

**DESAIN KAOS BAHASA WALIKAN MALANG :  
IDENTITAS DAN STRATEGI VISUAL**

**DISERTASI**

guna memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Doktor dari  
Institut Seni Indonesia Surakarta



**Oleh:  
Zulfikar Sa'ban  
NIM : 16311114  
Program Studi Seni Program Doktor**

**PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa disertasi dengan judul “Desain Kaos Bahasa *Walikan* Malang : Identitas dan Strategi Visual” ini, beserta seluruh isinya, adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiasi atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan kaidah dan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti ada plagiasi dan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam disertasi ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini, maka saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Surakarta, 26 September 2023  
Yang membuat pernyataan



Zulfikar Saban  
NIM : 16311114

## PERSETUJUAN

### DISERTASI

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Doktor  
pada Program Studi Seni Program Doktor  
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Surakarta

Oleh :  
Zulfikar Sa'ban  
16311114

26 September 2023

Menyetujui,

Promotor

Ko Promotor



Prof. Dr. Drs. Guntur, M.Hum.  
NIP : 196407161991031003



Dr. Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn  
NIP : 197003152005011001

Mengetahui  
Koordinator Program Studi Seni  
Program Doktor



Dr. Zulkarnain Mistortoify, M.Hum  
NIP : 196610111999031001

## PENGESAHAN

Telah dipertahankan dalam Ujian Disertasi  
Program Studi Seni Program Doktor  
Institut Seni Indonesia Surakarta  
sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Doktor  
Pada tanggal 26 September 2023

### Dewan Penguji

Ketua



Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M.Hum  
NIP : 196703051998032001

Sekretaris



Dr. Drs. Budi Setiono, M.Si  
NIP : 196309021991031001

Promotor



Prof. Dr. Drs. Guntur, M.Hum.  
NIP : 196407161991031003

Ko Promotor



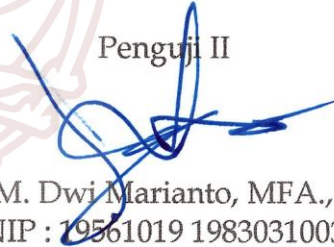
Dr. Taufik Murtono, S.Sn., M.Sn  
NIP : 197003152005011001

Penguji I



Prof. Dr. Sarwanto, S.Kar., M.Hum.  
NIP : 195306161979031001

Penguji II



Prof. M. Dwi Marianto, MFA., Ph.D  
NIP : 19561019 1983031003

Penguji III



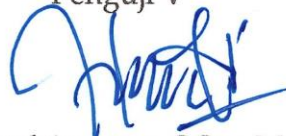
Dr. Drs. Bedjo Riyanto, M.Hum  
NIP : 195811111989031001

Penguji IV



Dr. Dwi Sulistyorini, S.S., M.Hum  
NIP : 197311121998022001

Penguji V



Dr. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn  
NIP : 197112282001121001

**PENGESAHAN**

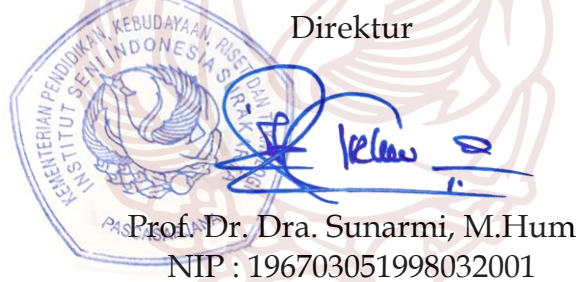
**DISERTASI**

**DESAIN KAOS BAHASA WALIKAN MALANG :  
IDENTITAS DAN STRATEGI VISUAL**

Telah diterima sebagai salah satu syarat  
Untuk memperoleh gelar Doktor  
pada  
Program Studi Seni Program Doktor

Surakarta, 16 Oktober 2023

Pascasarjana  
Institut Seni Indonesia Surakarta  
Direktur



Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M.Hum  
NIP : 196703051998032001

## INTISARI

### DESAIN KAOS BAHASA WALIKAN MALANG : IDENTITAS DAN STRATEGI VISUAL

Oleh

**Zulfikar Saban**

**NIM : 16311114**

**(Program Studi Seni Program Doktor)**

Desain kaos bahasa *walikan* Malang ini menggali pendekatan-pendekatan kreatif yang digunakan dalam mengubah bahasa *walikan* menjadi desain kaos yang menarik dan berwawasan budaya. Melalui pendekatan kreativitas, identitas, dan ekspresi kultural, desain kaos dengan tema *walikan* berhasil menghadirkan humor, kebanggaan, serta refleksi mendalam bagi pemakainya. Strategi visual diakui sebagai kunci utama dalam menciptakan bentuk visual *walikan* yang segar dan menarik bagi pemirsa. Fokus pada keunikan identitas lokal Malang dan perhatian terhadap preferensi konsumen memberikan dampak positif dalam menciptakan pesan yang relevan dan memperkaya nilai-nilai kultural dan kreativitas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interpretatif yang didukung teori identitas, eksistensi, desain komunikasi visual. Data dikumpulkan melalui observasi langsung dengan cara tak berperan, wawancara mendalam, telaah dokumen, dan studi pustaka. Data dianalisis secara interaktif melalui pemadatan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini mencakup tiga poin utama. Pertama, penelitian ini mendalam tentang kreativitas dalam penggunaan tema bahasa *walikan* dalam desain produk kaos di Malang. Ini mencakup variasi ungkapan *walikan*, identitas dalam desain, pesan visual, preferensi font, palet warna, dan identitas lokal yang mencerminkan kreativitas yang kaya dalam desain kaos *walikan* di Malang. Kedua, desain kaos bahasa *walikan* di Malang sebagai ekspresi yang mencerminkan identitas visual yang dipengaruhi oleh faktor personal, sosial, dan kultural. Ketiga, penelitian ini mengidentifikasi strategi visual dalam desain kaos bahasa *walikan* Malang, termasuk penggunaan tema *walikan*, elemen visual, dan pesan komunikasi. Ini mencakup variasi tema *walikan*, aspek bentuk visual seperti tipografi dan warna, dan tiga bentuk strategi pesan komunikasi yang berbeda. Kesimpulannya, desain kaos bahasa *walikan* Malang adalah media penting bagi masyarakat Malang untuk mengekspresikan identitas lokal dan kebanggaan mereka. Strategi visual yang kreatif digunakan untuk mengolah tema bahasa *walikan*, elemen visual, dan pesan komunikasi, sehingga menghasilkan karya seni visual yang unik dan ekspresif yang mencerminkan identitas lokal.

