

ANALISIS VISUAL PADA STRATEGI PROMOSI BENGKEL PAK YONO MELALUI PENDEKATAN SEMIOTIKA

Aris Munandar¹

¹Universitas Negeri Surabaya
email: arisgaming9@gmail.com

Received:
15-07-2026
Reviewed:
16-07-2026
Accepted:
16-07-2026

ABSTRAK: Penelitian ini mengkaji strategi promosi media sosial sebagai media promosi yang mulai merambah sektor usaha konvensional guna membangun kedekatan dengan audiens digital. Bengkel Pak Yono dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki strategi komunikasi visual yang unik dan memperoleh tingkat interaksi yang tinggi pada media sosial Instagram @bengkelpakyono. Penelitian ini bertujuan menganalisis makna visual strategi promosi Bengkel Pak Yono melalui pendekatan Semiotika Roland Barthes dan Netnografi warganet. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap unggahan feed serta interaksi di kolom komentar. Hasil penelitian menemukan bahwa visual yang dihadirkan melalui pengaturan pola grid, palet warna hangat, tipografi khas, serta representasi gestur mekanik berperan dalam membangun citra "Bengkel e Wong Tulus" melalui pembentukan makna denotatif, konotatif, dan mitos. Konsistensi ini memperkuat aspek estetika visual dan merepresentasikan nilai profesionalisme dan kejujuran mekanik. Analisis netnografi menunjukkan bahwa audiens merespons positif dengan mengafirmasi mitos "Mekanik Rakyat yang Tulus dan Sakti" melalui testimoni, humor, dan penggunaan bahasa lokal. Temuan ini menegaskan bahwa kurasi elemen visual yang terencana mampu mengangkat branding bengkel tradisional di ranah digital.

Kata Kunci: Bengkel Pak Yono, desain komunikasi visual, Instagram, netnografi, semiotika.

ABSTRACT: This study examines the promotional strategy of Bengkel Pak Yono through a visual analysis of its Instagram feed @bengkelpakyono, utilizing a semiotic and netnographic approach. The focus of the research is directed toward how

elements of visual communication design – such as composition, layout, pattern, typography, lighting, gestures, and color palette – are consistently curated to construct the identity of "Bengkel e Wong Tulus". This study employs a descriptive qualitative method with two primary frameworks: Roland Barthes' semiotics to interpret the layers of denotation, connotation, and myth; and netnography to decode the cultural responses of the audience through interactions in the comments section. Primary data were gathered through observation and documentation of feed posts and follower comments. The results of the analysis indicate that Bengkel Pak Yono's visual strategy displays consistency in grid patterns, warm colors, distinctive typography, and the representation of mechanical gestures that emphasize professionalism and proximity to customers. Netnography indicates that the audience responds not only on an aesthetic level but also affirms the myth of the "Sincere and Powerful People's Mechanic" through testimonials, humor, and local language. These findings confirm that well-planned visual curation on Instagram establishes a robust brand identity.

Keywords: Barthes' semiotics, Bengkel Pak Yono, Instagram, netnography, visual communication design.

