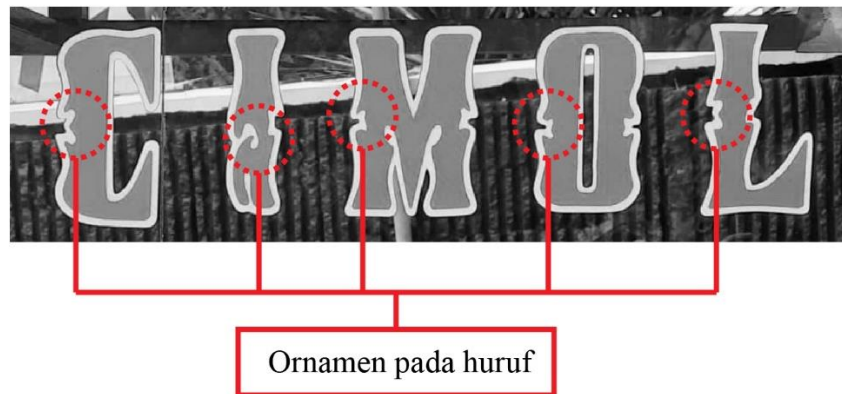
Huruf tersebut terdiri dari lima karakter yang berbeda bertuliskan “CIMOL” ditulis dengan huruf kapital.



Gambar 5.3 Kait pada ujung huruf

Sumber : Pribadi

Jika dilihat dari bentuk huruf pada gambar 5.3 terlihat setiap karakter huruf pada gerobak ini memiliki kait pada ujung hurufnya, meskipun bentuk kait disetiap karakter hurufnya tidak konsisten, seperti pada huruf “C” dan huruf “L” memiliki bentuk kait yang runcing sedangkan pada huruf lain seperti huruf “M” dan huruf “I” memiliki bentuk kait yang membulat. Perbedaan bentuk kait pada sampel tipografi diatas juga dapat memperkuat bukti bahwa huruf yang dipasang di gerobak pedagang cimol merupakan tipografi vernakular. Dalam tipografi yang memiliki kait disetiap karakter hurufnya dapat diklasifikasikan sebagai huruf *Serif*. Namun selain terdapat kait disetiap ujung hurufnya, huruf yang terpasang pada gerobak pedagang cimol juga memiliki suatu motif atau ornamen yang terletak di samping luar huruf dan berada di tengah-tengah karakter huruf.



Gambar 5.4 Ornamen pada huruf

Sumber : Data Pribadi

Dilihat pada gambar 5.4, ornamen yang terdapat pada karakter huruf dimiliki oleh semua karakter huruf dan memiliki bentuk maupun ukuran yang hampir sama. Namun ornamen pada huruf “I” memiliki bentuk yang sedikit berbeda. Terlihat ornementnya lebih rumit dibandingkan dengan karakter huruf lainnya khususnya ornament disisi kiri. Meskipun begitu, perbedaan ini mengganggu keselarasan pada susunan huruf ini, karena pada sisi luar huruf “I” masih memiliki bentuk ornamen yang sama. Menurut Carella. I (2017) huruf vernakular dapat di klasifikasikan sebagai huruf vernakular berkait, huruf vernakular ornamental berkait, huruf vernakular tidak berkait, huruf vernakular ornamental tidak berkait, huruf vernakular tulis tangan dan huruf vernakular kombinasi.

Meskipun disetiap karakter hurufnya memiliki bentuk ornamen yang tidak konsisten, ornamen ini tidak menjadi bias yang dapat mengganggu dan mengurangi keterbacaan atau memahami arti pada tipografi tersebut, justru memperkuat karakteristiknya sebagai tipografi yang dibuat secara manual atau tipografi vernakular. Menurut penulis bentuk ornamen yang berada ditengah dan tidak terlalu

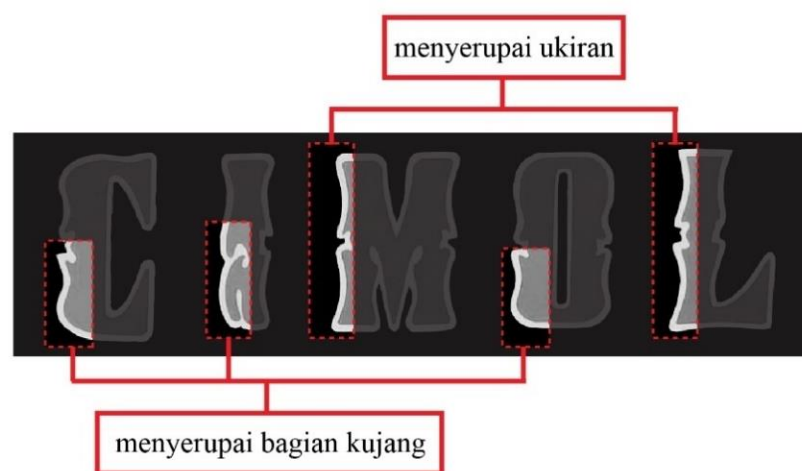
rumit ini masih bisa ditoleransi oleh pembaca sehingga tidak mengganggu dan menjadi bias dalam penyampaian pesan.

Dari paparan diatas dan analisis sebelumnya, menunjukkan huruf yang digunakan pada gerobak tukang cimol dapat diklasifikasikan sebagai huruf vernakular ornamental berkait. Hal ini karena tipografi vernakular pada gerobak pedagang cimol terdapat kait disetiap ujung karakter hurufnya dan memiliki semacam ornamen yang berada ditengah-tengah badan huruf. Jika melihat di lapangan dan hasil studi literatur, jenis tipografi ornamental berkait ini memang sering digunakan sebagai *display type* khususnya pada kaca gerobak bagian depan yang memiliki bidang paling besar. Karena tipografi jenis ini memiliki karakteristik yang mudah terlihat atau menarik untuk dilihat. Hal ini akan menunjang fungsi dari tipografi yaitu untuk menyampaikan pesan dari jenis dagangan yang di jual oleh pedagang. Sesuai dengan tujuan salah satu pedagang cimol yaitu kang Teten yang tujuan dipasangnya tipografi vernakular pada gerobaknya untuk memudahkan pengunjung pasar minggu Gasibu saat ingin mengetahui jenis jajanan yang dijualnya.

5.1.3 Representasi Huruf

Menurut peneliti bentuk pada huruf yang dipasang di gerobak pedagang cimol memiliki arti, karena dari bentuk huruf secara keseluruhan dan khususnya bentuk ornament dapat merepresentasikan suatu objek tertentu. Terutama pada tipografi vernakular yang pada umumnya menggambarkan ciri khas kebudayaan lokal menyesuaikan dengan huruf tersebut dibuat atau diperuntukkan. Seperti bentuk dari objek yang berhubungan dengan makanan, berhubungan dengan kebudayaan dan

benda lain seperti contohnya tulang, batang pohon, bunga dan lain-lain. Namun jika dipersempit dengan konteks kebudayaan masyarakat Sunda, dimana cimol merupakan salah satu jajanan khas Sunda, visual pada huruf terutama ornamen yang terdapat pada tipografi vernakular dapat merepresentasikan dengan sesuatu hal yang berkorelasi dengan kebudayaan khas dari masyarakat Sunda, seperti baju adat, rumah adat, bahkan senjata khas.

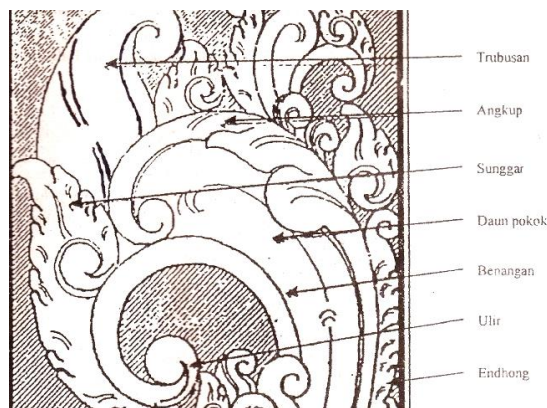


Gambar 5.5 Lekukan pada ornamen huruf

Sumber : Data Pribadi

Menurut penulis, jika bentuk pada ornamen huruf yang digunakan pedagang cimol dipotong/*crop*, maka bentuk ornamen tersebut akan menyerupai beberapa hal yang relevan dengan kebudayaan tradisional. Seperti dilihat pada gambar 5.5, pada ornamen yang terdapat di sisi huruf “M” dan huruf “L” dapat menyerupai suatu motif ukiran tradisional yaitu motif Cirebon. Namun jika dilihat bagian ornamen huruf “C”, “I” dan “O”, memiliki lekukan garis yang menyerupai garis luar pada bagian besi dari senjata khas Jawa Barat, yaitu Kujang tepatnya berjenis kujang Ciung.

Dalam Pratama, D. P. (2016), Motif ukir Cirebon merupakan motif yang biasanya digunakan untuk hiasan bangunan yang memiliki bentuk cembung atau cekung, sedangkan untuk coraknya seperti bentuk awan, karang atau tumbuhan. Motif ukir Cirebon ini memiliki beberapa unsur bagian seperti angkup, jambul susun, dan daun trubus. Sedangkan bentuk ornamen pada huruf yang menyerupai ukiran motif Cirebon merupakan bagian angkup karena berbentuk cekung di bagian samping hurufnya. Seperti pada gambar 5.6.