**Kata kunci:** desain visual kaos, bahasa *walikan*, kreativitas, identitas lokal, strategi visual.

## ABSTRACT

### T-SHIRT DESIGN USING MALANG WALIKAN LANGUAGE: IDENTITY AND VISUAL STRATEGY

By

Zulfikar Saban

NIM: 16311114

(Doctoral Program in Art Study Program)

*This t-shirt design using Malang's walikan language explores the creative approach used in transforming the walikan language into an interesting and culturally insightful t-shirt design. Through an approach of creativity, identity and cultural expression, this walikan-themed t-shirt design manages to bring humour, pride and deep reflection to the wearer. Visual strategy was recognised as the key to creating a fresh and engaging visual form of walikan for the viewer. The focus on Malang's unique cultural identity and attention to consumer preferences had a positive impact in creating relevant messages and enriching cultural values and creativity.*

*This research uses qualitative method with interpretative approach supported by theories of identity, existence, visual communication design. Data were collected through unstructured direct observation, in-depth interviews, document review, and literature study. Data were analysed interactively through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.*

*The results of this study include three main points. Firstly, this research is in-depth about the creativity in the use of walikan language themes in t-shirt product design in Malang. It includes variations of walikan expressions, identity in design, visual message, font preference, colour palette, and local identity that reflect the rich creativity in walikan t-shirt design in Malang. Secondly, walikan language t-shirt design in Malang as an expression that reflects a visual identity influenced by personal, social, and cultural factors. Third, this study identifies visual strategies in Malang's walikan language t-shirt designs, including the use of walikan themes, visual elements, and communication messages. This includes variations of the walikan theme, aspects of visual form such as typography and colour, and three different forms of communication message strategies. In conclusion, Malang walikan language t-shirt design is an important medium for Malang people to express their local identity and pride. Creative visual strategies are used to process the walikan language theme, visual elements, and communication messages, resulting in unique and expressive visual artworks that reflect local identity.*

**Keywords:** *t-shirt visual design, walikan language, creativity, local identity, visual strategy.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, yang telah melimpahkan berkah serta kekuatan dalam perjalanan panjang penulisan disertasi ini. Segala puji dan syukur semata kami haturkan kepada-Nya.

Dalam kesempatan yang berbahagia ini, kami ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Institut Seni Indonesia Surakarta (ISI Surakarta) yang telah memberikan kesempatan dan wadah bagi penulis untuk mengembangkan pemahaman dan pengetahuan dalam dunia seni dan desain. Dalam kaitannya, penyusunan disertasi ini diinisiasi dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Doktor dari Institut Seni Indonesia Surakarta.

Disertasi ini berjudul "Desain Kaos Bahasa *Walikan* Malang : Identitas dan Strategi Visual" yang merupakan hasil dari penelitian dan kajian yang mendalam terhadap fenomena transformasi bahasa *Walikan* menjadi bentuk visual dalam konteks desain kaos di Kota Malang. Penulisan disertasi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang turut andil dalam perjalanan penelitian ini.

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga sepanjang penyusunan disertasi ini. Rasa hormat dan ucapan terimakasih yang dalam kami sampaikan kepada Prof. Dr. Drs. Guntur, M.Hum., Dr. Taufik



Murtono, S.Sn, M.Sn., yang dengan penuh kesabaran, memberikan arahan dan bimbingan, semoga dalam mengemban dan menjalankan tugas-tugas yang diamanahkan, senantiasa mendapatkan rahmat dan anugerah kesuksesan, kesehatan, dan keselamatan dunia akhirat. Bantuan dan dorongan dari Bapak/Ibu Dosen Pembimbing sangat berarti bagi kelancaran penulisan kami. Prof. Dr. Dra. Sunarmi, M.Hum. (Direktur Pascasarjana ISI Surakarta), Dr. Budi Setiyono, M.Si. (Wakil Direktur), Dr. Zulkarnain Mistortoify, M.Hum (Ka. Prodi Seni Program Doktor) serta para dosen pada Program Studi Seni Program Doktor yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses studi. Seluruh tim penguji atas saran-saran yang diberikan. Para Staf Adiministrasi Pascasarjana ISI Surakarta dengan layanan yang sangat baik. Pihak pengelola Beasiswa BUDI-DN LPDP RI, Rektor Universitas Mercu Buana, Dekan beserta Wakil Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Kaprodi Desain Produk, Kaprodi Desain Produk, beserta jajaran dosen dan staf administrasi, atas perijinan dan dukungannya selama menempuh tugas belajar. Seluruh narasumber yang telah memberikan banyak informasi sehubungan dengan data yang dibutuhkan pada penelitian lapangan. Prof. Dr. Dharsono, M.Sn. (alm), Prof. Dr. T. Slamet Suparno, S.Kar., M.S., Keluarga H. Achmad Zuhri (alm) dan Ibu Hj. Sa'adiyah serta Keluarga H. Mihadi (alm) dan Ibu Hj. Siti Marsini, atas dukungan dan doa yang senantiasa dipanjatkan. Emy Yuliasuti (istri) yang telah sabar menunggu dan memberi semangat. Anak-anak kami Zao Arkazafran Evano dan Zea Halona Maziya, yang menjadi

penyemangat. Teman-teman Angkatan 2016 pada program Pascasarjana ISI Surakarta dan pihak lain yang tidak dapat kami disebutkan satu persatu, yang banyak membantu dalam penyelesaian disertasi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Disertasi ini disusun dengan segenap kemampuan dan penuh kesungguhan, namun keterbatasan wawasan yang dimiliki menyebabkan masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik membangun yang berguna dari berbagai pihak sangatlah diharapkan. Semoga disertasi ini dapat memberikan sumbangsih ilmiah dan manfaat yang bermanfaat bagi perkembangan seni dan desain, serta menjadi inspirasi untuk pengembangan lebih lanjut.

Akhir kata, kami mohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan disertasi ini.



Surakarta, 26 September 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
INTISARI .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Permasalahan .....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	15
D. Tinjauan Pustaka .....	17
E. Kerangka Konseptual/Pemikiran .....	20
F. Metode Penelitian .....	40
G. Sistematika Penulisan .....	56
<b>BAB II. KEBERADAAN/ PRAKTIK DESAIN KAOS BAHASA WALIKAN MALANG.....</b>	<b>58</b>
A. Keberadaan praktik desain kaos bahasa <i>walikan</i> Malang pada produk <i>Soak Ngalam</i> .....	66
1. Tema <i>walikan</i> dalam desain kaos <i>Soak Ngalam</i> .....	69
2. Bentuk visual dalam desain kaos <i>Soak Ngalam</i> .....	72
3. Pesan komunikasi dalam desain kaos <i>Soak Ngalam</i> .....	93
B. Keberadaan praktik desain kaos bahasa <i>walikan</i> Malang pada produk <i>Oyisam</i> .....	97
1. Tema <i>walikan</i> dalam desain kaos <i>Oyisam</i> .....	100
2. Bentuk visual dalam desain kaos <i>Oyisam</i> .....	105
3. Pesan komunikasi dalam desain kaos <i>Oyisam</i> .....	130
C. Keberadaan praktik desain kaos bahasa <i>walikan</i> Malang pada produk <i>Osob Kiwalan</i> .....	135
1. Tema <i>walikan</i> dalam desain kaos <i>Osob Kiwalan</i> .....	137