PENDAHULUAN

Dalam ekosistem informasi digital kontemporer, dinamika komunikasi visual telah berevolusi dari sekadar transmisi pesan harfiah menjadi sistem penandaan kompleks yang sarat makna tersembunyi. Data menunjukkan lebih dari 64 juta unit pelaku usaha lokal telah bermigrasi ke platform digital, dengan Instagram sebagai penentu utama keputusan konsumen. Di ranah ini, pertumbuhan masif terlihat pada akun resmi @bengkelpakyono yang mencatat lebih dari 1,3 juta pengikut. Akun ini memperlihatkan kontradiksi visual yang estetis, yaitu perpaduan antara realitas kasar perbengkelan dengan kehalusan pengolahan grafis digital yang bersih dan teratur. Terdapat stigma konvensional di masyarakat yang memandang visualisasi perbengkelan tradisional kelas rakyat cenderung tidak memiliki nilai estetika komunikasi yang profesional. Kesenjangan representasi antara realitas fisik lingkungan perbengkelan yang kasar dengan tuntutan audiens warganet modern ini menciptakan persoalan yang perlu diselesaikan melalui analisis strategis.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji elemen visual pada media digital. Fauziah dan Aulia (2024) menemukan bahwa formasi makna rupa grafis secara terencana mampu membangun mitos reputasi kelembagaan yang resmi sekaligus interaktif. Purnamasari dan Affandi (2025) juga menyimpulkan bahwa akurasi skema warna dan tipografi pada usaha jalanan memegang andil vital dalam membedakan persepsi masyarakat terkait jaminan kualitas. Namun, belum ada penelitian komprehensif yang secara spesifik membedah strategi desain visual statis pada UMKM perbengkelan otomotif yang dikombinasikan dengan validasi netnografi warganet.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi elemen visual yang digunakan sebagai promosi pada feed Instagram Bengkel Pak Yono, mendeskripsikan lapisan makna

denotatif, konotatif, dan formasi mitos menggunakan pendekatan Semiotika Roland Barthes, serta mengkaji keterkaitannya dengan respons kultural audiens melalui netnografi.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif berlandaskan pada paradigma konstruktif. Objek dan ruang lingkup sasaran penelitian difokuskan murni pada akun resmi Instagram @bengkelpakyono. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling, di mana data primer berupa 20 unggahan feed (Januari-Desember 2025) direduksi menjadi 3 korpus visual utama yang paling merepresentasikan elemen desain terpadu.

Data dikumpulkan melalui teknik observasi rupa konten, studi dokumentasi tangkapan layar beresolusi tinggi, serta perekaman netnografi yang mengekstraksi salinan teks komentar warganet. Keabsahan data dijaga menggunakan teknik triangulasi sumber dan teori, sementara analisis datanya menggunakan model interaktif yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

KERANGKA TEORETIK

Semiotika Tahap Ganda Roland Barthes

Teori Barthes membedah sistem tanda realitas visual secara berlapis melalui dua tahapan signifikasi. Tahap pertama adalah denotasi, yaitu pembacaan makna literal mengenai apa yang tampak objektif. Tahap kedua adalah konotasi, di mana tanda visual beralih fungsi mengikat nilai psikologis, sosial, dan budaya. Ketika konotasi ini diproduksi massal hingga diterima sebagai kebenaran mutlak, ia bertransformasi menjadi mitos.

Elemen Desain Komunikasi Visual Terpadu

Seluruh elemen rupa grafis dipandang sebagai instrumen komunikasi aktif. Pengaturan tata letak dalam kerangka grid berfungsi menetapkan stabilitas dan mengarahkan alur baca (*eyeflow*). Elemen tersebut diperkuat oleh teori tipografi sebagai bahasa visual dan psikologi warna yang memicu asosiasi kultural secara instan, seperti palet warna hangat (*warm tone*) yang memancarkan keramahtamahan.

Netnografi Komunitas Digital

Netnografi merupakan metodologi riset etnografi digital yang dikembangkan untuk memetakan dan menganalisis perilaku budaya warganet di kolom komentar. Dalam kajian ini, netnografi berfungsi sebagai instrumen validasi untuk menguji apakah mitos visual yang ditawarkan dikonversi secara sukses menjadi ikatan interaksi (*brand engagement*) dan kesadaran merek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis makro terhadap tampilan tata letak halaman feed Instagram @bengkelpakyono, ditemukan adanya percampuran pola grid antara unggahan berdesain grafis formal dengan dokumentasi foto mentah (*raw photography*). Meskipun tata letak makro ini terkesan acak, tingginya tingkat interaksi membuktikan bahwa audiens digital lebih bertoleransi terhadap ketidakselarasan asalkan konten secara mikro mampu menyampaikan pesan yang otentik. Secara mikro, unggahan promosi ini menerapkan prinsip keseimbangan asimetris yang dinamis melalui aturan sepertiga (*rule of thirds*). Dengan memosisikan figur

mekanik pada sisi kanan, tercipta ruang kosong (*negative space*) fungsional di area kiri untuk menampung teks tipografi, yang secara natural mengarahkan alur baca mata (*eyeflow*). Hal ini sejalan dengan temuan Fauziah dan Aulia (2024) yang menyatakan bahwa keteraturan tata letak mikro efektif membangun reputasi yang interaktif.

