

JURNAL TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN *TYPEFACE* DARI KATA  
SLANG *SUROBOYOAN***



**PERANCANGAN**

Oleh

**EUGENIUS KRISNA ADJISAPUTRA**

**NIM: 1710232124**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

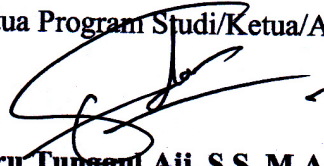
**JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA**

**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2022**

Jurnal Tugas Akhir Penciptaan Berjudul :  
**PERANCANGAN TYPEFACE DARI KATA SLANG SUROBOYOAN**  
diajukan oleh Eugenius Krisna Adjisaputra, NIM 1710232124, Program Studi  
Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni  
Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan  
Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 14 Juni 2022 dan dinyatakan telah  
memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota



**Daru Tunggal Aji, S.S.,M.A.**

NIP. 19870103 201504 1 002 / NIDN. 0003018706



# Perancangan *Typeface* dari Kata Slang *Suroboyoan*

Oleh  
Eugenius Krisna Adjisaputra;  
Dr. IT. Sumbo Tinarbuko, M. Sn.;  
dan FX. Widyatmoko, M. Sn.

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa

## ABSTRAK

Kata slang sangat lekat dengan masyarakat, terutama masyarakat yang memiliki budaya lokalitas yang kuat; seperti masyarakat Surabaya yang lekat dengan kata “*jancok*”. Namun kata slang tersebut menjadi sebuah stereotipe untuk masyarakat *suroboyoan* ini, seperti dikenal kasar, mudah marah, *sembrono*, dll. Lantas stereotipe ini menjadi umum dan berlaku bagi seluruh masyarakat Surabaya.

Perancangan ini mengambil topik dari kata slang *suroboyoan* yang bertujuan untuk mengekspresikan stereotipe tersebut ke dalam bentuk *typeface*. Tipografi dipilih karena dekat dengan kata slang; yang sering diucapkan dan divisualkan dalam tipografi. Rancangan ini menggunakan metodologi *design thinking* Tim Brown yang kemudian ditunjang dengan beberapa kajian/teori linguistik dan suara/nada yang dihubungkan dalam ranah bidang tipografi.

Rancangan ini menghasilkan *typeface JancoOk Display* yang terdiri dari 21 *sans serif fonts* dengan variasi ketebalan dan kelebaran, ditambah dengan *italics* serta fitur *contextual alternates*. Selain itu, media pendukung perancangan adalah *type specimen book* dan *social media* guna memberikan informasi terkait perancangan ini; yang mana keseluruhan perancangan dapat diakses oleh publik secara bebas.

Kata kunci : Kata slang, Surabaya, Stereotipe negatif, Tipografi, *Sans Serif Display*, fitur *Contextual Alternates*, *type specimen book*

# *A Typeface based on Surabaya Slang Word*

by

Eugenius Krisna Adjisaputra;  
Dr. IT. Sumbo Tinarbuko, M. Sn.;  
and FX. Widyatmoko, M. Sn.

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa

## **ABSTRACT**

*Slang words are almost related to society, especially people who have a vigorous local culture; like the people of Surabaya who are strongly attached to the word "jancok". However, these slang words have become a stereotype for the Suroboyoan community, such as being known to be rude, irritable, reckless, etc. Then this stereotype becomes common and applies to all people in Surabaya.*

*This design takes the topic from the slang word suroboyoan which aims to express the stereotype in the form of a typeface. Typography was chosen because it is close to slang words; often spoken and visualized in typography. This design approaches Tim Brown's design thinking methodology which is then supported by several studies/theories of linguistics and sounds/tones connected in the realm of typography.*

*This design produces the JancoOk Display typeface which consists of 21 sans serif fonts with variations in thickness and width, plus italics and contextual alternates features. In addition, the supporting media for the design are the type specimen book and social media to provide information related to this design; the entire design is freely accessible to the public.*

*Keywords: Slang words, Surabaya, negative stereotypes, typography, Sans Serif Display, Contextual Alternates features, type specimen book*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Surabaya merupakan kota metropolis yang memiliki sejarah panjang dalam perjalanannya bersama nusantara, dari sebelum dan setelah menjadi Republik Indonesia. Maka tidak berlebihan apabila Surabaya menjadi salah satu kota yang memiliki pengaruh besar bagi Indonesia. Salah satu contoh sejarah adalah peristiwa 10 November 1945. Pada peristiwa tersebut, pemimpin pasukan dari Surabaya, Sutomo (akrab dipanggil Bung Tomo), mengobarkan semangat pantang menyerah kepada masyarakat Surabaya untuk terus melawan pasukan sekutu. Karena hal ini masyarakat Surabaya dikenal berani dan punya semangat juang untuk terus berusaha melawan sekutu. Pada akhirnya peristiwa ini dikenang sebagai Hari Pahlawan Nasional.

Semangat ini akhirnya melekat dan turun-menurun ke dalam generasi selanjutnya, seperti semangat pantang menyerah para pahlawan era Bung Tomo diturunkan dan ditunjukkan dalam dunia olahraga sepak bola. Persebaya, klub sepak bola kebanggaan Surabaya, memiliki barisan suporter yang disebut sebagai *Bonek*. Bonek sendiri adalah kependekan dari *Bondho Nekat* yang memiliki arti “modal tekad yang kuat” (JawaPos.com, 2017). Berkat sepak bola yang berkembang pesat di era 1980-an membuat semangat Bonek ini menyebar dan semakin dikenal luas oleh masyarakat publik Indonesia.

