

Ambiguitas Identitas Visual pada Warisan Budaya Seblak

Aryoseto Satriojati^{1*}, Iwan Zahar²

^{1,2} Universitas Esa Unggul, Indonesia

Email: aryosetosatriojati@student.esaunggul.ac.id, iwan.zahar@esaunggul.ac.id

Abstrak

Seblak merupakan makanan tradisional khas Indonesia yang telah dikenal luas akan tetapi identitas visualnya masih kurang mencerminkan kekayaan budaya dan potensi inovatifnya. Dengan menggunakan pendekatan desain grafis yang melibatkan metode kualitatif berupa kuesioner untuk target audience yang berjumlah lebih dari 30 orang, termasuk analisis visual dan wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan, penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual yang lebih modern dan menarik dengan menggunakan proses desain Alina Wheeler. Identitas visual ini berfokus pada aspek ambiguitas terhadap desain grafis seblak yang masih dibidang tidak memiliki unsur ikon atau lambang yang bisa memancarkan nilai-nilai budaya yang mendalam, dimana nilai tersebut mampu menciptakan inovasi yang relevan dan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas visual yang baru dapat meningkatkan pengakuan dan daya tarik rumah makan seblak, serta memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan sosial dengan memperkuat warisan budaya lokal. Melalui pendekatan desain yang strategis, seblak diharapkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda, dan memperkuat posisinya di pasar global.

Kata Kunci: Ambiguitas, Perubahan Sosial, Identitas Visual, Warisan Budaya, Seblak

Abstract

Seblak is a traditional Indonesia food that has been widely known, but its visual identity still does not reflect its cultural richness and innovative potential. Using a graphic design approach that involves a qualitative method in the form of a questionnaire for a target audience of more than 30 people, including visual analysis and in-depth interviews with stakeholders, this research aims to redesign a more modern and attractive visual identity using Alina Wheeler's design process. This visual identity focuses on the ambiguous aspect of seblak graphic design which is still said to have no icon or emblem elements that can emit deep cultural values, where these values are able to create relevant and sustainable innovations. The results of the study show that the new visual identity can increase the recognition and attractiveness of seblak restaurants, as well as make a real contribution to social change by strengthening local cultural heritage. Through a strategic design approach, Seblak is expected to reach a wider audience, including the younger generation, and strengthen its position in the global market.

Keywords: *Ambiguity, Social Change, Visual Identity, Cultural Heritage, Seblak*

Pendahuluan

Dalam era globalisasi saat ini, industri kuliner semakin berkembang pesat, terutama di kota-kota besar di seluruh dunia (Panggabean et al., 2018);(Asikin & Fadilah, 2024). Rumah makan menjadi salah satu sektor yang paling dinamis dalam bisnis makanan. Salah satu contoh rumah makan yang telah berkecimpung dalam industri kuliner adalah rumah makan Seblak (Widjajanti & Rahmawati, 2021). Seblak merupakan makanan khas sunda yang menjual menu makanan pedas yang berisikan kerupuk basah, kol, cabai, dan aneka macam topping lainnya (Jamiati et al., 2022).

Seblak tidak hanya dikenal karena cita rasanya yang unik dan pedas, tetapi juga karena keragaman bahan baku dan cara penyajiannya (Alhamid et al., 2023). Meskipun seblak berasal dari tradisi kuliner masyarakat Sunda, evolusi dan adaptasinya di berbagai daerah telah menciptakan variasi yang berbeda-beda. Hal ini mengakibatkan adanya ambiguitas dalam identitas visual seblak sebagai warisan budaya (Hasnah & Nugroho, 2021).

Salah satu perubahan dan inovasi dari seblak yaitu pada topping dan varian yang berbeda-beda, seperti penambahan mie, sayuran, dumpling, jamur enoki, cikua, sosis dan bakso (Afrianto & Irwansyah, 2021);(Rerung, 2018). Hal ini menambah keberagaman cita rasa dan varian seblak, tetapi juga dapat menyebabkan perbedaan dalam identitas visualnya (Septiani, 2022). Salah satu contoh perbedaan identitas visual bisa dilihat dari logo mie ayam dan bakso, identitas visual logo seblak menjadi tidak autentik dikarenakan terdapat kemiripan pada logo mie ayam dan bakso yaitu dari elemen-elemen warna dan komposisi layout. Maka dari itu, meskipun seblak sudah banyak diketahui khalayak ramai dengan keberagaman seblak yang bervariasi, namun identitas visualnya masih ambigu dan tidak memiliki identitas yang *solid* atau kokoh (Irawati & Prasetyo, 2021).

