

PREFERENSI VISUAL SPANDUK WARUNG SATE MADURA DI KOTA SEMARANG



TESIS PENGKAJIAN SENI
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Magister Seni
Program Studi Desain Komunikasi Visual.

Andies Maftu Khanan

NIM. 1921252412

**PROGRAM PASCA SARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2023

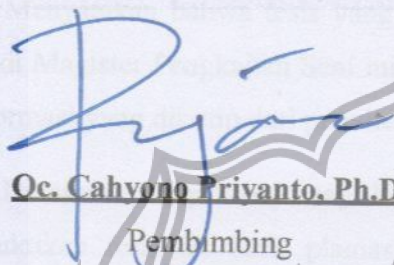
HALAMAN PENGESAHAN

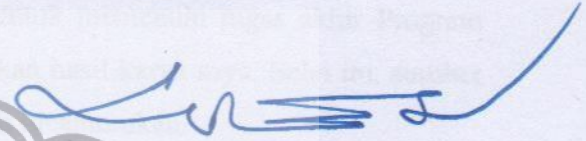
Diajukan Oleh :

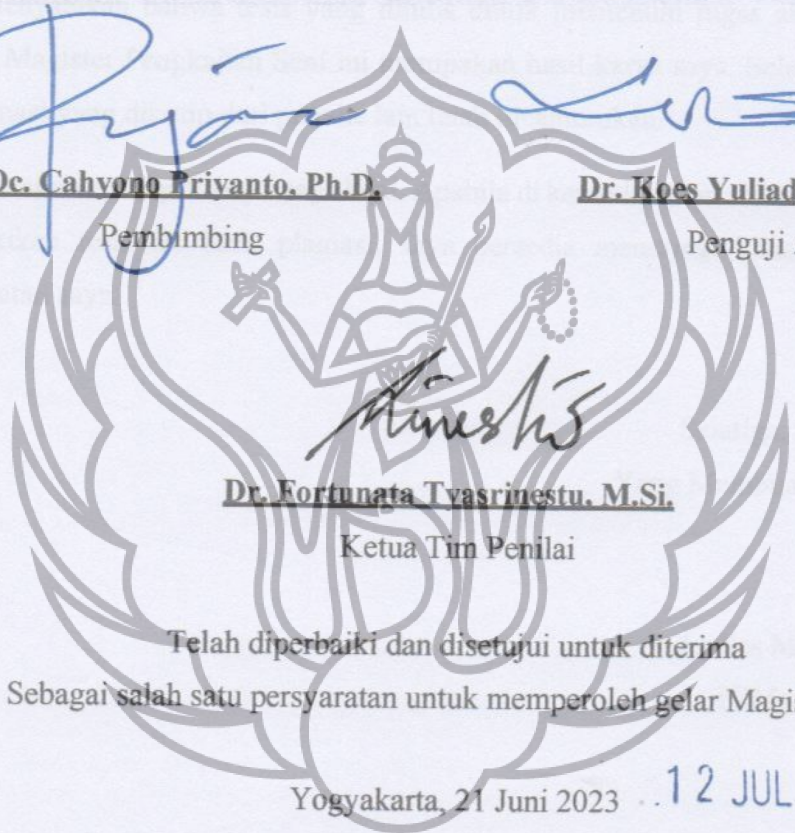
Andies Maftu Khanan

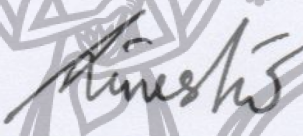
NIM 1921252412

Tesis ini telah dipertahankan pada tanggal 7 Juni 2023
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari


Oc. Cahyono Priyanto, Ph.D.
Pembimbing


Dr. Koes Yuliadi, M.Hum.
Penguji Ahli




Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si.
Ketua Tim Penilai

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, 21 Juni 2023 .. 12 JUL 2023

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si.
NIP.197210232002122001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