Menyebarnya semangat Bonek ini juga menyebabkan budaya Surabaya lainnya juga ikut terekspos, salah satunya mengenai perilaku dan diksi bahasa. Masyarakat Surabaya masa kini (modern) dikenal sebagai pemberani namun cenderung keras dan kasar dalam bertutur kata. Surabaya dikenal penggunaan bahasa Jawa yang paling kasar dari daerah Jawa lainnya. Klaim tersebut susah dibantah apalagi jika sudah mengenal istilah kata “*jancok*”. Untuk memastikan klaim tersebut, perancang melakukan survey singkat mengenai pengenalan seputar bahasa/kata slang *suroboyoan* dan *stereotype*. Hasil dari 143 responden dari berbagai daerah (terbanyak 43 orang berdomisili di Surabaya) menunjukkan bahwa sebesar 59,4%

merasa bahwa bahasa/kata slang *suroboyoan* bernada kasar dan dari 59,4% tersebut sebanyak 72,7% merasa bahwa bahasa/kata slang tersebut kasar namun wajar dan sangat lumrah. Selain kata “*jancok*”, masih banyak diksi lain yang khas *suroboyoan* yang akhirnya menjadi sebuah *slang word* atau kata slang.

Slang merupakan bahasa yang sifatnya informal dan biasa digunakan dalam situasi tidak resmi/baku dan bukan merupakan standar dialek dalam bahasa formal (Cambridge Dictionary, n.d.). Slang juga merupakan bentuk ekspresif yang lekat pada suatu komunitas sehingga terkadang sifatnya eksklusif (Dumas & Lighter, 1978). Maka kata-kata seperti “*jancok, jancik, gateli, gapleki*”, dll. termasuk kata slang, yang di sini berarti dimiliki oleh masyarakat Surabaya sebagai komunitas. Pemaknaannya juga secara eksklusif hanya dimengerti, walaupun tidak sepenuhnya, oleh masyarakat Surabaya sebagai pemilik kata slang tersebut. Walaupun demikian, sudah banyak masyarakat luas tahu bahwa kata-kata tersebut cukup kasar apabila digunakan. Hal ini karena kata slang tersebut lebih sering digunakan dalam keadaan seseorang emosi tinggi. Pada akhirnya, kata slang menjadi terekspos dan menciptakan *stereotype* bagi masyarakat Surabaya. *Stereotype* (atau stereotipe) adalah penilaian seseorang/kelompok terhadap seorang/kelompok tertentu berdasarkan persepsi umum yang berlaku mengenai seorang/kelompok tersebut (Robbins & Judge, 2011).

Stereotipe pada kata slang *suroboyoan* merupakan topik yang diangkat perancang karena kedekatan subjektif; yakni merupakan asal-usul perancang. Perancang menilai bahwa stereotipe ini cukup melekat pada benak masyarakat di luar Surabaya (setelah meninjau kembali kehidupan perancang selama kurang lebih 7 tahun di luar Kota Surabaya). Stereotipe ini, bagi perancang, memiliki dampak yang beragam. Namun, dampak yang dirasakan perancang mayoritas cenderung negatif karena stereotipe ini menciptakan proses generalisasi sifat seseorang yang melekat pada identitas “*jancok*”.

Seiring berkembangnya zaman, ada upaya yang dilakukan masyarakat Surabaya sendiri untuk menjadikan stereotipe ini bagian dari budaya



masyarakat Surabaya yang patut dibanggakan. Kebanggaan ini didasari karena keunikan yang hanya dimiliki dan dirasakan oleh masyarakat Surabaya sendiri. Seperti halnya contoh penggunaan kata slang “*jancok*” yang terkadang menjadi bahasa pemererat/pertemanan yang hanya terjadi di Surabaya. Salah satu contoh dari upaya tersebut adalah *Mendoan*. *Mendoan* merupakan salah satu media *podcast* yang terbentuk sejak tahun 2019 yang menceritakan sekaligus memperkenalkan budaya Surabaya, termasuk stereotipe dan kata slang di dalamnya, ke dalam bentuk komedi (Mendoan, 2019). Kekhasan dari *podcast* mereka adalah penggunaan bahasa *suroboyoan* yang sebenarnya tidak banyak dipakai oleh pendengar umum, terlebih mereka tayang dalam media audio global *Spotify*. Namun dalam salah satu episode yang tayang, mereka mengaku tidak peduli akan hal itu. Justru mereka ingin mengenalkan dialek *suroboyan* kepada pendengar khalayak. Berkat mereka akhirnya timbul reaksi positif dari masyarakat daerah lainnya. Hal ini dibuktikan dari daftar *podcast chart* dari *Spotify* bahwa *Podcast Mendoan* menduduki peringkat 11 dari 20 *podcast* teratas Indonesia (per tanggal riset 21 Oktober 2021). Reaksi positif tersebut menggerakkan masyarakat Surabaya untuk semakin bangga dengan stereotipe mereka sebagai suatu hal yang unik dan khas.

