

OTENTISITAS DAN VERNAKULARISME: ULASAN SEMIOTIK IDENTITAS VISUAL SOTO SEDARI

Arya Respati¹, Muh Ariffudin Islam²

¹Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
arya.18037@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
muhariffudin@unesa.ac.id

Abstrak

Dalam merancang identitas visual restoran Soto Sedari, studio Projek Agni menggunakan adaptasi elemen-elemen desain vernakular dan budaya visual lokal ke dalam konteks yang lebih kontemporer. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis formalistik aspek semiotik dan proses representasi simbolik pada perancangan identitas visual Soto Sedari. Dalam artian, pilihan-pilihan yang diambil dalam perancangan dikaji sebagai bagian dari kondisi material, sosial, dan budaya dari dunia tempat perancang dan karya rancang berasal. Penelitian juga berfokus mengenai relasi elemen-elemen visual yang dengan konteks yang dimilikinya, sehingga pemirsa karya mampu secara akurat memahami referensi yang digunakan. Dalam penelitian, metode kualitatif deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan analisis tanda, denotasi, konotasi, dan mitos melalui gagasan Roland Barthes mengenai 'order of signification'. Salah satu temuan dalam penelitian antara lain adalah hubungan antara pilihan mengadaptasi desain vernakular dengan perkembangan paradigma keilmuan desain yang mengarah pada skeptisisme Postmodernisme serta relasinya dengan respon atas tuntutan produksi skala besar dalam moda kapitalisme. Dalam konteks akademis keilmuan desain komunikasi visual, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi memberikan referensi untuk penelitian yang serupa di masa yang akan datang, terlebih yang berfokus pada investigasi interdisiplin mengenai relasi desain dengan masyarakat, sejarah, dan budaya.

Kata Kunci: Analisis Formalistik, Semiotika, Representasi Simbolik, Desain Vernakular.

When designing the visual identity for Soto Sedari restaurant, studio Projek Agni adapts elements of vernacular design and local visual culture into the design. This research is aimed to describe the analysis of Soto Sedari's visual identity, particularly it's semiotic aspect and symbolic process. Where the decisions made by the designers are investigated as part of the material, social, and cultural conditions which the design and designers are from. This research also focuses on the relation between the visual elements of the design with the context that it has, to help explain how the audience could decipher meaning behind it. The qualitative-descriptive method is used to describe the analysis of signs, denotations, connotations, and myths through Roland Barthes's idea of the order of signification. One finding of this research is the correlation between the adoption of Vernacularism with the development of discourse in design that is increasingly oriented towards Postmodern scepticism along with it's relation as a response to the demand of large scale production within capitalism. Within the context of visual communication design as a scholarly studies, this research is aimed to provide references for future research and studies, particularly regarding the relationship between design, history, people, and culture.

Keywords: Formal Analysis, Semiotics, Symbolic Representation, Vernacular Design.

PENDAHULUAN

Didorong oleh tuntutan kompetisi, demokratisasi teknologi pendukung desain komunikasi visual, serta perubahan paradigma keilmuan desain, pelaku bisnis penyedia jasa desain terdorong untuk menggunakan metode *positioning* yang spesifik pada *niche* tertentu untuk mampu memaksimalkan profit dan meminimalisir kompetisi (Gunn & Donovan 2012).

Salah satu contoh pelaku usaha desain dengan gaya *positioning* spesifik tersebut adalah Projek Agni. Didirikan oleh Kresna Dwitomo pada 2018, *Projek Agni* merupakan sebuah studio dan *agency branding* yang berbasis di Kota Bandung, Jawa Barat. Nama '*Agni*' diambil dari Bahasa Sanskerta yang berarti 'Api'. Projek Agni membedakan diri mereka dengan kompetitornya melalui penggunaan arah perancangan yang mereka sebut sebagai "*Neo-Indonesiana*", dimana elemen-elemen visual vernakular Indonesia diadaptasi ke dalam rupa baru yang lebih kontemporer (Agni, 2022). Pada tahun 2018, Projek Agni berkesempatan untuk mengerjakan perancangan identitas visual restoran Soto Sedari, yang berbasis di Kota Bandung, Jawa Barat. Sebagaimana perancangan-perancangan lain yang dikerjakan oleh Projek Agni, identitas visual Soto Sedari dikerjakan dengan mengadaptasi desain vernakular Indonesia. Atau dalam kasus ini, "Konsepnya adalah dengan merevitalisasi warna Kaki Lima yang Sedari Dulu sudah termasyhur keunikannya." Sebagaimana yang dikutip dari *website* resmi Projek Agni (Agni, 2022).

Perancangan identitas visual Soto Sedari, beserta dengan kolektif Projek Agni, tidak hanya mewakili tren bisnis yang semakin terspesifikasi kepada *niche* yang khusus. Tetapi juga soal bagaimana desain grafis vernakular yang cenderung identik dengan kesederhanaan, harga murah, kemampuan teknis yang rendah, serta *low-culture* secara umum, dapat diadaptasi ke dalam konteks baru yang lebih modern serta lebih sesuai bagi target pasar kelas menengah dan menengah keatas.

Persepsi mengenai desain vernakular, beserta bagaimana elemen-elemen visualnya dapat diadaptasi ke dalam konteks baru, tentunya

tidak dapat terlepas dari keberadaannya sebagai sebuah penanda yang mewakili kondisi material, kondisi sosial, budaya, serta sejarah dari masyarakat yang mampu memahami referensi dari penanda tersebut. Oleh karena itu, penelitian terhadap perancangan identitas visual Soto Sedari dilakukan untuk mendeskripsikan kajian analisa formal pada fenomenologi dan semiotika dari perancangan tersebut. Tidak hanya pada deskripsi rupa visual dari perancangan, tetapi juga mengenai posisi adaptasi vernakularitas dalam paradigma budaya benda masyarakat dunia pasar bebas.

Objek utama dari penelitian ini adalah material identitas visual Soto Sedari yang dirancang oleh Projek Agni, yang dalam hal ini meliputi elemen seperti logo, warna, tipografi, dan lain sebagainya sebagai sebuah kesatuan *brand* Soto Sedari. Dikarenakan jangka waktu kurang lebih empat tahun dari perancangan identitas visual, manajemen usaha Soto Sedari sudah mengembangkan sendiri aplikasi identitas visual pada medium-medium baru yang tidak termasuk pada kontrak perancangan awal identitas visual oleh Projek Agni, seperti contohnya pada *feeds* media sosial. Oleh karenanya, objek penelitian akan mengacu pada perancangan awal yang dilakukan oleh tim Projek Agni sebagaimana yang tertampang pada laman resmi studio Projek Agni, bukan material identitas visual yang sudah dikembangkan oleh pihak manajemen restoran.

Rumusan masalah dari penelitian adalah, bagaimana rupa ulasan semiotik perancangan identitas visual "Soto Sedari" oleh Projek Agni. Unsur-unsur desain seperti media, warna, *layout*, dan tipografi, dikaji dari pendekatan semiotik untuk memahami posisinya dalam paradigma desain kontemporer, terlebih dalam konteks proses representasi simbolik pemaknaan dari adaptasi desain vernakular.

