

Analisis Representasi Identitas Budaya Lokal pada Environmental Graphic Design Pasar Dhoplang

Yudi Wibowo¹⁾, Arif Yulianto²⁾, Cornelia Hiedayati Berliana Putri³⁾

Prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sahid Surakarta

1)yudiwee.yw@gmail.com, 2)arifseni0@gmail.com, 3)chberliana1204@gmail.com

Abstrak

Kehadiran budaya visual kontemporer yang sangat dominan di ruang publik dewasa ini cenderung mengubah eksistensi simbol dan nilai budaya setempat. Sebagai akibatnya, identitas budaya lokal kian terdesak keberadaannya dalam konteks kehidupan sehari-hari masyarakat. Situasi ini mendorong pentingnya memperkuat representasi budaya daerah lewat media komunikasi visual yang dapat menghidupkan kembali nilai, karakter, dan makna budaya lokal. Environmental Graphic Design atau Desain Grafis Lingkungan berfungsi secara strategis sebagai media visual yang menciptakan identitas ruang sekaligus menjadi alat komunikasi budaya bagi masyarakat. Pasar Dhoplang sebagai pasar makanan tradisional menyajikan konsep visual yang mengangkat budaya Jawa melalui berbagai elemen Environmental Graphic Design, seperti ilustrasi, tipografi, warna, simbol, dan ornamen visual. Keunikan penggunaan elemen-elemen itu menjadikan Pasar Dhoplang sebagai ruang publik yang berfungsi tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga sebagai sarana representasi identitas budaya setempat. Studi ini bertujuan menganalisis penggambaran identitas budaya lokal dalam Environmental Graphic Design Pasar Dhoplang. Penelitian ini difokuskan pada analisis elemen visual yang dipakai serta arti simbolis yang terkandung di dalamnya sebagai sarana komunikasi visual budaya setempat. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi visual terhadap elemen Environmental Graphic Design, dokumentasi visual, dan penelitian pustaka. Analisis data dilakukan dengan pendekatan formalist untuk mengkaji elemen-elemen visual serta pendekatan semiotik untuk memahami arti dan simbol budaya yang direpresentasikan. Hasil penelitian menyatakan bahwa Desain Grafis Lingkungan Pasar Dhoplang berperan sebagai alat strategis dalam mencerminkan identitas budaya Jawa serta menciptakan citra pasar yang berkelanjutan dan menarik. Desain bukan sekadar sarana komunikasi visual, melainkan juga instrumen yang membangun makna, ideologi, dan pengalaman ruang yang mengintegrasikan budaya, ekonomi, dan ekologi dalam satu sistem yang harmonis.

Kata kunci: Environmental Graphic Design; Identitas Budaya Lokal; Representasi Visual; Pasar Tradisional; Budaya Jawa.

Abstract

The dominant presence of contemporary visual culture in public spaces today tends to change the existence of local cultural symbols and values. As a result, local cultural identities are increasingly being pushed aside in the context of people's daily lives. This situation encourages the importance of strengthening the representation of regional culture through visual communication media that can revive local cultural values, character, and meaning. Environmental Graphic Design functions strategically as a visual medium that creates spatial identity

while also serving as a cultural communication tool for the community. Dhoplang Market, as a traditional food market, presents a visual concept that elevates Javanese culture through various Environmental Graphic Design elements, such as illustrations, typography, colors, symbols, and visual ornaments. The unique use of these elements makes Dhoplang Market a public space that functions not only economically but also as a means of representing local cultural identity. This study aims to analyze the depiction of local cultural identity in Dhoplang Market's Environmental Graphic Design. This research focuses on analyzing the visual elements used and their symbolic meanings as a means of visual communication of local culture. The method used in this research is a descriptive qualitative method. Data collection was carried out through visual observation of Environmental Graphic Design elements, visual documentation, and library research. Data analysis was conducted using a formalist approach to examine visual elements and a semiotic approach to understand the meaning and cultural symbols represented. The results of the study indicate that the Environmental Graphic Design of Dhoplang Market plays a strategic role in reflecting Javanese cultural identity and creating a sustainable and attractive market image. Design is not merely a means of visual communication, but also an instrument that builds meaning, ideology, and spatial experience that integrates culture, economy, and ecology in a harmonious system.
Keywords: Environmental Graphic Design; Local Cultural Identity; Visual Representation; Traditional Market; Javanese Culture.