Hal ini menyadarkan perancang bahwa suatu stereotipe bisa menjadi sebuah karya dalam bentuk media yang luas. Tema *typography* menjadi pilihan perancang dalam Tugas Akhir ini karena *typography* dekat dengan kata slang. Kata “*jancok*”, selain diucapkan, seringkali pula diekspresikan dalam bentuk visual *typography*. Tidak menampik pula bahwa karya berbentuk *customization typeface* juga sedang marak-maraknya pada beberapa tahun belakangan. Maka, perancangan topik *typography* ini akan berfokus pada membuat desain *typeface*. Budaya yang melekat dan kata slang yang muncul dalam masyarakat menjadi gagasan utama dalam perancangan *typeface*. Maka perancangan ini bertujuan untuk memberikan sudut pandang yang berbeda bahwa sebuah stereotipe (melalui *slang word*) dapat direspon secara positif melalui karya desain.

Perancang perlu memahami perspektif di luar perancang, yakni masyarakat lain melihat/mendengar/mengenal kata slang *suroboyooan*. Maka diperlukan survei singkat mengenai perancangan ini untuk lebih obyektif. Perancang melakukan survei singkat tentang perancangan ini dengan memberikan kuesioner pertanyaan pilihan ganda dengan topik pengenalan seputar bahasa/kata slang *suroboyooan* dan *stereotype* dan apakah menarik topik ini diangkat dalam Tugas Akhir (lampiran ada di bagian Bab 2). Sebanyak 142 responden dari berbagai daerah (terbanyak 29,5% orang berdomisili di Surabaya) sebesar 83,8% mengetahui dan/atau mengenal kata slang *suroboyooan* dan sebanyak 80,3% merespon bahwa topik ini menarik untuk diangkat, sisanya menarik bagi mereka namun biasa saja. Lalu dari data sebesar 89,4% merespon bahwa topik ini mampu memberikan pandangan berbeda/baru bagi bahasa/kata slang *suroboyooan*, sisanya mengatakan tidak. Maka perancangan ini menarik bagi publik untuk diangkat dan menjadi sebuah karya perancangan.

Pada perancangan ini menggunakan metodologi kualitatif yang didapat melalui observasi dan analisis dokumen mengenai kaitannya Surabaya dengan kata slangnya, serta sumber-sumber lainnya yang dapat menunjang teori perancangan. Hasil observasi tersebut dianalisis menggunakan *Kipling's Method*, menggunakan 6 pertanyaan dasar: *what, why, who, when, where, dan how*. Teori yang digunakan terdapat dua macam, yakni teori utama dan teori penunjang. Teori utama yang digunakan adalah teori *design thinking* dari Tim Brown sebagai dasar metode perancangan dan teori utama lain seperti tinjauan literasi *typography* dan linguistik (kaitannya dengan bahasa/kata slang). Teori utama ini didukung dengan teori penunjang yang berkaitan dengan teori utama. Hasil dari perancangan adalah *display typeface* yang terbuka untuk publik (*open source*) yang diaplikasikan ke dalam bentuk media buku *type specimen*.

Tujuan perancangan ini adalah merancang *typeface* dari kata slang *suroboyooan* yang mampu mengekspresikan karakter dari kata slang *suroboyooan* itu sendiri. Karya perancangan ini menawarkan kebaruan (noveltis) yakni tema dari perancangan: kata slang *suroboyooan*, yang



merupakan tema *intangible* untuk membuat sebuah *typeface*. *Intangible* berarti tidak dapat diraba (*not having physical presence*). *Intangible* di sini adalah bagaimana membuat *typeface* yang mengekspresikan bentuk abstrak (kata slang) karena tidak ada bentuk fisik, yang mana jarang diangkat menjadi sebuah perancangan. Adapun beberapa kebaruan lain yang ditawarkan adalah penggunaan teori linguistik dan suara untuk memperkuat kajian rancangan. Harapan dari perancangan ini nantinya mampu memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu Desain Komunikasi Visual; dengan menghasilkan karya desain *typeface* yang mampu merepresentasikan sebuah bentuk budaya lain dari Surabaya melalui kata slang. Dengan demikian dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang akan menggunakan karya *typeface* ini sebagai alat komunikasi visual.

## **2. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang *typeface* dari kata slang *suroboyoan* yang mampu mengekspresikan karakter dari kata slang itu sendiri?

## **3. Tujuan perancangan**

Tujuan dari perancangan ini adalah merancang *typeface* dari kata slang *suroboyoan* yang mampu mengekspresikan karakter dari kata slang *suroboyoan* itu sendiri.

## **4. Metode Perancangan**

- a. Data yang dibutuhkan:
  - 1) Data Primer: Data utama berupa observasi visual dan audio mengenai kata slang *suroboyoan*.
  - 2) Data Sekunder: Data penunjang yang mendukung data utama; seperti referensi dan kajian/tinjauan.
- b. Metode Analisis Data
  - 1) Metode pengolahan data menggunakan 5W + 1H (*Kipling Method*).
  - 2) Metode perancangan karya menggunakan *design thinking* Tim Brown: 1) *Emphatize*, 2) *Define*, 3) *Ideate*, 4) *Prototype*, 5) *Test*.
  - 3) Metode lain dalam merancang huruf menggunakan buku *Designing Type* karya Karen Cheng.

## 5. Tinjauan

### a. Tinjauan tentang *Design Thinking*

Dalam menerapkan konsep *Design Thinking*-nya, Tim Brown berpendapat bahwa terdapat tiga prinsip dasar; yaitu 1) *Empathy*: berfokus pada kebutuhan *customer*, 2) *Expanding Thinking*: pencarian solusi dengan memikirkan sebanyak mungkin ide kreatif, 3) *Experimentation* atau eksperimentasi guna menemukan solusi yang tepat bagi *customer* (CIAS Corporate Innovation, 2020; Brown, 2008).