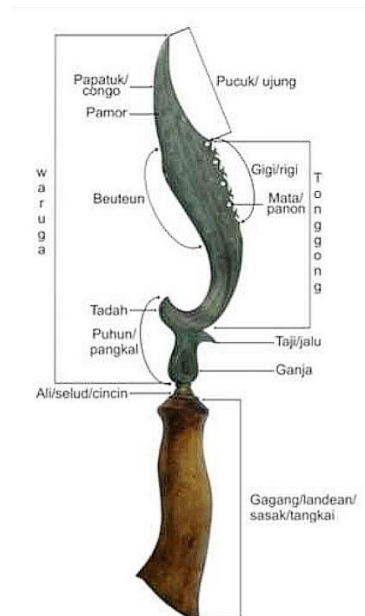


Gambar 5.6 Unsur-unsur pada motif ukir Cirebon

Sumber : <https://www.tokopedia.com/blog/yuk-lebih-mengenal-kerajinan-tangan-ukir-indonesia-dengan-melihat-motifnya/>, diakses pada 20/11/2021.

Sama seperti ukiran, kujang juga memiliki berbagai macam unsur pada bentuknya terutama pada kujang ciung. Dalam Kurniawan, A. (2014) Kujang Ciung merupakan gabungan morfologi bentuk antara bentuk manusia sebagai perwujudan makhluk sempurna dan bentuk burung sebagai perwujudan dari alam atas. Dalam Basuki, T. Y. (2018) umumnya kujang memiliki tiga bagian yaitu *waruga* (bilah), *landean* (gagang), dan *kowak* (sarung) yang masing-masing memiliki fungsi masing-masing. Sedangkan untuk bagian ornamen huruf yang menyerupai kujang ciung merupakan bagian *waruga*. Masih dalam Basuki, T. Y. (2018) *waruga*

merupakan bagian utama pada kujang ciung yang memiliki makna raga atau tubuh, sehingga raga tersebut harus selalu dijaga agar jiwa didalamnya tetap dalam keadaan yang baik. Waruga sendiri memiliki beberapa bagian seperti pada gambar 5.7.



Gambar 5.7 Bagian-bagian pada Kujang Ciung.

Sumber : Buku Kujang Pasundan (2018), h.205.

Meskipun begitu, kemiripan ornamen pada huruf dengan ukiran atau kujang yang disebutkan diatas bukanlah hal yang pasti, karena representasi visual setiap orang akan berbeda-beda tergantung dari pengalaman dan literasi visual yang dimiliki. Sehingga tidak menutup kemungkinan representasi visual dari pedagang cimol yang memakai huruf dan bahkan pembuat huruf itu sendiri yaitu mang Olih akan berbeda dari penulis, dan juga orang lain.

5.1.4 Hasil Analisis Karakteristik

Karakteristik pada tipografi yang digunakan pada gerobak pedagang cimol dicari dengan beberapa aspek visual yang umumnya terdapat pada semua sampel tipografi yang dipilih, seperti proses pembuatan, karakteristik visual yang mencakup bentuk ujung huruf, dan ornamennya, serta representasi bentuk. Hasil identifikasi berdasarkan aspek-aspek yang sudah disebutkan tadi dirangkum pada tabel 5.1.

Tabel 5.1 Hasil identifikasi karakteristik tipografi pada gerobak pedagang cimol

Aspek	Temuan
Cara pembuatan	• Berdasarkan dari keterangan pedagang cimol, hasil analisis pada bentuk, dan cara pemasangan pada gerobak kemungkinan besar huruf yang dibuat secara manual dan konvensional tanpa bantuan alat canggih seperti komputer. • Adanya sedikit perbedaan atau tidak konsistennya bentuk pada masing-masing ujung huruf, sehingga terkesan tidak rapih. • Semua pedagang cimol dipasar minggu Gasibu memesan huruf kepada orang yang sama, sehingga bentuk/<i>typeface</i> pada hurufnya sama. • Huruf dipakai oleh pedagang makanan lain.
Klasifikasi huruf	• Ditinjau dari pembuatannya yang manual serta dibuat oleh seseorang yang tidak memiliki latar belakang pendidikan desain, dan terdapat ornamen dan ujung pada setiap karakter hurufnya maka huruf ini

	diklasifikasi sebagai tipografi vernakular ornamental berkait.
Bentuk Ujung huruf	• Ditinjau bentuknya karena huruf ini dibuat secara manual sehingga adanya perbedaan bentuk, yaitu ada yang meruncing dan ada yang membulat. Namun pada huruf ini semua karakternya memiliki ujung huruf.
Representasi huruf	• Sebagai tipografi vernakular, huruf ini dapat merepresentasikan suatu objek yang khas dengan kebudayaan masyarakat Sunda. • Menurut penulis beberapa bagian ornamen pada karakter huruf yang digunakan dapat merepresentasikan motif ukir dan Kujang. • Ornamen yang merepresentasikan bentuk kujang khususnya pada bagian <i>waruga</i> (bilah). • Ornamen karakter huruf yang merepresentasikan ukiran motif Cirebon menyepertikan bagian angkup.

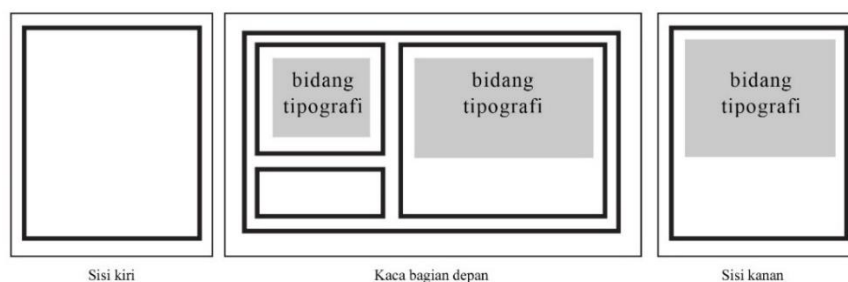
5.2 Analisis Interpretasi Komposisional Pada Tipografi

Setelah karakteristik tipografi pada gerobak pedagang cimol yang bersifat umum sudah diidentifikasi, selanjutnya akan menganalisis sampel tipografi vernakular yang sudah dipilih satu persatu dengan pendekatan analisis interpretasi komposisional. Walaupun ke empat sampel memiliki bentuk / *typeface* yang identik, komposisi warna dan kontek yang ada pada gerobaknya berbeda-beda. Dari empat sampel yang dipilih, terdapat tipografi yang sangat sederhana, yaitu hanya menggunakan satu kata saja, dan ada yang menggunakan tipografi yang cukup kompleks, sehingga dalam analisi interpretasi komposisional ini penulis akan memulai dari tipografi yang paling sederhana sampai yang paling kompleks.

Dalam Rose (2016) komposisi yang dapat dianalisis dari suatu karya terdiri dari konten, warna, organisasi spasial, montase file, suara, cahaya, dan ekspresi konten. Namun penulis sudah memilih komposisi yang relevan dengan objek penelitian yaitu :

5.2.1 Konten

Dalam analisis konten, penulis akan melengkapi analisisnya dengan empat unsur dasar tipografi yaitu *legibility*, *visibility*, *clarity*. Selain itu analisis akan ditinjau visual yang terlihat pada bagian kaca depan gerobak. Pada umumnya, bidang sisi kaca pada pedagang cimol dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian depan, bagian samping kanan, dan samping kiri. Namun biasanya pedagang cimol hanya menggunakan dua bidang saja yaitu bidang pada sisi depan dan sisi samping kanan karena kedua bidang tersebut dilengkapi dengan kaca bening, sedangkan pada bagian sisi kiri dibiarkan kosong seperti pada gambar 5.8.



Gambar 5.8 Bidang kaca pada gerobak

Sumber : Data pribadi

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis tipografi vernakular yang terdapat pada bagian kaca depan saja. Hal ini karena pada umumnya pedagang kaki

lima khususnya pedagang cimol menggunakan kaca depan ini sebagai media utama untuk menempatkan huruf atau tipografi. karena selain memiliki bidang yang lebih besar, pada gerobak pedagang cimol biasanya bagian kaca samping kanan dan kiri memiliki tulisan yang sama dengan tulisan yang berada di depan seperti dapat dilihat pada gambar 5.9. Oleh karena itu, konten yang akan dianalisis diambil dari tipografi yang terpasang pada gerobak bagian kaca depan.