2. Bentuk visual dalam desain kaos <i>Osob Kiwalan</i> .....	142
3. Pesan komunikasi dalam desain kaos <i>Osob Kiwalan</i> .....	165
D. Ringkasan.....	168

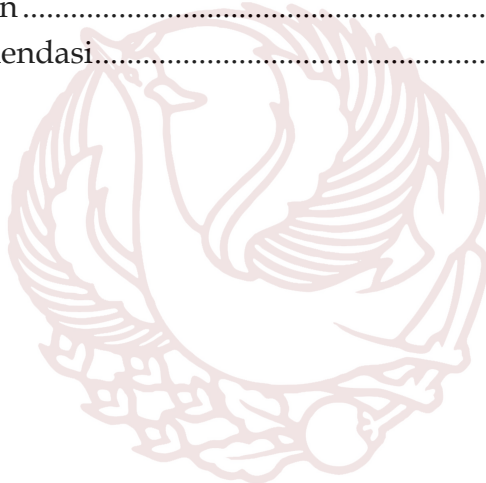
### **BAB III. IDENTITAS VISUAL DESAIN KAOS BAHASA**

<b>WALIKAN MALANG</b> .....	<b>173</b>
A. Identitas visual oleh pengaruh personal .....	174
1. Penggunaan atribut sebagai identifikasi personal .....	177
2. Peran individu dalam membentuk identitas visual.....	182
B. Identitas visual oleh pengaruh relasional.....	189
1. Hubungan antar produsen dalam pembentukan identitas visual.....	190
2. Pengaruh antar produsen dalam pembentukan identitas visual .....	194
C. Identitas visual oleh pengaruh kontekstual.....	197
1. Pengaruh konteks sosial dalam membentuk identitas visual .....	198
2. Perubahan identitas visual akibat situasi khusus .....	200
D. Identitas visual oleh pengaruh kultural .....	205
1. Pengaruh kultural dalam membentuk identitas visual .....	207
2. Identitas visual desain kaos <i>walikan</i> yang dibentuk dari nilai-nilai/norma tradisi .....	210
E. Ringkasan .....	215

### **BAB IV. STRATEGI VISUAL DESAIN KAOS BAHASA**

<b>WALIKAN MALANG</b> .....	<b>217</b>
A. Tema sebagai strategi ungkapan visual dalam desain kaos bahasa <i>walikan</i> Malang .....	218
1. Gaya ungkapan parodi.....	220
2. Gaya ungkapan metafora dan hiperbola.....	223
3. Gaya ungkapan peribahasa .....	226
B. Bentuk sebagai strategi visual dalam desain kaos bahasa <i>walikan</i> Malang.....	229
1. Penggunaan tipografi .....	231
2. Penggunaan ilustrasi .....	235
3. Penggunaan warna dan layout .....	237
C. Pesan sebagai strategi komunikasi dalam desain kaos bahasa <i>walikan</i> Malang .....	244

1. Penggunaan bentuk komunikasi informatif .....	247
2. Penggunaan bentuk komunikasi persuasive .....	248
3. Penggunaan bentuk komunikasi koersif/ instruktif .....	249
D. Interseksi dari strategi tema, bentuk dan pesan dalam desain kaos bahasa <i>walikan</i> Malang.....	250
E. Rumusan strategi visual desain kaos bahasa <i>walikan</i> .....	252
1. Rumusan strategi (tema) desain kaos bahasa <i>walikan</i> .....	252
2. Rumusan strategi (bentuk) visual kaos bahasa <i>walikan</i> ...	258
3. Rumusan strategi (pesan) komunikasi desain kaos bahasa <i>walikan</i> .....	264
F. Ringkasan .....	268
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>271</b>
A. Kesimpulan .....	271
B. Temuan .....	273
C. Rekomendasi.....	277



## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensial, Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anholt, Simon. 2007. *Competitif Identity, The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave Macmillan.
- Bagus, Lorens. 1996. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia
- Basundoro, et all. 2012. *Transformasi nilai kearifan lokal Malang Raya dalam memperkuat karakter bangsa*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Chaer, Abdul. (1994). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset, Memilih di antara Lima Pendekatan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- 'Dagadu Djogdja: Perjalanan Empat Tahun Pertama'.1997. Yogyakarta: PT. Aseli Dagadu Djogdja.
- Damono, Sapardi Djoko. 2016. *Alih Wahana*. Jakarta: Editum.
- Danton, Sihombing. (2001). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia
- Denzin, Norman K. and Yvonna S. Lincoln. 2005. *Hand Book of Qualitative Research*. 3rd Edition. USA: Sage Publication
- Dharsono (Sony Kartika). 2007. *Estetika*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Dharsono (Sony Kartika). 2016. *Kreasi Artistik, Perjumpaan Tradisi Modern dalam Paradigma Kekaryaannya Seni*. Karanganyar: LPKBN Citra Sains.
- Guntur. 2016. *Metode Penelitian Artistik*. Surakarta: ISI Press.
- Hauge, Ashild Lappegard. 2005. "Identity and Place." International conference
- 'Doing, thinking, feeling home: The mental geography of residential environments, Netherlands: Delft University of Technology, 1-10. <http://resolver.tudelft.nl/uuid:642b57ca-6d9e-42df-b974-5c784cb2d16e>

- Heller, Steven and Ilic, Mirko. (2012). *Stop, Think, Go, Do: How Typography and Graphic Design Influence Behavior*. Rockport Publishers.
- Jamieson, Harry. 2007. *Visual Communication, More than Meets the Eye*. Bristol: Intellect.
- Jewler, A. Jerome., dan Drewniany Bonnie, L. 2001. *Creative Strategy in Advertising*. USA: Wadsworth Thomson Learning, 10 Davis Drive Belmont.
- Kenney, Keith. 2009. *Visual Communication Research Design*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. New York: Routledge.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold.
- Kriyantono, Rochmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Leeuwen, Theo van. And Carey Jewitt. 2001. *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage Publication Ltd.
- LittleJohn, Stephen W, Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*, 9th ed. Penerjemah M. Yusuf Hamdan. 2009. Teori Komunikasi. Jakarta : Salemba Humanika
- Mariato, M. Dwi. 2017. *Art & Life Force, ia a Quantum Perspective*. Yogyakarta: Srisanti Syndicate & Scritto Books Publisher.
- Miles, Matthew B, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis : A Methods Sourcebook*. California: Sage PP - Thousand Oaks
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Kencana Prenadamedia Group
- Moustakas, Clark. 1994. *Phenomenological Research Methods*. USA: Sage Publication.
- Oetomo, Dede. 1987. *The Chinese of Pasuruan: Their language and identity*. *Pacific linguistics*, Series D, No. 63. Canberra: Department of Linguistics, Research School of Pacific Studies, The Australian National University.