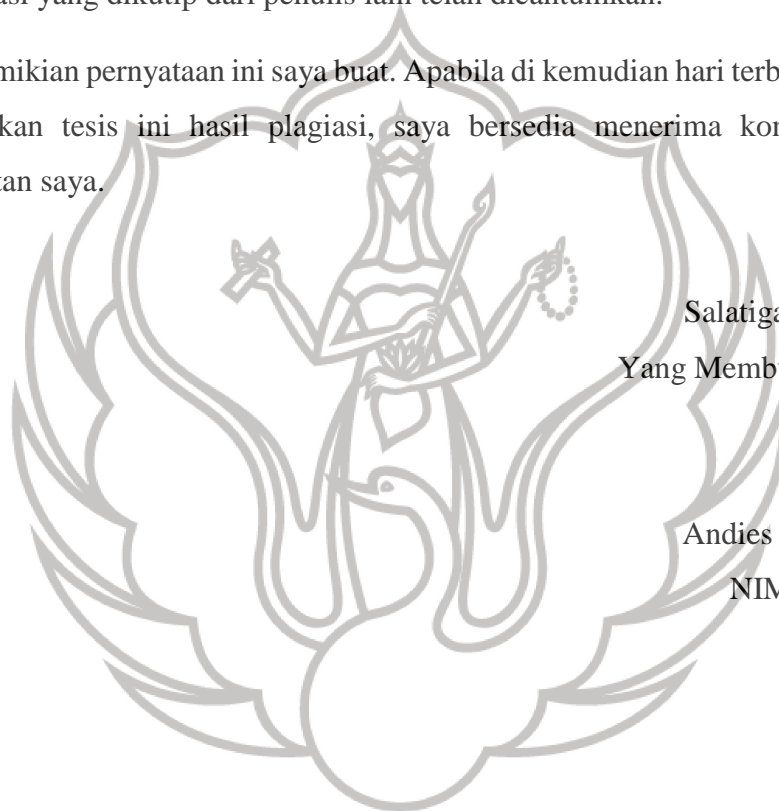
Nama : Andies Maftu Khanan

NIM 1921252412

Judul Tesis : Preferensi Visual Spanduk Warung Sate Madura di
Kota Semarang

Menyatakan bahwa tesis yang ditulis untuk memenuhi tugas akhir Program Studi Magister Pengkajian Seni ini merupakan hasil karya saya. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah dicantumkan.

Demikian pernyataan ini saya buat. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil plagiasi, saya bersedia menerima konsekuensi atas perbuatan saya.



Salatiga, 19 Mei 2023

Yang Membuat Pernyataan

Andies Maftu Khanan

NIM: 1921252412

PREFERENSI VISUAL SPANDUK WARUNG SATE MADURA DI KOTA SEMARANG

Pertanggungjawaban Tertulis

Program Penciptaan dan Pengkajian Seni

Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2023

Oleh **Andies Maftu Khanan**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi visual partisipan pada desain spanduk warung sate Madura berdasarkan tiga atribut, yaitu: daya tarik desain, kelengkapan konten, dan representasi budaya Madura pada spanduk. Survei dilakukan pada sepuluh spanduk di kota Semarang dan sekitarnya, dengan melibatkan seratus responden. Analisa data dilakukan dengan melakukan pemeringkatan, dan analisa secara deskriptif melihat hubungannya dengan atribut dan elemen visual masing-masing spanduk. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara preferensi visual partisipan dengan ketiga atribut.

Kata Kunci: *Preferensi visual, Desain spanduk, Warung sate Madura.*

ABSTRACT

This study aims to determine the participants' visual preferences for the Madura satay stall banner design based on three attributes: the design attractiveness, the content completeness, and the representation of Madurese culture on the banner. The survey was conducted on ten banners in the Semarang City and its surroundings, involving one hundred respondents. Data analysis is done by ranking, and descriptive analysis looks at the relationship with all attributes and visual elements of each banner. The results showed there was a strong relationship between participants' visual preferences and the three attributes.