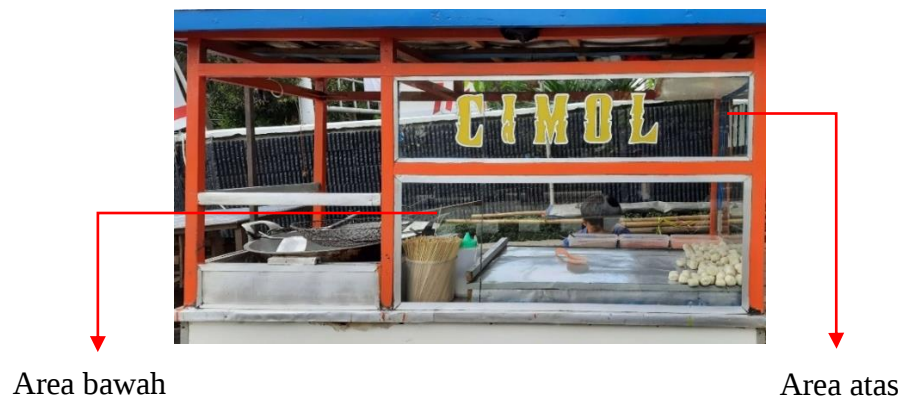
Gambar 5.9 Bidang kaca pada gerobak pedagang cimol

Sumber : data pribadi

1) Sampel pertama

Sampel pertama ini merupakan sampel yang sama dengan sampel yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik umum yang dimiliki tipografi vernakular pada gerobak pedagang cimol. Sampel satu memiliki tipografi paling sederhana jika dibandingkan dengan ke tiga sampel terpilih lainnya, dan memiliki kesamaan dengan keempat gerobak pedagang cimol lainnya yang tidak dipilih sebagai sampel. Menurut penulis, kesederhanaan ini muncul ketika pedagang cimol sudah merasa cukup puas dengan tipografi yang dipasangnya. Karena hasil dari

wawancara pemilik gerobak ini yaitu kang Herdi, dia merasa sudah cukup puas dengan adanya satu tulisan saja digerobaknya, yang penting pengunjung dipasar minggu gasibu tidak kebingungan atau menjadi tau bahwa jajanan yang dijualnya adalah cimol. Meskipun pengunjung dapat melihat jajanannya secara langsung karena pada gerobaknya menggunakan kaca bening, tapi menurut kang Herdi lebih baik ditambahkan tulisan untuk mempertegas sehingga jika dari kejauhan tetap terlihat, dan sudah menjadi ciri khas.



Gambar 5.10 Penempatan tipografi pada sampel pertama

Sumber : Data pribadi

Dapat dilihat pada gambar 5.10 Jika dilihat secara keseluruhan, penggunaan kaca bening pada bagian depan khususnya area bawah menyebabkan tidak hanya bentuk tipografi vernakularnya saja yang terlihat tetapi juga jajanan yang sedang dijual dapat terlihat cukup jelas, sehingga calon pembeli atau pengunjung pasar minggu Gasibu bisa melihat apakah produk jajanan yang sedang dijual masih tersedia atau bahkan sudah habis. Hal ini juga disebabkan oleh letak tipografi vernakular yang disimpan diatas sehingga bagian bawah terdapat ruang kosong seakan-akan khusus untuk memperlihatkan ketersediaan jajanan yang dijual. Selain

itu menurut Carella, I. (2017) tipografi vernakular pada gerobak pedagang kaki lima biasanya ditempatkan pada area paling atas terlebih dahulu baru ke bawah, sehingga alur membacanya dari atas kebawah. Begitu pula dengan tipografi vernakular pada sampel pertama ini, memiliki alur baca dari atas ke bawah. Selanjutnya akan dianalisis dengan prinsip pokok tipografi yang terdiri dari *Legibility*, *Visibility*, dan *Clarity* :

- *Legibility*

Tipografi pada gerobak pedagang cimol dapat dibaca dengan mudah karena memiliki *type weigh* yang tebal dan jenis huruf yang berat. Hal ini juga dibantu oleh karakteristik huruf ornament berkait yang memang cocok digunakan sebagai *display*. selain itu efek *stroke*/garis luar yang digunakan pada setiap karakter hurufnya yang membuat tulisan pada grobak sangat kontras terutama tulisan ini dipasang pada kaca yang bening. Efek *strok* yang terdapat pada tipografi vernakular di sampel pertama juga membua kesan hurufnya timbul ke luar.

- *Visibility*

Visibility pada tipografi grobak pedagang cimol sampel pertama cukup baik walaupun memiliki ukuran tidak terlalu besar. Sehingga bentuk huruf masih bisa dibaca dan terlihat dengan baik walaupun dilihat dari jarak jauh. Hal ini juga merupakan pengaruh dari *stroke* dan *typeweight* yang tebal. Namun jika lebih dari 10 meter kemungkinan tidak akan terlihat dengan jelas karena setiap ukuran huruf memang memiliki keterbatasan jarak untuk dapat terbaca. Selain itu bidang kaca dimana teks dipasang juga dapat mempengaruhi tingkat

keterlihatan, karena tidak memiliki warna dasar dan akan mengikuti objek yang terdapat di belakangnya. *Visibility* pada teks ini juga akan sangat terpengaruh oleh cahaya, ketika sedang mendung dan juga malam hari huruf ini tidak akan terbaca karena terbuat dari bahan yang tidak memantulkan cahaya.

- *Clarity*

Clarity pada tipografi vernakular sampel pertama cukup baik, karena makna teks dan huruf masih dapat *dimengerti*. Teks pada huruf tersebut merepresentasikan produk jajanan yang sedang dijual yaitu cimol. Walaupun jika dilihat dari bentuk teks, efek *stroke*, tidak merepresentasikan cimol. dan jenis tulisan ini juga dipakai oleh pedagang makanan lain di area pasar minggu, tidak membuat calon pembeli bingung dengan jenis jajanan yang ditawarkan dan tertukar dengan pedagang lain. Hal ini juga terbantu dengan terlihatnya produk cimol dibagian bawah.

2) Sampel kedua



Gambar 5.11 Sampel tipografi vernakular pada gerobak kedua

Sumber : Data pribadi

Dapat dilihat pada gambar 5.11, sampel kedua memiliki kesamaan *layout* pada bidang kaca terutama bagian depan dengan *layout* kaca gerobak pada sampel pertama, hal ini karena gerobak dibuat oleh orang yang sama yaitu kang Teten. Hanya saja, ukuran dan jumlah kata tipografi vernakular pada gerobaknya berbeda. Pada sampel kedua ini terdapat dua kata yaitu “CIMOL” dan “CAKUE”. Kedua kata tersebut merepresentasikan produk-produk yang dijual oleh pedagang. Karena cimol merupakan produk yang dijual pertama dan memiliki ukuran huruf paling besar, dapat dianggap sebagai menu utama, sedangkan cakue memiliki ukuran huruf lebih kecil, dan terletak sedikit dibawah sehingga dapat disebut menu kedua, atau menu tambahan. Sama seperti sampel pertama, pada sampel kedua ini terdapat ruang kosong yang fungsinya untuk memperlihatkan cimol yang sedang didinginkan dan yang sudah dibungkus plastik seperti pada gambar 5.12.



Gambar 5.12 Pengelompokan konten pada sampel kedua

Sumber : Data pribadi

Menurut kang Teten cimol merupakan produk jajanan yang pertama kali dia jual, sedangkan cakue atau *cakwe* merupakan produk baru yang dia jual. Kang

Teten menambahkan, dirinya baru mulai berjualan cakue setelah bulan Ramadhan di tahun 2020, karena pada awalnya hanya menjual cimol saja, yang sudah dijual sejak pertama kali berjualan. Menurutnya tidak ada alasan khusus kenapa memilih jajanan cakue sebagai produk keduanya, karena berjualan cakue dapat membantu terutama menambah penghasilan, karena terkadang terdapat pembeli yang awalnya hanya membeli cimol tetapi karena ada cakue menjadi membeli dua jenis jajanan ini sekaligus.

Ada hal yang menarik disini, karena kedua jenis jajanan yang dijual oleh kang Teten ini sebetulnya memiliki latar belakang yang berbeda, untuk jajanan cimol merupakan jajanan khas Sunda, sedangkan cakue merupakan jajanan Indonesia yang berasal dari pengaruh kebudayaan Tionghoa. Jika dilihat dari unsur kebudayaan sama sekali tidak ada kolerasinya, tetapi jika dilihat dari tatacara pembuatan terdapat proses yang sama, yaitu bahan-bahan dibuat adonan terlebih dahulu, dibentuk, dan lalu digoreng.



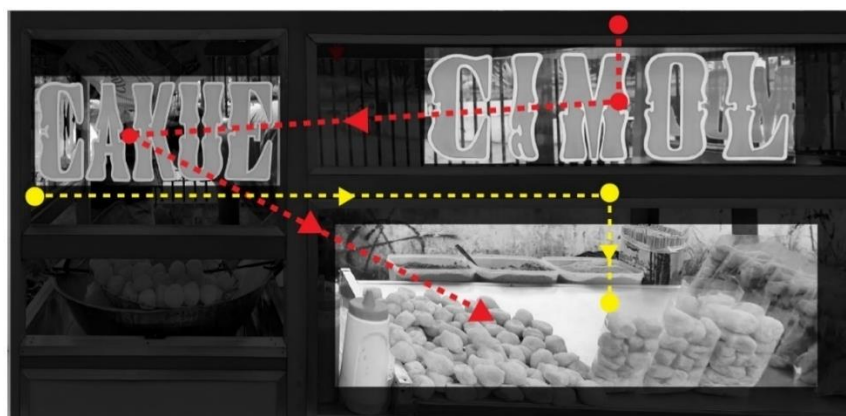
Gambar 5.13 Jajanan cakue *mini*

Sumber : <https://resepmasakanku.net/>, diakses pada 01/09/2021

Sama seperti sampel pertama pada gerobak tidak terdapat keterangan lebih lanjut mengenai menu jajanan yang sedang dijual, seperti jenis cimol, atau jenis

cakue. Jika dilihat dari hasil observasi, cimol yang ditawarkan disini merupakan cimol kering sama seperti cimol pada sampel pertama. Sedangkan untuk cakue lebih merujuk ke jajanan cakue *mini* seperti pada gambar 5.13. Disebut cakue mini karena memiliki ukuran lebih kecil dari cakue normal, atau cakue medan.

