

KAJIAN KARAKTERISTIK VISUAL PAPAN NAMA WARUNG-WARUNG KOPI DI MANGGAR BELITUNG TIMUR

Visual Characteristics Study of Coffee Shop Signboards In Manggar Belitung Timur

Betha Almanfaluthi^{1*}, Vicky Septian Rachman²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer dan Desain, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis

Diterima 19 Maret 2021/ Disetujui 28 Juni 2021

ABSTRACT

The number of coffee shops at an adjacent location in Manggar made the city known as the City of 1001 Coffee Shops. 1001 Coffee Shop monument in Manggar, East Belitung confirmed that the tradition of drinking coffee is part of life in Manggar. The number of coffee shops that are located closely to each other around the center of Manggar makes it look very unique. This study aims to identify the visual characteristics of coffee shops signboard in Manggar in terms of typography, images, and colors. This research is done by using content analysis method which then interpreted by using semiotic approach. This research hopefully will show the characteristic of city of Manggar which represented by the characteristic of coffee shops signboard in Manggar

Keywords: Signboard, coffee shop, Manggar, East Belitung, semiotic. visual

ABSTRAK

Banyaknya warung kopi pada satu lokasi yang berdekatan di Manggar membuatnya dijuluki sebagai Kota 1001 Warung Kopi. Tugu 1001 Warung Kopi yang ada di Manggar, Belitung Timur mempertegas bahwa tradisi minum kopi adalah bagian dari kehidupan di Manggar. Jumlah warung kopi yang ada di sekitar pusat kota Manggar memang banyak apalagi letaknya saling berdekatan membuatnya terlihat sangat mencolok. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik visual papan nama warung-warung kopi yang ada di Manggar yang ditinjau dari segi tipografi, gambar, dan warna. Penelitian ini dilakukan dengan metode analisis konten yang kemudian dilakukan pemaknaan menggunakan pendekatan semiotik. Dari penelitian ini diharapkan akan didapatkan karakteristik kota Manggar yang diwakili oleh karakteristik papan nama warung-warung kopi di Manggar

Kata kunci: Papan nama, warung kopi, Manggar, Belitung Timur, semiotika, visual

PENDAHULUAN

Belitung Timur adalah salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Bangka Belitung. Bangka Belitung merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang berbentuk kepulauan. Kemunculan film Laskar Pelangi yang berlatar belakang kehidupan di Desa Gantung menjadikan Belitung

Timur semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam film Laskar Pelangi pemirsa disuguhkan keindahan alam yang dimiliki oleh Belitung Timur khususnya pantai yang bersih beserta pasir putihnya. Laskar Pelangi merupakan salah satu film yang sukses di tanah air. Replika sekolah Sekolah Dasar Muhammadiyah yang

*email: bramanta.danuputra@kalbis.ac.id

dijadikan salah satu *setting* film tersebut hingga kini dibiarkan ada dan dijadikan salah satu obyek wisata Bangka Belitung. Hal ini merupakan salah satu faktor yang membuat banyak yang ingin mengunjungi Belitung Timur.

Laskar Pelangi diadaptasi dari sebuah novel Laskar Pelangi karya Andrea Hirata. Selain mendeskripsikan keindahan pantai yang ada di Belitung Timur, Andrea Hirata juga menceritakan bagaimana orang-orang di Manggar memiliki tradisi minum kopi dalam keseharian mereka. Tradisi ini berlanjut hingga sekarang. Tradisi minum kopi ini bahkan membuat jalan utama di Manggar dipenuhi oleh warung-warung kopi. Bahkan karena begitu banyaknya warung kopi pada satu lokasi yang berdekatan Manggar dijuluki sebagai Kota 1001 Warung Kopi.

Manggar adalah ibukota Kabupaten Belitung Timur. Belitung Timur sendiri merupakan hasil pemekaran Kabupaten Belitung. Manggar terletak di bagian ujung timur pulau Belitung. Pantai Serdang dan Nyiur Melambai merupakan pantai-pantai yang ramai dikunjungi wisatawan. Masyarakat Manggar menyebut kota mereka sebagai Kota 1001 Warung Kopi. Jumlah warung kopi yang ada di sekitar pusat kota Manggar memang banyak apalagi letaknya saling berdekatan membuatnya terlihat sangat mencolok. Meskipun bukan penghasil kopi namun minum kopi di warung adalah tradisi yang sudah lama dimiliki penduduk Manggar (Gandapurnama, 2018).

Tugu 1001 Warung Kopi yang ada di Manggar mempertegas bahwa tradisi minum kopi adalah bagian dari kehidupan di Manggar. Keunikan berkumpulnya warung-warung kopi di satu area yang sama tentunya menjadi daya Tarik tersendiri bagi wisatawan yang mengunjungi Belitung Timur. Selain menikmati keindahan pantai-pantainya mereka disuguhi sebuah destinasi wisata yang unik.