PENDAHULUAN

Ruang publik bukan hanya berperan sebagai lokasi aktivitas sosial dan ekonomi, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang membentuk persepsi, identitas, dan pengalaman para penggunanya. Environmental Graphic Design (EGD) adalah disiplin yang mengintegrasikan desain grafis, arsitektur, dan komunikasi visual untuk menciptakan lingkungan yang informatif dan menarik (ALFARIZKI & MUTAQIN, 2024). EGD mampu menyampaikan pesan, nilai, serta identitas tertentu secara kontekstual kepada masyarakat. Terdapat 3 aspek fungsi dari EGD yakni signage & wayfinding, interpretation, dan placemaking. Ketiga aspek ini dapat ditemukan berdiri sendiri maupun tumpang tindih dengan aspek lainnya (AFIFATUZHARA & SIGI PRAMESWARI, 2025). Dominasi budaya visual masa kini di ruang publik cenderung menyingkirkan keberadaan simbol serta nilai budaya lokal. Strategi komunikasi yang efektif untuk mempromosikan budaya lokal melalui media digital sangat penting dalam menghadapi globalisasi dan kemajuan teknologi (Zahrani et al., 2025). Situasi ini menjadi tantangan sekaligus kesempatan bagi praktik desain komunikasi visual untuk menghidupkan kembali identitas budaya lokal di ruang publik secara signifikan

Pasar Dhoplang sebagai pasar kuliner tradisional yang berlokasi di Desa Pandan, kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri, menghadirkan konsep visual yang mengangkat budaya Jawa sebagai identitas utama ruangnya. Beragam elemen Desain Grafis Lingkungan yang diterapkan di Pasar Dhoplang memuat representasi nilai-nilai budaya setempat, baik melalui bentuk visual, simbol, maupun gaya ilustrasi yang dipakai. Keunikan itu menjadikan Pasar Dhoplang bukan hanya sebagai area ekonomi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi budaya lokal. Oleh karena itu, realisasi Pasar Dhoplang bisa disebut sebagai upaya untuk melestarikan warisan budaya. Menjaga dan memelihara budaya merupakan suatu keharusan sebagai bagian yang tak terpisahkan dari warisan manusia. Upaya pelestarian budaya dapat diwujudkan melalui sejumlah metode, termasuk pelestarian bangunan bersejarah, tradisi dan festival, seni pertunjukan seperti tarian dan musik, serta dokumentasi dan akuisisi informasi yang berkaitan dengan budaya tersebut (AFDHAL & SAYUTI, 2023).

Meskipun demikian, hingga saat ini penelitian akademis yang secara khusus mengeksplorasi representasi identitas budaya lokal dalam Environmental Graphic Design pasar tradisional masih

cukup terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana identitas budaya lokal direpresentasikan melalui elemen visual EGD di Pasar Dhoplang.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dilakukan pada artikel berjudul Implementasi Environmental Graphic Design untuk Penguatan Identitas Visual dan Navigasi Desa Wisata (Stefvany et al., 2025). Pada artikel tersebut mengulas tentang kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Teluk Buo yang menunjukkan bahwa penerapan Environmental Graphic Design (EGD) efektif dalam memperkuat identitas visual dan sistem navigasi kawasan wisata. Implementasi berupa signage tematik, peta wisata interaktif, dan mural identitas terbukti mampu meningkatkan orientasi pengunjung, memperindah ruang wisata, serta memperkuat citra profesional destinasi. Artikel ini bermanfaat sebagai referensi tentang pentingnya kontribusi Environmental Graphic Design dalam peningkatan jumlah pengunjung.