Sedangkan tujuan dari penelitian terhadap perancangan identitas visual Soto Sedari dilakukan untuk mendeskripsikan kajian analisa formal pada aspek semiotik dari perancangan tersebut. Tidak hanya pada deskripsi rupa visual dari perancangan, tetapi juga mengenai posisi adaptasi vernakularitas dalam paradigma budaya benda masyarakat dunia pasar bebas.

Demi mendukung kerangka teoritik penelitian, ulasan dirancang agar bersifat eklektik/multidisipliner. Dengan mengambil sumber referensi dari berbagai bidang, yang antara lain berupa filsafat (*Generative historicist phenomenology*, *Althusserian Structuralism*), semiotika (Roland Barthes), serta Antropologi desain.

Penelitian ini tidak hanya didorong oleh tuntutan perkembangan ilmu desain secara umum, tetapi juga pada semangat akademik interdisipliner untuk memperluas dan mengembangkan cakrawala bidang keilmuan desain di bidang analisis akademik. Penelitian diharapkan dapat membantu pembaca secara kritis menanggapi dan mengkaji perkembangan budaya, serta memberikan manfaat pada mahasiswa maupun pelaku akademisi lain yang ingin melakukan penelitian di bidang analisis semiotik dan budaya.

Pada level kemasyarakatan, justifikasi urgensi penelitian ini berbasis pada harapan bahwasannya analisis yang dilakukan pada perancangan identitas visual *Soto Sedari* dapat membantu pembaca memahami potensi adaptasi identitas budaya lokal ke dalam konteks yang lebih terelevansi. Dalam kata lain, vernakularitas memiliki potensi untuk diadaptasi ke dalam konotasi baru yang dapat dibanggakan sebagai *branding* identitas lokal masyarakat suatu daerah, daripada sebagai kewajiban atau penanda *low-culture* semata.

Selain itu, analisis juga diharapkan untuk mampu ikut membangun cetak biru panduan adaptasi budaya lokal. Terlebih, bagi elemen masyarakat yang membutuhkan sarana pemecahan masalah yang tidak hanya menjaga identitas lokal tetapi juga mengelevasinya (contohnya dalam konteks pengembangan branding desa wisata).

Kurangnya penelitian berbahasa Indonesia mengenai relasi karya desain dengan masyarakat juga menjadi justifikasi dari penelitian ini. Dikarenakan konotasi dari fakta tersebut yang menyiratkan bahwasannya masih terdapat keterbelakangan di bidang akademisi desain Indonesia terhadap analisis kritis desain dalam paradigma kontemporer.

Kondisi-kondisi yang telah disebutkan diatas merupakan alasan beserta justifikasi dari

urgensi penelitian mengenai ulasan semiotik perancangan identitas visual “*Soto Sedari*”.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan dasar pendekatan filsafat post-positivisme, dalam arti lain mengakui keberadaan bias-bias inheren yang dimiliki oleh peneliti. Bias tersebut muncul sebagai konsekuensi dari identitas dan latar belakang peneliti sebagai bagian dari paradigma yang dijuninya. Oleh karenanya, objektivitas dalam penelitian berusaha diraih dengan usaha peneliti dalam memahami, dan bekerja menggunakan bias yang dimiliki ketika mengembangkan kerangka teoritik yang digunakan (Ramadhanti & Kusumandyoko, 2021)

Secara garis besar, metode penelitian kualitatif deskriptif adalah prosedur yang ditempuh dalam melakukan ulasan perancangan identitas visual “*Soto Sedari*”. Dalam metode kualitatif, peneliti memegang posisi sentral pada proses triangulasi, pengumpulan dan analisis data. Dikarenakan judul dan metode yang digunakan dalam penelitian, maka proses analisis data berwujud induktif / kualitatif. Sedangkan hasil dari penelitian lebih berupa makna, bukan generalisasi atas data (Sugiyono, 2017).

Di sisi lain, penggunaan metode deskriptif dalam pengolahan variabel sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Nana Sudjana dan Ibrahim (1989:64) merujuk pada jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan peristiwa yang terjadi secara independen secara apa adanya.

Sebagaimana pula yang telah dijelaskan oleh Sugiyono (2017:86) Pendekatan kualitatif deskriptif diekspektasikan untuk mampu memberikan penjelasan yang objektif dan sesuai dengan fakta, tanpa campur tangan dari pengaruh variabel-variabel lain. Perihal penggunaan data pada penelitian, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, sebagaimana penelitian kualitatif deskriptif konvensional. Data primer sendiri merupakan jenis data yang berasal dari informan atau sumber utama. Sedangkan data sekunder merupakan jenis data berupa dokumen maupun catatan yang berhubungan atau membahas informasi yang telah dipresentasikan

sebelumnya dalam rupa data primer (Mulyadi, 2016:144).

Dalam penelitian ulasan semiotik perancangan identitas visual “Soto Sedari” sendiri, data primer yang digunakan adalah berupa: arsip portfolio dari laman resmi Proyek Agni, serta dokumentasi. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian-penelitian terdahulu, teori-teori penunjang, beserta data-data sekunder lainnya. Instrumen dari penelitian sendiri berupa arsip portfolio, jurnal, artikel, buku, dan website.

Penelitian kualitatif memiliki data yang berupa teks, foto, artefak, atau gambar, dan bukanlah berupa hitungan. Pengumpulan data hanya dapat dilakukan dengan syarat: tujuan perancangan sudah jelas, informan telah teridentifikasi, serta telah mendapatkan persetujuan untuk membagikan informasi yang dimiliki.

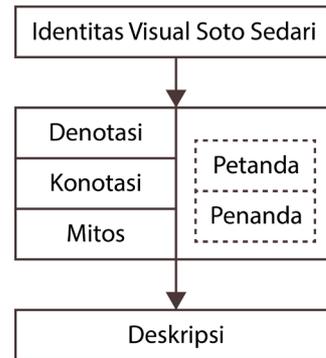
Sebagaimana menurut Semiawan (2010), teknik triangulasi yang terdiri dari pengamatan dan dokumentasi, merupakan metode triangulasi yang umum digunakan oleh peneliti. Oleh karena itu, data dalam penelitian sendiri diperoleh dengan metode triangulasi konvensional minus wawancara, untuk menjamin kemurnian proses penelitian yang berorientasi pada persepsi peneliti pada objek penelitian.

Pengamatan atau observasi merupakan salah satu jenis pengumpulan data melalui pemantauan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kasus penelitian ini, pengamatan ditujukan pada hasil perancangan identitas visual Soto Sedari pada arsip portfolio Proyek Agni.

Dikarenakan sifat dari penelitian yang menggunakan metode analisis kualitatif, langkah-langkah dalam penelitian secara garis besar terdiri dari: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, lalu penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2017).

Dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan, peneliti menggunakan metode pengkajian semiotika ala Roland Barthes untuk mengkaji *order of signification* dari objek penelitian. Dalam mengkaji (terutama pada tahap analisis mitos) serta menarik kesimpulan penelitian, digunakan dasar pemikiran seperti strukturalisme Althusser, atau pendekatan historisisme untuk membantu mencapai

kesimpulan yang koheren (Alfian & Kusumandyoko, 2020).