Dengan banyaknya warung kopi yang saling berdekatan, sebagai pemilik warung kopi, tentu mereka ingin warungnya

dapat diidentifikasi. Oleh karena itu akan dijumpai beragam bentuk papan nama warung kopi sebagai identitas visual yang pertama kali dilihat oleh pengunjung.

Penelitian ini mengkaji bagaimanakah pemaknaan karakteristik visual papan nama warung-warung kopi di Manggar? Dalam penelitian dibatasi hanya mengkaji karakteristik visual yang ada pada papan nama warung-warung kopi yang ada di Manggar dari unsur tipografi, gambar, dan warna. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik visual papan nama warung-warung kopi yang ada di Manggar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode analisis konten yang kemudian dilakukan pemaknaan menggunakan pendekatan semiotik. Analisis konten dilakukan dengan cara mengurai lebih detail mengenai konten sebuah informasi yang pada penelitian ini merupakan papan nama warung kopi. *Content analysis* merupakan penganalisaan sebuah text secara terstruktur untuk mencari makna dari sebuah komunikasi dengan membedah pola-pola yang disusun oleh unit-unit di dalam text tersebut. Metode ini menggunakan teknik pengkodean simbol-simbol oleh analis dengan mencatat unit-unit analisis yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara mengumpulkan data visual berupa foto-foto papan nama warung-warung yang ada di Manggar. Tipografi, gambar, dan warna yang ada pada data merupakan unit yang akan dikaji.

Dari segi semiotika analisa ini akan menerapkan teori sistem sekunder yang maknanya mengalami proses penghasilan makna baru yang disebut makna konotasi (Hoed, 2014, p.178-180). Adanya makna konotasi yang bermacam-macam dari satu makna denotasi pada tanda bisa muncul dikarenakan adanya perbedaan latar belakang tempat keberadaan tanda tersebut (Crow, 2010, p.34). Sehingga makna bukan menjadi sebuah bagian yang berdiam diri

pada sebuah tanda, melainkan makna selalu melewati proses konstruksi yang terus-menerus dalam sebuah tanda (Hall, 1997, p.16-19).

Terdapat beberapa penelitian dan publikasi sebelumnya yang mengkaji visualisasi papan nama, yang pertama ada sebuah penelitian di tahun 2017 berjudul *Observation On Signboard Photographs In Kota Kinabalu, Sabah As Indicator Of Change Towards Global Business* oleh Suhaimi Salleh dan Noraini Abdullah. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa papan nama yang ada di kota Kinabalu dan sekitarnya mendapat pengaruh dari Inggris yang memang merupakan salah satu koloni kerajaan Inggris. Penggunaan bahasa Inggris dan beberapa perubahan desain disebutkan merupakan salah satu wujud langkah partisipasinya dalam dunia bisnis secara global (Saleh dan Abdullah, 2017, p.35-44).

Penelitian kedua yang juga mengkaji papan nama adalah *Visuality of Signboard Design during the Japanese Colonial Era* oleh Joo Eun Oh. Hasil kajiannya mengungkapkan bahwa saat kependudukan Jepang, toko-toko di Korea mendapat pengaruh dengan munculnya papan nama yang saat itu dikategorikan sebagai papan nama yang lebih modern (Oh, 2017, p.183-195).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengumpulan data berupa visual papan nama warung-warung kopi telah terkumpul sebanyak 18 foto.



Gambar 1. Warkop Atet (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Pertama ada warung kopi Atet, tampilan papan namanya berisi tulisan “Warkop ATET” dengan tambahan text di bagian bawah yang bertuliskan “MANGGAR – BELTIM”. *Typeface* yang digunakan pada tulisan Warkop Atet berupa tipe serif. Sedangkan tulisan Manggat-Belitim menggunakan tipe sans serif, keduanya dibuat tebal dengan warna kuning. Warna latar belakangnya menggunakan warna merah. Pada papan nama warung kopi Atet ini terdapat gambar siluet cangkir kopi berwarna putih beserta dengan uapnya. Ukuran gambar cangkir kopinya tidak terlalu besar, hanya setinggi huruf yang ada pada papan nama tersebut dan posisinya ada di ujung sebelah kiri sebelum tulisan “Warkop ATET”.



Gambar 2. Warkop Vinza Coffee (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Papan nama berikutnya ada pada warung Vinza Coffee yang berupa tulisan “VINZA COFFEE” berwarna putih dengan stroke tipis berwarna hitam. Di bagian bawah ada tulisan “Aneka Makanan & Aneka Minuman” dengan ukuran yang lebih kecil dari tulisan “Vinza Coffee” yang ditulis dengan huruf besar pada tiap huruf dan diberi warna kuning. Jumlah *typeface* yang digunakan ada dua. *Typeface* yang pertama, yaitu yang digunakan untuk nama warung kopinya menggunakan yang jenis serif dan dibuat tebal. Lalu yang ke dua untuk tulisan bagian bawah berupa *typeface* tipe sans serif.

