

# Analisa Pemasaran Ukiran Ragam Hias Minangkabau Menggunakan Media Digital

**Robby Usman, Riki Iskandar**  
Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang  
e-mail: robbiysman1@gmail.com

## Abstrak

Minangkabau dikenal dengan budaya dan seni yang begitu banyak ragamnya. Tetapi kebudayaan ini sudah mulai terlupakan karena banyaknya kebudayaan luar yang mulai mengglobalisasi dan sangat mudah diserap oleh masyarakat. Salah satu kebudayaan Minangkabau yang akan dilestarikan yaitu motif ukiran lumuik anyuik. Motif ukiran lumuik anyuik terdapat banyak makna/filosofi yang erat dengan adat minangkabau. Penelitian ini dilakukan untuk mencari identitas dari kekayaan budaya adat Minangkabau yang bermanfaat sebagai brand identity yang dapat di implementasikan pada aplikasi-aplikasi pengolah data dan citra sebagai salah satu bentuk pelestarian budaya masyarakat minangkabau dan memiliki nilai jual dari kebudayaan tersebut. Metode analisis yang digunakan yaitu S.W.O.T (strength, weakness, opportunity, treatment). Hasil dari penelitian ini adalah font yang sudah dirancang dengan font creator mulai dari huruf hingga angka.

**Kata kunci:** minangkabau, lumuik anyuik, SWOT, font

## Abstract

Minangkabau is known for its diverse cultures and arts. But this culture has begun to be forgotten because there are many external cultures that are beginning to globalize and are very easily absorbed by the community. One of the Minangkabau cultures that will be preserved is the lumuic anyuik carving motif. Lumuik Anyuik carving motifs have many meanings / philosophies that are closely related to Minangkabau customs. This research was conducted to find the identity of Minangkabau traditional cultural wealth that is useful as a brand identity that can be implemented in data processing and image applications as a form of preserving the culture of the Minangkabau community and having a selling value from that culture. The analytical method used is S.W.O.T (strength, weakness, opportunity, treatment). The results of this study are fonts that have been designed with font creators ranging from letters to numbers.

**Keywords:** minangkabau, lumuik anyuik, SWOT, font

## 1. Pendahuluan

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi yang ada di pulau Sumatera. Masyarakat asli yang mendiami provinsi ini adalah suku Minangkabau. Rumah gadang adalah rumah tradisional dari suku Minangkabau. Sebuah rumah gadang merupakan sebuah produk arsitektur yang muncul dan berkembang pada masyarakat Minangkabau. Tidak ada bangunan lain yang terdapat di Indonesia khususnya yang memiliki tipologi bangunan yang benar-benar identik dengan rumah gadang yang seperti terdapat pada rumah adat Sumatera Barat ini. Hampir seluruh tubuh bangunan rumah gadang dipenuhi oleh ukiran dan setiap ukiran memiliki arti.

Pada ragam hias Minangkabau, banyak motif ukiran yang dihubungkan dengan kata-kata adat yang mengatur perilaku kehidupan manusia. Salah satu motif ukiran atau ragam hias Minangkabau adalah motif *lumuik anyuik*. Motif ukiran *lumuik anyuik* menggambarkan kehidupan seseorang yang mudah menyesuaikan diri dimanapun mereka berada tetapi tidak berpendirian. Motif ini merupakan peringatan kepada masyarakat untuk tidak melanggar norma yang berlaku.

Dalam dunia desain komunikasi visual tipografi merupakan sesuatu yang penting karena tipografi sangat berperan penting dalam menyampaikan sebuah komunikasi. Lewat kandungan nilai fungsional dan nilai nilai estetikanya, huruf memiliki potensi untuk menterjemahkan atmosfer-atmosfir yang tersirat dalam sebuah komunikasi verbal yang dituangkan melalui abstraksi bentuk-bentuk visual.

Penelitian ini dilakukan untuk mencari identitas rumah adat minangkabau, Yang bermanfaat sebagai bentuk *brand identity* yang dapat di implementasikan pada setiap bagian kehidupan masyarakat minangkabau. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk pelestarian budaya masyarakat minangkabau.

## 2. Metodologi

Bagian ini menjelaskan teori-teori dan tehnik-tehnik yang digunakan dalam perancangan font lumuik anyuik.

### a. Rumah Adat Minangkabau

Rumah adat masyarakat Minangkabau dikenal sebagai Rumah Gadang (Rumah Besar), merupakan sebutan untuk tempat tinggal masyarakat Minangkabau. Bagian dalam dan luar rumah gadang terdapat berbagai ornament dan desain tata letak ruangan yang memiliki berbagai macam makna dan fungsi. Rumah Gadang sangat mudah dikenali melalui atapnya yang berbentuk gonjong, disamping itu terdapat ornament, desain, dan arsitektur yang merupakan ciri khas dari rumah gadang.