- Poedjosoedarmo, Gloria. 2006. The effect of Bahasa Indonesia as a lingua franca on the Javanese system of speech levels and their functions. *International Journal of the Sociology of Language* 2006.
- URL <https://www.degruyter.com/view/j/ijsl.2006.2006.issue.177/ijsl.2006.007/ijsl.2006.007.xml>.
- Pujileksono, Sugeng, and Rinekso Kartono. 2007. *Model pelestarian budaya lokal melalui bahasa Walikan Malangan dalam menciptakan integrasi di kota Malang*. Unpublished Research Report, Universitas Muhammadiyah Malang
- Rohidi, Tjetjep Rohendi. 2011. *Metode Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Sihombing, Danton. 2015. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soenarno, Adi. 2011. *Kamus Bahasa Malangan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2013. *Metodologi Penelitian Visual Dari Seminar Ke Tugas Akhir*. Bandung: Dinamika Komunika.
- Supriyanto, Henricus, ed. 1996. *Upacara adat Jawa Timur*. Surabaya: Depdikbud Daerah Tingkat I Jawa Timur
- Sutarto, Ayu (Eds.) 2004. *Pendekatan Kebudayaan dalam Pembangunan Propinsi Jawa Timur*. Jember : Kelompok Peduli Budaya dan Wisata Daerah Jawa Timur (Kompyawisda Jatim).
- Sutopo. H.B. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar teori dan terapannya dalam penelitian edisi kedua*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *Desain Komunikasi Visual - Penanda Zaman Masyarakat Global*. Jakarta:PT Buku Seru.
- Widodo, Dukat Imam. 2006. *Osob Kiwalan*. In *Malang tempo doeloe*, ed. Dukat Imam Widodo. Malang: Bayumedia Publishing
- Widodo, Dukat Imam. 2015. *Malang Tempo Doeloe*. Surabaya: Dukat Publishing.



Yananda, M. Rahmat dan Ummi Salamah, ed. 2014. *Branding Tempat, Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*, Jakarta: Makna Informasi.

Yannuar, Nurenzia. *Boso Walikan Malangan, Structure and development of Javanese reversed language*. Amsterdam: LOT Kloveniersburgwal.

## **Jurnal**

Bing Bedjo Tanudjaja, "Pengaruh Media Komunikasi Massa Terhadap Popular Culture Dalam Kajian Budaya/ Cultural Studies", *Jurnal Nirmana*, Volume 9, Nomor 2, Juli 2007 : (96-106), Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Hariadi Susilo, "Tulisan di T-Shirt sebagai Gaya Hidup Remaja", *Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, Volume IV, Nomor 1, April 2008: (64-72), Universitas Sumatra Utara.

Hoogervorst, Tom. 2015. *Malay youth language in West Malaysia*. NUSA 58:25-49. URL <http://repository.tufs.ac.jp/handle/10108/84124>

Listia Natadjaja, "A Usability of Graphic Design with Local Content in the Interactive Multimedia Design for Indonesian Storytelling", *Jurnal Nirmana*, Volume 6, Nomor 2, Juli 2004 (114-131), Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Neuman, W.L.1997. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 3rd Edition..* Boston: Allyn and Bacon.

Nurenzia Yannuar, Emalia Iragliati, Evynurul Laily Zen. "Boso Walikan Malang's Address Practice", *Journal of Language Studies*, Volume 17 (1), Februari 2017 : (107-123), Universiti Kebangsaan Malaysia.

Priscilia Yunita Wijaya, "Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual", *Jurnal Nirmana*, Volume 1, Nomor 1, Januari 1999: (47-54), Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Stadsgemeente Malang. 1939. *Kroniek: De stadsgemeente Malang over de jaren 1914-1939*. Soerabaia: N. V. G. Kolff & C

Sumbo Tinarbuko, "Semiotika Analisis Tanda pada Karya Desain Komunikasi Visual". *Jurnal Nirmana*, Volume 5, Nomor 1, Januari 2003: (31-47), Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Sutanto, T. *“Sekitar Dunia Desain Grafis/ Komunikasi Visual”*. Pura-pura  
Jurnal DKV ITB Bandung. 2/ Juli 2005: (15-16), Bandung: Institut  
Teknologi Bandung.

Wahyu Puji Hanggoro, *“Bahasa Walikan sebagai Identitas Arek Malang”*,  
*Jurnal Etnografi*, Volume XVI, Nomor 1, 2016 : (23-30), Malang:  
Universitas Negeri Malang.

## **Web**

Sekilas Malang. 2017. Retrieved from  
<http://malangkota.go.id/sekilasmalang/>. URL  
<http://malangkota.go.id/sekilas-malang/>

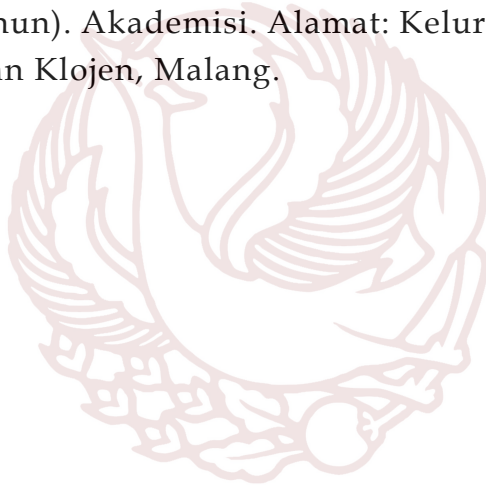
Selayang Pandang. 2017. Retrieved from  
<http://www.malangkab.go.id/site/read/detail/79/selayangpandang.html>. URL <http://www.malangkab.go.id/site/read/detail/79/selayang-pandang.html>.