Di bagian bawah papan nama, yaitu tepat di bawah tulisan “Aneka

Makanan & Minuman” terdapat foto-foto makanan dan minuman yang bermaksud untuk mendukung dan memperjelas tulisan. Foto-foto tersebut berukuran kecil sehingga tampak kurang jelas jika dilihat dari kejauhan. Latar belakang papan nama diberi warna gradasi dari merah di bagian atas ke coklat di bagian bawah.

Di sebelah kanan tulisan ada gambar cangkir berwarna putih yang. Pada gambar cangkir tersebut ada tanda wi-fi. Tepat di atas gambar cangkir terdapat ikon signal wi-fi. Posisi ikon signal wi-fi yang diletakkan tepat di atas cangkir juga dapat mewakili gambar uap kopi yang keluar dari cangkir tersebut.



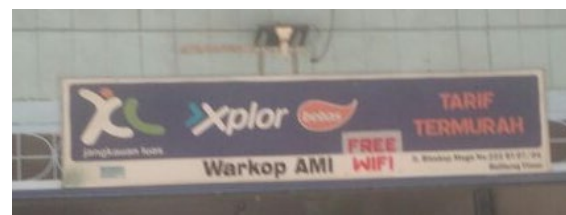
Gambar 3. Warkop Top Café (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Warung kopi selanjutnya adalah Top Cafe yang tulisannya hanya ada “Top Cafe” tulisan lain yang ada pada papan namanya merupakan tulisan logo dari salah satu merk minuman kopi yaitu Top Coffee. Tulisan Top Café bisa dibilang berukuran kecil dibandingkan dengan ukuran bidang yang digunakan sebagai papan nama warung. Bahkan ukuran tulisan Top Café lebih kecil dibanding logo merk Top Coffee.

Tulisan nama warung Top Café diberi warna coklat. Tulisan itu diletakkan seolah ada pada gambar sebuah banner putih dengan frame coklat yang menempel pada sebuah kanopi. Di banner itu ditambahkan gambar dua pasang biji kopi pada bagian kiri dan kanan tulisan Top Café.

Di dalam tata letaknya juga terdapat gambar yang menyerupai iklan kopi Top Coffee yang memang menjadikan warung kopi ini sebagai media promosi. Selain

gambar iklan kopi Top Coffee juga terdapat gambar siluet seorang pria yang sedang menikmati secangkir kopi. Pria tersebut terlihat sedang menikmati kopi di sebuah kafe yang seolah ingin menyesuaikan dengan nama warung kopinya. Pria tersebut sedang duduk dan di meja di depannya terdapat dua buah sachet yang dapat dipastikan itu ingin menunjukkan sachet kopi Top Coffee. Di pojok kiri atas terdapat logo Wings yang merupakan brand dari produk Top Coffee.



Gambar 4. Warkop AMI (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Papan nama warung kopi berikutnya ada warung kopi AMI. Terdapat tulisan Warkop AMI berwarna hitam dengan ukuran yang tidak dominan berada di bagian bawah. Papan nama ini justru lebih terlihat seperti banner iklan yang memang dijadikan media promosi oleh brand tertentu. Brand tersebut adalah salah satu operator telekomunikasi, XL.

Produk XL yang diiklankan pada papan nama warung kopi ini adalah Xplor bebas dengan keunggulan yang ditawarkan adalah tarif termurah. Kata tarif termurah diberi warna oranye menggunakan huruf besar pada tiap huruf. Pada papan nama warung kopi ini ditempelkan tulisan FREE WIFI berwarna merah. Posisi tulisan FREE WIFI ini berada di sebelah nama warung kopinya.



Gambar 5. Warkop A2 (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Warung kopi berikutnya adalah Warkop A2. Tampilan papan nama warung kopi ini terdiri dari beberapa tulisan. Pertama, yang paling besar di antara tulisan yang ada berupa tulisan nama warung kopinya, yaitu WARKOP A2. Tulisan kata WARKOP diberi warna kuning sedangkan tulisan A2 berwarna merah dengan masing-masing tulisan memiliki *typeface* yang berbeda. Posisi nama warung kopi ini ada di bagian paling atas. Tulisan lain yang ada di papan nama warung kopi A2 ini adalah tulisan Visit Beltim dengan tipe *typeface* berupa script berwarna putih. Di bagian pojok kanan bawah terdapat dua baris tulisan lagi yaitu yang pertama “Raja Kopi” berwarna hitam di dalam bidang persegi berwarna hijau muda dan di baris kedua ada tulisan “Manggar” berwarna merah seperti pada tulisan A2.