Pengaruh Budaya dari seblak telah menyebar ke berbagai daerah di Indonesia bahkan sampai ke manca negara (Atteng et al., 2021);(Asikin et al., 2024). Hal ini dapat menyebabkan perbedaan variasi dalam tampilan visual dan rasa seblak di berbagai tempat, yang mungkin tidak selalu konsisten dengan identitas visual aslinya. Seblak diusulkan sebagai warisan budaya tak benda oleh Kementerian Pendidikan (Septianisya & Anggoro, 2024). Sebelum seblak bisa dijadikan warisan budaya tak benda perlu memenuhi persyaratan yang sudah ditentukan, di antaranya sejarah atau ada cerita tentang seblak.

Selain itu, perlu ada dokumen pendukung lainnya, seperti foto, video, hingga bukti-bukti fisik maupun saksi yang bisa menguatkan tentang kuliner seblak sebagai karya anak bangsa dengan cita rasa khas tersendiri (Viadiputra & Kusumandyoko, 2022). Hal ini dapat menimbulkan perdebatan tentang apakah seblak yang dijual di berbagai tempat dan dengan berbagai varian masih dapat dianggap sebagai warisan budaya yang konsisten (Prasetyo & Fazarriyawan, 2020).

Persepsi Masyarakat terhadap seblak memiliki beberapa stigma, seperti dianggap sebagai makanan yang hanya populer karena rasa pedasnya dan ada juga yang menganggap identitas visual pada seblak menjadi salah satu daya tarik untuk membeli produk tersebut (Wibowo, 2018). Hal ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat

tentang identitas visual seblak dan apakah hal itu masih dianggap layak sebagai salah satu warisan budaya yang berharga (Febriyantoro & Arisandi, 2018).

Kebudayaan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Warisan budaya terbagi menjadi dua, yaitu warisan budaya benda (*tangible*) dan warisan budaya tak benda (*intangible*). Warisan budaya benda mencakup artefak, situs, arsitektur kuno, dan lainnya, sedangkan warisan budaya tak benda mencakup tradisi, seni pertunjukan, adat istiadat, pengetahuan dan kebiasaan perilaku, dan kemahiran tradisional.

Pelestarian warisan budaya sangat penting untuk memupuk kesadaran jati diri bangsa, meningkatkan harkat dan martabat bangsa, memperkuat kepribadian bangsa, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Hal ini juga penting untuk mempromosikan warisan budaya bangsa kepada masyarakat internasional. Seblak adalah hasil kreativitas masyarakat Sunda dengan mengolah bahan baku yang tersedia hingga menjadi suatu masakan. Di Garut, ada makanan yang disebut kerupuk *leor* yang jika diartikan kedalam bahasa Indonesia yakni kerupuk lemas, karena kerupuk mentah yang seharusnya digoreng, masyarakat Sunda memasak kerupuk mentah tersebut dengan air lalu dicampur dengan bumbu bawang putih dan cabai merah. Hal ini menjadi cikal bakal kreasi seblak yang kini telah menjadi pamor di para pecinta kuliner seblak dan menjadi makanan populer hingga detik ini.

Nyeblok dalam bahasa Sunda memiliki arti “mengagetkan”. Seblak berasal dari kata *segak* atau *nyegak* yang artinya “menyegat”. Arti dari kata mengagetkan dan menyegat ini sangat pas dengan karakteristik makanan seblak yang bikin kaget dan menyegat karena pedas. Menurut Rakhmat Supriyono dalam bukunya yang berjudul “Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi, pengertian ilustrasi secara luas tidak terbatas pada gambar dan foto. Ilustrasi bisa berupa garis, bidang, dan bahkan susunan seperti huruf juga bisa disebut sebagai ilustrasi. Penggunaan ilustrasi yang berlebihan justru dapat membingungkan dan mengurangi nilai keterbacaan atau *readability*. Namun tidak semua karya desain membutuhkan gambar ilustrasi yang mencolok. Bahkan ada beberapa penerapan desain publikasi yang tidak memakai gambar atau foto sama sekali, yang mana penerapan desain tersebut lebih menonjolkan huruf pada judul agar lebih *eyecatching* di mata publik.

Metode Penelitian

Pada tahap ini terdapat beberapa hal utama yang relevan dan harus dilakukan dalam mencari data. Salah satunya yaitu mencari konsep, tujuan, dan riset pasar. Adapun pengumpulan data dengan melakukan wawancara dan studi pustaka. Data wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber yaitu pemilik rumah makan, *food expert*, pecinta kuliner. Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara observasi secara langsung pada lokasi-lokasi rumah makan seblak sebagai referensi dalam pembuatan ilustrasi. Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diambil melalui e-book, jurnal, dan artikel yang sesuai dengan topik yang ingin diteliti.