## DAFTAR NARASUMBER / INFORMAN

- Agoy, (27 tahun). Suporter Aremania, Alamat: Kelurahan Bandulan, Kecamatan Sukun, Malang.
- Cahyono Budi, (56 tahun). Pemerhati budaya dan identitas Malang. Alamat: Kelurahan Tanjungrejo, Kecamatan Sukun. Malang.
- Dika Putra, (27 tahun). Desainer grafis senior. Alamat: Kelurahan Polowijen, Kecamatan Blimbing. Malang.
- Herry Santoso, (54 tahun). Pemilik brand *Osob Kiwalan*. Alamat: Jl. Simpang Tenaga Selatan II No.12, Purwantoro, Kec. Blimbing, Kota Malang,
- Idur Rudianto, (37 tahun). Karyawan swasta. Alamat: Kelurahan Bumiayu, Kecamatan Kedung kandang, Malang.
- Joko Susilo, (55 tahun). Pemerhati budaya dan identitas Malang. Alamat: Kelurahan Pisangcandi, Kecamatan Sukun.
- Kepet, (43 tahun). Koordinator supporter aremania. Alamat: Kelurahan Ciptomulyo, Kecamatan Sukun, Malang.
- Leo Zain, (42 tahun). Akademisi dan pelaku budaya. Alamat: Kelurahan Mulyorejo, Kecamatan Sukun, Malang.
- Mitha, (23 tahun). Desainer grafis. Alamat: Kelurahan Tunjungsekar, Kecamatan Lowokwaru. Malang.
- Nita, (35 tahun). Manager store *Soak Ngalam*. Alamat: Kelurahan Samaan, Kecamatan Klojen, Malang.
- Ovan, (45 tahun). Koordinator supporter aremania. Alamat: Kelurahan Madyopuro, Kecamatan Kedungkandang. Malang.
- Qipot Topik, (28 tahun). Desainer grafis senior. Alamat: Kelurahan Gadingasri, Kecamatan Klojen. Malang.
- Rofi Nur Aziz, (24 tahun). Pemilik brand *Oyisam*. Alamat: Malang Town Square Blok GS 6 / 1 Jalan Veteran Nomor 2, Penanggungan, Kec. Klojen, Kota Malang,
- Samagoy, (41 tahun). Akademisi dan desainer grafis. Alamat: Kelurahan Kasin, Kecamatan Klojen, Malang.

- Siklum, (45 tahun). Sopir bis antarkota. Alamat: Kelurahan Arjosari, Kecamatan Blimbing. Malang.
- Suga, (46 tahun). Seniman kostum karnaval. Alamat: Kelurahan Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru. Malang.
- Sumardi, (46 tahun). Pemerhati seni tradisi Malang. Alamat: Kelurahan Arjowinangun, Kecamatan Kedungkandang, Malang.
- Tjandra Purnama Edhi, (48 tahun). Pemilik brand *Soak Ngalam*. Alamat: Jl. Kawi Atas No.mor 24, Gading Kasri, Kec. Klojen, Kota Malang.
- Yuli, (40 tahun). Koordinator supporter aremania. Alamat: Kelurahan Polowijen, Kecamatan Blimbing, Malang.
- Yuwono, (47 tahun). Akademisi. Alamat: Kelurahan Penanggungan, Kecamatan Klojen, Malang.



## GLOSARIUM

<i>Abstrak</i>	Narasi singkat yang berisikan intisari dari penulisan ilmiah, seringkali ditempatkan dibagian paling awal penulisan agar pembaca mengetahui ringkasan isi penulisan tersebut.
<i>Alih wahana</i>	Peralihan suatu karya sastra atau seni ke media lain, seperti karya sastra ke film dan sebagainya; ekranisasi; pelayarputihan; filmisasi.
<i>Arbitrer</i>	Tidak terdapat suatu keharusan bahwa suatu rangkaian bunyi tertentu harus mengandung arti yang tertentu pula. Makna sebuah kata tergantung dari konvensi (kesepakatan) masyarakat bahasa yang bersangkutan
<i>Audiens</i>	Audiens adalah sekumpulan penonton, pembaca, pendengar, pemirsa. Konsep audiens diartikan sebagai penerima pesan-pesan dalam komunikasi massa, yang keberadaannya tersebar, heterogen dan berjumlah banyak.
<i>Brand</i>	Merek/citra yang terkait dengan suatu produk, layanan, atau entitas tertentu. mencakup kesan dan persepsi yang dimiliki oleh konsumen atau audiens terhadap suatu produk, perusahaan, atau organisasi.
<i>Cultural</i>	Kata sifat adat istiadat, yang berhubungan dengan kebudayaan.
<i>Dekade</i>	Satuan waktu yang digunakan untuk menentukan jumlah tahun sebanyak sepuluh tahun. Dekade disebut juga dasawarsa,
<i>Diagram</i>	Representasi simbolis informasi dalam bentuk geometri 2 dimensi sesuai teknik visualisasi.
<i>Dialek</i>	Varietas bahasa yang kontras dengan bahasa baku.

<i>Eksplorasi</i>	Langkah awal dalam proses penemuan, usaha untuk memahami fenomena yang belum sepenuhnya dipahami atau dijelaskan.
<i>Etnis</i>	Suatu kesatuan sosial yang dapat dibedakan dari kesatuan yang lain berdasarkan akar dan identitas kebudayaan, terutama bahasa.
<i>Fenomena</i>	Perilaku kelompok entitas individu tertentu, biasanya organisme dan terutama orang. Perilaku individu sering berubah dalam latar belakang kelompok dengan berbagai cara.
<i>Folklor</i>	Kebudayaan manusia (kolektif) yang disebarkan dan diwariskan secara tradisional (turun temurun) dari generasi ke generasi, baik dalam bentuk lisan maupun dalam bentuk isyarat atau alat pembantu pengingat.
<i>Gaul</i>	Laras bahasa informal dari bahasa Indonesia yang muncul pada dekade 1980-an dan terus berkembang hingga saat ini.
<i>Historis</i>	Cerita pendek yang mengambil bahan-bahan dari sejarah, baik tokoh maupun masa kejadian serta bahan lainnya.
<i>Identitas</i>	Karakteristik unik yang membedakannya dengan orang lain. Setiap orang mempunyai identitas pribadinya masing-masing sehingga tidak akan sama dengan identitas orang lain.
<i>Ideologi</i>	Gagasan yang disusun secara sistematis dan diyakini kebenarannya untuk diwujudkan dalam kehidupan.
<i>Ilustrasi</i>	Media yang dapat digunakan untuk memperjelas maksud dan makna dari cerita atau narasi melalui bahasa visual.
<i>Imajinasi</i>	Kerja akal dalam mengembangkan suatu pemikiran yang lebih luas dari apa yang pernah dilihat, didengar, dan dirasakan.
<i>Infografis</i>	Visualisasi data, gagasan, informasi, ataupun pengetahuan yang dijelaskan dalam bentuk bagan,

grafis, jadwal, dan lain sebagainya agar informasi yang disajikan lebih dari sekadar teks.