Di posisi tengah pada papan nama warung kopi A2 ini terdapat sebuah *emoticon* smiley berwarna kuning. *Emoticon* ini terlihat sedang tersenyum menghadap ke depan sambil memegang sebuah cangkir kopi seakan sedang menawarkan minuman kopi kepada yang melihat papan nama warung kopi ini. Selain gambar *emoticon* ada foto biji-biji kopi yang dijadikan gambarnya latar belakang papan nama warung kopi ini.



Gambar 6. Warkop 1001 (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Papan nama warung kopi selanjutnya adalah papan nama Warkop 1001. Papan nama ini terlihat terbuat dari kayu dan diperjelas dengan bentuknya yang dibuat seolah-olah merupakan papan kayu yang patah. Hal ini terlihat dari bentuk kedua sisi papan nama kayu yang tidak lurus melainkan seperti bekas patahan.

Tulisan dan gambar yang ada pada papan nama ini dibuat dengan tangan menggunakan cat.

Pada papan nama warung kopi ini terdapat tulisan warkop di tengah bagian atas dengan menggunakan huruf besar semua dan bentuk tulisannya melengkung. Tulisan warkop diberi dua warna, warna merah di bagian atas dan kuning di bawah. Di bawah tulisan warkop tertulis angka 1001 namun angka 0 digambarkan dengan dua bakul berisi kopi, angka 1 pada angka 1001 baik yang ada di depan maupun di belakang diberi warna merah. Di sebelah kiri papan nama warung kopi 1001 ini terdapat gambar cangkir kopi berwarna abu-abu beserta uapnya yang berwarna putih, lalu di sebelah kiri ada gambar teko tinggi berwarna abu.



Gambar 7. Warkop Biji Mas (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Berikutnya ada papan nama Warung Kupu Biji Mas. Tulisan yang tertera di papan ini ada tiga baris ditulis dengan huruf besar semua berwarna kuning, namun ukuran *typeface* pada masing-masing baris berbeda-beda. Ukuran yang paling besar adalah tulisan baris ke dua yaitu tulisan nama warung kopinya yaitu Biji Mas. Di atas tulisan Biji Mas ada tulisan warung kupa yang ukurannya lebih kecil dari pada tulisan Biji Mas. Lalu baris ke tiga yang ada di bawah Tulisan Biji Mas tertulis Ruma Tempo Duluk yang merupakan tulisan dengan ukuran paling kecil di antara tulisan yang lainnya. Latar belakang papan nama warung kopi ini berwarna hitam polos.

Papan nama warung kupa Biji Mas memiliki beberapa elemen tambahan berupa gambar, yang pertama ada gambar sebuah stilasi biji kopi berwarna kuning di bagian kiri. Gambar berikutnya ada logo Saya

Cinta Produk Indonesia dan Visit Belitung Timur.



Gambar 8. Warkop Ayung (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Papan nama warung kopi berikutnya yang akan dideskripsikan adalah Warung Kopi Ayung. Warna yang digunakan didominasi warna kuning sebagai latar belakang lalu tulisannya menggunakan warna merah. Tulisan yang tertera ada yang membentuk kalimat dengan focal point nama warung kopinya. Kalimat tersebut berbunyi “Selamat datang di Warung Kopi Ayung”. Kalimat ini dibagi dua baris, tulisan “Selamat datang di” ada di baris pertama lalu tulisan “Warung Kopi AYUNG” di baris ke dua dengan ukuran huruf yang lebih besar. Kata Ayung dalam tulisan ini ditulis dengan huruf kapital semua. Lalu masih ada satu baris lagi yang tertera di bawah nama warung kopinya yaitu tulisan “Manggar Kota 1001 Warung Kopi” yang ditulis dengan huruf kapital semua dengan ukuran huruf yang sama dengan tulisan “Selamat datang di”.

Dua per tiga tampilan papan nama warung kopi Ayung diisi dengan gambar berupa foto. Di bagian kanan foto itu menampilkan cangkir kopi diletakkan di meja kayu dengan tatakan cangkirnya dan sendok kecil di sebelah cangkir serta sebuah kain lap motif kotak-kotak bergaris merah. Cangkir itu berisi kopi yang sedang ditambahkan kental manis merk Omela. Di bagian kiri foto itu ada kantong berisi biji-biji kopi yang beberapa bijinya keluar dari kantong seakan-akan tumpah dari kantongnya. Di antara cangkir dan kantong biji kopi tersebut dicantumkan logo Omela

dengan porsi ukuran yang sama dengan ukuran cangkir dan kantong biji kopi.