Ketiga prinsip tersebut diadaptasi dan dikembangkan oleh Stanford University D.School kedalam 5 (lima) tahapan yakni 1) *Empathize*, 2) *Define*, 3) *Ideate*, 4) *Prototype*, dan 5) *Testing* (CIAS Corporate Innovation, 2020).

### b. Tinjauan Tipografi

Makna tipografi meluas karena perkembangan peradaban manusia yang memungkinkan hampir segala kegiatan manusia berkaitan dengan huruf; seperti menulis, membaca, mengatur, membentuk, dan lain sebagainya. Dengan kata lain, manusia dapat berkomunikasi menggunakan tipografi. Tipografi menjadi alat komunikasi untuk menyampaikan pesan melalui visual huruf. Komunikasi ini sudah dilakukan oleh manusia pra-aksara, jauh sebelum ditemukannya sistem alfabet seperti sekarang (Rustan, 2011; Jury, *What is Typography?*, 2006).

### c. Tinjauan tentang Kata Slang Surabaya

Kata slang merupakan kata dalam sebuah tatanan bahasa yang tidak baku, informal, dan sifatnya eksklusif, sehingga tidak semua orang memahaminya (KBBI, n.d.; Dumas & Lighter, 1978). Kata slang Surabaya, dalam batasan ini adalah '*jancok*', memiliki tidak dipahami secara menyeluruh oleh masyarakat Surabaya dan sekitarnya, yang menyebabkan sebuah stereotipe bahwa masyarakat Surabaya adalah orang yang kasar, emosian, atau *sembrono*.. Kacamata linguistik mencoba menjelaskan bahwa kata slang

'*jancok*' tidak serta merta bermakna (semantik) kasar dan tabu, melainkan secara pragmatik kata ini merupakan kata ekspresi yang melekat pada masyarakat; seperti tanda keakraban, ekspresi senang, sedih, atau khawatir dsb (Saroh, 2010).

d. Tinjauan Variabel Suara dengan Visualisasi Huruf

Sarah Hyndman dalam buku *Why Fonts Matter* memberikan tinjauan mengenai bagaimana suara hubungan suara dengan citra huruf. Huruf dapat berfungsi sebagai *transmitter* suara memberikan visualisasi dari kualitas suara/nada yang dibentuk. Clive Lewis dan Peter Walker, dikutip oleh Hyndman, melihat huruf dapat menjadi kode visual dari ucapan (*visual code of speech*), yang memberikan makna 1) bagaimana nada/suara saat diucapkan dan 2) apa makna sesungguhnya (Hyndman, 2016).

Manusia secara insting dapat merefleksikan huruf dengan dunia fisik, sehingga menciptakan sifat tertentu. Huruf dengan gaya *bold* 'disepakati bersama' memiliki ukuran yang cenderung besar dan tebal dan 'terdengar' lebih keras dibandingkan dengan huruf bergaya *light*.

e. Tinjauan Semiotika dalam Tipografi dan Hubungannya dengan Kata Slang Surabaya

Teori semiotika diperlukan untuk melihat tanda sebagai objek yang diinterpretasi pada makna tertentu. Dalam perkembangannya, teori semiotika semakin kompleks. Umberto Eco, seorang semiotikawan asal Italia, mengembangkan teori semiotika semakin dalam. Dalam bukunya berjudul "*Semiotics and the Philosophy of Language*", beliau mengemukakan bahwa sebuah makna dari sebuah tanda sifatnya tidaklah rigoristik (sempit, kuat, tetap) melainkan dapat diinterpretasi luas, yang mana bukan merupakan kebenaran tunggal. Eco berpendapat bahwa akan lebih tepat apabila memaknai sebuah tanda hanyalah sisi objektif, yang mana sebuah ekspresi dari tanda dimaknai sama oleh semua orang. Tetapi, menurut Eco, isi-nya lah yang dibaca berbeda oleh setiap *audience*

yang membaca tanda. Eco menekankan tentang ekspresi dan isi karena pemaknaan sebuah tanda juga bergantung pada unit-unit dari konvensi kultural, yang merupakan syarat pembaca tanda memahami isi dari sebuah ekspresi tanda tersebut (Rahman & Awuy, 2013).

Dalam hubungannya dengan tipografi, pemaknaan sebuah tanda melalui tipografi dapat diselaraskan melalui visual karakter huruf yang diatur dalam *the distinctive features of typography* dari Theo van Leeuwen: 1) *Weight*, 2) *Expansion*, 3) *Slope*, 4) *Curvature*, 5) *Connectivity*, 6) *Orientation*, 7) *Regularity* (Leeuwen, *Typographic Meaning*, 2005).