Keywords: *Visual preference, banner design, Madura satay stall.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah segala puji kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Dengan mengucapkan syukur akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul “Preferensi Visual Spanduk Warung Sate Madura di Kota Semarang”. Sebuah karya Pengkajian Desain Komunikasi Visual sebagai syarat mencapai gelar magister dalam menempuh studi lanjut pada Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dengan segala kerendahan hati penulis merasa bahwa tugas ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis selalu mengharapkan segala kritikan dan saran yang membangun sebagai salah satu bekal penulis dalam menghadapi tantangan di masa yang akan datang. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai tempat menuntut ilmu dan ruang apresiasi seni di jenjang akademik magister seni.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Muhaimin dan Ibu Sri Yuni Solikhati yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, inspirasi, dan kasih sayang yang tidak terhingga.
3. Bapak Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D. selaku dosen pembimbing dalam pengkajian tugas akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan untuk menyelesaikan tugas akhir ini, serta memberikan ilmu dan pengetahuan baru dalam dunia desain.
4. Bapak Dr. Kus Yuliadi, M.Hum dan Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si selaku tim penguji pada sidang ujian tesis.
5. Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, S.E., M.Si. selaku kepala prodi magister seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

6. Istri saya, Za'ma Amniyya yang selalu sabar memberikan dukungan, doa, dan perhatian kepada saya. Rafka Praditya Pratama, anak saya, yang menjadi motivasi untuk terus semangat menyelesaikan tugas akhir saya.
7. Ibu Ika Nur Cahyani selaku admin staf akademik Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membantu dalam proses administrasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Indana Zulfiya dan Rahmanita Fairuz Shafiya, mahasiswa Sarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membantu proses penelitian dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh dosen dan staf karyawan Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
10. Bapak dan Ibu Guru semasa TK, SD, SMP, dan SMA atas ilmu yang telah diberikan.
11. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Sebelas Maret dan Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan.
12. Teman-teman Program Pascasarjana ISI Yogyakarta Angkatan 2019.
13. Teman-teman, sahabat dan orang-orang terdekat atas dukungannya.
14. Seluruh pihak yang telah membantu namun tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga tugas akhir yang penulis susun dengan segenap kemampuan dan usaha ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu khususnya bagi penulis dan para pembaca umumnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. <i>Latar Belakang</i>	1
B. <i>Rumusan Masalah</i>	4
C. <i>Tujuan Penelitian</i>	4
D. <i>Manfaat Penelitian</i>	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. <i>Kajian Sumber</i>	6
B. <i>Kajian Teori</i>	8
BAB III METODOLOGI	15
A. <i>Jenis Penelitian</i>	15
B. <i>Subjek dan Objek Penelitian</i>	15
C. <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	15
D. <i>Sumber Data Penelitian</i>	17
E. <i>Teknik Analisis Data</i>	18
BAB IV PEMBAHASAN	19
A. <i>Hasil Penelitian</i>	19
B. <i>Populasi dan Sampel</i>	19
C. <i>Analisis Hasil</i>	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
A. <i>Kesimpulan</i>	36
B. <i>Saran</i>	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pakaian Tradisional Madura	2
Gambar 2 Contoh Desain Spanduk Warung Sate Madura dengan Ilustrasi Budaya	2
Gambar 3 Tipografi	11
Gambar 4 Spektrum Warna	12
Gambar 5 Jenis Komposisi	13
Gambar 6 Desain Spanduk Sate Ayam “Pak No” di Jakarta Pusat	14
Gambar 7 Pengantar Survei	16
Gambar 8 Desain Survei Preferensi Visual dengan Likert-Scale	17
Gambar 9 Diagram Proporsi Usia Partisipan	20
Gambar 10 Diagram Proporsi Gender Partisipan	21
Gambar 11 Spanduk dengan nilai rerata keseluruhan tertinggi (kiri) dan terendah (kanan)	28