<i>Inovasi</i>	Pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, pembaruan, penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat), atau unsur yang mengalami pembaruan dalam bahasa modern.
<i>Karakteristik</i>	Sesuatu yang mengungkapkan, membedakan, atau khas dari suatu karakter individu.
<i>Konteks</i>	Uraian atau kalimat yang mendukung kejelasan sebuah makna atau situasi yang berhubungan dengan suatu kejadian.
<i>Konvensi</i>	Peraturan tidak tertulis dengan sumber kebiasaan masyarakat sekitar atau suatu kelompok. Konvensi sudah menjadi bagian dari peraturan hukum di masyarakat.
<i>Kreativitas</i>	Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik yang benar-benar merupakan hal baru atau sesuatu ide baru yang diperoleh dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada dan menjadikannya suatu hal baru.
<i>Layout</i>	Penentuan tata letak desain pada elemen tertentu sehingga menghasilkan visual yang menarik. Sementara, secara sederhana pengertian layout adalah desain tata letak.
<i>Leksikal</i>	Makna yang sebenarnya. Makna leksikal dapat dilihat di dalam sebuah kamus. Apa yang ada di kamus itulah makna leksikal dari sebuah kata.
<i>Linguistik</i>	Ilmu tentang bahasa, ilmu yang mengkaji, menelaah atau mempelajari bahasa secara umum, yang mencakup bahasa daerah, bahasa Indonesia, atau bahasa asing.
<i>Logat</i>	Cara mengucapkan kata atau lekuk lidah yang khas, yang dimiliki oleh masing-masing orang sesuai dengan asal daerah ataupun suku bangsa.

<i>Merchandise</i>	Media yang digunakan oleh pelaku usaha untuk melakukan promosi terhadap produk yang mereka tawarkan. Tidak hanya satu, ada banyak sekali jenis-jenis merchandise yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan.
<i>Mosaik sosial</i>	Percampuran etnis, bahasa dan budaya yang ada pada masyarakat. dimaksudkan untuk mendukung gagasan multuralisme.
<i>Multikultural</i>	Kesederajatan dan kesetaraan berbagai budaya lokal tanpa mengabaikan hak-hak dan eksistensi budaya lain.
<i>Padanan</i>	Kata yang berbeda akan tetapi memiliki makna yang sama.
<i>Plural</i>	Kata yang menunjukkan sesuatu yang berjumlah lebih dari satu, baik itu benda, hewan, maupun manusia.
<i>Populer</i>	Dikenal dan disukai orang banyak atau umum. sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya, mudah dipahami orang banyak dan disukai serta dikagumi orang banyak.
<i>Pride</i>	Perasaan bangga atau kebanggaan terhadap diri sendiri, kelompok, atau pencapaian. Kata ini juga dapat merujuk pada harga diri, kehormatan, atau rasa memiliki.
<i>Rasionalitas</i>	Pola pikir dimana seseorang cenderung bersikap dan bertindak berdasarkan logika dan nalar manusia.
<i>Referensi</i>	Informasi yang dijadikan rujukan atau petunjuk dengan tujuan untuk mempertegas suatu pernyataan.
<i>Representasi</i>	Proses yang melibatkan suatu keadaan yang mewakili simbol, gambar dan semua hal yang memiliki makna.
<i>Signifikan</i>	Sesuatu yang bisa memberikan pengaruh, serta dianggap penting dan berarti.
<i>Slang</i>	Ragam bahasa musiman yang dituturkan oleh kelompok sosial tertentu dalam situasi informal yang biasa disebut bahasa gaul atau bahasa prokem.



digunakan untuk berkomunikasi internal di dalam suatu kelompok ataupun untuk membina identitas diri.

<i>Strategi</i>	Seni bagi individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan.
<i>Struktur</i>	Pengaturan dan hubungan antara unsur-unsur atau elemen-elemen yang saling berhubungan dalam suatu objek atau sistem yang terorganisasi.
<i>Teks</i>	Rangkaian kata atau kalimat yang memiliki struktur dan tata bahasa tertentu serta bisa disusun secara lisan maupun tulisan.
<i>Tipografi</i>	Teknik dalam melakukan penyusunan huruf dan teks di dalam suatu pembuatan visual supaya dapat terbaca dan menarik untuk dilihat. Seni ini berkaitan erat dengan pemilihan jenis huruf atau font.
<i>Transformasi</i>	Perubahan dalam masyarakat atau kelompok manusia. Transformasi dalam konteks sosial bisa mencakup perubahan norma budaya, kebijakan publik, atau pergeseran besar dalam pola perilaku masyarakat.
<i>Trend</i>	Bentuk nominal yang berartikan ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (pakaian, gaya rambut, corak hiasan, dan lain sebagainya).
<i>Ungkapan</i>	Kalimat atau kata yang digunakan untuk menerangkan makna kiasan dari sesuatu, makna baru, dan bukan makna sebenarnya.
<i>Unik</i>	Berbeda dari yang lain atau khusus. tersendiri dalam bentuk atau jenisnya. Arti lainnya dari unik adalah lain daripada yang lain.
<i>Variasi</i>	Homonym karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda.


<i>Verbal</i>	Komunikasi secara lisan bukan tertulis.
<i>Visual</i>	Sesuatu yang dapat dilihat dengan indra penglihatan mata. Visual adalah bagian dari informasi, bisa memperjelas sesuatu. visual adalah indra yang kompleks dan multisegi.
<i>Walikan</i>	Ragam bahasa Malang-an yang memiliki variasi unik, yaitu dibaca dengan cara membalikkan setiap kata dari belakang.





## LAMPIRAN

### Lampiran 1.

a. Contoh kata-kata *walikan* pada kaos (ungkapan peribahasa)

NO	KAOS	KETERANGAN
1.		<p><i>Opos sing rundan elek lokoc elek, opos isng rundan kipa lokoc kipa</i></p> <p>Siapa yang menanam keburukan akan tumbuh keburukan, siapa yang menanam kebaikan akan tumbuh kebaikan</p>
2.		<p><i>Tidem kadit dadekno gnaro dadi ayak, loman kadit dadekno gnaro dadi niskim</i></p> <p>Pelit tidak akan menjadikan orang jadi kaya, dermawan tidak akan menjadikan orang jadi miskin</p>
3.		<p><i>Lek umak kipa ayas yo kolek kipa, lek umak olo ayas yo kadit kolek-kolek</i></p> <p>Kalau kamu baik saya juga ikut baik, kalau kamu jahat saya tidak ikut-ikutan</p>
4.		<p><i>Rukud opo kendep, umel opo keceng kadit hasalam sing penting tahes komes</i></p> <p>Tinggi atau pendek, gemuk atau kurus tidak masalah yang penting sehat semok</p>
5.		<p><i>Gnaro rujuj iku rujum, gnaro rabas iku rubus</i></p> <p>Orang jujur itu bakal mujur, orang sabar itu bakal subur</p>
6.		<p><i>Dadio umak ewed opo onone, ojo ningip dadi gnaro oyil sebab gnaro oyil ningip dadi koyok umak</i></p> <p>Jadilah diri sendiri apa adanya, jangan ingin jadi orang lain sebab orang lain ingin jadi seperti kamu</p>