Analisis diperlukan untuk mengetahui permasalahan dalam proses perancangan identitas visual warisan budaya seblak, seperti gambaran instansi produk, target audiens, dan data kompetitor. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perancangan ini yaitu faktor *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman).

Strength (Kekuatan), Kelebihan dari seblak yaitu menyajikan makanan dengan cepat, rasa yang unik dan menggugah selera, bahan baku yang mudah ditemukan, peluang untuk kreasi baru, dan potensi pasar yang besar. *Weakness* (Kelemahan), Kekurangan seblak terdapat pada ketergantungan bahan baku, keterbatasan ruang produksi, dan potensi kejenuhan pasar. *Opportunity* (Peluang), Seblak dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap makanan pedas, keberadaan festival makanan dan jajanan pasar malam yang dapat mempromosikan makanan seblak, dan kemampuan ekspansi ke wilayah baru. *Threats* (Ancaman), Salah satu ancaman pada seblak yaitu persaingan yang ketat, perubahan trend makanan, kualitas bahan baku yang tidak konsisten, dan perubahan harga bahan baku yang naik turun.

Hasil dan Pembahasan

Ambiguitas Logo Seblak

Ambiguitas terhadap desain grafis seblak masih terbilang tidak memiliki unsur ikon atau lambang yang bisa memancarkan nilai-nilai budaya yang mendalam, dimana nilai tersebut mampu menciptakan inovasi yang relevan dan berkelanjutan. Berikut adalah contoh desain grafis seblak yang masih ambigu:



Gambar 1. Logo Seblak dan Logo Mie Ayam (Sumber: google, 2024)

Salah satu cara agar dapat menangkal hal tersebut, desain yang dibuat harus berbeda dan menjauhi dari desain pasaran atau desain yang sudah umum. Salah satu contohnya yaitu dengan mengambil beberapa elemen dan unsur yang cukup penting dari makanan seblak lalu diimplementasikan ke dalam desain tanpa ada tambahan foto atau gambar lainnya agar penerapan desain lebih menonjolkan huruf pada logo dan tidak membingungkan pelanggan. Berikut adalah contoh desain grafis seblak yang tidak ambigu:



Gambar 2. Logo Seblak (Sumber: Aryoseto Satriojati, 2024)

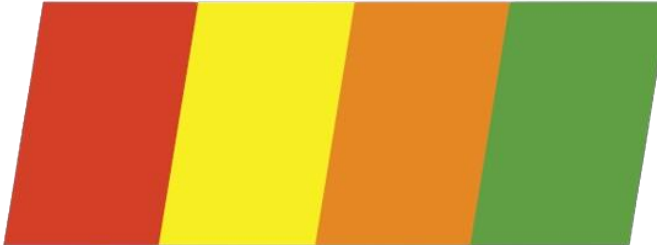
Konsep Media

Perancangan identitas visual desain grafis seblak dengan menggunakan gaya modern untuk memberikan arahan serta meningkatkan daya saing rumah makan seblak agar lebih diminati konsumen dengan menciptakan identitas visual yang baru. Identitas visual akan diaplikasikan melalui media yang baru. Elemen-elemen yang akan digunakan dalam media tersebut mencakup unsur minimalisme, penggunaan warna yang bijak, tipografi yang jelas, dan penekanan pada fungsionalitas.

Konsep Kreatif

Warna

Pemilihan warna dalam perancangan desain seblak yaitu Merah, Kuning, Jingga, dan Hijau. Warna merah menggambarkan kesan pedas dan panas, warna kuning menggambarkan kesan semangat dan kegembiraan, warna jingga menciptakan rasa hangat dan nyaman yang berkesinambungan dengan pelayanan yang diberikan, serta warna hijau menciptakan nuansa yang segar atau tenang.



#d34027	#fbcd21	#e48725	#5f9d43
R : 211 G : 64 B : 39	R : 251 G : 237 B : 33	R : 228 G : 135 B : 37	R : 95 G : 157 B : 67
C : 11 M : 90 Y : 100 K : 3	C : 4 M : 0 Y : 94 K : 0	C : 8 M : 55 Y : 100 K : 0	C : 68 M : 17 Y : 99 K : 3

Gambar 3. Kode Warna Desain Seblak (Sumber: Aryoseto Satriojati, 2024)

Tipografi

Pemilihan tipografi dalam perancangan desain grafis seblak perlu menggunakan jenis *font* yang memiliki tingkat *readability* yang tinggi dan bentuk huruf dengan

karakteristik dan ciri khas tersendiri. Dengan pemilihan tipografi tersebut diharapkan dapat menyampaikan ciri khas Seblak Mpo pada audiens.