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Proporsi Responden berdasar Usia Sumber : Penulis, 2023	19
Tabel 2 Proporsi Responden berdasar Gender	20
Tabel 3 Sampel Spanduk Warung Sate Madura	21
Tabel 4 Nilai Rerata Berdasarkan Menariknya Desain Spanduk	25
Tabel 5 Nilai Rerata Berdasarkan Kelengkapan Konten Spanduk	26
Tabel 6 Nilai Rerata Berdasarkan Representasi Budaya	26
Tabel 7 Nilai Rerata Secara Keseluruhan	27



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia, kehadiran para pedagang kaki lima dapat ditemukan dengan mudah di ruang terbuka. Para pedagang ini biasa berkumpul di fasilitas umum yang padat orang berkunjung seperti trotoar, pinggir taman, terminal, dan lain-lain. Produk yang ditawarkan pun bervariasi, mulai dari ragam kuliner, mainan, hingga pakaian. Di era yang kini persaingan ekonomi semakin ketat, para pedagang tak jarang menambahkan identitas seperti stiker nama maupun spanduk untuk membedakan dengan pedagang lainnya dan sebagai upaya pemasaran produknya.

Spanduk dalam pengertian umum adalah kain yang direntangkan berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui masyarakat. Dijelaskan oleh Soewardikoen dalam Rahman, dkk (2018), spanduk bertujuan untuk menarik atau memikat pembaca yang terdiri dari berbagai unsur gambar (ilustrasi dengan tangan atau foto) yang dihubungkan dengan unsur tekstual (huruf, kata-kata, dan kalimat). Dalam periklanan, hubungan antara gambar dan teks selalu membuat sebuah impresi. Karenanya, ilustrasi dan judul iklan secara konsisten dipahami sebagai sesuatu yang berhubungan secara signifikan.

Tujuan sebagian besar iklan spanduk tampaknya ada dua: (1) untuk mendapatkan tanggapan langsung, dan (2) untuk mendapatkan pengenalan merek melalui paparan spanduk (Calisir dan Karaali, 2008). Dalam hal ini, para pedagang memiliki tujuan untuk memberikan familiaritas terhadap calon pembeli melalui spanduk dan mendapatkan pelanggan dengan pendekatan visual.

Menurut Janottama (2015) dalam desain komunikasi visual *outdoor*, elemen desain merupakan bagian penting untuk membentuk sebuah desain, antara lain ilustrasi, teks, tipografi, warna, dan *layout*. Ilustrasi umumnya menggunakan gambar maupun foto untuk mendukung pesan yang disampaikan pada media komunikasi visual *outdoor*. Elemen teks terdiri dari judul utama. Pada spanduk, teks yang digunakan singkat dan jelas, dengan tipografi tak berkait untuk memudahkan dalam membaca. Warna yang digunakan pun kontras dengan warna

latar belakangnya sehingga terlihat lebih mencolok. Penyesuaian *layout* untuk memberikan kesan keteraturan.

Pedagang kecil umumnya hanya menempelkan stiker nama pada gerobaknya. Akan tetapi, beberapa pedagang yang menjajakan dagangannya di area yang cukup luas seperti pedagang kuliner dengan tenda sering kali menggunakan spanduk sebagai tanda. Salah satu contohnya adalah pedagang sate madura.

Sate madura merupakan sate khas Pulau Madura yang umumnya menggunakan daging ayam dan dibumbui dengan campuran bumbu kacang, kecap manis, dan sedikit minyak. Biasanya, sate ini disajikan bersama irisan lontong di atas daun pisang. Syamsuddin (2018) menyatakan, masyarakat Madura dikenal sebagai kaum perantau dan dapat ditemukan di berbagai daerah di Indonesia. Tidak heran, kini keberadaan sate madura pun telah tersebar dan menjadi salah satu sate favorit masyarakat. Biasanya, sate ini dijajakan dengan gerobak maupun tenda, dengan identitas sate madura yang terpampang di muka untuk memudahkan pembeli mengidentifikasi dagangannya.

Populernya sate bagi masyarakat memaksa para penjual sate madura untuk bersaing dengan penjual sate jenis lain. Maka dari itu, spanduk sate madura memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh spanduk sate jenis lain. Salah satu contohnya adalah penggunaan kata “Cak” yang diikuti dengan nama penjual, serta ilustrasi pria menggunakan pakaian Sakera.