Gambar 9. Warkop Millenium (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Deskripsi berikutnya adalah papan nama warung kopi yang memiliki nama “Warkop Millenium”. Latar belakang yang digunakan pada gambar di papan nama warung kopi ini adalah foto tumpukan kopi yang tersebar ke seluruh bidang. Semua tulisan yang tertera di papan nama warung kopi berada di depan foto tumpukan kopi tersebut. Tulisan yang ada terbagi menjadi dua bagian. Pertama adalah kelompok tulisan yang mengandung nama warung kopinya yang merupakan sebuah kalimat dengan highlight di tulisan nama warungnya. Kalimat pada bagian pertama itu tertulis “Mun Lum Ngopi di Warkop Millenium Rase’e...!!! Lum Sampai di Manggar” yang jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia memiliki makna kalau belum minum kopi di Warkop Millenium rasanya seperti belum sampai di kota Manggar.

Kelompok tulisan di bagian pertama dibagi menjadi tiga baris. Baris pertama adalah tulisan “Mun Lum Ngopi di” dengan tipe *typeface* jenis script beerwarna putih. Baris ke dua adalah tulisan nama warung kopinya, yaitu “Warkop Millenium” dengan jenis *typeface* tipe sans serif dan tebal. Lalu tulisan Warkop Milleniumnya diberi warna merah dan khusus tulisan “Millenium” ditulis dengan huruf kapital semua. Ukuran tulisan Warkop Millenium lebih besar dibanding tulisan di baris pertama. Selanjutnya di baris ke tiga ada tulisan “Rase’e...!!! Lum Sampai di Manggar” yang ukuran dan tipe *typefacenya* sama dengan tulisan “Mun Lum Ngopi di”.

Kelompok tulisan di bagian yang kedua yaitu yang terletak di bagian kanan papan nama ada tulisan “Manggar Kota Wisata 1001 Warung Kopi”. Tulisan ini diberi warna kuning dengan tipe *typeface* sans serif dan ditata menjadi empat baris rata kiri-kanan dengan susunan sebagai berikut, pada baris pertama hanya tertera satu kata yaitu Manggar dengan huruf kapital semua. Di baris ke dua tertulis Kota Wisata dengan ukuran font yang lebih kecil untuk menyesuaikan lebar dari kata Manggar. Di baris ke tiga ada angka 1001 yang merupakan tulisan dengan ukuran font paling besar di antara empat baris. Di baris terakhir tertera tulisan Warung Kopi yang memiliki ukuran font sama dengan tulisan di baris ke dua. Di bagian bawah papan nama warung ini tertera alamat dan nomor kontak warung kopi Millenium yang menggunakan ukuran huruf paling kecil di antara tulisan yang lain dan berwarna putih. Pada papan nama warung ini terdapat sebuah gambar berupa foto tangan yang sedang memegang secangkir kopi dengan sudut pandang foto dilihat dari atas.



Gambar 10. Warkop Aici (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Papan nama selanjutnya ada warung kopi Aici yang tulisannya hanya mencantumkan nama warungnya yaitu Warkop Aici yang ditulis dengan huruf kapital semua. Papan nama warung kopi Aici ini memiliki latar belakang berwarna hitam polos. Jenis font yang dipakai adalah sans serif yang tebal berwarna biru muda. Tulisan nama warung kopi ini ditemani dua buah gambar yang masing-masing ada di sebelah kiri dan kanannya. Di sebelah kiri ada foto secangkir kopi di atas tatakan gelas. Sedangkan di bagian kanan ada gambar tanda free wifi.



Gambar 11. Warkop Rumah Kopi (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Deskripsi papan nama warung kopi berikutnya adalah milik Rumah Kopi. Tulisan yang ada hanya tulisan nama warung kopinya yaitu Rumah Kopi berwarna kuning dengan latar belakang berwarna hitam. Huruf o pada kata kopi diganti dengan gambar cangkir kopi dan uap di atasnya. Lalu di bagian atas tulisan nama warung kopinya terlihat ada dua garis yang membentuk sudut yang menyerupai atap rumah.



Gambar 12. Warkop Danau Pelangi (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Papan nama warung kopi berikutnya yang dideskripsikan adalah warung kopi Danau Pelangi. Latar belakang yang digunakan adalah warna hitam polos. Tulisan nama warungnya, yaitu Warkop Danau Pelangi ada di bagian atas dengan warna gradasi pelangi dari kanan ke kiri. Jenis huruf yang digunakan adalah tipe script yang tebal. Di bawah nama warung kopi ada gambar foto-foto makanan dan minuman yang tersedia di warung kopi ini. Pada bagian kiri papan nama ada gambar secangkir kopi dengan tatakan gelas. Secangkir kopi ini terlihat ada di sebuah meja lalu ada beberapa biji kopi tersebar di tatakan gelas dan meja. Sedangkan di

bagian kanan papan nama ada gambar berupa logo halal berwarna putih.