Engebrectre Bold

Merupakan jenis huruf irregular karena tidak memiliki huruf kecil dan hanya terdapat huruf kapital saja yang cocok untuk dijadikan headline karena memiliki sifat keterbacaan yang baik.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 FONT ENGBRECHTRE BOLD

Gambar 4. Font Engebrectre Bold (Sumber: Dafont, 2024)

Acumin Variable Concept

Jenis huruf sans serif dan sering kali disebut sebagai modern style font karena memiliki karakteristik tampilan huruf tegas dan solid. Dikatakan sebagai modern style font dikarenakan font jenis tersebut terlihat lebih kekinian dan banyak dipakai untuk pembuatan brand logo.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 Font Acumin Variable Concept

Gambar 5. Font Acumin Variable Concept (Sumber: Dafont, 2024)

Konsep Visual

Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan menggunakan gaya *flat design* dan *swiss style*. *Flat Design* adalah gaya desain yang menegaskan unsur-unsur seperti minimalis, 2 dimensi (2D), dan palet warna yang cerah. *Swiss Style* merupakan gaya desain yang kemunculan karyanya menggunakan *font* yang dominan sebagai elemen grafisnya, sehingga gaya desain tersebut dikenal dengan sebutan *International Typographic Style*. Penggunaan gaya desain dengan elemen visual, dan tampilan yang modern kemudian menggunakan jenis *font* yang mudah dibaca.

Image

Image dalam perancangan desain grafis seblak memerlukan satu elemen vektor yang berbentuk cabai sebagai identitas visual. Bentuk elemen cabai ini dapat diterapkan di semua media seperti logo, *merchandise*, dan lain-lain.



Gambar 6. Ilustrasi Cabai (Sumber: Pinclipart, 2024)

Pengembangan Desain

Pengembangan desain dalam identitas visual warisan budaya seblak sebagai berikut:

Sketsa dan Alternatif Logo

Pada tahapan ini proses sketsa dilakukan pemilihan logo dalam identitas visual warisan budaya seblak menggunakan *logogram* dan *logotype*. Pemilihan tipe logo ini berdasarkan hasil proses pengumpulan data yang berkaitan dengan riset. Dalam perancangan identitas visual ini menggunakan warna yang cerah tanpa ada efek gradasi atau bayangan, dengan menggunakan gaya *flat design*.

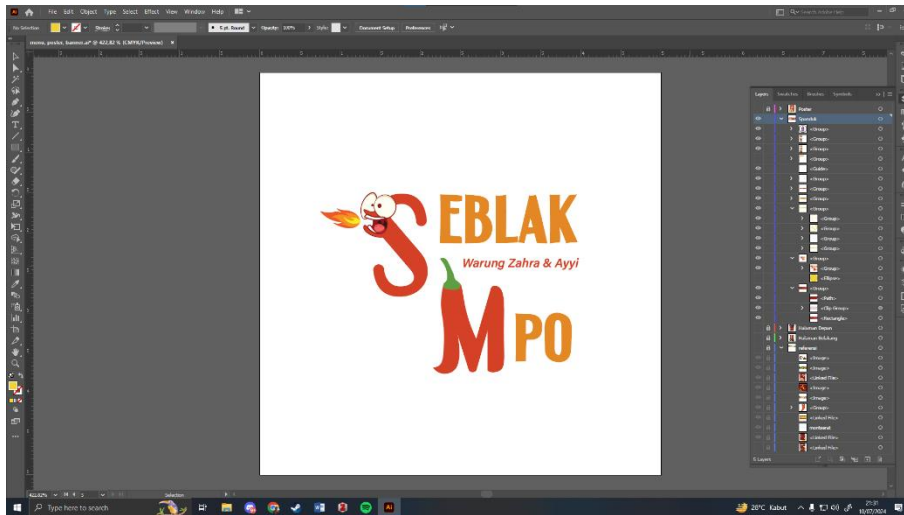
Alternatif Logo



Gambar 7. Alternatif Logo Seblak (Sumber: Aryoseto Satriojati, 2024)

Proses pembuatan Identitas Visual

Proses pembuatan identitas visual dibuat dalam bentuk vektor dengan menggunakan aplikasi adobe illustrator kemudian di export menjadi .JPG atau .PNG dan PDF.



Gambar 8. Proses Pembuatan Desain (Sumber: Aryoseto Satriojati, 2024)

JPG: lebih cocok digunakan untuk gambar fotorealistik dengan banyak warna, contohnya seperti foto landscape dan potrait.