Jika ditinjau dari alur baca pada sampel kedua ini berbeda dengan sampel pertama, karena terdapat dua kata yang terpasang pada kaca bagian depan gerobak sehingga alur baca akan dimulai dari tipografi yang berada paling besar atau paling atas, mengarah ke bawah. Seperti pada garis merah pada gambar 5.14, alur baca dimulai dari tulisan “cimol”, menjadi pertama dilihat mata karena berada di area atas sebelah kanan, lalu ke tulisan “cakue” dan menuju kebawah ke bagian produk jajanan yang sudah dibungkus atau sedang ditiriskan.



Gambar 5.14 Arah baca pada tipografi vernakular sampel kedua

Sumber : Data pribadi

Namun menurut penulis, tipografi vernakular pada sample kedua ini dapat juga dibaca dari arah kiri seperti pada garis kuning pada gambar 5.14, hal ini karena perbedaan besar karakter huruf yang tidak signifikan dan kebiasaan membaca yang

diawali dari kiri. Sehingga mata akan melihat tulisan “cakue” terlebih dahulu, lanjut ke arah tulisan “cimol”, diakhiri dengan melihat produknya yang berada dibagian bawah. Selanjutnya analisis prinsip pokok tipografi pada sampel kedua :

- *Legibility*

Legibility pada tipografi vernakular sample kedua ini tidak jauh berbeda dengan sampel pertama, sehingga tipografi vernakular yang terdapat pada gerobak ini masih dapat dibaca dengan mudah baik teks pertama, maupun kedua, karena memiliki *type weigh* dan karakteristik huruf yang sama walaupun berjenis ornamental tetapi ornament pada huruf ini cukup sederhana dan tidak terlalu kompleks sehingga tidak mengganggu pembaca ketika melihat teks pada gerobak. Namun pada teks “CAKUE” memiliki kerapatan yang cukup padat dibandingkan dengan teks “CIMOL” sehingga calon pembeli yang melihat harus lebih memperhatikan teks tersebut.

- *Visibility*

Tingkat keterlihatan pada sampel tipografi venakular kedua ini dinilai lebih baik dibandingkan dengan sampel pertama, karena memiliki ukuran huruf yang lebih besar. Walaupun terdapat teks dengan *kerning* yang sempit, menurut penulis masih bisa dibaca secara cepat terutama dari jarak yang cukup jauh. faktor-faktor lain yang mendukung dan mengurangi *visibility* pada sampel kedua ini masih sama dengan sampel pertama, karena karakteristik huruf yang sama serta penggunaan *stroke* di setiap karakternya dapat menjadi faktor penambah keterlihatan.

- *Clarity*

Tingkat *clarity* pada sampel tipografi vernakular kedua cukup baik, karena teks masih dapat dibaca dengan baik dan tidak menimbulkan kebingungan pada arti atau makna pada tulisan tersebut. Walaupun pada teks “CAKUE” memiliki kerning yang sempit, tapi masih ada jarak antara karakter hurufnya sehingga tidak ada karakter huruf yang menempel, dan pembaca masih dapat mengenali setiap karakter hurufnya. Tipografi vernakular yang terpasang pada gerobak merupakan representasi dari produk-produk yang dijual oleh pedagang yaitu cimol dan cakue.

3) Sampel ketiga

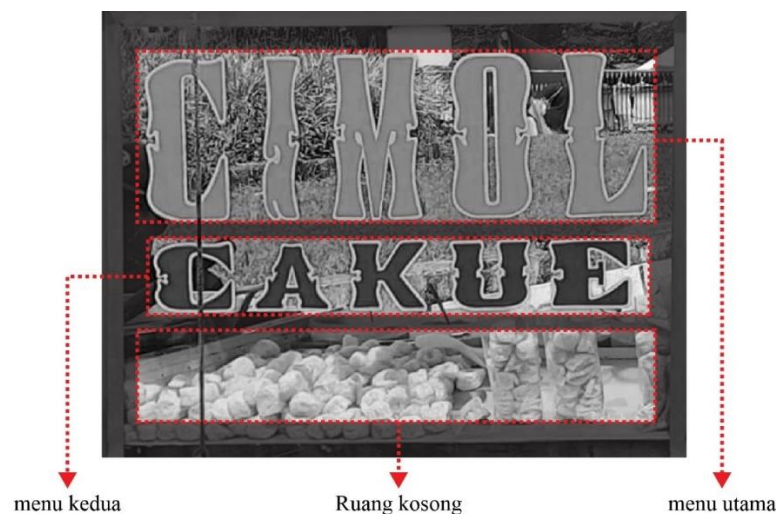


Gambar 5.15 Sampel tipografi vernakular pada gerobak ketiga

Sumber : Data pribadi

Sampel ketiga merupakan sampel tipografi vernakular yang masih diambil dari gerobak pedagang cimol di kawasan pasar minggu Gasibu. Pedagang yang memiliki gerobak ini berjualan didalam taman, berbeda dari ke tiga sampel lainnya yang berjualan diluar area taman atau di jalan, namun jika dilihat pada gambar 5.15, konten tipografi yang terdapat pada gerobak sampel ketiga ini memiliki kesamaan

dengan sampel kedua. Yaitu terdapat dua tipografi vernakular yang pertama “CIMOL” dan kedua adalah “CAKUE”, namun *layout* atau susunan kaca bagian depan yang terdapat pada sampel ketiga ini sangat berbeda dengan sampel kedua, sehingga cara baca, ukuran, komposisi dan warnanya menarik untuk dianalisis.



Gambar 5.16 Pengelompokan konten pada sampel ketiga

Sumber : Data pribadi

Terlihat pada gambar 5.16 tipografi vernakular yang pertama terletak di area atas bertuliskan “CIMOL”, tipografi ini merepresentasikan menu utama yang dijual oleh pedagang ini yaitu cimol, kesan menu utama muncul terutama dilihat dari letaknya yang paling atas, dan ukurannya yang lebih besar. Tipografi yang kedua terletak tepat diatas teks pertama yaitu “CAKUE” yang merepresentasikan menu kedua dari produk jajanan yang tersedia yaitu cakue *mini*. Menu cakue ini dapat disebut menu kedua atau menu tambahan, karena letaknya berada dibawah teks menu utama, dan memiliki ukuran huruf yang lebih kecil. Selain itu, sama seperti pada sampel kedua, pada penataan huruf/*layout* pada geroak ketiga juga terdapat

ruang kosong yang memperlihatkan dengan jelas jajanan yang masih tersedia, hanya saja pada sampel ketiga ini ruang kosong menjadi sedikit lebih sempit.

Ditinjau dari jumlah kontennya, terdapat kesamaan dengan sampel-sampel sebelumnya yaitu jenis cimol ataupun cakue tidak dijelaskan secara rinci pada gerobak yang digunakan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa hal yaitu, hal ini disebabkan karena sudah menjadi budaya visual pedagang kaki lima yang hanya mencantumkan nama jenis jajanan yang dijual secara garis besarnya saja tanpa ditambahkan detail dari produk jajanan, atau juga dapat disebabkan oleh sudah menjadi ciri khas pedagang cimol yang berjualan di pasar minggu Gasibu, sehingga hal ini menjadi ciri khas dari pedagang cimol di Gasibu atau area lain sekitaran kota Bandung. menurut penulis, walaupun jenis cimol yang dijual merupakan jenis cimol biasa sehingga merasa tidak perlu ditambahkan keterangan lain, seperti jenis, rasa, dan harga. Namun terkadang diperlukan tambahan keterangan seperti harga atau keterangan rasa, sehingga calon pembeli tidak bingung dengan harga atau rasa yang dapat dipilih pembeli.

Jika dilihat dari alur baca seperti pada gambar 5.17, konten pada sampel ketiga memiliki kemiripan dengan sampel pertama yaitu dibaca dari atas kebawah, tanpa perlu melihat ke area kacadepan sebelah kiri. Penyebabnya adalah *layout* konten pada sampel ketiga ini hanya memenuhi bagian depan sebelah kanan, dimana bidang ini merupakan bidang kaca yang paling luas. sedangkan pada area sebelah kiri dibiarkan kosong. Untuk struktur huruf yang digunakan pada sampel ketiga menggunakan huruf tegak dengan *alignment* pada teks “CIMOL” yang

berada tepat ditengah bidang kaca sebelah kanan tanpa adanya perbedaan jarak antara sisa ruang disamping kanan kiri.



Gambar 5.17 Alur baca konten pada sampel ketiga

Sumber : data pribadi

Untuk selanjutnya sampel ketiga akan di analisis dengan analisis prinsip pokok tipografi pada sampel ketiga, berikut analisisnya :

- *Legibility*

Menurut penulis, tingkat *legibility* tipografi vernakular pada sampel ketiga ini masih cukup baik. Karena tipografi vernakular masih dapat dengan mudah dimengerti maksud dan makna dari kedua tulisan tersebut. Sama seperti sample sebelumnya karakteristik huruf ornamental berkait tidak mengganggu dalam memahami arti dari tipografi tersebut. Tetapi karena alur baca pada sampel ketiga ini lebih mudah yaitu dari atas kebawah, sehingga jika dibandingkan sampel kedua, tipografi pada sampel ketiga lebih baik.