Strategi ini diperkuat oleh implementasi tipografi sebagai bahasa visual (*visual language*). Terdapat perpaduan kontradiktif yang cerdas; pengelola menggunakan font beraliran street graffiti script bertuliskan "STECU" untuk menonotaskan bahwa bengkel ini sangat adaptif terhadap tren kultur modifikasi jalanan (*street racer/modification culture*) anak muda. Sebaliknya, untuk menyampaikan pesan emosional dan jargon "Wong Tulus", digunakan rumpun font *Sans-Serif modern* (bergaya Helvetica/Arial) dengan opasitas transparan. Karakter huruf tanpa kaki (serif) ini memancarkan netralitas dan kelugasan, memastikan hierarki visual pesan romantis dan humanis langsung menyergap mata audiens.

Gambar 1. Sampel Data Analisis Visual pada Instagram @bengkelpakyono (Sumber:



Instagram, 2025).

Kekuatan elemen rupa tersebut disempurnakan melalui manipulasi perspektif kamera dan *color grading*. Penerapan *Eye-Level Medium Shot* dengan kedalaman ruang sempit (*bokeh dramatis*) berfungsi mengisolasi figur mekanik dan komponen mesin agar menjadi fokus utama. Pengaturan pencahayaan yang memadukan *directional light* untuk mengekspos ekspresi ramah mekanik, serta *rim lighting* untuk menonjolkan tekstur kilap material baja pada suspensi, diikat dalam palet warna hangat (*warm tone grading*). Susunan warna dan cahaya ini melahirkan impresi kepakaran teknis tingkat tinggi tanpa menghilangkan keramahan khas kelas menengah ke bawah.

Tabel 1. Matriks Analisis Semiotika Roland Barthes

Data Visual	Denotasi (Tatanan Pertama)	Konotasi (Tatanan Kedua)	Mitos & Netnografi
DATA-01	Mekanik berkaos oblong tersenyum ramah, teks slogan besar, latar <i>bokeh</i> .	Kesederhanaan, ketulusan pelayanan rakyat bawah.	Mitos mekanik jujur anti-kemewahan divalidasi oleh komentar kultural warganet.
DATA-02	Mekanik mengacungkan jempol di motor Vario, teks grafiti "STECU".	Seragam disiplin, penguasaan tren teknologi <i>remap ECU</i> modifikasi.	Perpaduan teknologi modern dengan lokalitas; apresiasi estetika grafis konten.
DATA-03	Pak Yono memegang tabung suspensi perak, <i>banner</i> "Sejak 2003".	Ketelitian tingkat tinggi, higienitas kerja, dan senioritas teknis.	Kepakaran mekanik legendaris diakui publik melalui niat konversi fisik.

Melalui pisau bedah semiotika Roland Barthes, tanda denotatif (realitas fisik perbengkelan) dan konotatif (estetika kehangatan dan profesionalisme) dari elemen-elemen DKV tersebut secara masif diproduksi hingga mengkristal menjadi mitos kultural "Mekanik Rakyat yang Tulus dan Sakti". Istilah ini secara radikal mendekonstruksi stigma kumuh bengkel tradisional, mengubahnya menjadi representasi entitas jasa lokal yang canggih, transparan, dan berpihak pada rakyat.