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran

Proses pengkajian pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian diidentifikasi penanda dan petandanya untuk menemukan makna denotasi atau *order of signification* tahap pertama.
2. Objek penelitian diidentifikasi penanda dan petandanya untuk menemukan makna konotasi atau *order of signification* tahap kedua.
3. Makna denotasi diidentifikasi pemahaman konotasinya untuk memetakan pembentukan mitos.
4. Penjabaran makna dari unsur visual yang diteliti.
5. Penarikan kesimpulan.

KERANGKA TEORETIK

A. Vernakularisme, dan Desain Vernakular Sebagai Identitas Visual

Menurut Schmitt dan Simonson (1997), Segala bentuk dari identitas sebuah brand yang dapat dipersepsikan oleh indra penglihatan jatuh kedalam kategori identitas visual. Contoh-contoh dari identitas visual suatu brand meliputi aspek seperti logo, tipografi, warna, dan lain sebagainya.

Secara etimologis, kata “vernakular” sendiri dapat berarti domestik, atau bisa juga berarti khas dari suatu daerah tertentu (*native / indigenous*). Sedangkan dalam penggunaannya pada konteks desain komunikasi visual dan arsitektur, kata “vernakular” sendiri merupakan kata serapan dari

studi linguisitik yang merujuk pada penggunaan bahasa yang khas pada suatu tempat dan waktu tertentu.

Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh Meggs dan Purvis (2016), dalam diskursus desain komunikasi visual sendiri, penggunaan kata “vernakular” merupakan serapan dari bidang studi arsitektur, yang berarti segala bentuk bangunan yang dibuat diluar tradisi akademik, dan dibuat tanpa bantuan profesional. Dan oleh karena itu, dibuat untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek berdasarkan kebutuhan dan ketersediaan material masyarakat yang membuatnya. Membuatnya menjadi refleksi dari praktik budaya dan tradisi lokal. Dengan demikian, dapat dipahami bahwasanya kata “desain vernakular” dalam konteks desain komunikasi visual merujuk pada karya desain yang berkembang secara organik diluar campur tangan tenaga ahli dan akademisi, menjadikannya refleksi dari cara hidup masyarakat yg membuatnya.

Dengan konteks tersebut, dalam penelitian, kata “vernakular” akan digunakan sesuai dengan definisi di atas, dan kata “vernakularisme” akan digunakan untuk merujuk pada adaptasi desain vernakular pada konteks yang desain kontemporer.

Dengan demikian, desain vernakular sebagai identitas visual dapat dipahami sebagai upaya untuk menggunakan elemen budaya yang khas dari suatu daerah sebagai identitas (meliputi logo, *brand-graphic*, tipografi dsb) dari suatu *brand*.

B. Strukturalisme Althusser: Ideologi dan Paradigma Budaya

Oleh Blackburn (2008), strukturalisme dapat dipahami sebagai pendekatan atau pemahaman bahwasannya fenomena-fenomena yang terjadi pada kehidupan manusia merupakan sebuah peristiwa yang saling berkaitan. Dan dibalik variasi fenomena yang terjadi secara lokal, terdapat hukum yang konstan mengenai struktur yang abstrak.

Apabila diadaptasikan dalam konteks budaya, pendekatan strukturalisme dalam analisis artefak budaya dapat dipahami sebagai pemahaman bahwasannya segala bentuk karya cipta manusia tidak dapat muncul begitu saja dari pikiran perancangannya. Dalam kata lain,

perancang dan karya rancangannya tidak berada di dalam vakum, keduanya adalah bagian dari kondisi material, sosial, dan budaya dari dunia tempat perancang dan karya rancang berasal (Clarke, 2017)

Dalam memahami karya menggunakan pendekatan strukturalis, penulis berangkat dari analisis ideologi oleh filsuf berkebangsaan Perancis, Louis Althusser. Althusser mengembangkan konsep ideologi dari Karl Marx, apabila sebelumnya dalam diskursus Marxis, ideologi dipahami sebagai alat untuk mengontrol masyarakat, Althusser mengembangkan konsep ideologi menjadi segala bentuk ide dan paradigma yang mempengaruhi cara manusia melihat kondisi materiil mereka. Pemahaman dan cara pandang inilah yang mendorong manusia untuk mengorganisir masyarakat mereka dengan sedemikian rupa untuk berjalan mengikuti status quo dari paradigma yang berlaku (Assiter, 1984).

Penggunaan kata “ideologi” dalam penelitian ini mengacu pada definisi yang dipaparkan oleh Raymond Williams (1977) kata ideologi merujuk tidak hanya pada sistem kepercayaan yang dianut oleh suatu kelompok masyarakat, tetapi juga pada proses produksi suatu gagasan, terlebih yang membuat suatu masyarakat memiliki cara yang unik dalam memahami kondisi materiil mereka (Fiske, 1990).

Relevansi penggunaan pemahaman strukturalisme dalam memahami peran ideologi berangkat dari karakteristik analisis semiotik Roland Barthes yang berfokus pada investigasi pengaruh budaya dan nilai-nilai kemasyarakatan lain dalam perkembangan pemaknaan suatu tanda. Oleh karena itu Pada penelitian ini, pendekatan strukturalisme Althusser digunakan untuk memahami peran paradigma desain kontemporer dalam adaptasi vernakularisme pada perancangan identitas visual “Soto Sedari”.

C. Penggunaan Istilah Otentisitas dan Ketidaksempurnaan

Merujuk pada kamus besar Bahasa Indonesia, kata “otentisitas” merujuk pada keaslian atau kebenaran. Sifat otentik, maupun standar otentisitas dapat berlaku pada objek materiil maupun ide dan gagasan (KBBI, 2022).

Dalam konteks penelitian, kata “otentisitas” digunakan untuk merujuk pada asosiasi atas

persepsi desain vernakular yang identik dengan kuliner yang biasa ditemui dijual oleh *warteg* atau pedagang kaki lima, mengisyaratkan persepsi masyarakat yang mengidentikkan makanan tradisional yang dijual untuk kalangan menengah keatas sebagai versi *watered down* dari makanan yang “asli”.

Selain itu, “otentisitas” juga digunakan untuk merujuk pada sensibilitas yang muncul di tengah masyarakat yang menaruh nilai lebih tinggi terhadap karya-karya buatan tangan. Sensibilitas ini umumnya lahir dari persepsi barang produksi massal sebagai kaku dan *soulless* dikarenakan kemudahan akses dan keseragaman bentuknya (Meggs & Purvis, 2016)

D. Semiotika Roland Barthes

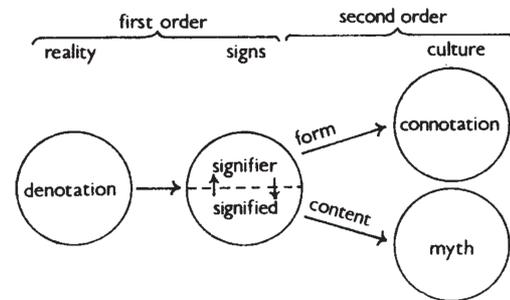
Semiotika atau semiologi merupakan sebuah bidang studi yang mempelajari mengenai tanda. Dengan kata “tanda” sendiri merujuk pada segala sesuatu yang dapat mewakili ide, gagasan, atau objek tertentu pada pemirsa, selain tanda itu sendiri.