## 6. Analisis Data

Analisis data kuesioner dan observasi (Data Primer) menggunakan pendekatan *Kipling Method*, maka 1) *What*: Apa yang ada dalam pikiran masyarakat mengenai kata slang *suroboyoan*? Masyarakat luas, terutama juga masyarakat Surabaya, meyakini bahwa kata slang seperti '*jancok*, *jancik*, *cuk*', dll. merupakan kata yang kasar. Namun bagi mereka kata tersebut sudah berkembang dan menjadi keunikan sendiri bagi masyarakat Surabaya. 2) *Where*: Di mana kata slang tersebut tercipta/terbentuk? Dari analisis jurnal yang dijelaskan sebelumnya pada sub-bab sebelumnya (hal. 33 Bab 2) bahwa asal-usul pastinya tidak ada. Ada berbagai versi yang menyebutkan asal-usul kata '*jancok*' yang mana banyak dipercaya bahwa kata tersebut berasal dari bahasa umpatan Jawa yang berarti '*encuk*' atau bersetubuh. 3) *When and who*: Siapa dan kapan kata slang ini mulai nampak dan populer di kalangan masyarakat? Masyarakat Jawa Timur (kebanyakan dari Surabaya dan Malang) yang sering menggunakan kata slang '*jancok*' dan dipercaya, menurut jurnal Yam Saroh, sudah ada sejak 1930 zaman sebelum kemerdekaan. 4) *Why and how*: Mengapa perancangan ini relevan dengan masalah yang terjadi dan bagaimana solusi kreatifnya? Topik ini dalam ranah tipografi ke arah akademis, menurut perancang, belum pernah diangkat sebelumnya dan masih relevan karena kata slang ini

masih sering digunakan dan menciptakan stereotipe. Solusi yang ditawarkan perancang adalah menciptakan karya desain bertema tipografi yang meng-*embrace* kata slang tersebut dan menjadi bagian dari alat komunikasi visual.

Metodologi perancangan yang dipakai adalah *design thinking* Tim Brown yang menitik-beratkan 5 tahapan yang mana tahap *emphatize* dan *define*; yakni memahami perspektif dari para audiensi apa sebenarnya yang mereka lihat dari stereotipe tersebut. Dari 143 responden melihat bahwa stereotipe tersebut adalah keunikan dari masyarakat Surabaya, sehingga bukan melulu menjadi sebuah keburukan melainkan “rasa” yang berbeda dari sebuah daerah yang menjadi ciri khas tersendiri. Mereka melihat bahwa kesan tegas dan lugasnya orang Surabaya justru merupakan keunggulan yang membuat Surabaya itu unik, sehingga harapan mereka kesan itu tertampak pada karya perancangan ini. Maka dari itu, perancang men-*define* dari topik ini melalui rumusan masalah; yaitu: Bagaimana merancang typeface dari kata slang *suroboyoan* yang mampu mengekspresikan karakter dari kata slang itu sendiri?

Dalam proses selanjutnya, yaitu *ideate*, *prototype*, dan *testing*, perancang mengeksplorasi berbagai *style* (*weight*, *wide*, atau *slanted/italic*) serta visualisasi anatomi dalam satu *character set* sehingga benar-benar mencerminkan karakteristik bahasa/kata slang Surabaya.

## **B. PEMBAHASAN DAN HASIL PERANCANGAN**

### **1. Strategi Media**

Target audiens dalam perancangan ini adalah masyarakat umum berumur 18-23 tahun yang merupakan pengguna aktif teknologi digital dan media sosial. Dari target audiens tersebut, perancang menciptakan beberapa media sebagai penyampai informasi tentang perancangan *typeface* ini, yakni: 1) Media Utama: *Type Specimen Book* + A3 Poster, 2) Media Pendukung: Konten Instagram berupa *feed* tentang

perancangan (poster, *motion type*) yang akan disambungkan langsung dengan *font* perancangan melalui link *google drive*. Tidak menutup kemungkinan implementasi pada *merchandise* seperti kaos dan *sticker*.

## 2. Tujuan Kreatif

Karakter dari slang *suroboyoan* begitu kuat di dalam lingkungan masyarakat Surabaya. Hal ini ditunjukkan dalam bahasa keseharian masyarakatnya. Kata seperti “*jancok*”, yang dipercaya kasar dan tabu, sering digunakan sebagai ungkapan informal yang mengakrabkan sesama komunitasnya. Maka keterlibatan ilmu lain di luar tipografi seperti sosiolinguistik dan suara/nada diperlukan untuk memperkuat konsep dari perancangan ini. Selain itu, tujuan perancangan ini menawarkan perspektif yang berbeda melalui kedua kajian ilmu tersebut sehingga menjadi sebuah kebaruan dalam rancangan.

## 3. Strategi Kreatif

### a. Konsep verbal

Konsep verbal perancangan ini menggunakan bahasa/kata slang *suroboyoan*. Dengan kata slang, maka bahasa yang digunakan tidak terlalu baku; cenderung bahasa yang *luwes* non-formal. Namun karena target audiens yang luas maka tetap bahasa penyampaiannya menggunakan Bahasa Indonesia. Adapun *tone & manner* yang digunakan yaitu informal, *fun*, namun tetap dengan khas lugasnya kata slang *suroboyoan*.

### b. Konsep visual

Dari kajian sosiolinguistik, kata slang “*jancok*” memiliki makna secara semantik dan pragmatik. Setelah dianalisis, ada banyak sekali pemaknaan dari sisi pragmatismenya. Di sisi lain, dalam penggunaan kata menciptakan berbagai variasi nada/suara, ada perbedaan volume, *treble*, *bass*, dan tempo sehingga juga menciptakan variasi penekanan suara. Banyaknya variasi tersebut berarti kata slang *suroboyoan* memiliki fleksibilitas yang tinggi. Penggunaannya tidak statis dalam satu makna saja (yang banyak



diyakini karena kasar dan tabu dalam sematiknya), melainkan lebih dinamis.