7.		<p><i>Ping utas nang ngalam rasane koyok wes kolab-kalib , krasan koyok ndek hamur ewed</i></p> <p>Sekali ke Malang rasanya seperti sudah berulang kali datang, betah seperti di rumah sendiri</p>
8.		<p><i>Kanyab nawak kanyab rejeki</i></p> <p>Banyak teman banyak rejeki</p>
9.		<p><i>Nawak iku ora hides lek nawake ngenes, nawak iku ora ngenes lek nawake hides, nawak iku hasus ngenes amasreb</i></p> <p>Teman itu tidak sedih kalau temannya senang, Teman itu tidak senang kalau temannya sedih, Teman itu susah senang bersama</p>
10.		<p><i>Ulam nokat ngingub ndek ngalam</i></p> <p>Malu bertanya, bingung di Malang</p>
11.		<p><i>Nangat ndek ndukur luweh kipa, timbang nangat ndek isor</i></p> <p>Tangan diatas lebih baik daripada tangan dibawah</p>
12.		<p><i>Halak ondob, Halak opur, nganem rujuj</i></p> <p>Kalah harta, kalah tampang, menang jujur</p>
13.		<p><i>Mek aigahab lek di igab hasile hambat kanyab</i></p> <p>Hanya kebahagiaan, jika dibagi hasilnya malah bertambah banyak</p>

14.		<p><i>Ojo itam-itaman golek sing kadit ndek kawab itam</i></p> <p>Jangan mati-matian mencari sesuatu yang tidak dibawa mati.</p>
15.		<p><i>Ben onid iku yo onid sing kipa, lek umak rikipane kipa, nglakoni kipa</i></p> <p>Setiap hari adalah hari yang baik, jika kita selalu berpikir positif dan selalu berbuat baik</p>

b. Contoh kata-kata *walikan* pada kaos (ungkapan parodi)

NO	KAOS	KETERANGAN
1.		<p><i>Apel Utab</i></p> <p>Memparodikan logo produk Apple menjadi apel buah asli dari Malang</p>
2.		<p><i>Dead Bull, banteng ketam</i></p> <p>Memparodikan produk minuman Red Bull</p>
3.		<p><i>Umiar</i></p> <p>Memparodikan karakter darth vader film Star Wars</p>
4.		<p><i>Ileb Ngadeg</i></p> <p>Memparodikan istilah beli pisang menjadi pisang yang berdiri</p>

5.		<p><i>Malang geographic</i></p> <p>Memparodikan program televisi National Geographic</p>
6.		<p><i>Ongis Nade, Soak No. 1 Kera Ngalam ayas iki asli</i></p> <p>Memparodikan logo produk minuman keras Jack Daniels</p>
7.		<p><i>Kopi luwak, ingeb-ingeb kadit osi rudity o ngipok kawul</i></p> <p>Memparodikan logo mozilla yang menyerupai rubah atau luwak</p>
8.		<p><i>Ladub ingeb helom kusi</i></p> <p>Memparodikan logo superhero Batman yang kerap beraksi malam hari</p>
9.		<p><i>Akeh kubam, ublem narubuk</i></p> <p>Memparodikan logo minuman Anggur Orang Tua</p>
10.		<p><i>Rotom nawak ewed</i></p> <p>Memparodikan logo motor Harley Davidson</p>

11.		<p><i>UN ( United Ngalam )</i></p> <p>Memparodikan logo United Nation</p>
12.		<p><i>Kunam Licek</i></p> <p>Memparodikan logo media sosial Twitter</p>
13.		<p><i>Evolusi apel utab</i></p> <p>Memparodikan logo produk apple menjadi sebuah apel batu, buah asli dari Malang</p>
14.		<p><i>Sugab</i></p> <p>Memparodikan logo superhero Superman menjadi Sugab (bagus/anak laki-laki)</p>
15.		<p><i>Koma</i></p> <p>Memparodikan logo produk perlengkapan olah raga Puma, menjadi Koma</p>
16.		<p><i>Lek wes bosen! Ctrl+alt+del. Golek ongot halebes hoo!</i></p> <p>Memparodikan produk computer merek DELL laptop</p>

c. Contoh kata-kata *walikan* pada kaos (metafora dan hiperbola)

NO	KAOS	KETERANGAN
1.		<p><i>Yoiki Malang</i>, disini semua cerita dimulai</p> <p>Berlebihan dalam menyatakan tentang keindahan kota Malang</p>
2.		<p><i>Oyisam, never give up.</i></p> <p>Memotivasi dengan menggunakan metafora gambar ikan yang bertubuh gempal berotot</p>
3.		<p><i>Boso walikan diwolak walik tetep kenek</i>, boso walikan hanya ada di bumi arema</p> <p>Berlebihan dalam menyatakan tentang keberadaan bahasa <i>walikan</i> Malang</p>
4.		<p><i>Ayahab ilakes</i></p> <p>Menyatakan sesuatu yang berbahaya dengan menggunakan metafora tengkorak bermata merah</p>
5.		<p><i>Ongis Nade, Arema 1987</i></p> <p>Menyatakan kebanggaan sebagai bagian dari aremania dengan menggunakan metafora seekor singa dengan tulisan <i>ongis nade, arema</i></p>
6.		<p><i>Bumi arema, arek Malang, from Malang with pride</i></p> <p>Berlebihan dalam menyatakan kebanggaan sebagai arek malang dan kota Malang</p>



7.		<p>Darah Biru Arema 87</p> <p>Menyatakan kebanggaan sebagai bagian dari aremania dengan menggunakan metafora seekor singa dengan tulisan darah biru arema</p>
8.		<p><i>Awaydays , oyisam</i></p> <p>Berlebihan dalam menyatakan hari dimana arema akan bertanding diluar kota</p>
9.		<p><i>Arema, from Malang with pride</i></p> <p>Menyatakan kebanggaan sebagai bagian dari aremania dengan menggunakan metafora seekor singa dengan mengenakan mahkota</p>
10.		<p><i>Oyisam, passion before fashion</i></p> <p>"Passion before fashion", ungkapan yang digaungkan dalam lirik lagu "What Happened?" milik H2O. dikaitkan dengan produk <i>oyisam</i></p>
11.		<p><i>Kadit tau sholat, ngaji, asaup, sedekah. Tapi kepingine ublem suwargo. Umak nduwe kenalan wong njero ta jezz?</i></p> <p>Berlebihan dalam menyatakan perilaku seseorang dengan candaan dan sindiran</p>
12.		<p>Dengan atau tanpa arema, kita tetap arek Malang</p> <p>Menyatakan kebanggaan sebagai bagian dari identitas arek Malang</p>