### b. Tipografi

Tipografi berasal dari bahasa Yunani *typos* yang berarti bentuk dan *graphein* yang berarti menulis. Tipografi didefinisikan sebagai seni dan teknik mengatur, serta memilih jenis huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin dengan pandu dan jarak antar baris. Kusrianto, Adi. (2007:79)

Menurut Frank Jefkins (1997:248) tipografi merupakan “seni memilih huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia. menggabungkan dengan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan kata sesuai ruang yang tersedia, dan ketebalan huruf yang berbeda.

Berdasarkan pengertian diatas tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang teknik mengatur serta memilih jenis huruf untuk menciptakan kesan khusus guna menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan semaksimal mungkin.

### c. Anatomi Huruf Dalam Tipografi

Dalam buku Tipografi dalam desain grafis (Danton Sihombing 2016) Setiap bentuk huruf dalam sebuah alfabet memiliki keunikan fisik yang menyebabkan mata kita dapat membedakan antara huruf ‘m’ dengan ‘p’ atau ‘C’ dengan ‘Q’. Keunikan ini disebabkan oleh cara mata kita melihat korelasi antara komponen visual yang satu dengan yang lain. Sekelompok pakar psikologi dari Jerman dan Austria pada tahun 1900 memformulasikan sebuah teori yang dikenal dengan teori Gestalt. Teori ini berbasis pada ‘pattern seeking’ dalam perilaku manusia. Setiap bagian dari sebuah gambar dapat dianalisis dan dievaluasi sebagai komponen yang berbeda. Salah satu hukum persepsi dan teori ini membuktikan bahwa untuk mengenal atau ‘membaca’ sebuah gambar diperlukan adanya kontras antara ruang positif yang disebut dengan figure dan ruang negatif yang disebut dengan ground. Istilah tipografi menyebutkan figure sebagai form dan ground sebagai counterform.

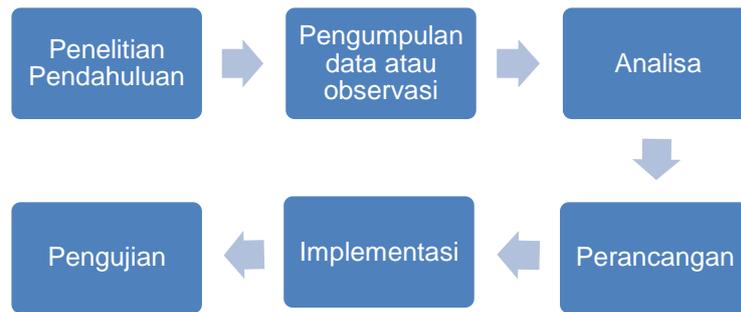
## 3. Perancangan Sistem

### 1 Rangkaian Perancangan

*Dari analisis kebutuhan sistem, didapatkan rangkaian perancangan sistem seperti pada Gambar*

3.2 berikut :

Gambar 3.2. Diagram Perancangan



Gambar 1. Kerangka Penelitian

### 3.6. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

#### I. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah yang bertujuan untuk mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, perumusan masalah bertujuan untuk menjelaskan garis besar permasalahan yang dihadapi dalam penelitian. Pada ragam hias Minangkabau, banyak motif ukiran yang dihubungkan dengan kata-kata adat yang mengatur perilaku kehidupan manusia. Untuk dapat mengerti arti yang terkandung pada suatu motif tidaklah mudah. Penikmat harus mengerti arti kata adat yang terkandung didalam motif ukiran itu. Apa lagi motifnya sendiri sulit dikenal karena antara nama dan wujud visualnya tidak selalu mirip, tidak ditemukan wujud binatang pada motif bernama binatang, tidak ditemukan bentuk manusia pada motif bernama manusia. Ukiran atau ragam hias Minangkabau berdasarkan adat adalah pembawa pesan-pesan adat, bukan kamauan pribadi senimannya. Salah satu motif ukiran atau ragam hias Minangkabau adalah motif lumuik anyuik.