Ada 2 (dua) referensi kajian yang digunakan dalam perancangan ini, yakni eksperimentasi huruf Sarah Hyndman dan jurnal analisis milik Theo van Leewen. Dalam tulisan Hyndman menyatakan bahwa ekplorasi bentuk tipografi huruf dapat divisualkan dengan mempertimbangkan variabel suara seperti volume, *treble*, *bass*, dan *tempo*. Sejalan dengan itu, Leewen juga menulis bahwa eksplorasi tersebut dapat dilakukan dengan memainkan karakter huruf seperti *weights*, *width*, *italic*, *kerning*, dll.). Dengan melihat karakter fleksibilitas dari kata slang “*jancok*”, maka memungkinkan bahwa perancang dapat merealisasikan karakter tersebut dengan memainkan karakter dari huruf untuk semakin mencitrakan karakter slangnya.

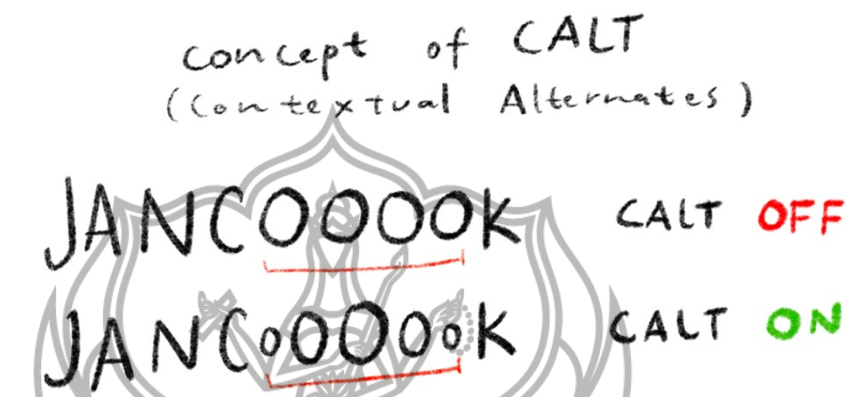


The image shows the word "Jancok" written in a very bold, condensed, and slightly slanted font. The letters are thick and close together. In the background, there is a faint watermark of a figure, possibly a deity or a historical figure, holding a staff and a string of beads. The overall style is modern and graphic.

Gambar 1. Karakter visual huruf “*jancok*” secara semantik  
(Sumber: dokumentasi Eugenius Krisna; *typeface*: *Euforia*, 2021)

Berdasarkan hal tersebut, perancang mengusulkan konsep penggunaan sistem *variable fonts* untuk perancangan ini. *Variable fonts* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fleksibilitas kata slang. Namun konsep *variable fonts* tetap memiliki satu karakter *typeface*. Maka dari itu, perancang melihat bahwa desain visual dasar untuk *typeface* ini menggunakan citra semantik dari kata “*jancok*” yakni kasar dan lugas, bernada menghina, keras, dan dalam keadaan emosi marah. Berdasarkan kajian Hyndman dan Leewen, karakter huruf yang dapat divisualkan yakni *condensed*, *bold*, dengan sedikit *slanted/italic*, *kerning* yang berdekatan. Visual ini menjadi kunci utama *typeface* dan pondasi dasar untuk dibuatkan *variable fonts* yang terdiri dari berbagai *weights* dan *width*. Adapun untuk

menambah kesan *slang word* dan penekanan, perancang menggunakan fitur *contextual alternates* (selanjutnya akan disebutkan CALT) yang terdapat pada format *OpenType Fonts* (OTF). Konsep yang dirancang adalah memberikan modifikasi sedikit pada huruf vokal yang terdapat pada setiap *lexicon* kata slang 'jancok', seperti 'jancuk, jancik, jancik, dancok, dancuk, dampot, dampot, ancok, ancuk, hancuk, hancok, hancik, cok, cuk, cik'. Berikut adalah penggambaran konsepnya:



Gambar 2. Konsep "jancok" secara semantik  
(Sumber: dokumentasi Eugenius Krisna; typeface: Euforia, 2021)

Konsep CALT yang digunakan khusus pada kata yang masuk pada *lexicon* kata slang *suroboyoan* yang sudah disebutkan. Fitur ini akan aktif secara otomatis dan hanya bisa digunakan pada format OTF.

#### 4. Data dan Visualisasi Perancangan

- Nama *Typeface*: JancoOk
- Type Family*: *Variable font* dengan 7 variasi ketebalan (*Thin, Extra Light, Light, Regular, Medium, Semi Bold, Bold*) dan 3 variasi kelebaran (*Compressed, Condensed, Normal*).
- Format *Font*: OpenType Font (OTF)
- Visualisasi Karya (beberapa variasi)

**JancoOk 11 *Compressed Thin***

- *Uppercase*

ABCDEFGHIJKLMN    *ABCDEFGHIJKLMN*  
OPQRSTUVWXYZ    *OPQRSTUVWXYZ*

Gambar 3. *Uppercase* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Lowercase*

abcdefghijklmn    *abcdefghijklmn*  
opqrstuvwxyz    *opqrstuvwxyz*

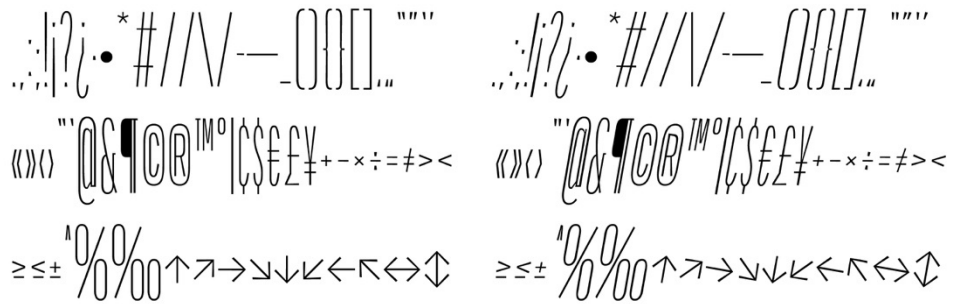
Gambar 4. *Lowercase* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Numbers*