## Lampiran 2. Dokumentasi wawancara



Tomy Pamungkas (stock manager soak ngalam)



Dwi Cahyono, arkeolog & peneliti boso *walikan*



Tjandra Purnama Edhi, Pemilik produsen *Soak Ngalam*



Rofi Nur Aziz, pemilik produsen *Oyisam*



Isa heri siswanto, pembeli kaos *Soak Ngalam*



Arianti Duindasari, pengelola gerai *Soak Ngalam*



Yuni, Manager store *Soak Ngalam*



A Wahab Adhinegoro, pengacara dan penulis bahasa *walikan*



Faisal Hilmi, mahasiswa sejarah dan penulis arema



Djoko Raharjo, peneliti bahasa *walikan* Malang



El Kepet, Dirigen aremania dan penyiar radio



Ade D'Kross, pembina band D'Kross community



A Effendi Kadarisman, M.A, Ph.D,  
pakar linguistic



Sam Tewe, Penyiar Radio



Lucky Juligananda, vokalis Youngster City Rockers



Ovan Tobing, penyiar radio dan MC Arema

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Zulfikar Saban, S.Pd, M.Ds  
Lengkap  
NIK : 111810330  
NIDN : 0316068104  
Tempat Tgl : Malang, 16 Juni 1981  
Lahir  
Jabatan : Asisten Ahli  
Fungsional  
Unit Kerja : Prodi Desain Produk,  
Fakultas Desain dan Seni  
Kreatif, Universitas Mercu  
Buana - Jakarta  
Alamat : Jl. Aris Munandar VII/ 693,  
Rumah Kel. Sukoharjo, Kec. Klojen,  
Kota Malang  
Telp / WA : 081514450110  
Email : fiqsoda@gmail.com

### PENDIDIKAN

No	Institusi Pendidikan	Lulus tahun
1.	S1 - Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Malang (UM)	2006
2.	S2 - Magister Desain Produk, Universitas Trisakti, Jakarta	2013
3.	S3 - Program Studi Seni, Program Doktor. Insitut Seni Indonesia Surakarta	2023

### PENGALAMAN PENELITIAN

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan
1.	2023	Desain Kaos Bahasa <i>Walikan</i> Malang: Identitas dan Strategi Visual	LPDP BUDI-DN

2. 2016 Kajian Fenomena Urban Toys di Jakarta Hibah  
(Bentuk Ekspresi Lokal dalam Industri Kamenristek  
Mainan). Dikti
3. 2013 Poster Kampanye WWF Indonesia, LP2M  
ditinjau dari Perspektif Desain Grafis dan Mercu Buana  
Makna yang disampaikan.

#### PENGALAMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/No/ Tahun/ISSN	Nama Jurnal/ Penerbit/Link
1.	2017	<i>Visual Design on T-Shirt, with code Walikan Malang City</i>	ISSN: 2615-0220	<i>International Conference on Arts and Creativity. ISI Press.</i>
2.	2017	<i>Visual Design Using Elements of Walikan Malang Language</i>	ISSN: 2352-5428	<i>4th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2017. Atlantis Press.</i>
3.	2016	Fenomena Urban Toys.	ISSN Nomor : 2477-5134. Vol. 3 Edisi 1   April	Jurnal Narada, Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK), Univ. Mercu Buana.
4.	2015	Material Kertas untuk Kebutuhan Cetak.	Vol. 2 Edisi 2   Sept.	Jurnal Narada, Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK), Univ. Mercu Buana.

#### PENGALAMAN PENGABDIAN MASYARAKAT

No	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan
1.	2016	Pelatihan <i>Digital Drawing</i> dan <i>Digital Caligraphy</i> untuk Remaja di Villa Mutiara Serpong, Tangerang	LP2M Mercu Buana

2.	2015	Pelatihan <i>Digital Photography</i> untuk Pelajar Setingkat SMA di Jakarta Barat	LP2M Mercu Buana
3.	2014	Pelatihan <i>Screen Printing</i> pada Kaos untuk Pelajar Setingkat SMA di Jakarta Barat	LP2M Mercu Buana

#### AKTIVITAS BERKESENIAN

No	Tahun	Kegiatan	Tempat
1.	2016	Pameran Seni Rupa bertajuk <i>Legenda Nusantara</i>	KOI Gallery, Kemang - Jakarta Selatan.
2.	2016	Pameran bersama bertajuk <i>UrbanStorming Art Exhibition</i>	Galeri Cipta III, Taman Ismail Marzuki - Jakarta Pusat.
3.	2015	Parformance music bersama Orkes Rukun Makmur	di Jakarta Teater
4.	2014	Pameran bertajuk <i>Arteastism</i> (Kerjasama Galeri Nasional dengan Univ. Negeri Malang)	Univ. Negeri Malang.
5.	2013	Pameran Karya Pengajar Seni Rupa bertajuk <i>Melihat / Dilihat</i>	Galeri Nasional Indonesia, Jakarta.

#### AKTIVITAS ORGANISASI

No	Tahun	Jabatan Struktural	Lembaga
1.	2016	Anggota Pusat Penjaminan Mutu (PPM)	Universitas Mercu Buana
2.	2015	Anggota Kelompok Riset Bidang Ilmu Desain dan Seni Kreatif	Universitas Mercu Buana
3.	2015	Anggota Persiapan Pendirian Program Studi Desain Komunikasi Visual, FDSK	Universitas Mercu Buana
4.	2014-2016	Wakil Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK)	Universitas Mercu Buana
5.	2010-2014	Sekertaris Program Studi Desain Produk	Universitas Mercu Buana

## PENGHARGAAN

No	Tahun	Nama Penghargaan	Lembaga Pemberi
1.	2016	Penerima Program Beasiswa Program Doktor Pascasarjana ISI Surakarta	LPDP BUDI - DN
2.	2016	Penerima Hibah Penelitian Dosen Kemenristek DIKTI	Universitas Mercu Buana
3.	2015	Penerima Sertifikat Dosen Profesional bidang ilmu Desain Produk	Kemenristek Dikti

## AKTIVITAS PENGEMBANGAN PENDIDIKAN

No	Tahun	Aktivitas	Keterangan
1.	2018	Mendirikan Yayasan Nurussalam Al Jannah	Bergerak di bidang pendidikan usia dini dan pendidikan selanjutnya
2.	2019	Mendirikan Lembaga PAUD (Pendidikan Usia Dini)	KB & TK Al Jannah Islamic School
3.	2019	Mendirikan Taman Pendidikan Al Qur'an	TPQ Al Jannah
4.	2021	Direktur operasional PT. JKM (Jejaring Kampus Merdeka)	Bergerak dibidang pengembangan materi bahan ajar untuk Institusi /Universitas swasta.
5.	2023	Mendirikan lembaga Madarasah Ibtidaiyah	MI - Al Jannah Islamic School