Gambar 13. Warkop Anui 1982 (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Berikutnya ada papan nama Warkop Anui 1982. Tulisan nama warungnya ditulis dengan huruf kapital semua yang dibagi menjadi dua baris rata tengah. Baris pertama adalah tulisan Warkop Anui lalu di baris ke dua tertera angka 1982 yang menunjukkan tanggal awal warung kopi Anui mulai dibuka. Jenis huruf yang digunakan adalah tipe sans serif yang tebal berwarna kuning muda yang bergradasi ke bawah menuju warna hijau muda. Warna latar belakang papan namanya gradasi bernuansa coklat, coklat muda di bagian tengah dan semakin ke sisi semakin gelap.

Pada papan nama Warkop Anui 1982 ini terdapat gambar di bagian kanan dan kiri. Di bagian kanan ada gambar secangkir kopi di tatakan gelas yang diletakkan seolah-olah di tumpukan beberapa biji kopi. Di sebelah kanan juga terdapat gambar secangkir kopi di tatakan gelas dan tumpukan biji kopi, namun ada tambahan gambar lagi yaitu ada tiga buah sekop kecil yang terisi oleh tumpukan biji kopi. Di balik tiga sekop terlihat kantung biji kopi tempat asal biji-biji kopi yang tersebar.



Gambar 14. Warkop Hitam Putih (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Papan nama warung kopi berikutnya adalah dari warung kopi Hitam Putih. Warung kopi ini memiliki papan nama yang berlatar belakang gambar foto langit yang cerah, langit biru beserta awan putihnya. Foto langitnya ini tidak penuh karena di kiri dan kanan ada sedikit area semacam bingkai yang diberi foto tumpukan biji kopi. Tulisan nama Warung kopinya diletakkan di bagian tengah dengan komposisi dibuat dua baris rata tengah. Tulisan di baris pertama adalah Warkop yang ditulis dengan huruf kapital berwarna merah. Jenis *typeface* yang digunakan adalah tipe serif.

Di bawah tulisan Warkop adalah nama warung kopinya, yaitu Hitam Putih. kata hitam diberi warna hitam dan kata putih pun diberi warna yang sesuai dengan arti katanya yaitu putih. Jenis *typeface* yang digunakan adalah jenis huruf seperti sapuan kuas. Di antara kata hitam dan putih terdapat sebuah gambar yaitu ilustrasi secangkir kopi dengan tatakan gelas seerta uap putihnya yang dekoratif. Di bagian bawah papan nama warung kopi hitam putih ini tertera tulisan warna hitam berupa menu minuman dan makanan yang tersedia di warung ini. Font yang digunakan cukup kecil sehingga dari kejauhan tidak terlalu jelas. Di pojok kanan bawah ditambahkan gambar foto secangkir kopi di tatakan gelas beserta sendok dan beberapa biji kopi yang tersebar di tatakan gelas tersebut.



Gambar 15. Warkop D&D (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Selanjutnya ada papan nama warung kopi D&D. Tulisan nama warung diberi warna biru muda dengan tipe *typeface* sans serif. Tulisan nama warung diletakkan di bagian bawah. Di bagian atas ada tulisan lain yaitu Ooo...lezaaatnya..! berwarna merah, juga dengan tipe *typeface* sans serif. Latar belakang yang digunakan

adalah gambar foto tumpukan biji kopi dengan tiga buah sekop kecil yang seolah sedang mengambil biji-biji kopi tersebut. Tumpukan biji kopi itu membuat latar belakang papan nama warung kopi D&D berwarna dominan kecoklatan. Warna coklat dari biji-biji kopi ini dipadukan dengan warna hitam sebagai latar belakangnya.

Selain gambar tumpukan biji kopi, di bagian kiri dan kanan papan nama warung kopi ini juga terdapat gambar. Di sebelah kiri ada gambar foto secangkir kopi yang disajikan dengan tatakan gelas dan pada cangkir itu ada logo salah satu merk susu, Omela. Gambar yang ada di sebelah kanan juga ada unsur merk Omela, yaitu gambar foto kemasan kaleng kental manis.



Gambar 16. Warkop Adhi (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Berikutnya papan nama warung kopi Adhi. Tulisan yang tertera adalah nama warung kopinya yaitu Warkop Adhi yang ditulis dengan huruf kapital semua dengan warna gradasi dari atas ke bawah, warna kuning ke coklat. Jenis *typefaceny* adalah tipe sans serif.