Gagasan semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes merupakan pengembangan lebih lanjut dari analisis sistem tanda oleh Ferdinand de Saussure, menurut Roland Barthes, tanda dapat terelevansi menjadi sebuah “mitos” dalam paradigma suatu masyarakat, baik secara organik maupun dikonstruksikan oleh kelompok-kelompok tertentu, terutama yang memiliki kendali pada relasi kuasa.

Dalam proses penciptaan suatu mitos, suatu tanda, sebagai baik petanda maupun penanda, direkontekstualisasi menjadi sebuah penanda, yang kemudian memiliki makna baru. Mitos tersebut kemudian terperpetuasi baik secara sengaja maupun tidak, dengan mengikuti ideologi dan tradisi yang berlaku sebagai status quo suatu paradigma (Barthes, 2004:60).

Gagasan semiotika Roland Barthes, terlebih mengenai mitos dan proses representasi simbolik, digunakan dalam penelitian untuk membantu mengolah data yang telah dikumpulkan dari perancangan identitas visual “Soto Sedari”. Utamanya untuk membantu memahami persepsi desain vernakular dalam paradigma masyarakat kontemporer sebagai sebuah tanda, serta untuk membantu membuat deduksi mengenai proses konstruksi mitos yang mengiringi persepsi

masyarakat (pemirsa dan desainer) atas desain vernakular.



Gambar 2. Pemetaan Tanda Menurut Roland Barthes (Sumber: Fiske, 1990)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil dari Identitas Visual Soto Sedari

Berlokasi di Jl. Jend. Sudirman No.624, Dungus Cariang, Kec. Andir, Kota Bandung, Jawa Barat, Soto Sedari merupakan sebuah restoran yang menjual berbagai jenis hidangan Soto dan variasinya (seperti *tongseng* dan *rawon*).

Pada tahun 2017, Soto Sedari menggunakan jasa studio Proyek Agni untuk melakukan perancangan identitas visual usahanya. Sebagaimana karya perancangan lain yang dilakukan oleh studio Proyek Agni, perancangan dilakukan dengan didasari oleh *direction* adaptasi budaya visual lokal yang mereka sebut sebagai “*Neo-Indonesiana*”.

Sebagaimana dikutip dari laman resmi Proyek Agni, perancangan identitas visual Soto Sedari dijelaskan sebagai berikut: “Soto Sedari adalah mengenai kontras, keragaman informal dan kekayaan rasa dikombinasikan menjadi semangkuk Soto yang baru. Berlokasi di distrik perekonomian dan bekerja sama dengan Proyek Agni, Soto Sedari mengenalkan berbagai macam soto yang sudah terkenal ataupun sangat jarang didengar dari Indonesia. Konsepnya adalah dengan merevitalisasi warna Kaki Lima yang Sedari Dulu sudah termasyhur keunikannya.”

B. Kajian Makna Tanda Perancangan Identitas Visual

Pada tahapan ini, objek penelitian (elemen-elemen identitas visual Soto Sedari) dikaji makna-makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terdapat pada objek penelitian, melihatnya sebagai sebuah tanda.

1. Tipografi



Gambar 3. Aset Supergraphic Identitas Visual *Soto Sedari* (Sumber: *Projek Agni*)



Gambar 4. Close-up penggunaan huruf pada identitas visual (Sumber: *Projek Agni*)



Gambar 5. Desain vernakular memiliki kecenderungan untuk menggunakan aplikasi tipografi yang beragam (Sumber: *Worldorgs. Depositphotos*)

Tabel 1. Analisis Tanda pada Tipografi

Denotasi	Penggunaan jenis huruf yang beragam, tulisan “Soto Sedari” dibuat lebih detail dan memiliki elemen-elemen dekoratif. Selain tulisan “Sedari” yang berada di bawah <i>layout</i> , huruf <i>serif</i> maupun <i>sans-serif</i> yang digunakan memiliki ciri <i>stem</i> dan <i>serif</i> yang <i>rounded</i> .
Konotasi	Pemilihan huruf mengingatkan pada papan penanda toko kelontong buatan tangan.
Mitos	Karya buatan tangan memiliki kesan lebih “otentik”

Huruf yang ornamentatif, dan/atau huruf dengan ciri *stem* dan *serif* yang *rounded* identik dengan karya visual vernakular dikarenakan metode pembuatannya, yaitu dengan cara dilukis. *Stem* dan *Serif* yang *rounded* misalnya, umum digunakan karena lengkungannya relatif lebih mudah untuk dilukis daripada garis yang lurus dan lancip (Damajanti, 2016).

2. Warna

Tabel 2. Analisis Tanda pada Warna

Denotasi	Warna hijau, merah, dan kuning.
Konotasi	Warna identik dengan stan kuliner kaki lima tangan.
Mitos	Warna cerah memiliki kesan tradisional

Warna-warna cerah (*vibrant*) populer digunakan oleh pedagang kaki lima karena menarik perhatian, serta adopsinya sejalan dengan budaya visual lokal (terutama Jawa) yang lebih terbuka terhadap penggunaan warna, tidak seperti (sebagai contoh) desain modernis yang memiliki kiblat eurosentris abad-20 dan dicirikan oleh gaya yang netral.



Gambar 6. (kiri) Palet warna identitas visual *Soto Sedari* dan (kanan) penggunaan warna hijau-kuning-merah pada warteg. (Sumber: *Trio Hamdani, Detik Finance*)

3. Layout

Tabel 3. Analisis Tanda pada *Layout*

Denotasi	Tata letak rata tengah dengan keseimbangan yang simetris
Konotasi	Mengingatkan pada label makanan produksi rumahan atau papan menu warung makanan rumahan..
Mitos	Tata letak yang simetris lebih familiar

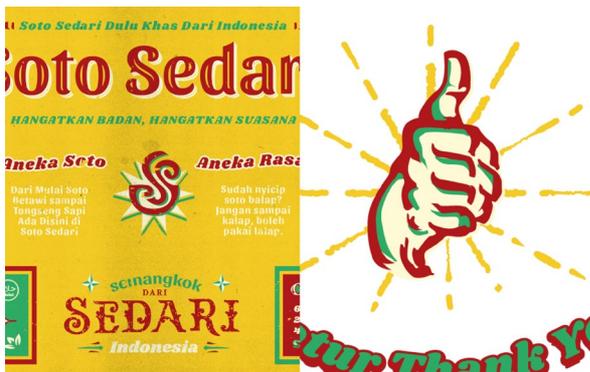
bagi audiens lokal.