- *Visibility*

Ditinjau dari ukuran tipografi vernakular yang terpasang pada gerobak sampel ketiga, tingkat *visibility* pada tipografi vernakular ini memiliki tingkatan yang lebih bagus dibandingkan dengan kedua sampel sebelumnya. Karena memiliki ukuran huruf paling besar, dan *layout* paling rapih walaupun menggunakan karakteristik huruf yang masih sama dengan sampel sebelumnya. Hal ini akan sangat membantu dalam menunjang menyampaikan informasi jenis jajanan yang dijual oleh pedagang ini. Ukuran huruf yang besar juga akan sangat membantu ketika dilihat dari kejauhan, seharusnya ini merupakan tujuan utama penggunaan ukuran huruf yang besar.

- *Clarity*

Ditinjau dari karakteristik tipografi vernakular pada sampel ketiga ini masih sama dengan kedua sampel lainnya, sehingga tingkat *clarity* pada sampel ini masih baik. Menurut penulis seharusnya pembaca dapat dengan mudah mengenali tulisan pada gerobak sampel ketiga ini, baik menu utama berupa cimol dan menu kedua berupa cakue.

4) Sampel ke Empat

Berikut adalah sampel tipografi vernakular pada pedagang cimol terakhir yang dipilih oleh penulis. Sampel ke empat ini merupakan sampel yang memiliki konten tipografi vernakular paling banyak yaitu terdapat tiga konten dapat dilihat pada gambar 5.18. Berbeda dengan tiga sampel sebelumnya yang hanya memiliki satu dan dua konten atau tipografi saja. Namun jika dilihat dari bagian depan, susunan kaca pada gerobak ini sama dengan sampel pertama dan kedua, dengan

ciri khas terdapat sekat yang membagi dua bidang kaca sebelah kanan, bedanya sekat pada gerobak ini berada tepat ditengah-tengah bidang kaca. Sehingga area atas dan area bawah memiliki tinggi yang sama.



Gambar 5.18 Sampel tipografi vernakular pada gerobak ke empat

Sumber : Data pribadi

Sampel ke empat ini masih diambil dari pasar minggu Gasibu, tepatnya di dekat pintu masuk taman bagian tengah. Berdasarkan hasil observasi penulis, pedagang cimol ini selalu berjualan bersebelahan dengan pedagang kue pukis dengan selogan yang sama yaitu “CINTA RASA”. Selogan ini hanya terdapat pada gerobak sampel ke empat. Dari hasil wawancara dengan kang Iwan selaku penjual dan pemilik gerobak cimol ini menuturkan bahwa “Cinta Rasa” hanya sebagai nama. Sehingga selogan itu merupakan tanda atau merk.



Gambar 5.19, Pengelompokan konten pada sampel ke empat

Sumber : Data pribadi

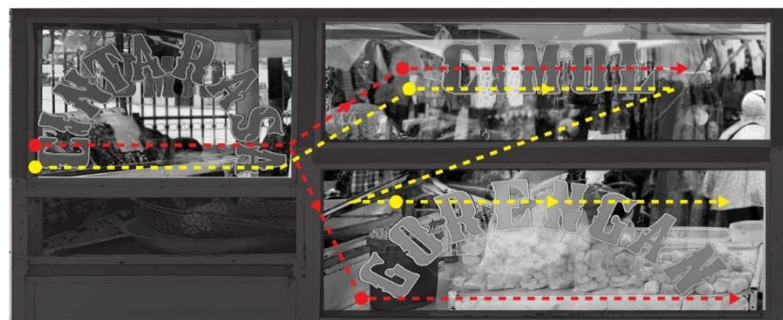
Seperti yang terlihat pada gambar 5.19, terdapat tiga bentuk tipografi pada sampel ke empat ini. Jika dilihat dari yang paling kiri terdapat selogan “CINTA RASA” kemudian sebelah kanan atas terdapat tipografi bertuliskan “CIMOL”, lalu di area bawahnya terdapat tipografi bertuliskan “GORENGAN” berbeda dengan dua sample sebelumnya yaitu cakue. Jika dilihat dari paling atas cimol dapat disebutkan sebagai menu utama, namun jika dilihat dari ukuran huruf, gorengan seperti menu utamanya karena huruf “CIMOL” terlihat jauh lebih kecil. Namun jika dilihat dari hasil observasi lapangan, pedagang ini hanya menjual cimol saja sehingga dapat dipastikan cimol merupakan produk utama yang dijual oleh pedagang ini.



Gambar 5.20 Pola *grid* pada tipografi sampel ke empat

Sumber : Data pribadi

Selain jumlah tipografi yang terpasang, tata letak/*Grid* tipografi vernakular pada sampel ke empat juga berbeda dapat dilihat pada gambar 5.20. Jika ketiga sampel sebelumnya memiliki bentuk pola *grid* yang konsisten lurus, sedangkan pada sampel keempat memiliki dua konten tipografi yang memiliki bentuk pola *grid* melengkung. Dalam Carella, I. (2017) pola *grid* yang terdiri lebih dari satu jenis seperti melengkung dan lurus dapat disebut pola *grid* kombinasi. Grid melengkung pada pedagang kaki lima bukanlah hal baru, justru merupakan hal yang umum dan sudah menjadi ciri khas pedagang kaki lima khususnya di pasar minggu Gasibu.



Gambar 5.21 Alur membaca tipografi vernakular sampel empat

Sumber : Data pribadi

Untuk alur baca tipografi vernakular pada sampel ketiga ini memiliki dua varian. Untuk varian yang pertama tipografi vernakular pada gerobak ini dapat dibaca secara bercabang dari kiri dilanjutkan ke kanan area atas, atau dilanjutkan ke area bawah seperti pada garis merah di gambar 5.21. Dan alur baca tipografi yang kedua adalah dari kiri ke kanan atas langsung dilanjutkan ke bawah mengikuti garis kuning pada gambar 5.21. Alur baca ini bukanlah alur baca yang harus diikuti,

karena dalam tipografi vernakular yang terpasang pada gerobak pedagang kaki lima arah baca dapat dimulai dari mana saja, tidak ada ketentuan mutlak. Selanjutnya analisis prinsip pokok tipografi pada sampel keempat :

- *Legibility*

Menurut penulis tingkat legibility pada tipografi sampel ke empat ini sudah cukup bagus. Hanya saja perbedaan ukuran antara tipografi bertuliskan “CIMOL” dan “GORENGAN”, walaupun menu utama sudah disimpan diatas, tetapi masih bisa membuat pembaca salah kaprah, terutama dalam mengambil kesimpulan antara menu utama, dan menu pendamping atau menu kedua. Karena biasanya menu utama memiliki ukuran lebih besar sehingga terlihat lebih mencolok dibandingkan dengan menu lain. Sedangkan untuk keterangan selogan yaitu “CINTA RASA” masih dapat mudah dimengerti walaupun lengkungannya termasuk tajam. Kemungkinan hal itu disebabkan oleh jumlah karakter huruf yang banyak tetapi ditempatkan pada media kaca depan sebelah kiri yang kecil.

- *Visibility*

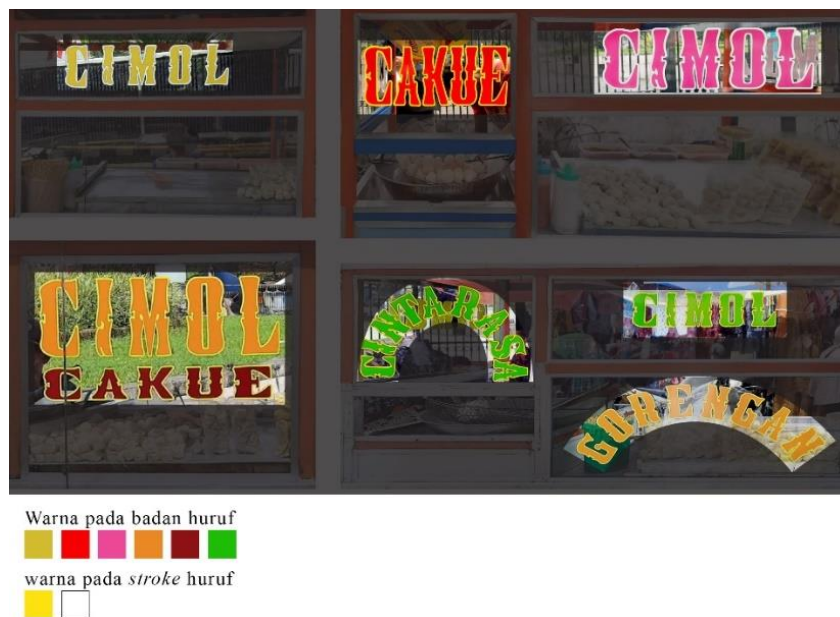
Untuk tingkat *visibility* tipografi yang terpasang pada sampel gerobak ke empat dapat ditinjau dari ukuran tipografi vernakular yang terpasang pada gerobak sampel, selain itu bentuk pola *grid* juga cukup berpengaruh dalam keterlihatan. Ketika suatu tipografi memiliki tingkat kelengkungan yang tinggi maka huruf akan semakin sulit untuk dibaca karena terdapat karakter huruf yang miring. Tetapi tipografi yang bertuliskan “CIMOL” yang merupakan menu utama yang dijual memiliki tingkat *visibility* yang sudah baik.