Tinjauan pustaka berikutnya pada artikel yang berjudul Analisis Desain Grafis Lingkungan Tebet Eco Park (Afifatuzahra & Sigi Prameswari, 2025). Di dalam artikel tersebut menyatakan bahwa EGD yang ditampilkan selain dapat memberikan informasi, juga memiliki konsistensi dalam desain yang dimuat. Konsistensi desain dapat dilihat dari ketiga EGD dengan fungsi yang berbeda namun memiliki harmonisasi dalam unsur visualnya. Artikel ini bermanfaat sebagai referensi tentang prinsip-prinsip dasar desain grafis yang diterapkan pada ruang publik.

Berikutnya tinjauan pustaka pada artikel dengan judul Environmental Graphic Design Of Karanggede Sismamedika Boyolali Hospital (Wibowo et al., 2024). Pada artikel tersebut menyatakan bahwa EGD adalah upaya untuk mengembangkan komunikasi visual guna mendukung peningkatan kesadaran akan citra brand. Desain, yang sering menggabungkan aspek komunikasi visual dengan tata letak interior, sangat penting dan strategis bagi sebuah perusahaan terkait citra yang mereka dapatkan dari fasilitas dan layanan kepada pelanggan. Artikel ini sebagai referensi tentang peran EGD dalam bidang visual branding suatu lokasi, bagaimana citra terbentuk dari elemen-elemen grafis yang dibentuk dengan konteks tertentu.

Hasil penelitian skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Pasar Dhoplang Sebagai Sentra Kuliner Tradisional Di Desa Pandan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri (Laksita, 2021) ditinjau sebagai referensi awal dilakukannya penelitian ini tentang profil Pasar Dhoplang sebagai tempat aktivitas ekonomi di bidang kuliner yang memiliki strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif dengan membawa tema-tema tradisi lokal dan isu lingkungan pada produk maupun penataan ruang jual-belinya. Artikel menjadi bukti bahwa sebelumnya telah ada penelitian yang mengambil fokus kajian pasar kuliner tradisional Dhoplang dengan topik yang berbeda.

Hasil penelitian yang telah dipublikasikan tentang pasar kuliner Dhoplang yang lain termuat pada jurnal Publicuho dengan judul Potensi Pasar Dhoplang Sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Kuliner Di Kabupaten Wonogiri (Azka Aura Putri & Firdaus N, 2025). Hasil penelitian menyatakan bahwa Pasar Dhoplang merupakan destinasi wisata kuliner dan budaya di Kabupaten Wonogiri yang menyajikan makanan tradisional tanpa bahan pengawet, menggunakan wadah alami, serta sistem pembayaran unik dengan koin kayu. Selain kuliner langka, pasar ini menawarkan pertunjukan seni dan melibatkan penuh masyarakat lokal dalam seluruh aktivitasnya, sehingga mendukung pelestarian lingkungan, kesejahteraan warga, serta penguatan citra kuliner lokal. Keunikan dan nilai budaya yang dihadirkan menjadikan Pasar Dhoplang berpotensi besar sebagai daya tarik wisata unggulan sekaligus

motor penggerak ekonomi berbasis sumber daya lokal. Artikel ini bermanfaat sebagai referensi awal tentang bagaimana karakteristik Pasar Dhoplang dengan segala daya tarik yang berpotensi menarik wisatawan untuk berkunjung.