Gambar 7. kecenderungan tata-letak simetris pada desain vernakular (Sumber: *Depositphotos*)

Tata letak pada elemen-elemen visual Soto Sedari cenderung simetris dan mengingatkan pada tata letak yang umum ditemui pada desain vernakular. Tata letak yang simetris merupakan jenis tata letak yang paling mudah dibuat untuk mencapai keseimbangan visual, terlebih bagi masyarakat awam. Hal ini juga sejalan dengan karakteristik perkembangan desain vernakular yang didorong oleh tenaga non-ahli (Damajanti, 2016).

4. Tekstur



Gambar 8. Close-Up tekstur dan *distress* artifisial pada Identitas Visual *Soto Sedari* (Sumber: *Projek Agni*)



Gambar 9. (kiri) Contoh noda elemen pada papan dan (kanan) contoh label penanda yang terpapar noda dan usia (Sumber: *Michael Schiffer, Unsplash*)

Tabel 4. Analisis Tanda pada Tekstur

Denotasi tekstur *distress* yang diaplikasikan secara digital seperti yang berupa warna yang memudar, atau titik-titik gelap yang membentuk *grunge overlay*.

Konotasi Tekstur mengingatkan pada karya-karya visual buatan tangan yang sudah terpapar elemen seperti cuaca, air, debu, dan sinar matahari. Contohnya seperti papan penanda toko kelontong.

Mitos Karya buatan tangan memiliki kesan lebih “otentik”

Perkembangan teknologi informasi menjadikan komputer sebagai alat utama perancangan media desain komunikasi visual, bentuk geometris dasar yang dihasilkan oleh perangkat lunak komputer umumnya memiliki karakteristik *clean* dengan geometri yang “sempurna” karena dihasilkan dari kalkulasi matematis. Oleh karenanya, karya desain visual yang memiliki “ketidaksempurnaan” seperti tekstur *distress* atau *grunge* menjadi penanda otentisitas karena identik dengan karya artisan buatan tangan (Moran, 2022).

5. Simpulan Awal Analisa Tanda

Proses analisis makna tanda membuahkan kesimpulan berupa asosiasi objek penelitian dengan “ketidaksempurnaan” desain vernakular dan karya buatan tangan. Dengan demikian, dapat ditarik asumsi bahwa *Projek Agni* memanfaatkan gaya yang identik dengan desain vernakular dan karya buatan tangan untuk memunculkan kesan otentik dan tradisional.

C. Proses Representasi Simbolik dan Paralel Historis “Ketidaksempurnaan”

Simbol, apabila dilihat dalam pemahaman semiotik yang digagas oleh Roland Barthes, merujuk pada konsep *symbolic process* yang melihat suatu entitas baik material maupun ideal, berkembang menjadi perwakilan suatu makna melalui persetujuan suatu kelompok (*convention*). Simbol, mewakili makna yang disematkan oleh suatu kelompok masyarakat terhadap segala bentuk objek atau gagasan yang

bukan simbol itu sendiri. Maka, dikarenakan sifat subjektif pemaknaan simbol, simbol beserta pemaknaan suatu objek cenderung berubah seiring waktu, mengaburkan makna yang dibawa objek tersebut (Fiske, 1990).

Oleh karenanya, simbol memiliki sifat yang *pervasive*, dalam artian, penciptaan suatu objek, beserta persepsi dari objek tersebut, tidak berada dalam vakum, namun dipengaruhi oleh paradigma pemahaman simbolik yang berlaku pada suatu masyarakat. Hal ini berlaku pula pada perancangan identitas visual *Soto Sedari*, yang apabila diambil kesimpulan awal berdasarkan hasil analisis kajian makna, dapat diasumsikan bahwa studio *Projek Agni* menggunakan estetika desain vernakular yang telah lebih dulu berkembang di tengah masyarakat untuk membentuk identitas yang khas pada restoran *Soto Sedari*, sehingga pemirsa dapat mengasosiasikan restoran dengan segala sesuatu yang bersifat tradisional dan otentik.

Sebagaimana pada hasil simpulan analisis kajian makna, persepsi pemirsa (atau dalam kasus ini, peneliti) mengenai elemen-elemen identitas visual *Soto Sedari* sangat bergantung pada asosiasi yang dimiliki pemirsa atas karya-karya rupa vernakular yang berkembang secara organik di tengah masyarakat lokal. Aspek seperti pemilihan huruf, warna, serta detail seperti tekstur, dirancang untuk mampu membuat pemirsa mengenali referensi atau konteks yang akan dihadirkan.

Usaha *Projek Agni* dalam mengadopsi vernakularisme dapat dijelaskan dari dua sudut pandang, *marketing* dan sejarah perkembangan paradigma desain itu sendiri. Dari sudut pandang *marketing*, pola bisnis *Studio Projek Agni* dalam memosisikan diri mereka kepada *niche* yang spesifik mengadaptasi vernakularisme dapat dijelaskan dengan tren bisnis yang disebut dengan *Blue Ocean Marketing*, bersamaan dengan meningkatnya konsumerisme pada paruh terakhir abad-20, mulai muncul pola pemasaran baru yang menjadikan pelaku usaha menyediakan produk atau jasa pada target yang lebih spesifik dikarenakan meningkatnya persaingan (W. Chan Kim & Renée Mauborgne, 2004).

Projek Agni, beserta karya-karya yang dilahirkannya (terutama identitas visual *Soto Sedari*), merupakan bagian dari kehidupan

masyarakat yang hidup dalam paradigma kontemporer, yaitu paradigma kapitalisme. Atau dalam kata lain, eksistensi identitas visual *Soto Sedari*, kolektif *Projek Agni*, beserta gerakan adaptasi vernakularitas, dapat dijelaskan sebagai konsekuensi masyarakat yang hidup dalam paradigma sosio-ekonomi kapitalisme, dalam artian *episteme* yang berlaku merupakan konsekuensi dari sistem pengorganisasian masyarakat yang berfokus pada pencarian keuntungan finansial. Dalam kata lain, iklim budaya yang dibentuk oleh kompetisi bisnis akhirnya mendorong pelaku usaha untuk melakukan inovasi agar tetap mampu menawarkan jasa / produk yang *fresh*.

Adaptasi Vernakularisme pada perancangan identitas visual *Soto Sedari* tidak hanya menjadi salah satu contoh usaha pelaku bisnis untuk mencari *niche* pasar dan membawa jasa yang baru dan *trendy*, usaha adaptasi vernakularisme juga dapat dipahami sebagai bagian dari pola budaya (dalam hal ini tren desain) yang berfokus pada perlawanan atas “kesempurnaan” desain identitas visual yang populer beberapa tahun sebelumnya.

Oleh karenanya, sebagai akibat dari demokratisasi teknologi informasi penunjang profesi desain komunikasi visual, gaya visual yang terlihat *clean*, dan akurat secara matematis dapat dengan mudah diciptakan oleh perangkat lunak (seperti *Adobe Illustrator* misalnya). Tidak hanya demikian, gaya desain yang dikembangkan dan digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar juga cenderung memilih pendekatan yang sederhana dan cenderung kurang eksploratif untuk memastikan produk dapat mudah dipahami dan digunakan khalayak yang luas (Levanier, 2022).