- *Clarity*

Sama seperti ketiga sampel sebelumnya, tingkat *clarity* pada tipografi sampel ke empat ini dapat di tinjau dari karakteristik pada tipografi yang dipasang pada gerobak. Walaupun akan sedikit sulit terbaca khususnya dibagian tiografi yang bertuliskan “CINTA RASA” tetapi pembaca akan dengan jelas menginterpretasikan maksud dari tulisan itu sebagai slogan atau merk yang ingindiangkat penjual.

5.2.2 Warna

Warna merupakan salah satu elemen penting bagi suatu desain atau karya seni, khususnya karya tipografi. Karena warna yang digunakan pada suatu desain dapat memiliki pesan, simbol dan dapat membawa sifat-sifat tertentu. Begitu juga dengan warna yang digunakan pada tipografi yang terpasang di gerobak pedagang cimol. Dilihat dari hasil observasi lapangan, warna yang terdapat pada tipografi gerobak pedagang cimol dipasar minggu Gasibu biasanya tidak lebih dari tiga warna pada bagian hurufnya dan dua warna pada bagian *stroke*. Sehingga warna-warna yang digunakan pada tipografi vernakular di gerobak pedagang cimol dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu warna pada huruf, dan warna pada *stroke*/garis luar pada huruf.



Gambar 5.22 Ragam warna pada tipografi gerobak pedagang cimol

Sumber : Data pribadi

Seperti yang terlihat pada gambar 5.22, jenis warna yang digunakan pada tipografi vernakular ini akan selalu mengikuti warna yang berasal dari bahan bakunya yaitu stiker/skotlet bukan berasal dari tinta printer. Sehingga pada umumnya karya tipografi yang berbahan stiker hanya memiliki warna solid, tanpa adanya gradasi. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pedagang cimol di pasar minggu Gasibu, warna-warna yang dipakai dan terdapat pada tipografi vernakular di gerobaknya sama sekali tidak memiliki arti khusus, atau simbol dan pesan yang ingin disampaikan, melainkan mereka memilih warna tersebut karena suka, walaupun ada pemikiran takut tidak cocok dengan warna gerobaknya. Seperti contohnya warna yang terdapat pada sampel kedua, yaitu tipografi yang memiliki warna merah muda, awalnya memilih warna tersebut karena menyesuaikan dengan warna pada badan gerobaknya yaitu biru muda. Sedangkan untuk tipografi yang

bertuliskan "CAKUE" mengikuti warna kayu pada gerobaknya yang menggunakan warna coklat.

Menurut Rose (2016) disetiap karya desain atau karya seni yang memiliki warna terdapat komponen warna yang dapat didekripsikan, terdiri dari :

1) *Hue*

Hue pada warna tipografi di gerobak pedagang cimol tidak memiliki pola tertentu, sehingga setiap pedagang bebas memilih warna apapun. Jika dilihat dari ke empat sampel yang sudah dipilih terdapat beberapa warna pada badan tipografi yaitu, merah muda, merah batu bata, coklat muda, coklat tua, hijau daun, dan kuning. Sedangkan warna pada *stroke* karakter hurufnya terdiri dari warna putih, dan didominasi dengan warna kuning.

2) Saturasi

Jika dilihat dari ke empat sampel yang dipilih, warna-warna yang ditampilkan pada tipografi vernakular pada gerobak pedagang cimol banyak memiliki saturasi warna yang tinggi. Kemungkinan besar hal ini disebabkan dari bahan setiker yang berasal dari warna murni yang dicampurkan dengan sedikit komponen warna lain. Seperti pada warna merah marun yang terdapat pada tipografi "CAKUE" di sampel ketiga, merah muda yang terdapat pada tipografi "CIMOL" di sampel ke dua, dan warna kuning pada sampel ke empat. Walaupun terdapat warna yang memiliki saturasi rendah seperti warna hijau, tapi dapat terlihat dengan baik berkat adanya *stroke* yang berwarna kuning. Sehingga karakter huruf masih dapat terlihat dengan jelas.

3) *Value*

Jika dilihat Kembali dari ke empat sampel yang dipilih, warna-warna yang ditampilkan memiliki *value* warna yang berbeda-beda meskipun terdapat pada satu gerobak. Warna warna yang memiliki value yang tinggi terdapat warna merah muda pada sampel kedua, dan kuning muda pada sampel pertama. Kedua warna tersebut memiliki kecerahan paling tinggi dibandingkan dengan warna-warna lain, seperti warna merah batu bata, warna hijau dan warna kuning. Walaupun terdapat warna yang terlihat sedikit gelap, huruf masih bisa dapat terlihat dengan baik berkat adanya warnapada *stroke* yang berwarna kuning. Sehingga karakter huruf masih dapat terlihat dengan jelas.

Sebagai jajanan khas Sunda, penulis mencoba mengkaitkan warna yang terdapat pada tipografi gerobak pedagang cimol dengan kebudayaan masyarakat Sunda. Dalam Maulina dan Sabana (2018) masyarakat Sunda sudah mengenal berbagai macam warna dan menggunakannya dalam membuat suatu karya seni dan kehidupan sehari-hari seperti dalam berpakaian. Masyarakat Sunda juga memiliki istilah penamaan warna, serta makna dan kegunaannya masing-masing. Selain untuk menambah keindahan, pada umumnya masyarakat Sunda menggunakan warna sebagai alat untuk berkomunikasi. Sehingga warna yang digunakan pada tipografi gerobak pedagang cimol dapat memiliki fungsi tertentu seperti penggunaan warna oleh masyarakat Sunda.

Jika dilihat pada gambar 5.22 diatas, terdapat enam warna yang digunakan pada empat sampel gerobak pedagang cimol. Dilihat dari sampel yang dipilih, warna yang digunakan tidak lebih dari dua warna untuk badan dan garis luar (*stroke*) huruf, Dari warna yang digunakan untuk tipografi pada gerobak pedagang cimol,

terdapat warna yang memiliki istilah dalam bahasa Sunda seperti yang terdapat pada tabel 5.2. Istilah warna dalam masyarakat Sunda ini diambil berdasarkan penelitian dari Maulina, Rini dan Sabana (2018).

Tabel 5.2 Istilah warna dalam masyarakat Sunda.

No	Warna	Istilah Sunda
1		<i>Koneng Umyang</i>
2		<i>Beuruem Cabe</i>
3		<i>Kayas</i>
4		<i>Oranyeu</i>
5		<i>Beureum Ati</i>
6		<i>Hejo Daun</i>
7		<i>Bodas</i>

walaupun dari hasil wawancara pedagang cimol tidak memikirkan maksud dan tujuan tertentu seperti pesan yang ingin disampaikan. Namun menurut penulis warna pada tipografi yang digunakan di gerobaknya menjadi ciri khas masing-masing setiap pedagang cimol, sehingga calon pembeli atau pengunjung pasar minggu Gasibu bisa mengenali gerobak yang bertuliskan cimol dengan warna merah muda atau *kayas* dalam istilah Sunda merupakan kepunyaan kang Teten yang biasa berjualan di pasar minggu Gasibu di hari Minggu, begitu pula dengan warna pada gerobak lain. Selain itu, warna yang digunakan pada gerobak pedagang cimol juga dapat memperkuat karakteristik makanan sunda karena memiliki warna-warna yang terdapat pada istilah Sunda.

5.2.3 Organisasi Spasial

Organisasi Spasial (*Spacial Organisation*) dalam karya tipografi sangat mengacu kepada pengaturan peletakan karakter huruf dan juga *layout*. Peletakan dan *layout* suatu karakter huruf pada suatu bidang akan mempengaruhi keterbacaan atau kemudahan pada saat dibaca sehingga dalam analisis organisasi spasial pada tipografi gerobak pedagang cimol akan diperdalam dengan analisis keterbacaan (*readability*) dari ke empat unsur dasar tipografi. Dalam analisisnya, penulis akan membaginya berdasarkan empat sampel yang sudah dipilih seperti pada analisis konten.

1) Sampel Pertama



Gambar 5.23 *Alignment* tipografi vernakular sampel pertama

Sumber : Data pribadi

Di tinjau dari gambar 5.23, tipografi vernakular yang dipasang pada gerobak sampel pertama hanya terdapat satu kata yang terdiri dari lima karakter huruf kapital yaitu “CIMOL” yang memiliki arti dan makna berupa jenis jajanan yang sedang diujakan oleh pedagang kaki lima ini yaitu cimol, atau *aci digemol*. Cimol merupakan satu-satunya menu utama yang diujakan oleh pedagang ini, tanpa

adanya keterangan lain seperti rasa, jenis cimol, dan selogan atau merk dagang yang ingin di informasikan pedagang kepada pengunjung pasar minggu Gasibu khususnya calon pembeli. Sedangkan untuk ukuran hurufnya menyesuaikan dengan ukuran bidang pada kaca area atas gerobak, sehingga terlihat adanya ruang di atas (*headroom*) dan ruang dibagian bawah (*footroom*) yang menimbulkan kesan huruf berada ditengah. Namun untuk *alignment*/peletakan samping kanan dan kirinya seperti diusahakan untuk berada ditengah walaupun kurang sedikit kesebelah kanan, sehingga terlihat sedikit melenceng. Untuk struktur hurufnya hanya menggunakan huruf tegak dengan *kerning* atau jarak antara karakter huruf yang cukup renggang, hal ini akan mempengaruhi keterbacaan.