Gambar 1 Contoh Desain Spanduk Warung Sate Madura dengan Ilustrasi Budaya
Sumber: Nabila Printing

Meskipun sate madura cukup populer dibanding variasi sate lainnya, preferensi para pembeli dalam menentukan sate madura mana yang akan dibeli pun tak luput dari pertimbangan. Selain meningkatkan mutu sate yang dijual, desain spanduk

yang ditampilkan ikut memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut Martin, Yu, dan Fazio (2006), peneliti seringkali mengukur preferensi sebagai pola seleksi, dimana pola perilaku yang dikendalikan oleh rangsangan membentuk sebuah pilihan. Memahami preferensi visual, menurut Lindgard, Frenandes, dan Dudek dalam Kusuma (2010), merupakan salah satu hal yang penting, karena dapat mempengaruhi kredibilitas produk, persepsi konsumen terhadap produk, dan juga perilaku konsumen terhadap produk tersebut. Dengan menggunakan studi terhadap preferensi, desainer dapat menilai minat pengguna terhadap sesuatu yang akan dirancang. Preferensi yang dominan dalam masyarakat juga dapat dijadikan acuan untuk mendesain dikemudian hari. Dalam penelitian ini, preferensi spanduk sate madura yang akan diteliti adalah spanduk sate madura di Kota Semarang.

Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang menjadi kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia. Melansir dari databoks.katadata.co.id, Kota Semarang memiliki luas wilayah seluas 373 km persegi dengan dengan jumlah penduduk mencapai 1,65 juta jiwa. Pada penelitian ini, Kota Semarang dipilih karena di dalam jumlah penduduknya, tersebar berbagai jenis suku, salah satunya adalah Suku Madura. Persebaran ragam suku tersebut menciptakan lingkungan yang multikultural yang berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Letak geografisnya yang berada di pesisir utara, sejalur dengan Pulau Madura pun menjadi salah satu alasan mengapa kota ini dipilih. Selain itu, minimnya penelitian mengenai warung sate madura di Kota Semarang menjadi daya tarik bagi peneliti untuk mengkaji topik ini.



*Gambar 2 Pakaian Tradisional Madura (kiri) dan Budaya Karapan Sapi (kanan)
Sumber: unair.ac.id (kiri) dan kompasiana.com (kanan)*

Metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan statistik deskriptif. Jenis penelitian kuantitatif merupakan investigasi sistematis mengenai sebuah fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi (Priadana dan Sunarsi, 2021). Nantinya, data penelitian akan dikumpulkan menggunakan metode survei untuk mendapatkan data dari masyarakat mengenai preferensi spanduk sate madura yang terdapat di Kota Semarang.

Berdasarkan latar belakang dan pengamatan di atas, maka penelitian ini berjudul “Preferensi Visual Spanduk Warung Sate Madura di Kota Semarang”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan dalam rancangan ini yaitu:

1. Bagaimana preferensi masyarakat terhadap spanduk warung sate madura di Kota Semarang?
2. Apakah pesan yang ingin disampaikan dalam spanduk warung sate madura di Kota Semarang tersampaikan secara efektif?
3. Apakah spanduk warung sate madura di Kota Semarang merepresentasikan kebudayaan Madura?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dilaksanakan karena adanya tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan yang ingin penulis capai:

1. Mengetahui preferensi masyarakat terhadap spanduk warung sate madura di Kota Semarang;
2. Mengetahui efektifitas penyampaian pesan dalam spanduk warung sate madura di Kota Semarang;
3. Mengetahui representasi kebudayaan Madura dalam spanduk warung sate madura di Kota Semarang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah penulis dapat memberikan referensi yang lebih komprehensif mengenai desain spanduk terutama desain spanduk sate madura.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pedagang sate terutama sate madura dalam mendesain spanduk yang mengikuti preferensi masyarakat.