Gambar 10. Contoh ilustrasi dengan gaya *Corporate Memphis* pada *GSM EPA* (Sumber: Pablo Stanley, *Humans*)



Gambar 11. Contoh gaya *Corporate Modernism* pada *GSM EPA* (Sumber: Hamish Smyth, *Standards Manual*)

Terdapat kesamaan paralel dari gaya desain yang dihasilkan dari kemudahan akses perangkat lunak desain, dengan gaya desain yang berkembang sebagai gaya identitas korporat pada paruh abad 20 dan dekade 2010an, kesamaan tersebut berupa tampilan yang netral, sederhana, *clean*, dan penyampaian pesan yang *to the point*. Kesamaan kedua gaya visual tersebut juga dicirikan oleh alasan yang melatar-belakangi popularitas kedua gaya tersebut.

Popularitas gaya *Corporate Modernism* yang populer pada paruh akhir abad ke-20 misalnya, dapat dijelaskan tidak hanya karena paradigma keilmuan desain yang mengarah pada azas modernisme (orientasi pada rasio yang universal), tetapi juga oleh tuntutan akan adanya *template* desain yang memungkinkan reproduksi material secara massal dengan gaya yang konsisten terlihat profesional (Poynor, 2003).

Kebutuhan akan *template* desain juga ikut membentuk gaya desain yang populer pada dekade 2010an, sebagaimana yang dapat diamati pada gaya desain seperti *Corporate Memphis* (atau biasa disebut juga sebagai *Corporate Style*), yang hadir untuk memenuhi tuntutan produksi massal karena sifatnya yang netral, sederhana, dan dapat diaplikasikan pada berbagai konteks.

Di sini, kata '*sederhana*' merupakan kata kunci dalam memahami paralel perkembangan gaya desain korporat paruh akhir abad ke-20 dengan dekade 2010an. Dalam artian '*kesederhanaan*' dalam konteks ini mewakili kesederhanaan dalam produksi desain, serta kesederhanaan rupa objek desain.

Selain tuntutan akan adanya *template* untuk membantu reproduksi karya desain, pada kasus perkembangan desain dekade 2010an, '*kesederhanaan*' pada gaya-gaya desain seperti *Flat Design*, *Corporate Memphis*, dan lain sebagainya, dapat secara parsial dijelaskan oleh perkembangan teknologi informasi dan meluasnya akses perangkat lunak desain, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Sebagai contoh, kehadiran situs penyedia jasa *resource* desain seperti *Freepik* dan *Canva* tidak hanya membuka akses yang lebih luas kalangan non-desainer pada praktik desain, tetapi juga membuat tampilan desain yang *template-friendly* menjadi lebih mudah digunakan, dan ditemui di sekitar kita.

Tentunya, sebagai konsekuensi natural dari perkembangan suatu ide atau gagasan, akan muncul *anti-thesis* dari gagasan tersebut. Dan di sini, perlawanan atas *Corporate Modernism* juga memiliki paralel dengan perlawanan atas desain dekade 2010an, terutama apabila merujuk pada latar belakang kedua gerakan, kapitalisme, serta subversi atas nilai-nilai *status quo* paradigma desain.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, kita hidup dalam lingkup paradigma yang berputar mengitari moda produksi kapitalisme, menjadikan pergerakan budaya kita berfokus pada pencarian kapital melalui konsumsi komoditas. Oleh karenanya, perlawanan atas suatu gaya desain yang telah menjadi *mainstream* juga dapat dijelaskan sebagai usaha pelaku bisnis untuk menumbuhkan pasar mereka, yaitu dengan menawarkan produk atau jasa yang masih *fresh* di dalam benak targer konsumen.

Usaha-usaha pelaku desain untuk mengadopsi "*ketidaksempurnaan*" seperti dengan secara sengaja tidak mematuhi aturan desain konvensional, atau memberikan *texture* artifisial untuk memberikan kesan buatan tangan, atau sebagai perlawanan atas standar estetika produksi massal, bukanlah sesuatu yang hanya muncul sebagai perlawanan atas desain dekade 2010an. Justru, pola demikian telah beberapa kali *terulang* dalam sejarah seni dan desain. Contoh pertama adalah kemunculan *Arts and Craft Movement* pada akhir abad ke-19 yang berfokus untuk merayakan kualitas artistik karya kerajinan

tangan di tengah laju industrialisasi. Contoh kedua juga terjadi pada akhir abad ke-20 dengan kemunculan gerakan-gerakan PostModernisme dalam dunia desain, sebagaimana pada kemunculan gaya seperti *Grunge*, dan *Anti-Design* (Poynor, 2003).

Kedua contoh di atas, beserta dengan adaptasi Vernakularisme pada identitas visual *Soto Sedari*, juga memiliki kesamaan paralel berupa sikap yang optimis dalam menerima “ketidaksempurnaan” rupa dalam karya desain. Dalam kasus gaya *Grunge* misalnya, penggunaan tipografi yang *kacau* serta tekstur artifisial yang *berat*, dimanfaatkan oleh desainer untuk menunjukkan kesan yang identik dengan otentisitas, atau dalam hal ini, otentisitas merujuk pada kebebasan artistik desainer yang kurang mampu diekspresikan gaya-gaya desain sebelumnya (Blogofart, 2022).

Adaptasi Vernakularisme beserta dengan gerakan Postmodernisme pada desain abad ke-21 secara umum dapat dibandingkan dengan contoh desain *grunge* yang telah disebutkan sebelumnya. Namun dalam hal ini, persepsi mengenai otentisitas dalam adaptasi Vernakularisme tidak hanya mengenai kebebasan artistik desainer yang melepaskan diri dari tuntutan gaya desain yang *template-friendly*, tetapi juga dengan mengemulasi karya-karya buatan tangan yang biasa ditemui pada karya desain vernakular, sebagaimana yang telah disimpulkan pada kajian makna tanda.

Maka dalam hal ini, adaptasi Vernakularisme pada identitas visual *Soto Sedari* tidak hanya memiliki kemiripan latar belakang ideologis dengan gaya desain seperti *brutalism* dan *anti-design*, tetapi juga dapat termasuk kedalam gerakan desain grafis Postmodern secara umum, gerakan yang hadir sebagai anti-tesis dari status quo yang berakar pada azas-azas desain Modernisme. Pola budaya pada gerakan Postmodernisme tersebut oleh Pascal Deville (2022), *co-founder* dari *agency Freundliche Grüsse* dan arsip katalog *Brutalistwebites* disebut sebagai “Kebangkitan kembali perlawanan kaum muda melawan gaya desain korporat yang halus dan memiliki daya tarik yang luas, seperti pada gaya minimalisme yang sudah sangat umum ditemui pada desain web modern”.