Berikutnya tinjauan pustaka pada hasil penelitian yang berjudul Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Destination Branding untuk Pengembangan Potensi Desa Lewat Pasar Kuliner "Dhoplang" (Tricana et al., 2025). Penelitian ini menghasilkan simpulan bahwa Pasar Dhoplang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Namun, perlu dilakukan pengelolaan yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa wisata kuliner ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat sekitar dan lingkungan. Penelitian ini menemukan bahwa Pasar Dhoplang memiliki potensi besar untuk menjadi contoh sukses dari penerapan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam sektor wisata kuliner. Namun, ada beberapa area yang memerlukan perhatian lebih lanjut, terutama dalam hal pengelolaan lingkungan dan pendidikan untuk keberlanjutan. Kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya sangat penting untuk memastikan bahwa wisata kuliner di Pasar Dhoplang dapat terus berkembang secara berkelanjutan. Artikel ini bermanfaat sebagai referensi penting tentang potensi Pasar Dhoplang dalam mendukung keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Penelitian lain tentang Pasar Dhoplang berjudul Kajian Sustainable Development Pada Wisata Kuliner Pasar Dhoplang Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri. Penelitian ini mengungkap bahwa Pasar Dhoplang telah menetapkan fondasi kuat untuk menjadi destinasi wisata kuliner tradisional yang berkelanjutan dan kompetitif. Dengan menekankan diversifikasi pariwisata, pengelolaan lingkungan, partisipasi masyarakat, pendidikan wisatawan, pemberdayaan ekonomi lokal, dan perencanaan arus pengunjung, pasar ini berkomitmen untuk memberikan pengalaman wisata yang berkualitas. Meskipun masih ada tantangan dalam implementasi beberapa strategi, langkah-langkah nyata telah diambil untuk mencapai tujuan tersebut (Hindradi et al., 2024). Artikel ini dimanfaatkan sebagai referensi bagaimana kekuatan Pasar Dhoplang sebagai destinasi wisata yang memiliki keberlanjutan di masa mendatang.

Berdasar pada tinjauan pustaka ini telah diungkapkan bahwa topik penelitian tentang Environmental Graphic Design sudah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya, namun belum ada yang meneliti bagaimana Environmental Graphic Design di Pasar Dhoplang. Demikian juga tentang Pasar Dhoplang, beberapa peneliti sudah melakukan penelitian, namun semuanya belum ada yang mengungkap bagaimana Pasar Dhoplang diteliti dari aspek komunikasi visual, khususnya pada Environmental Graphic Designnya.

METODE

Penelitian ini dirancang untuk mencapai tujuan analisis representasi identitas budaya lokal pada Environmental Graphic Design Pasar Dhoplang melalui pendekatan kualitatif yang sistematis dan terukur. Metode penelitian disusun agar selaras dengan target luaran, indikator capaian, serta perencanaan anggaran penelitian. Metode kualitatif ini di pilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali respon pengunjung lebih mendalam mengenai pengalaman visualnya (Alfarizki & Mutaqin, 2024).

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan fokus pada kajian visual dan makna simbolik. Pendekatan ini dipilih karena objek penelitian berupa elemen Environmental Graphic Design yang mengandung nilai estetis, simbolik, dan kultural, sehingga membutuhkan pemahaman mendalam dan kontekstual. Pendekatan analisis yang digunakan meliputi:

- a. Pendekatan formalistik, untuk mengkaji unsur-unsur visual seperti ilustrasi, tipografi, warna, komposisi, dan ornamen.
- b. Pendekatan semiotika, untuk menafsirkan makna tanda dan simbol budaya lokal yang direpresentasikan dalam elemen Environmental Graphic Design.

2. Tahapan Penelitian

Penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan berikut:

a. Identifikasi Masalah dan Studi Awal

Tahap ini meliputi pengamatan awal terhadap Pasar Dhoplang serta identifikasi permasalahan terkait representasi identitas budaya lokal dalam Environmental Graphic Design.

b. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui:

- 1) Observasi visual langsung terhadap elemen Environmental Graphic Design Pasar Dhoplang
- 2) Dokumentasi visual (fotografi)
- 3) Pencatatan konteks visual dan lingkungan

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperkuat landasan teori terkait Environmental Graphic Design, identitas budaya lokal, desain komunikasi visual, dan semiotika. Studi Pustaka dilakukan pula terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya dengan topik Pasar Dhoplang.

d. Analisis Data

Analisis dilakukan dalam dua tahap:

1) Analisis formalistik untuk mengkaji elemen visual

Analisis formalistik merupakan upaya analitik terhadap prinsip-prinsip desain atau prinsip-prinsip komposisi. Pengaturan komposisi elemen visual biasanya dibuat kontras antara satu dengan yang lainnya sehingga mampu menciptakan sebuah hirarki. Elemen visual seperti garis, bentuk, rona (tone), warna, pola, maupun tekstur diatur tingkat kontrasnya dari yang tertinggi ke rendah sehingga diperhatikan lebih dahulu oleh mata (Adiwardana & Nugroho, 2025).