PNG: cocok digunakan untuk mencetak pada media yang transparan atau tinta putih, contohnya seperti gantungan kunci, pin dan tumbler.

PDF: digunakan untuk merepresentasikan dokumen dua dimensi yang meliputi teks, huruf, citra dan grafik vektor dua dimensi.

Hasil akhir dari perancangan ini adalah identitas visual seblak yang sudah lengkap dengan *stationary*, *merchandise* dan keperluan identitas lainnya. Setiap media memiliki desain dan kegunaan yang berbeda-beda

Kesimpulan

Mengkaji kompleksitas dan ambiguitas yang muncul dalam representasi visual dari desain seblak, sebuah makanan khas Indonesia, sebagai warisan budaya. Penelitian ini menyoroti bagaimana seblak, yang awalnya dikenal sebagai makanan tradisional, telah mengalami perubahan dalam cara penyajiannya, pemasaran, dan persepsi masyarakat. Ambiguitas identitas visual seblak terjadi karena adanya perbedaan antara bentuk tradisional dan bentuk modern yang dihasilkan oleh pengaruh globalisasi dan tren kuliner kontemporer. Akibatnya, ada ketidakjelasan dalam memahami identitas asli seblak dan nilai-nilai budaya yang melekat padanya.

Identitas visual warisan budaya ini dapat menampilkan seblak dalam bentuk aslinya untuk melestarikan identitas budayanya terutama untuk generasi muda, dan nilai budaya seblak. Dengan adanya warisan budaya hal ini dapat mendorong inovasi dan kreatifitas dalam penyajian dan pemasaran seblak dengan mempertahankan esensi budayanya yang nantinya akan menyebar ke berbagai daerah di negara Indonesia bahkan sampai ke manca negara.

BIBLIOGRAFI

- Afrianto, A. P., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 10–29.
- Alhamid, F. R., Halawiyah, M., Cholimah, A. N., & Hanifah, N. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue di Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 153–163.
- Asikin, M. Z., Amelia, A., & Hidayat, A. R. (2024). Membangkitkan Semangat Kewirausahaan untuk Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis dengan Memperkuat Sikap, Perilaku, dan Nilai Entrepreneurship. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(4), 1240–1245.
- Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
- Atteng, S. P., Asih, R. S., Aliyyatussaadah, I., Kamila, R., & Nana, F. M. A. (2021). Tren Kuliner Seblak Sebagai Faktor Pendukung Perekonomian Masyarakat di Era Milenial. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(3), 73–78.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- Hasnah, V. A., & Nugroho, S. P. (2021). Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi Wisata Kuliner. *Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture (UNCLLE)*, 1(1), 141–154.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Jamiati, K. N., Murdiana, V. A., Annisa, K., Amalia, A., & Hidayat, A. (2022). Membangun Bisnis Online melalui Pelatihan Whatsapp Marketing pada UMKM Pelaku Bisnis Kopi Gayo Lues, Aceh. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1), 1–6.
- Panggabean, F. Y., Dalimunthe, M. B., Aprinawati, A., & Napitupulu, B. (2018). Analisis Literasi Keuangan terhadap Keberlangsungan Usaha Kuliner Kota Medan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 139.
- Prasetyo, B., & Fazarriyawan, E. (2020). Analisa Faktor – Faktor E- Commerce dalam membentuk Customer Satisfaction Millennial Bukalapak. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 4(1), 311–321.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Septiani, S. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER SEBLAK PADA MASA PANDEMI (STUDI KASUS PADA UMKM SEBLAKBLAKAN PARUNGKUDA)*. Nusa Putra.
- Septianisya, R. R., & Anggoro, T. (2024). Implementasi Bisnis Digital dengan Perancangan Website E-Commerce untuk Usaha Kuliner Seblak Waja (Studi Kasus: Warung Seblak Waja). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8406–8417.

- Viadiputra, K. L., & Kusumandyoko, T. C. (2022). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI ONLINE SEBLAK SALIWANG SEBAGAI UMKM DI SIDOARJO. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 104–111.
- Wibowo, E. W. (2018). analisis ekonomi digital dan keterbukaan terhadap pertumbuhan GDP Negara Asean. *Jurnal Lentera Bisnis*, 7(2), 66–80.
- Widjajanti, W., & Rahmawati, S. I. (2021). Pangan Halal dan Perilaku Higienis Dalam Kuliner: Pendekatan Filosofis. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 3(2), 21–25.

Copyright holder:

Aryoseto Satriojati, Iwan Zahar (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