Motif ukiran lumuik anyuik adalah salah satu jenis ukiran dengan nama tumbuhan. Motif lumuik anyuik ini biasanya terletak di anjuang rumah, pada lambai-lambai tagak dan ditempat umum lainnya pada tiang-tiang besar, walaupun letaknya pada sebuah rumah gadang tidaklah mutlak. Motif ukiran lumuik anyuik menggambarkan kehidupan seseorang yang mudah menyesuaikan diri dimanapun mereka berada tetapi tidak berpendirian. Motif ini merupakan peringatan kepada masyarakat untuk tidak melanggar norma yang berlaku. Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif. Hadirnya tipografi dalam sebuah media visual merupakan faktor yang membedakan antara desain grafis dan media ekspresi visual lain seperti lukisan. Lewat kandungan nilai fungsional dan nilai nilai estetikanya, huruf memiliki potensi untuk menterjemahkan atmosfer-atmosfir yang tersirat dalam sebuah komunikasi verbal yang dituangkan melalui abstraksi bentuk-bentuk visual. Pada dasarnya huruf memiliki energi yang dapat mengaktifkan gerak mata. Energi ini dapat dimanfaatkan secara positif apabila dalam penggunaannya senantiasa diperhatikan kaidah-kaidah estetika, kenyamanan keterbacaan, serta interaksi huruf terhadap ruang dan elemen-elemen visual disekitarnya.

#### II. Pengumpulan data dan observasi

Pengambilan data melalui observasi dilakukan untuk mengetahui tentang bentuk dan filosofi makna yang terkandung didalam motif ukiran rumah gadang. Observasi dilakukan dengan cara mencari data yang ada, seperti mengunjungi beberapa Rumah Gadang yang ada di Sumatera Barat. Dokumentasi dilakukan dengan mengambil gambar-gambar objek dengan menggunakan kamera DSLR serta menggunakan kamera digital. Gambar yang diambil adalah Gambar salah satu Rumah Gadang yang terdapat di daerah Pandaisikek serta ukiran-ukuran yang terdapat di dinding Rumah Gadang khususnya Lumuik Anyuik.



Gambar 2. Rumah Gadang Salah Satu Rumah Gadang yang Terdapat di daerah Pandaisikek  
(Sumber :Riki Iskandar, 2018)



Gambar 3. Motif Rumah Gadang  
Terdapatnya ragam hias pada setiap dinding Rumah Gadang  
(Sumber :Robby Usman, 2018)

### III. Analisa Data

Setelah melakukan pengambilan data, dilakukanlah analisis data berdasarkan data yang sudah ada. Pada perancangan tipografi ragam hias Minangkabau motif *lumuik anyuik* ini, metode yang dipakai adalah S.W.O.T.

#### a. Strength(kekuatan)

Pada bagian ini dilakukan pembahasan tentang apa saja keunggulan-keunggulan yang terdapat dari ragam hias Minangkabau motif *lumuik anyuik* yang dijadikan objek dalam memunculkan ransang cipta.

Adapun keunggulan motif *lumuik anyuik* itu sendiri adalah:

- 1) Filosofi makna yang menarik yang memberikan peringatan untuk berbuat sesuai norma yang ada pada masyarakat Minangkabau.
- 2) Merupakan salah satu motif dari ragam hias Minangkabau
- 3) Bentuk motif ukiran yang artistik.
- 4) Filosofi ukiran yang berangkat dari alam, dan alam memberikan pelajaran tersendiri.

#### b. Weakness (kelemahan)

Adapun kelemahan yang terdapat pada perancangan tipografi ini adalah:

- 1) Terlalu sedikitnya sumber yang tersedia mengenai motif *Lumuik anyuik* saat sekarang
- 2) Ukiran *lumuik anyuik* yang dijadikan objek utama perancangan tipografi ini sudah mulai hilang pada bangunan masyarakat minang zaman sekarang.

### c. Opportunity (peluang)

Peluang yang terdapat pada perancangan tipografi ini adalah

- 1) Font yang akan diciptakan bisa menjadi penambah ragam font yang berangkat dari budaya lokal
- 2) Jika budaya telah dilestarikan maka akan munculah *brand identity* dari masyarakat Minangkabau.

### d. Threat (ancaman)

Ancaman yang dimiliki oleh font yang berangkat dari ragam hias motif *lumuik anyuik* ini adalah akan sulitnya masyarakat minang menangkap nilai filosofi yang dimiliki motif *lumuik anyuik* dikarenakan sumber tentang motif tersebut sudah sangat sedikit.