2) Analisis semiotika untuk menafsirkan makna dan representasi budaya lokal

Analisis semiotika mengacu pada teori semiotika Roland Barthes. Posisi semiotika pada proses penulisan sebagai metode pendekatan teoritis, sekaligus berorientasi terhadap tanda-tanda visual yang dihadirkan sebagai tekstual dan makna-makna didalamnya sebagai kontekstual yang memuat pesan yang ingin disampaikan oleh pencipta karya (Ernawati, 2019). Berikut ini disampaikan bagan analisis semiotika Roland Barthes:

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
I. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	II. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
III. Connotative Signifier Sign (Tanda Konotatif)	

Gambar 1. Bagan Analisis Semiotika Roland Barthes ((Fitriani et al., 2026)

e. Diagram Alir Penelitian

Diagram alir penelitian yang menggambarkan tahapan yang telah dan akan dilaksanakan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Tahapan Penelitian Environmental Graphic Design Pasar Dhoplang (Yudi Wibowo, 2025)

PEMBAHASAN

Pasar Dhoplang adalah pasar yang beroperasi setiap minggu pagi, merupakan pasar yang khusus menyediakan makanan tradisional lokal yang terletak di desa Pandan, Kecamatan Slogohimo, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah. Pasar ini berada di pinggiran desa, area persawahan antara dusun Kembar dan dusun Wates, sehingga tidak bercampur dengan rumah hunian penduduk. Pasar ini berkembang dari potensi desa yang dibina melalui strategi branding yang mengambil unsur-unsur kearifan lokal. Keberadaannya tidak hanya sebagai tempat untuk transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai tempat bagi kehidupan sosial-budaya masyarakat desa. Identitas lokal diperkuat melalui pemakaian bahasa Jawa dalam transaksi jual beli, metode pembayaran dengan koin kayu sebagai simbol ekonomi alternatif, serta pengaturan ruang yang menonjolkan suasana tradisional pedesaan. Konsep ini menjadikan Pasar Dhoplang saat ini dianggap sebagai simbol pasar tradisional yang menggabungkan nilai-nilai budaya lokal, memihak pada kelestarian lingkungan, dan menghadirkan kekhasan suasana alam desa di Jawa Tengah.



Gambar 3. Halaman depan Pasar Dhoplang, taman rekreasi untuk berkumpul para pengunjung sebelum memasuki area utama yang berisi lapak-lapak pasar (Yudi Wibowo, 2025)

Sejak berdiri tahun 2018, Pasar Dhoplang tumbuh sebagai tujuan wisata kuliner tradisional yang menjual berbagai makanan khas lokal pedesaan Jawa Tengah dengan misi tanpa menggunakan bahan plastik yang berarti sampah yang dihasilkan adalah organik, sehingga tidak berakibat buruk pada lingkungan. Di samping itu, dari aspek sosial-budaya, di Pasar Dhoplang memiliki aturan menggunakan Bahasa Jawa untuk berkomunikasi di dalam area pasar dan segala elemen visual dari arsitektur lapak, komunikasi visual melalui signed system terarah pada budaya lokal khas Jawa Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa Pasar Dhoplang juga memiliki peran sebagai agen pelestari budaya tradisional “jawatengahan”.



Gambar 4. Suasana di dalam pasar, tampak pengunjung yang duduk lesehan menikmati makanan di area depan dari lapak-lapak yang berderet rapi (Yudi Wibowo, 2025)

Berdasar pada observasi yang telah dilakukan di lokasi, ada sepuluh Tanda Visual sebagai sampel karya yang menonjol sebagai elemen EGD Pasar Dhoplang, diantaranya adalah Lingkaran Gunungan & Aksara Jawa, Lingkaran seperti uang logam (angka Latin & Jawa), Papan kayu kalimat bahasa Jawa, Plang identitas-bebasplastik-sistem koin, Banner mural wayang–reyog–mega mendung–hutan, Gapura bergaya candi Jawa, Sign system larangan plastik (bahasa Jawa), Koin kayu transaksi, Tulisan akrilik “PASAR DHOPLANG”, Penanda lapak & menu bahasa Jawa. Secara rinci, makna masing-masing karya visual tersebut dibahas pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Analisis Semiotika Elemen EGD Pasar Dhoplang