Dalam kata lain, kemunculan eksplorasi pendekatan desain komunikasi visual yang berorientasi pada subversi aturan desain konvensional, sebagaimana pada identitas visual *Soto Sedari*, dapat dipahami sebagai bagian dari respon atas: tuntutan bisnis untuk senantiasa mendahului tren, serta respon kultural masyarakat yang skeptis pada pengaruh gerakan Modernisme pada desain kontemporer. Dalam artian adaptasi “ketidaksempurnaan” pada elemen grafis beriringan pula dengan kemunculan tren gaya dalam desain komunikasi visual seperti *brutalism*, *anti-design*, atau *acid graphics* yang berkembang sebagai respon atas monotonnya gaya desain visual *corporate branding*, seperti yang dapat kita lihat pada populernya gaya visual minimalisme dan *neo-modernism* pada pertengahan dekade 2000 dan dekade 2010-an (Moran, 2022)

Penjelasan latar belakang sejarah dari adaptasi Vernakularisme di atas, beserta relasinya dengan gerakan Postmodernisme dalam desain secara umum, merupakan alat bantu dalam memahami dan menjelaskan bagaimana kesan seperti *fresh* dan otentik dapat melekat pada karya-karya desain yang “tidak sempurna”.

D. Adaptasi Vernakularisme Sebagai Penanda Paradigma Postkolonial

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, studi mengenai desain adalah studi mengenai masyarakat, terlebih latar belakang kultural, historis, dan sosial, masyarakat tersebut. Maka, mempelajari peninggalan desain (artefak) suatu masyarakat tidak lain adalah upaya untuk mempelajari *material culture* (budaya benda) dari perspektif keahlian dan keilmuaan praktis desain (Gunn & Donovan, 2012).

Dengan demikian, suatu artefak desain dapat dipahami sebagai tanda (dalam pemahaman semiotik) dari suatu masa, yang tidak hanya merujuk pada konteks waktu, tetapi juga sebagai tanda dari paradigma ideologis yang melahirkan artefak desain tersebut (Wasson, 2000)

Namun, persepsi kita sebagai pengamat tidak muncul semata di dalam ruang vakum sebagai pihak yang netral dan imparial, melainkan, pemahaman kita atas tanda yang kita amati juga merupakan produk dari struktur

paradigma yang berkembang dalam masyarakat yang kita tinggali.

Persepsi atas perancangan identitas visual Soto Sedari dapat dipahami sebagai entitas yang menempati dua dimensi persepsi, yang pertama adalah sebagai penanda dari objek yang menjadi inspirasi desain, yaitu desain vernakular; dan yang kedua adalah sebagai penanda dari paradigma budaya dan keilmuan yang menjadi latar belakang perancangan, yang dalam hal ini merujuk pada diskursus keilmuan Postkolonialisme.

Postkolonialisme, atau yang juga dikenal sebagai pasca-kolonialisme, secara harfiah memiliki arti “setelah terjadinya kolonialisme”. Dalam khazanah kajian akademik, makna dari kata tersebut umumnya digunakan dengan definisi yang lebih meluas, yaitu studi dan diskursus mengenai warisan budaya, politik, dan ekonomi dari kolonialisme dan imperialisme (penjajahan), dengan fokus utama pada pengaruh faktor-faktor tersebut pada masyarakat yang terjajah (Raja, 2022).

Dalam pemahaman Postkolonialisme, pengaruh dari kolonialisme dan imperialisme tidak semata berhenti setelah suatu negara menyatakan dirinya merdeka. Budaya dari masyarakat penjajah juga meninggalkan jejaknya pada standar dan ekspektasi yang dipunyai oleh masyarakat yang terjajah, dan dalam kasus ini, desain. Dalam kata lain, standar dan kaidah-kaidah dalam desain merupakan sebuah bentuk gagasan yang terbentuk bersamaan dengan budaya suatu masyarakat, mengikuti kebutuhan baik fisik maupun emosional masyarakat tersebut, mengakibatkan perbedaan wujud budaya rupa dan kaidah penciptaan di tiap budaya.

Kolonialisme menjadikan posisi satu budaya menjadi lebih dominan dibandingkan dengan budaya yang lain, menjadikan produk budaya masyarakat yang dominan lebih terelevansi. Sebagai contoh kasus, produk dominasi budaya Barat dalam konteks kolonialisme yang akan dibahas adalah gerakan Modernisme, terlebih tendensinya untuk menggunakan penerapan yang rasional dan minimalis dalam standar estetika.

Dalam artian, ilmu yang berputar pada penciptaan objek, berkembang mengikuti standar

kalangan yang memiliki kuasa tidak hanya di bidang budaya, tetapi juga pada perekonomian dan politik. Sebagai akibatnya, persepsi mengenai objek yang tidak mengikuti standar budaya dominan menjadi identik dengan keteringgalan dan inferioritas, sedangkan budaya yang dominan berkembang menjadi sebuah kewajaran (*status quo*).

Dikarenakan perkembangan keilmuan dan praktisi desain yang saat itu berkembang di Barat, terlebih semenjak masa revolusi industri, kaidah-kaidah pemikiran Modernisme yang berkembang pada waktu tersebut mampu menyajikan diri sebagai *status quo* dari diskursus keilmuan desain. Terlebih, dominasi politik, budaya, dan ekonomi negara-negara Barat juga memastikan kaidah-kaidah keilmuan yang berkembang di Barat menyebar ke luar, terutama ke wilayah koloni Barat (Said, 1979).



Gambar 12. Perbandingan pengaruh gaya desain Modernis dan vernakular pada *cafe* (Sumber: *Tiandeh_ Muliadi Utomo, Manual Jakarta.*)

Sebagaimana pada contoh gambar di atas, dapat dengan mudah kita temui hasil dominasi produk budaya dominan (barat) pada persepsi kita mengenai mana yang mahal dan *trendy*, dengan mana yang murah dan *ndeso*. Pada gambar di kiri, dapat kita simpulkan bahwasannya pemilik modal yang lebih besar dan ingin menarget segmen konsumen menengah-keatas memilih untuk mengadaptasi gaya yang cenderung Modernis. Sedangkan warung yang memiliki modal lebih kecil dan menarget masyarakat menengah-kebawah lebih memilih untuk menggunakan warna yang mencolok.

Namun di sisi lain, “keterasingan” dan eksotisme gaya desain yang berkembang secara vernakular di luar konvensi akademik, dapat dimanfaatkan oleh desainer untuk mengangkat keunikan budaya yang didesain, menjadikannya

sebagai sebuah bentuk ekspresi kebanggaan identitas budaya tertentu, sebagaimana pada identitas visual *Soto Sedari*.

Gerakan revival pada identitas visual *Soto Sedari* juga dapat dimaknai sebagai upaya mendekonstruksi standar estetika dalam keilmuan desain, mempertanyakan kembali apa yang membuat sebuah karya desain bisa mendapatkan penilaian sebagai desain yang “bagus”.

Dalam konteks ini, studi post-kolonialisme sejatinya tidak hanya berhenti pada diskusi dan analisis semata, pandangan kritis terhadap paradigma *status quo* desain juga melahirkan karya yang berusaha mengelevasi budaya lokal untuk terlepas dari kesan low-culture semata. Dengan mempertanyakan secara kritis standar yang telah “dibakukan”, keilmuan desain mampu berkembang untuk dapat lebih mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, serta memperluas bidang keilmuan itu sendiri di luar paradigma yang eurosentris.