Tipografi vernakular pada gerobak sampel pertama dapat dibaca dengan mudah. Karena tipogerafi pada grobak ini hanya terdapat satu kata, walaupun jarak antara huruf/*kerning* yang cukup lebar, kata cimol masih mudah untuk dibaca karena karakteristiknya yang merupakan huruf *display*. Namun jika diukur jarak antara hurufnya terlihat kurang konsisten.



Gambar 5.24 kerning pada huruf samel pertama

Sumber : Data pribadi

Seperti dapat dilihat pada gambar 5.24 jarak antara huruf “C” dan “I” terlihat lebih renggang dibandingkan dengan jarak antara huruf lainnya. Hal ini merupakan hal yang wajar mengingat tipografi ini merupakan tipografi vernakular yang dibuat secara manual terutama pada saat pemasangan. Walaupun huruf yang digunakan merupakan dekoratif tepatnya tipografi vernakular ornamental berkait, tetapi tidak terlalu mempengaruhi *readability*.

2) Sampel kedua



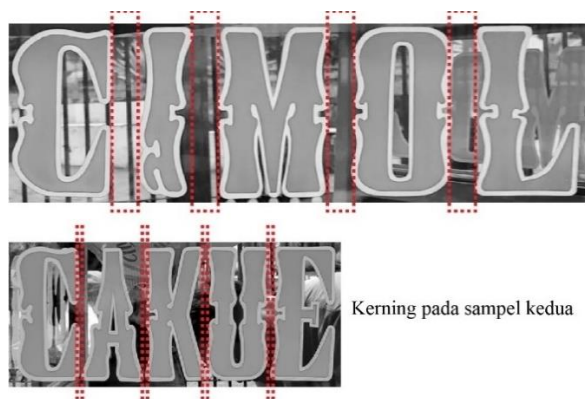
Gambar 5.25 *Alignment* tipografi vernakular sampel kedua

Sumber : Data pribadi

Ditinjau dari gambar 5.25, struktur huruf yang terdapat pada sampel kedua tipografi vernakular pada gerobak pedagang cimol tidak terdapat perbedaan dengan sampel yang pertama, yaitu menggunakan huruf tegak lurus. Begitu pula dengan *alignment* pada tulisan “CIMOL” yang memiliki perbedaan antara ruang samping disebelah kanan dan kirinya, namun tidak memiliki ruang kosong dibagian bawah dan bagian atas karena ukuran teks yang lebih besar jika dibandingkan dengan sampel

pertama. Selain itu *alignment* pada tulisan “CAKUE” yang dipasang pada sisi depan sebelah kiri, yang memiliki bidang lebih sempit dibandingkan sebelah kanan.

Dapat dilihat pada gambar 5.25, ukuran panjang bidang kaca yang lebih kecil membuat huruf yang terpasang pada kaca tidak memiliki ruang kosong baik disebelah kanan maupun sebelah kiri. Namun untuk ruang kosong diatas dan di bawah cukup persisi, sehingga teks “CAKUE” terlihat persis berada ditengah. Untuk jarak antara karakter huruf pada teks “CIMOL” maupun “CAKUE” akan dibahas dengan menggunakan analisis prinsip pokok tipografi. Karean hal ini akan berhubungan dengan keterbacaan.



Gambar 5.26 Kerning pada tipografi vernakular gerobak kedua

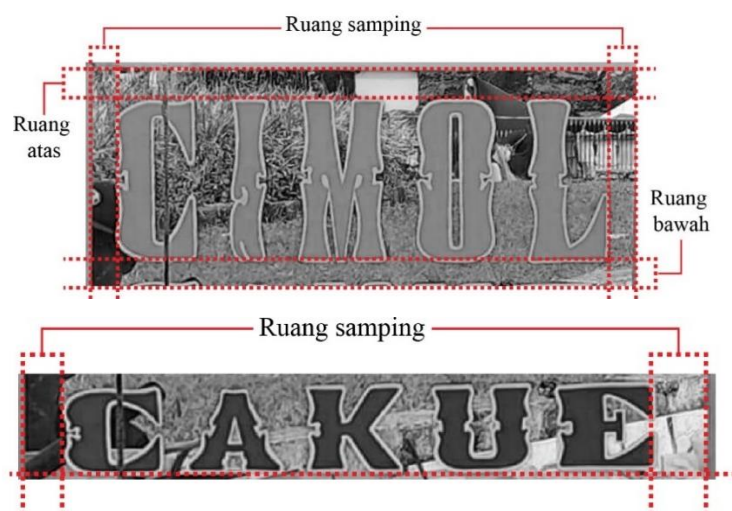
Sumber : Data pribadi

Tipografi vernakular pada sampel kedua dibagi menjadi dua bagian yaitu sisi sebelah kanan dan sisi sebelah kiri. Pembaca dapat mulai membaca dari arah kiri ke kanan ataupun dari atas kebawah karena teks akan sama-sama mudah untuk dibaca, hanya saja akan buruh penyesuaian karena *kerning* pada kedua teks tersebut

tidak sama. Pada gambar 5.26, kerning pada teks “CIMOL” lebih renggang jika dibandingkan dengan teks “CAKUE” yang lebih sempit.

Perbedaan *kerning* yang terdapat pada teks “CAKUE” dapat disebabkan oleh kecilnya bidang kaca pada area sebelah kiri jika dibandingkan dengan bidang kaca sebelah kanan, sehingga ketika ingin dipasang tipografi dengan huruf yang besar harus mempersempit jarak antara karakter huruf. Ada kemungkinan pedagang mengejar ukuran huruf yang lebih besar. Ukuran teks juga akan sangat berpengaruh pada tingkat *readability*, karena biasanya pengunjung pasar minggu akan melihat teks tersebut secara cepat.

3) Sampel ke Tiga



Gambar 5.27 *Alignment* konten tipografi vernakular sampel ketiga

Sumber : Data pribadi

Organisasi Spasial pada sampel ke tiga berbeda dengan kedua sampel sebelumnya walaupun memiliki dua kata seperti pada sampel ke dua dan sampel ketiga memiliki

layout dan penempatan kata yang sedikit berbeda. Dapat dilihat pada gambar 6.27, pada sampel ketiga tipografi vernakular bertuliskan “CIMOL” tepat berada ditengah. Namun berbeda dengan tulisan “CAKUE” yang masih terdapat perbedaan antara ruang kosong disamping kanan dan kirinya. Namun dengan adanya perbedaan aligment antara teks pertama dan kedua, menandakan *alignment* tipografi vernakular pada sampel ketiga ini menggunakan rata kiri, bukan rata tengah.



Gambar 5.28 *Kerning* pada tipografi vernakular sampel ke tiga

Sumber : Data pribadi

Sedangkan jika ditinjau dari ukuran huruf dan kerning yang terdapat pada keterangan menu pertama dan menu kedua, tingkat *readability* pada tipografi vernakular sampel ketiga ini sangat baik. Terutama jika dibandingkan dengan sample kedua. Selain dikarenakan alur baca yang lebih mudah, hal ini juga dikarenakan memiliki *kerning* yang konsisten antara teks pertama dan kedua seperti pada gambar 5.28. Meskipun berbeda secara ukuran tetapi, sama-sama memiliki *kerning* yang renggang. Untuk suatu paragraph, kerning yang renggang tidak baik, tetapi jika digunakan untuk tipografi yang difungsikan sebagai display terutama

karakteristik huruf ornamental akan sangat membantu audiens ketika membaca teks tersebut.

4) Sampel ke Empat

Selanjutnya tipografi vernakular pada sampel ke empat ini juga memiliki *alignment* yang simetris antara ruang sisa samping dan bagian atas bawahnya. Dapat dilihat pada gambar 5.29, tipografi bertuliskan “CIMOL” sejajar dengan tipografi yang terletak dibawahnya, yaitu yang bertuliskan ”GORENGAN”. Sehingga *alignment* pada kaca depan bagian kanan menggunakan rata tengah atau *center*. Begitu juga dengan bagian kiri, namun karena bagian kiri sudah terlihat memenuhi bidang kaca sehingga penulis beranggapan tidak perlu menambahkan garis bantu karena sudah terlihat berada di tengah.



Gambar 5.29 *Kerning* pada tipografi vernakular sampel ke empat

Sumber : Data pribadi

Untuk tingkat keterbacaan (*readability*) pada sampel ke empat ini masih bisa dikatakan cukup bagus, namun karena terdapat tipografi yang memiliki pola *grid* melengkung dan terpasang di bidang yang kecil akan mengurangi kemudahan

pada saat dibaca seperti pada gambar 5.29, tipografi bertuliskan “CINTA RASA” dipasang pada bagian kaca depan bagian kiri, selain itu, tipografi ini juga memiliki *kerning* paling sempit dibandingkan dengan tipografi lain. Untuk tingkat keterbacaan tipografi yang lain sudah baik karena memiliki *kerning* yang proporsional, dan lengkungan yang tidak terlalu tajam.