No	Karya	Deskripsi Visual (Analisis Formal)	Makna Denotasi (Penanda–Petanda)	Makna Konotasi (Penanda–Petanda)
1		Bentuk lingkaran besar; latar putih; garis hitam tebal; ilustrasi gunungan di tengah; aksara Jawa tersusun vertikal; teknik lukis manual; material semen/beton	Penanda: lingkaran, gunungan, aksara Jawa Petanda: simbol wayang & alfabet tradisional	Penanda: gunungan & lingkaran Petanda: kosmologi Jawa, siklus hidup, harmoni alam

2		Bentuk cakram; warna monokrom; angka besar; tulisan "Dhoplang"; penyebutan angka dalam bahasa Jawa; sisi lain aksara Jawa; gaya rustic	Penanda: bentuk koin, angka, huruf Jawa Petanda: sistem nomor/alat tukar simbolik	Penanda: koin kayu & dua sistem tulisan Petanda: ekonomi lokal, integrasi tradisi- modernitas
3		Papan kayu horizontal bertingkat; tulisan tangan; warna hitam-putih; tekstur alami; tata letak tidak simetris; kesan handmade	Penanda: kayu, tulisan berbahasa Jawa Petanda: papan informasi/aturan pasar	Penanda: material alami & bahasa Jawa Petanda: etika tradisional, kesederhanaan, komunitas agraris
4		Papan vertikal; huruf kapital; warna kontras; ditempatkan di pintu masuk; vegetasi sekitar; material kayu	Penanda: nama pasar, larangan plastik, instruksi koin Petanda: identitas & regulasi pasar	Penanda: bebas plastik & basa Jawa Petanda: kesadaran ekologis berbasis budaya lokal
5		Media triplek memanjang; ilustrasi warna cerah; dominan hijau-biru; figur wayang & Reyog; motif batik; lanskap hutan	Penanda: tokoh budaya & alam Petanda: representasi seni dan lingkungan	Penanda: budaya + hutan Petanda: relasi manusia-alam, identitas Jawa ekologis
6		Struktur monumental; bentuk simetris; tekstur menyerupai batu; warna natural; fungsi sebagai gerbang	Penanda: bentuk candi/gapura Petanda: pintu masuk ruang pasar	Penanda: arsitektur klasik Petanda: sakralitas, legitimasi budaya, transisi ruang

7		Papan kecil; tipografi manual; warna kontras; ditempatkan di area strategis	Penanda: tulisan larangan Petanda: aturan perilaku pengunjung	Penanda: bahasa Jawa untuk regulasi Petanda: moral ekologis kolektif
8		Lingkaran kayu kecil; angka tercetak; tulisan "Dhoplang"; tekstur alami; sistem nominal berbeda	Penanda: koin kayu bernomor Petanda: alat tukar transaksi	Penanda: material kayu reusable Petanda: circular economy, praktik green design
9		Huruf kapital besar; bahan akrilik; tampilan modern; kontras dengan elemen kayu; diletakkan di fasad depan	Penanda: tipografi modern akrilik Petanda: penanda lokasi formal	Penanda: material modern berdampingan tradisional Petanda: hibriditas tradisi- modernitas
10		Lingkaran bernomor; papan kecil; tulisan tangan; menu berbahasa Jawa; konsisten monokrom	Penanda: nomor & teks Jawa Petanda: identifikasi lapak & daftar menu	Penanda: sistem visual seragam & bahasa lokal Petanda: keteraturan berbasis identitas budaya

KESIMPULAN

Studi ini bertujuan untuk mengenali komponen-komponen desain komunikasi visual yang diterapkan pada Desain Grafis Lingkungan Pasar Dhoplang serta menganalisis cara elemen-elemen tersebut merepresentasikan identitas budaya setempat dan sekaligus meningkatkan daya tarik pasar. Hasil dari analisis formal dan semiotika menunjukkan bahwa sistem visual di Pasar Dhoplang tidak hanya berperan sebagai alat informasi dan penanda ruang, melainkan juga sebagai pembangunan makna yang secara sengaja menampilkan identitas budaya Jawa dalam kerangka ekonomi dan pariwisata.