Keberhasilan konstruksi mitos ini terbukti tidak hanya beroperasi di atas kertas, tetapi tervalidasi secara empiris melalui respons kultural komunitas digital. Hasil ekstraksi 223 teks komentar netnografi menunjukkan sinkronisasi sempurna antara penanda rupa kreator dengan petanda audiens. Pada kategori validasi kultural moral, akun @wikenutamingisih merespons visual wajah mekanik dengan menyatakan, "Lebih baik lihat paijo yang baik hati... Dari pada melihat Artis ganteng, tapi sering melakukan KDRT pada istrinya... Paijo lebih bermartabat", yang mengukuhkan afirmasi audiens atas kemuliaan moral pekerja kasar. Pada kategori pengakuan kepakaran teknis, akun @adulll_aja memvalidasi tipografi grafiti dengan komentar lugas "Standar remap ecu (stecu)", sementara akun @yz_carbon menyertakan apresiasi visual, "naikan gaji editor". Validasi terakhir muncul dari masifnya pernyataan niat konversi fisik dari audiens di luar Pulau Jawa yang menyatakan ketertarikan kuat untuk mengirimkan komponen suspensi mereka ke Magelang. Interaksi ini membuktikan bahwa strategi elemen visual media sosial mampu bertransformasi menjadi modal sosial organik yang menaikkan reputasi UMKM tradisional ke tingkat nasional.

SIMPULAN DAN SARAN

Strategi promosi visual @bengkelpakyono pada Instagram berhasil memanfaatkan elemen-elemen desain komunikasi visual seperti *rule of thirds*, tipografi kasual-ekspresif, dan *color grading warm tone* untuk mengemas realitas fisik bengkel yang kasar menjadi tampilan digital yang estetik dan tepercaya. Melalui signifikasi semiotika, elemen rupa tersebut berhasil mengonstruksi mitos "Mekanik Rakyat yang Tulus dan Sakti". Pendekatan netnografi

membuktikan bahwa mitos ini diterima positif oleh warganet, menciptakan keterikatan merek (*brand engagement*) yang menggerakkan konversi nyata konsumen secara nasional.

Disarankan bagi akademisi untuk terus mengintegrasikan metode Semiotika dan Kualitatif dengan Netnografi dalam membedah komunikasi visual di media sosial untuk memastikan keseimbangan analisis teks dan audiens. Bagi praktisi dan pelaku UMKM tradisional, sangat disarankan untuk mulai merancang dan mengadopsi panduan desain visual (*design guidelines*) media sosial guna memenangkan kepercayaan publik di era digital.

REFERENSI

- Fauziah, N., & Aulia, R. (2024). Visual Branding Dinas Komunikasi dan Informatika DIY melalui Konten Instagram: Sebuah Tinjauan Semiotik. *Nusantara Hasana Journal*, 2(1), 45-58.
- Haji, R. G. (2025). Iklan Otomotif di TikTok: Manajemen Media Periklanan Bengkel Shockbreaker melalui Akun TikTok @bengkelpakyono di Magelang Jawa Tengah. Skripsi, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Herdi. (2013). Visual Layout Design. Herdi's Blog.
- Kompasiana. (2025). Semiotika Tahap Ganda Roland Barthes.
- Mogi, F. R., & Setyaning, A. W. (2025). Visual Design Innovation through Instagram to Increase User Interaction and Build Brand Awareness at PT Oninyon Revolusi Kreatif Indonesia. *International Journal of Creative Design and Cyber-Media*, 3(1), 45-62.
- Mozidesigninstitute. (2024, 20 April). Golden Section: Peranan Dalam Karya Seni dan Desain.
- Presented UK. (2025, 17 Maret). How to Use Colour Psychology in PowerPoint to Positively Influence Emotions.
- Purnamasari, D., & Affandi, M. F. (2025). Visual Branding Strategies in Indonesian Coffee Shops and Street Food Vendors: A Semiotic and Thematic Analysis. *Jurnal Barik Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Surabaya*, 6(2), 210-227.
- Scribd. (2026). Teknik Pengambilan Gambar dalam Fotografi.
- Sobur, A. (2006). Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vera, N. (2014). Semiotika dalam Riset Komunikasi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wheeler, A. (2017). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team (5th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- WikiHow. (2025). Body Language Examples: How to Read Body Language.

Yusuf, A. (2022). Analisis Konsistensi Visual dalam Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Desain dan Komunikasi Kontemporer*, 4(3), 112-125.