## 3. Hasil dan Pembasan

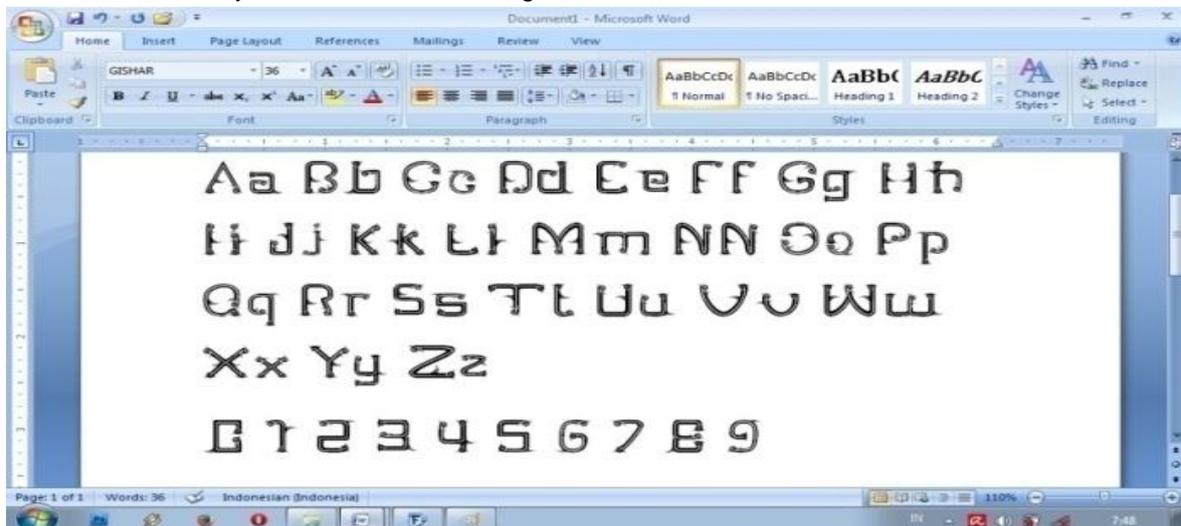
### 3.1 Konsep Perancangan

Perancangan tipografi eksperimental bertujuan menghasilkan variasi dan menciptakan *brand identity* yang berangkat dari motif ukiran *lumuik anyuik* serta dijadikan sebagai alternatif bagi desainer akan kebutuhan tipografi lokal.

*Font* ini dibuat dengan mengeksplorasi anatomi motif ukiran *lumuik anyuik*. Font ini dibuat dengan pola *galuang* yang terdapat pada motif, yang dimulai dari pangkal ukiran sampai ke ujung *galuang* pertama dan ada yang ditambah sampai ujung *galuang* ke dua. Bentuk font ini tidak menyambung dikarenakan pola *galuang* dari motif juga tidak menyambung di ujung *galuang* nya. Font ini didominasi dengan garis lengkung yang memiliki arti seperti *lumuik anyuik* yang mengalir, dan dikonotasikan dengan orang yang mudah beradaptasi di lingkungan dia berada. Pola ujung *galuang* yang dijadikan kedalam font akan dibuat seperti gonjong yang merupakan ciri khas rumah adat Minangkabau. Untuk dapat memberikan identitas kepada font serta mewakili identitas perancang, maka nama yang dipilih untuk dijadikan nama font adalah **LUKIRO** yaitu, gabungan dari tiga nama, LU adalah singkatan dari Lumuik Anyuik, Ki adalah singkatan dari Riki, dan RO adalah singkatan dari Robby.

### 3.2 Final Font

Pada tahapan ini mulai memasukan huruf yang di buat di corel kedalam program font creator untuk menjadikan sebuah font dengan format TTF.



### 3.3 Deskripsi Huruf



### 4. Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang kami lakukan menghasilkan sebuah jenis *font* baru yang menggambarkan seni dari motif raga hias minangkabau “Lumuik Anyuik”. *Font* ini dapat menjadi wadah promosi dari kesenian asli minangkabau. *Font* ini dapat di aplikasikan pada aplikasi-aplikasi komersil dan memiliki nilai jual. Dengan *font* ini minangkabau yang dikenal dengan begitu banyaknya seni dan budaya dapat dikenal melalui aplikasi-aplikasi yang menerapkan tentang pengaplikasian *font* yang diberinama dengan “*Luki Font*”.

### Pernyataan Penghargaan

Terimakasih kepada Dipa Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguat Riset dan Pengembangan, Kementterian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.

### Daftar Pustaka

- Aaker, David. 2014. *Aaker On Branding*. Jakarta : Gramedia.
- Cenadi, Christine S. *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*. Jurnal Nirmana volume nomor 1, Universitas Kristen Petra, Surabaya, 1999.
- Cotton, Bob. *The New Guide to Graphic Design*. Phaidon, Oxford, 1990.
- Hisrich, Robert D. & Michael P. Peters. *Marketing Decisions for New and Mature Products*. Macmillan Publishing Co., New York, 1991.
- Sarwono, Jonathan, dan Lubis, Hary. *2007 Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Knapp, Duane. 2006. *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Andi
- Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1998. *Marketing: An Introduction*, 3rd Edition. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kertajaya, Hermawan. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persainagn Global*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996.
- Rustan, Suryanto. 2013. *Mendesain Logo*. Jakarta : Gramedia
- Sarwono, Jonathan, dan Lubis, Hary. *2007 Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Penerbit Andi.