Secara resmi, unsur visual seperti gunung yang memuat aksara Jawa, papan kayu dengan pitutur dalam bahasa Jawa, sistem koin dari kayu, mural budaya (wayang, Reyog, Mega Mendung, hutan), serta pemanfaatan bahan alami seperti kayu dan arsitektur bergaya tradisional menciptakan

kesatuan estetika yang harmonis. Kesatuan itu mencerminkan strategi visual yang menonjolkan kesederhanaan bahan, teknik manual, tipografi non-digital, dan warna alami yang harmonis dengan sekitarnya. Pendekatan ini menegaskan karakter ruang pasar sebagai tempat budaya, bukan sekadar tempat transaksi.

Pada tataran denotatif, simbol-simbol itu berperan sebagai sistem informasi, identifikasi lokasi, pengaturan pasar, serta wahana navigasi bagi pengunjung. Tetapi di tingkat konotatif, simbol-simbol itu mencerminkan nilai-nilai kosmologi Jawa, etika sosial, unggah-ungguh, dan relasi harmonis antara manusia dengan alam. Gunung dan lingkaran menyiratkan arti siklus kehidupan; bahasa Jawa mencerminkan identitas dan norma bersama; sistem koin kayu menunjukkan simbol ekonomi masyarakat; mural budaya dan hutan menyampaikan narasi bahwa seni, tradisi, dan alam adalah kesatuan. Dengan demikian, identitas budaya lokal tidak muncul sebagai hiasan, tetapi sebagai struktur arti yang menyatukan seluruh sistem visual.

Di tingkat mitos seperti yang dijelaskan dalam semiotika Roland Barthes, Desain Grafis Lingkungan Pasar Dhoplang menciptakan narasi ideologis bahwa tradisi Jawa secara mendasar memiliki sifat ekologis dan berkelanjutan. Prinsip “tanpa plastik”, pemakaian bahan kayu, serta sistem koin sirkular membentuk pasar sebagai alternatif ekonomi yang berkelanjutan. Desain hijau dalam konteks ini tidak dianggap sebagai ide modern yang terpisah dari budaya lokal, melainkan sebagai lanjutan praktik agraris dan tradisional masyarakat Jawa yang telah lama memahami sistem kemasakan alami, ekonomi kolektif, dan harmoni dengan alam. Oleh karena itu, desain komunikasi visual ternyata berkontribusi dalam menciptakan citra pasar sebagai tujuan wisata yang berfokus pada budaya dan keberlanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa elemen desain komunikasi visual yang paling berhasil dalam memperkuat citra dan daya tarik Pasar Dhoplang adalah konsistensi penggunaan simbol budaya setempat, penggunaan bahasa Jawa sebagai metode komunikasi utama, penggabungan prinsip ramah lingkungan dalam sistem transaksi, serta penguatan suasana ruang melalui mural dan bangunan tradisional. Kombinasi ini menghasilkan pengalaman ruang yang khas, berbeda dari pasar modern maupun pasar tradisional, sehingga memperkuat positioning Pasar Dhoplang sebagai tujuan wisata budaya dan kuliner.

Studi ini tetap berfokus pada analisis arti visual dan representasi budaya. Dengan demikian, kesempatan untuk penelitian lebih lanjut tersedia pada pengukuran efek desain komunikasi visual terhadap perspektif pengunjung, pola konsumsi, serta peningkatan jumlah kunjungan secara kuantitatif. Di samping itu, studi komparatif dengan pasar tradisional lainnya yang mengadopsi konsep serupa dapat menambah wawasan tentang efektivitas penggabungan identitas budaya dan desain ramah lingkungan dalam pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas. Pendekatan lintas disiplin yang mengintegrasikan desain komunikasi visual, studi bidang pariwisata, dan kajian tentang keberlanjutan juga merupakan area eksplorasi yang menjanjikan untuk penelitian selanjutnya.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa Desain Grafis Lingkungan Pasar Dhoplang berperan sebagai alat strategis dalam mencerminkan identitas budaya Jawa serta menciptakan citra pasar yang berkelanjutan dan menarik. Desain bukan sekadar sarana komunikasi visual, melainkan juga instrumen yang membangun makna, ideologi, dan pengalaman ruang yang mengintegrasikan budaya, ekonomi, dan ekologi dalam satu sistem yang harmonis.