0123456789    *0123456789*

Gambar 5. *Numbers* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Punctuation dan symbols*



Gambar 6. *Punctuation dan symbols* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

### **JancoOk 24 Condensed Regular**

- *Uppercase*



Gambar 7. *Uppercase* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Lowercase*



Gambar 8. *Lowercase* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Numbers*

0123456789      0123456789

Gambar 9. *Numbers* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Punctuation dan symbols*

.,:;!?'·\*#//\/\_-[]{}... "" ""      .,:;!?'·\*#//\/\_-[]{}... "" ""  
 «»()'"@&¶©®™°|ç\$€£¥+-×÷=≠><      «»()'"@&¶©®™°|ç\$€£¥+-×÷=≠><  
 ≥≤±^%/%00↑↗→↘↓↙←↔↕      ≥≤±^%/%00↑↗→↘↓↙←↔↕

Gambar 10. *Punctuation dan symbols* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

**JancoOk 37 Normal Bold**

- *Uppercase*

ABCDEFGHIJKLMN      ABCDEFGHIJKLMN  
 OPQRSTUVWXYZ      OPQRSTUVWXYZ

Gambar 11. *Uppercase* dalam *Regular* dan *Italic*  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Lowercase*

abcdefghijklmn *abcdefghijklmn*  
 opqrstuvwxyz *opqrstuvwxyz*

Gambar 12. *Lowercase* dalam *Regular* dan *Italic*  
 (Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Numbers*

0123456789 *0123456789*

Gambar 13. *Numbers* dalam *Regular* dan *Italic*  
 (Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

- *Punctuation dan symbols*

.,:;!?'j. • #/\|/— \_(){}[]... "" ""  
 «»() "" @&¶©®™°|ç\$€£¥+-\*÷=#><  
 ≥≤± ^%%°0 ↑↗→↘↓↙←↖↔↕

Gambar 14. *Punctuation dan symbols* dalam *Regular* dan *Italic*  
 (Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)



## 5. Media Utama

### *Type Specimen Book*

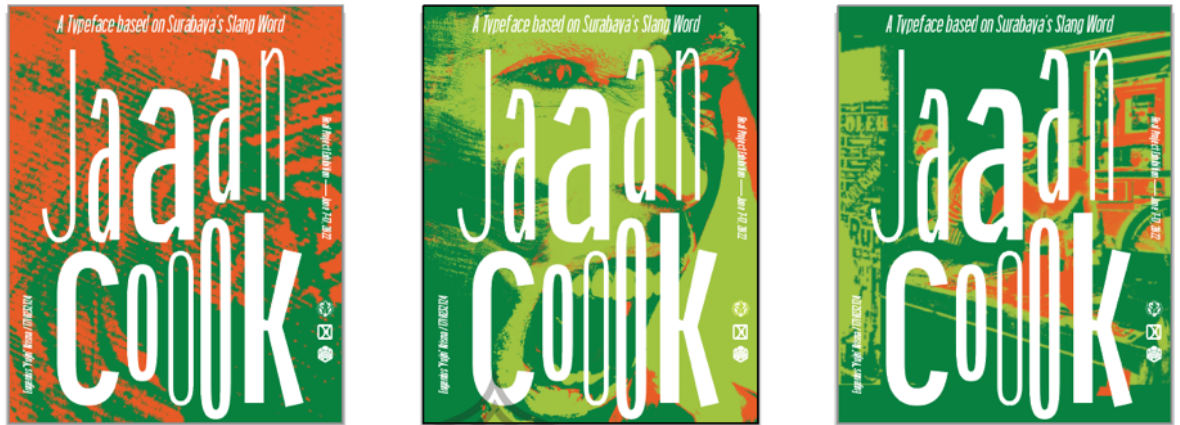


Gambar 15. *Type Specimen Book* JancoOk Display  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)

## 6. Media Pendukung

### a. Video GIF

Poster Instagram



Stories Instagram



Gambar 16. Tiga panel bergambar dari GIF JancoOk  
(Sumber: Dokumentasi Eugenius Krisna, 2022)



### C. KESIMPULAN

Kata slang khas Surabaya, seperti *'jancok'*, sudah melekat pada benak masyarakat luas sebagai bentuk stereotipe bahwa orang Surabaya adalah orang yang kasar. Namun stereotipe tersebut justru dibenarkan dan menjadi bagian dari budaya yang patut dibanggakan oleh masyarakat Surabaya sendiri. Hal ini menginspirasi perancang bahwa suatu stereotipe bisa menjadi sebuah karya dalam bentuk media yang luas. Kata *jancok*, selain diucapkan, seringkali pula diekspresikan dalam bentuk visual *typography*. Perancangan topik *typography* ini akan berfokus pada membuat desain *typeface*. Hasilnya adalah sebuah *typeface* JancoOk Display yang bersifat *condensed* (huruf sempit). JancoOk Display merupakan *variable fonts* yang terdiri dari 21 variasi normal (7 variasi *weight* dan 3 variasi *width*) dan 21 variasi *italic*.