Eksistensi identitas visual *Soto Sedari* beserta dengan gerakan adaptasi Vernakularisme secara umum, sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dipahami sebagai penanda dari paradigma keilmuan Postkolonialisme, atau dalam artian, perancangan dapat dipersepsikan oleh audiens sebagai sebuah tanda yang mengkomunikasikan perubahan standar estetika desain, penanda paradigma keilmuan baru yang berupa tren yang lebih terbuka terhadap adaptasi budaya visual lokal, serta mampu menjadikan elemen desain vernakular memiliki kesan *fresh* dan bukan *ndeso* atau ketinggalan jaman. Hal yang hanya mampu terjadi dikarenakan iklim sosio-politik yang mendukung diskursus-diskursus dekolonialisasi desain, yang mampu mempertanyakan kembali seberapa jauh pengaruh eurosentisme dalam membentuk standar estetika masyarakat pasca-kolonial.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan identitas visual *Soto Sedari*, beserta persepsi atas desain vernakular yang mengarahkan perancangan tersebut, merupakan produk dari budaya yang mampu melahirkan desainer dan karya desainnya. Oleh karena itu, investigasi atas artefak-artefak desain merupakan bentuk usaha mempelajari budaya dan

masyarakat yang menjadi latar belakang perancangan desain.

Dalam hal ini, perancangan identitas visual *Soto Sedari* dapat dipahami sebagai refleksi dari masyarakat yang melahirkan karya tersebut. Refleksi elemen masyarakat yang antara lain berupa; sejarah kebudayaan benda masyarakat yang dibentuk oleh kebutuhan produksi massal, moda produksi masyarakat yang berorientasi pada pencarian modal dan konsumerisme, serta sejarah identitas masyarakat yang berstatus sebagai bagian dari masyarakat postkolonial. Hal-hal tersebut, tidak hanya mempengaruhi bagaimana masyarakat mempersepsikan tanda-tanda dalam adaptasi Vernakularisme, tetapi juga membangun paradigma baru yang membuat perancangan identitas visual *Soto Sedari* bisa eksis.

Kondisi tersebut, kemudian dimanfaatkan oleh pelaku desain (dalam hal ini, *Projek Agni*) untuk mengeksploitasi *niche* desain yang menginginkan adaptasi budaya lokal serta memunculkan kesan otentik terhadap karya yang dibuat.

Sebagaimana yang telah dipaparkan secara mendalam dalam penelitian, keilmuan desain merupakan ilmu yang bersifat multidisiplin dan tidak berdiri sendiri. Dalam memahami karya desain secara mendalam (dalam hal ini, identitas visual *Soto Sedari*) diperlukan pendekatan yang eklektik dari berbagai bidang, mulai dari ilmu *marketing*, filsafat, sejarah desain, budaya, dan semiotika.

Namun demikian, analisis kritis dalam diskursus keilmuan desain bisa dibilang masih sangatlah kurang, terbukti dengan sumber penelitian yang berasal dari bidang non-desain. Tidak hanya itu, meskipun keilmuan desain komunikasi visual tidak bisa berdiri sendiri, penelitian mengenai desain yang tidak berfokus pada perancangan cenderung masih relatif sedikit, tidak hanya pada penelitian semiotika namun pada penelitian mengenai peran budaya pada desain secara umum.

Oleh karena itu, penelitian diharap mampu membantu memperluas cakrawala keilmuan desain, dengan memberikan pembaca material referensi dalam melakukan penelitian pengkajian desain, ataupun untuk membantu

penelitian yang berfokus pada adaptasi budaya visual lokal dalam konteks perancangan.

REFERENSI

- Agni, Projek. "About" diunduh pada Tanggal 24 Februari 2022, dari <https://projek-agni.id/about-hikayat>.
- Agni, Projek. "Soto Sedari" diunduh pada Tanggal 24 Februari 2022, dari <https://projek-agni.id/karya/soto-sedari>.
- Alfian, Rezza Agus., Kusumandyoko, Tri Cahyo. 2020. "Representasi Makna pada Karakter Kadita dalam Game Online Mobile Legends Bang Bang" *Jurnal Desain Komunikasi Visual Barik*, Vol. 1 No. 1, pp 169-182
- Assiter, Alison. 1984. "Althusser and Structuralism" *The British Journal of Sociology*, Vol. 35 No. 2, pp 272-296.
- Barthes, Roland. 2004. *Mitologi*, (Terj. Nurhadi & Sihabul Millah). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Blogofart. "The Definition of Grunge & All about Its Application and Impact on Our Lives" diunduh pada Tanggal 2 Februari 2022 dari <https://blogofart.com/art/grunge-art/>
- Clarke, J. Alison, 2017, *Design Anthropology: Object Cultures in Transition*, London: Bloomsbury Publishing.
- Conny R. Semiawan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta:Grasindo.
- Damajanti, Maria Nala. 2016. "The Vernacular Typography of Street Vendors: Migrant Cultural Identity in Surabaya" *International Journal of Visual Design*, Vol. 10 No. 4, pp 17-28.
- Deville, Pascal. "Brutalist Websites" diunduh pada 17 April 2022 dari <https://brutalistwebsites.com>
- Fiske, John. 1990. *Introduction To Communication Studies, Second edition*. London: Routledge.
- Gunn, W., Jared Donovan. 2013. *Design and Anthropology: Anthropological Studies of Creativity and Perception*. Surrey: Ashgate Publishing.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. "Arti Kata Otentisitas" diunduh pada tanggal 24 Juni 2022 dari <https://kbbi.web.id/otentisitas>
- Kim, W. Chan., Mauborgne, Renée. 2005. *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant*. Cambridge, Harvard Business School Press.
- Levanier, Johnny. "Brutalism in design: its history and evolution in modern websites" diunduh 10 April 2022 dari <https://99designs.com/blog/design-history-movements/brutalism/>
- Meggs, Philip B., Alston W. Purvis. 2016. *Meggs' History of Graphic Design*. Wiley: Kindle ed.
- Moran, Kate. "Brutalism and Antidesign" diunduh pada tanggal 10 April 2022 dari <http://www.nngroup.com/articles/brutalism-antidesign/>
- Mulyadi, 2016. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Poynor, Mike. 2003. *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*. California: Yale University Press
- Raja, Masood. "What is Postcolonial Studies?" diunduh pada tanggal 15 Mei 2022 dari <https://postcolonial.net/2019/04/what-is-postcolonial-studies/>
- Ramadhanti, Delima Putri., Kusumandyoko, Tri Cahyo. 2021. "Analisis Formalistik pada Poster Film Bumi Manusia" *Jurnal Desain Komunikasi Visual Barik*, Vol. 3 No. 2, pp 57-65.
- Said, Edward. 1979. *Orientalism*, New York: Random House.
- Schmitt, Bernd & Alex Simonson. 1997. *Marketing Aesthetic*. New York: Free Press.
- Soltani, Saeid., Kirci, Nazan. 2019. "Phenomenology and Space in Architecture: Experience, Sensation, and Meaning" *International Journal of Architecture Engineering Technology*, Vol. 6, pp 1-6
- Sudjana, Nana, dan Ibrahim, 1989, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wasson, Christina. 2000. "Ethnography in the Field of Design." *Human Organization*, Vol. 59 No. 4, pp. 377-388.