Daftar Pustaka

- Adiwardana, F. H., & Nugroho, D. R. (2025). Analisis Elemen Visual Postingan Konten Infografis Edukasi pada Feed Akun Instagram @ditjentataruang Edisi Januari 2025. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media*, 4(1), 211–226. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v4i1.5029>
- Afdhal, V. E., & Sayuti, M. (2023). *Analisis Desain Komunikasi Visual sebagai Subjek Pelestarian Seni Budaya dan Kearifan Lokal Minangkabau Analysis of Visual Communication Design as a Subject in Preserving Minangkabau Cultural Art and Local Wisdom* (Vol. 5, Number 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30812/sasak.v5i2.3445>
- Afifatuzahra, F., & Sigi Prameswari, N. (2025). Analisis Desain Grafis Lingkungan Tebet Eco Park. *Arty*, 13(3), 19–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/arty.v13iSpecial.9685>
- Alfarizki, Zidan. , M., & Mutaqin, F. (2024). *Pengkajian Environmental Graphic design Sebagai Media Untuk Meningkatkan Pengalaman Visual: Studi Kasus Pengunjung Wisata Oasis Sukabumi*. <http://prosiding.narsistik.nusaputra.ac.id/index.php/narsistik/article/view/35>
- Azka Aura Putri, & Firdaus N, P. (2025). Potensi Pasar Dhoplang Sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Kuliner Di Kabupaten Wonogiri. *Journal Publicuho*, 8(3), 1220–1228. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v8i3.773>
- Ernawati. (2019). *Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual* (Vol. 2, Number 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.51804/deskovi.v2i1.381>
- Fitriani, J., Hanum, I. S., & Purwanti. (2026). *Makna Cinta pada Kumpulan Lirik Lagu dalam Album Soekamti.com* (Vol. 10). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/jbssb.v10i1.22356>
- Hindradi, H., Nugroho, U. E., Pratiwi, H., & Roshayanti, F. (2024). Kajian Sustainable Development Pada Wisata Kuliner Pasar Dhoplang Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri. *JP3 (Jurnal Pendidikan Dan Profesi Pendidik)*, 10(1), 29–36. <https://doi.org/10.26877/jp3.v10i1.20169>
- Laksita, B. I. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Pasar Dhoplang Sebagai Sentra Kuliner Tradisional Di Desa Pandan Kecamatan Slogohimo Kabupaten Wonogiri*. https://eprints.ums.ac.id/92558/1/NASKAH%20PUBLIKASI_BILDA%20INGRIT%20LAKSITA_L100150064%282%29-converted.pdf
- Stefvany, S., Wiraseptya, T., & Suryadi, D. (2025). Implementasi Environmental Graphic Design untuk Penguatan Identitas Visual dan Navigasi Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 6(4), 901–911. <https://doi.org/10.33394/jpu.v6i4.17975>
- Tricana, D. W., Lestarini, N., & Artikel, I. (2025). Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Destination Branding untuk Pengembangan Potensi Desa Lewat Pasar Kuliner “Dhoplang.” *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3). <http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajshhttps://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

Wibowo, Y., Yulianto, A., Anwar, A. K., Tri, H., & Hasana, H. (2024). *Environmental Graphic Design Of Karanggede Sismamedika Boyolali Hospital*. <https://prosiding.arteei.or.id/index.php/ICEEI>

Zahrani, I. P., Purwanto, E., Ardiyanti, N., Lusiyaniti, S., & Riani, A. E. (2025). Media sebagai Alat Penguatan Budaya Lokal di Tengah Arus Globalisasi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(3), 13. <https://doi.org/10.47134/dkv.v2i3.4281>