Proses pencarian data diawali dengan cara observasi langsung dan mencari literasi asal-usul kata slang tersebut. Dari observasi tersebut ditemukan beberapa kata slang selain "*jancok*"; seperti *'jancik, hancuk, cuk, cok'*. Perancang menggali juga dengan data sekunder; temuan-temuan melalui teori sosiolinguistik dan teori suara serta semiotika. Dari temuan data dan kajian-kajian penunjang, ditemukan bahwa kata slang *suroboyooan* memiliki sisi semantik dan pragmatik yang fleksibel, yang mana memberikan makna bahwa kata slang *suroboyooan* yang dikenal tidak selalu berarti kasar dan negatif. Selain itu, adanya penekanan suara dalam hal mengucapkan kata tersebut (biasanya dikenal keras) juga memberikan makna yang berbeda. Maka dari itu, perancang mengeksplorasi konsep *typeface* dengan berbagai style (*weight, width, atau italic*) serta visualisasi anatomi dalam satu *character set* sehingga benar-benar mencerminkan karakteristik bahasa/kata slang Surabaya. Konsep yang digunakan perancang adalah membuat karakter *typeface* yang *condensed* (karena sifat kata slang *suroboyooan* yang tegas dan lugas) yang bersifat *variable fonts* dengan fitur *contextual alternates* untuk menciptakan sisi ekspresif dari kata slang. Kebaruan perancangan ini adalah tema perancangan ini yang melibatkan kata slang khas



Surabaya yang belum pernah dilakukan sebelumnya. *Typography* jarang mengangkat tema yang sifatnya *intangible* yang mana dalam hal ini adalah kata slang dan faktor suara dalam mengucapkan kata slang tersebut.

Dari karya perancangan ini ada dua kesimpulan yang dapat diambil; yakni:

1. Perancangan ini ingin menunjukkan bahwa stereotipe kata slang *suroboyoan* tidak serta-merta negatif, melainkan merupakan bentuk keunikan budaya Surabaya sebagai kata ekspresi bagi masyarakat Surabaya yang patut dilestarikan.
2. Pelestarian tersebut dengan cara merespon stereotipe tersebut dengan cara-cara yang lebih positif; dalam hal ini adalah membuat typeface yang dapat mengespresikan suara/ucapan dari kata slang *suroboyoan* ke dalam bentuk *typeface/typography*.

#### D. KEPUSTAKAAN

##### Buku

- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York: HarperBusiness.
- Cheng, K. (2020). Type Terminology. In *Designing Type* (p. 32). North America: Yale University Press.
- Hyndman, S. (2016). *Why Fonts Matter*. London: Virgin Books
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2011). *Organizational Behavior*. Cornell University: Prentice Hall
- Rustan, S. (2011). *Font & Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jury, D. (2006). What is Typography? In D. Jury, *What is Typography?* (p. 8). Singapore: Page One Publishing Private Ltd.

##### Jurnal Ilmiah, Tesis, & Diskursi

- Dumas, B. K., & Lighter, J. (1978). Is Slang a Word for Linguists? In *American Speech*, Vol. 53, No. 1 (Spring, 1978), h 14 — 15 (diakses pada 1 Mei 2022, pk. 22:48 WIB)

Leeuwen, T. v. (2005). *Typographic Meaning*. California: SAGE Publications, h 138 — 142 (diakses pada 19 Desember 2021, pk. 18:40 WIB)

Rahman, A., & Awuy, T. F. (2013). *Semiotika Filosofis: Perspektif Umberto Eco*. Jakarta: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.

Saroh, Y. (2010). *Analysis about "Jancok or Dancok" in Discourse (Semantic and Pracmatic)*. Jombang: STKP PGRI Jombang.

### **Webtografi**

*Cambridge Dictionary*. (n.d.). Retrieved from dictionary.cambridge.org: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/slang>. Diakses pada November 2021.

CIAS Corporate Innovation. (2020, December 7). Retrieved from Youtube:[https://www.youtube.com/watch?v=Vv26k2z5No8&list=PL9ggyZSQkXK\\_Zl6kwVJBiLD\\_3hWWspC3t&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=Vv26k2z5No8&list=PL9ggyZSQkXK_Zl6kwVJBiLD_3hWWspC3t&index=1). Diakses pada Mei 2022.

CIAS Corporate Innovation. (2020, December 7). Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=EUMbDMMYhXc&list=PL9ggyZSQkXK\\_Zl6kwVJBiLD\\_3hWWspC3t&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=EUMbDMMYhXc&list=PL9ggyZSQkXK_Zl6kwVJBiLD_3hWWspC3t&index=3). Diakses pada Mei 2022.

*JawaPos.com*. (2017, March 21). Retrieved from <https://www.jawapos.com/sepak-bola/sepak-bola-indonesia/21/03/2017/bonek-bondo-nekat-dan-kreatif/>. Diakses pada Oktober 2021.

KBBI. (n.d.). *KBBI Online*. Retrieved from <https://kbbi.web.id/slang>. Diakses pada Oktober 2021.

*Mendoan*. (2019). Retrieved from [https://open.spotify.com/show/1EYmQLqYuhzaBEvGltqEZ?si=almfiRxqSJyobXhJdj2GEg&dl\\_branch=1](https://open.spotify.com/show/1EYmQLqYuhzaBEvGltqEZ?si=almfiRxqSJyobXhJdj2GEg&dl_branch=1). Diakses pada Desember 2021.