Gambar 5.30 *Alignmet* pada tipografi vernakular sampel empat

Sumber : Data pribadi

Seperti pada gambar 5.30, pemilihan *alignmet* pada tipografi vernakular akan mempengaruhi tingkat keterbacaan (*readability*), dan keterlihatan (*visibility*). Terutama pada karakteristik huruf fvernakular ornamental berkait yang memiliki detail khusus di setiap hurufnya.

5.2.4 Konten Ekspresi

Untuk memunculkan kesan yang terkandung pada setiap tipografi, penulis meninjau dari semua komponen yang terkandung seperti bentuk, warna, komposisi, *layout*, pada tipografi vernakular yang terdapat pada gerobak pedagang cimol. Jika dilihat dari bentuk *typeface* dan warna akan menimbulkan kesan khas pedagang kaki lima. Terutama jika dilihat dari pola *grid* yang digunakan kesan konvensional dan tradisionalnya sebagai pedagang kaki lima. Selain karena pembuatan karakter huruf yang masih manual, setiap karakter huruf terdapat perbedaan ukuran dan juga sedikit perbedaan bentuk terutama pada bagian kait dan ornamen yang dapat disepertikan dengan senjata khas masyarakat Sunda yaitu kujang, sehingga dapat memperkuat kesan pedagang kaki lima jajanan khas Sunda. Walaupun tidak sesuai dengan karakter cimol, tetapi masih memiliki relevansi dengan kebudayaan masyarakat Sunda.



Gambar 5.31 Konten Ekspresi pada tipografi gerobak pedagang cimol

Sumber : Data Pribadi

Seperti pada gambar 5.31 menurut penulis, warna-warna yang terlihat pada tipografi vernakular di gerobak pedagang cimol dapat menimbulkan arti khusus,

yaitu menjadi salah satu ciri khas dari pedagang kaki lima dan menjadi budaya visual bagi pedagang kaki lima di pasar minggu Gasibu. Karena warna-warna yang digunakan oleh pedagang cimol tidak mewakili jenis jajanan yang dijual atau rasa yang terdapat pada jajanan tersebut. tetapi berdasarkan kesukaan pedagang dengan warna tersebut. Warna-warna yang digunakan pada tipografi vernakular kebanyakan memiliki kontras yang tinggi sehingga akan menarik mata untuk dilihat. Meskipun begitu, jika warna yang digunakan dikaitkan dengan kebudayaan masyarakat Sunda dapat menjadi suatu sarana untuk menyampaikan suatu kesan dan pesan karena masyarakat Sunda khususnya masyarakat Sunda Banten sudah melakukan hal tersebut.

Menurut penulis dari pengamatan di lapangan dan hasil analisis berbagai komponen yang terdapat pada tipografi seperti konten, warna, dan organisasi spasial akan memunculkan ekspresi penasaran ingin mencicipi dan ingin membeli walaupun pada saat awal datang kepasar minggu Gasibu tidak memiliki niat untuk membeli cimol, dan juga kesan jajanan khas kaki lima pasar minggu Gasibu yang produk jajanannya dijual dengan harga relatif murah. Karena bentuk karakter huruf yang digunakan memiliki kesamaan dengan pedagang kaki lima lain di kawasan pasar minggu Gasibu.

5.3 Hasil Analisis

Dari rangkaian analisis diatas ditemukan bahwa karakteristik tipografi pada gerobak pedagang cimol dapat dikalsifikasikan sebagai tipografi vernakular ornamental berkait. Sehingga huruf ini sangat cocok untuk dijadikan display baik

pada gerobak maupun pada media lain karena memiliki karakteristik yang dapat menarik perhatian namun masih dapat dengan mudah untuk dibaca.

Sedangkan untuk fungsinya, dapat dipastikan tipografi yang terpasang pada gerobak pedagang cimol tidak terlalu mementingkan faktor estetika, dapat dilihat dari pemilihan warna dan bentuk yang sama. Tipografi vernakular ini lebih cenderung berfungsi untuk menyampaikan informasi secara cepat, sehingga hanya dicantumkan jenis jajanannya secara garis besar tanpa adanya tambahan keterangan. Untuk rincian hasil penemuan dari rangkaian penelitian diatas dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 5.3 Hasil analisis interpretasi komposisional

Aspek yang ditinjau	Temuan
Karakteristik huruf	• Dari hasil analisis cara pembuatan dan bentuk yang dimiliki, tipografi ini memiliki karakteristik sebagai huruf display yang dapat menarik perhatian namun harus dapat dibaca secara cepat. • Meskipun pedagang cimol tidak memikirkan arti pada bentuk huruf, mereka tetap ingin tulisan yang ada di grobaknya bisa terbaca. • Bagian ornament huruf yang digunakan pada gerobak pedagang cimol dapat disepertikan dengan bagian bilah pada kujang ciung dan juga motif ukiran dari Cirebon. • Karakteristik huruf yang digunakan dapat merepresentasikan kebudayaan masyarakat Sunda walaupun awalnya pedagang cimol tidak memikirkan hal tersebut.

Klasifikasi	• Ditinjau dari hasil analisis, tipografi yang digunakan pada gerobak pedagang cimol merupakan tipografi vernakular ornamental berkait. • Menurut penulis jenis tipografi vernakular ornamental berkait akan sangat cocok digunakan sebagai huruf <i>display</i> yang digunakan untuk gerobak pedagang cimol karena memiliki daya tarik tersendiri dan masih mudah dimengerti oleh pembaca.
Konten	• Dari hasil sampel yang dipilih terdapat ruang kosong pada bidang kaca gerobak yang dapat berfungsi sebagai display produk yang sedang dijual. • Konten tipografi selalu memenuhi bidang kaca depan bagian kanan area atas. • Konten tipografi yang dipasang pada bidang kaca depan memiliki kesamaan dengan bidang kaca pada sisi samping. • Alur baca setiap gerobak pedagang cimol berbeda-beda mengikuti jumlah tipografi yang terpasang. • Terdapat pedagang yang menggunakan slogan di gerobaknya • Struktur huruf yang terdapat pada tipografi vernakular selalu menggunakan huruf tegak dan huruf kapital. • Terdapat pola <i>grid</i> yang bermacam-macam, ada yang konsisten lurus, ada yang dikombinasikan dengan melengkung.
Prinsip dasar	• Tingkat <i>legibility</i> secara umum sudah baik. Tipografi yang dipasang pada gerobak merupakan representasi dari produk yang dijual. • Tingkat <i>readability</i> pada tipografi yang dipasang pada gerobak pedagang cimol. Secara umum sudah tinggi, hanya saja terdapat satu gerobak yang memiliki grid yang terlalu melengkung. Sehingga akan sulit dibaca.

	• Tingkat <i>visibility</i> pada gerobak pedagang cimol sangat dipengaruhi tingkat <i>readability</i> begitu juga sebaliknya. Tingkat <i>visibility</i> pada gerobak pedagang cimol sangat dipengaruhi oleh ukuran huruf. • Walaupun memiliki karakteristik tipografi ornamental berkait, huruf-huruf yang terpaang pada gerobak masih bisa dibaca secara jelas. Karena pengaruh <i>kerning</i> yang pada umumnya proporsional.
Warna	• Warna warna yang digunakan, berdasarkan bahan stiker. • Warna pada huruf-huruf yang terdapat di gerobak dapat dibagi menjadi dua yaitu warna pada badan huruf, dan warna pada <i>stroke</i>. • Ragam warna yang digunakan pada tipografi vernakular di gerobak pedagang cimol menjadi salah satu ciri khas pedagang kaki lima, karena memiliki warna bersaturasi yang tinggi. • Tidak memiliki pola khusus dalam penggunaan warna.
Organisasi Spasial	• Penyusunan karakter huruf dan kata-kata cenderung memenuhi bidang kaca sehingga memiliki kesan berada ditengah. • Dalam satu gerobak tidak memiliki konsistensi dalam jarak <i>kerning</i> setiap karakter hurufnya, karena menyesuaikan dengan lebar dan tinggi bidang kaca. • Layout pada tipografi memiliki hal yang identik, yaitu menyisakan ruang kosong pada bagian kaca depan untuk memperlihatkan produk yang di jual. • Selain itu peletakan kata “Cimol” sebagai menu utama selalu berada di paling atas dan memiliki ukuran yang lebih besar jika dibandingkan dengan menu kedua atau merek. • Posisi, ukuran, dan kerning karakter huruf pada tipografi pedagang cimol akan sangat berpengaruh dalam keterbacaan.
Konten Ekspresi	• Kesan dan ekspresi yang muncul dari berbagai konten, warna dan organisasi spasial merupakan kesan bahwa jajanan cimol merupakan jajanan yang relatif murah.

	• Jajanan cimol merupakan salah satu jajanan khas masyarakat Sunda. • Jajanan cimol yang di jual merupakan jajanan pasar sederhana namun dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat sebagai mana pasar minggu Gasibu yang dapat di kunjungi oleh siapa saja.
--	---