Di sebelah kanan pada papan nama warung kopi Adhi ini terdapat gambar berupa kemasan sachet salah satu merk minuman, NutriSari. Di sebelah kiri juga terdapat gambar yang berkaitan dengan merk NutriSari, yaitu gambar karakter jeruk yang dijadikan mascot NutriSari yang sedang mengangkat gelas berisi Nutrisari jeruk. Masih di sebelah kanan, tepatnya di sebelah kiri gambar karakter jeruk ada gambar siluet cangkir kopi warna hitam yang terdapat tulisan free wifi. Di atas cangkir kopi itu ada uap yang digambarkan dengan ikon sinyal berwarna merah.



Gambar 17. Warkop Atin-Acoy (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Papan nama selanjutnya yang akan dideskripsikan adalah milik warung kopi Atin-Acoy. Komposisi yang ada pada tampilannya terdiri dari tulisan, foto, dan ilustrasi. Tulisan yang ada terdiri dari tiga kelompok, pertama berupa nama warung kopinya “Warkop Atin-Acoy”. Tulisan ini berwarna coklat dengan huruf kapital semua dengan latar belakang berupa bidang warna kuning. Pada kalimat di kelompok ke dua tertulis penjelasan tambahan secara singkat mengenai warung apa yang dijual di warung ini. Penjelasan tersebut tertulis “Warung Makan dan Minum Tersedia Keripik Sukun”, tulisan penjelasan ini disusun dalam dua baris dengan ukuran huruf di baris kedua dibuat lebih kecil dari yang ada di baris atasnya. Kelompok tulisan yang ke tiga merupakan informasi nomor kontak warung kopi Atin-Acoy.

Foto yang terdapat di papan nama warung ini adalah foto-foto makanan yang dijual. Foto-foto makanan ini letaknya ada di sebelah kanan dan di bagian bawah papan Lalu gambar ilustrasi yang ada di papan nama warung ini adalah gambar stilasi cangkir kopi berwarna coklat dengan uapnya yang juga berwarna coklat.



Gambar 18. Warkop Kongfu (Sumber: Dokumentasi penulis, 2018)

Berikutnya ada papan nama warung kopi Kongfu. Pada papan nama warung kopi ini terdapat tiga baris tulisan. Di baris

pertama ada “Warkop” di baris ke dua ada tulisan “Kongfu” lalu di baris ke tiga ada tulisan “Tersedia Kopi Bubuk Asli”. Latar belakang tulisan-tulisan ini menggunakan warna putih. Tulisan-tulisan tersebut diberi warna gradasi dari atas ke bawah, warna merah ke coklat. Di sebelah kiri papan nama warung ada gambar foto secangkir kopi di tatakan gelas beserta uapnya. Disekitar tatakan gelas terdapat beberapa biji kopi. Di sebelah kanan papan nama ada gambar biji-biji kopi.

Dari hasil uraian data di atas didapatkan beberapa temuan yang dapat dijadikan pemetaan karakteristik visual papan nama warung-warung kopi di kota Manggar, Belitung Timur. Dari semua papan nama warung kopi yang diteliti hanya ada dua yang tidak menggunakan gambar cangkir kopi sebagai bagian dari elemen visual pada papan nama warung kopi mereka. Satu di antara dua itu, yaitu Warung Kupu Biji Mas menggunakan gambar stilasi biji kopi sebagai pengganti penanda bahwa warungnya berhubungan dengan kopi. Sedangkan yang satu lagi, Warung Kopi Ami sama sekali tidak mencantumkan elemen apa pun yang berkaitan dengan kopi, untuk kasus ini dapat dimaklumi karena papan nama warung kopi tersebut merupakan iklan dari sebuah merk *provider* telekomunikasi.

Elemen visual yang cukup mendominasi papan nama warung-warung kopi selain gambar cangkir kopi adalah gambar biji kopi. Sebelas dari delapan belas warung kopi menggunakan biji kopi sebagai salah satu elemen visualnya. Hal ini bisa diartikan bahwa mereka ingin menegaskan pada konsumen bahwa bubuk kopi mereka memang disajikan langsung dari proses pengolahan biji kopi bukan dari kopi kemasan instan seperti warung-warung kopi yang biasa kita lihat di Jakarta. Sebelas dari enam belas papan nama warung kopi yang menggunakan elemen cangkir kopi memperlihatkan juga uap yang keluar dari cangkirnya. Ini dapat dimaknai bahwa mereka ingin menunjukkan bahwa kopi

yang disajikan selalu benar-benar hasil proses pengolahan yang baru.

Dari warung kopi yang diteliti, ada empat warung kopi yang pada papan namanya menggunakan gambar ikon sinyal. Penggunaan hotspot merupakan fenomena yang ternyata mulai dimanfaatkan oleh beberapa warung kopi di Manggar untuk menarik perhatian konsumen khususnya generasi muda yang tak jarang lepas dari telepon selular mereka. Penggunaan ikon sinyal ini dapat dimaknai bahwa mereka ingin meyakinkan kepada konsumen bahwa warung kopi mereka adalah tempat yang asik untuk berlama-lama

Ada empat warung kopi yang mulai memanfaatkan momentum program “Visit Belitung Timur” dengan mencantumkan pesan pariwisata yang secara garis besar seputar “visit Belitung Timur” itu. Pencantuman pesan ini dapat dimaknai sebagai pesan kepada konsumen bahwa untuk merasakan kopi terbaik khas Manggar adalah dengan singgah di warung kopi mereka.

Tidak banyak warung kopi yang mencantumkan informasi adanya menu lain pada papan namanya. Tercatat hanya ada tiga warung kopi yang melakukan itu. Walaupun di warung mereka ada menu lain yang dapat dinikmati seperti mi instan atau gorengan, namun mereka fokus terhadap penyampaian pesan bahwa mereka adalah spesialis kopi.

Dari segi warna yang terlihat di papan nama warung-warung kopi di atas, sebagian besar menggunakan warna coklat dan hitam. Pemilihan warna ini bisa dilihat inspirasinya dari warna kopi itu sendiri yang identik dengan warna coklat dan hitam. Ada dua warung kopi yang agak berbeda dalam pemilihan warna dominan pada papan nama warung mereka, yaitu warung kopi Atet dan warung kopi Ayung. Jika dilihat dari namanya bisa dimengerti bahwa pemilihan warna erat kaitannya dengan etnis pendiri atau pemilik warung kopi, yaitu Tionghoa. Belitung Timur memang dikenal sebagai sebuah daerah yang multietnis mengingat sejarah

perkembangan kota-kota di Belitung Timur. Lalu jika dilihat dari segi tipografinya, sebagian besar menggunakan *typeface* tipe sans serif. Pemilihan tipe *typeface* ini bisa dilihat dari pengalaman mereka dalam membaca dari jarak kejauhan di luar ruang. Tipe *typeface* sans serif memang mudah dibaca dalam ukuran besar di luar ruang.

Di Manggar, cukup lazim penggunaan papan nama warung kopi lebih dari satu. Ini dikarenakan selain mereka memiliki desain papan nama warung sendiri, mereka juga memiliki papan nama warung kopi yang disponsori oleh merk-merk tertentu. Hal ini tentu hasil pemanfaatan oleh pemilik merk karena peluang merk mereka terekspos ke calon konsumen mereka sangat besar. Ada tiga macam produk yang sangat umum bisa dilihat menjadi papan nama alternatif warung-warung kopi, yaitu mi instan, kental manis, dan operator selular. Ketiga produk itu memang berkaitan dengan warung kopi

SIMPULAN

Hasil kajian papan nama warung-warung kopi di Manggar, Belitung Timur ini dapat diambil kesimpulan pemilik warung sepakat jika mereka harus menunjukkan pesan utama bahwa mereka merupakan tempat berkumpul untuk minum kopi yang diolah dari biji kopi asli.

Namun dari hasil kajian karakteristik visual papan nama warung-warung kopi di Manggar, Belitung Timur ini pun dapat dilihat bahwa warung-warung kopi di sana belum banyak yang menganggap identitas visual sebagai sebuah media yang dapat mengangkat citra warung kopi mereka. Keseragaman tata letak yang dominan cangkir kopi di sebelah kiri membuat seolah tidak ada usaha untuk menampilkan sesuatu yang berbeda dibanding warung kopi yang lain. Keterbukaan terhadap penggunaan papan nama warung kopi yang dominan berisi iklan pun merupakan tanda bahwa mereka

belum terlalu menganggap identitas visual sebagai hal yang esensial.

Sehubungan dengan program Visit Belitung Timur dan juga julukan sebagai kota 1001 warung kopi, maka ada baiknya di kota Manggar mulai diperkenalkan tentang identitas visual. Dengan adanya tugu 1001 warung kopi sebenarnya sudah menjadi batu loncatan bagi kota tersebut untuk lebih memperhatikan identitas visual sebagai pendukung program Visit Belitung Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Crow, D. (2010). *Visible Signs (Second Edition): An Introduction to Semiotics in the Visual Arts (Required Reading Range)*. Lausanne: AVA Publishing, 34.
- Gandapurnama, B. Manggar Kota 1.001 Warung Kopi di Belitung Timur. Retrieved Februari 11, 2018, from travel.detik.com website: <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-3080092/manggar-kota-1001-warung-kopi-di-belitung-timur>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications, 16-19.
- Hoed, B. (2014). *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu, 178-180.
- Oh, J. (2017). Visuality of Signboard Design during the Japanese Colonial Era. *Archives of Design Research*, 30(2), 183-195.
- Saleh, S., & Abdullah, N. (2017). Observation On Signboard Photographs In Kota Kinabalu, Sabah As Indicator Of Change Towards Global Business. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1(4), 35-44.