



ANALISIS VISUAL SPANDUK BERBASIS AI GEMINI DAN PREFERENSI PENGGUNAANNYA PADA UMKM KULINER DI CICURUG

Shiva Ahsya Eka Putri¹, Rifky Nugraha², Irving Gustav Salim³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik,
Komputer dan Desain, Universitas Nusa Putra

¹shiva.ahsya@nusaputra.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas visual promotional qualities *Artificial Intelligence (AI) Gemini* berdasarkan komponen dan prinsip Desain Komunikasi Visual (DKV) dan untuk mengetahui faktor-faktor pilihan pelaku UMKM kuliner dalam mengadopsi teknologi ini. Penelitian dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif menggunakan studi kasus pada UMKM Batagor di Taman Rekreasi Cimelati, Cicurug. Data dikumpulkan dengan penilaian visual terhadap item iklan perusahaan, yaitu spanduk gerobak, dan wawancara mendetail dengan pemilik bisnis. Dan dari sudut pandang kritik desain dan analisis cerita. Penyelidikan tersebut menghasilkan dua hasil utama. 1) AI Gemini dapat mengembangkan gaya visual estetika yang indah dari papan tulis lama dengan perhatian dan keseimbangan simetris yang bersih di dalam DKV. Kekurangannya adalah keterbacaan tipografi lengkung dari kejauhan, penggunaan warna *background* gelap yang tidak merangsang nafsu dominan (*emphasis*) dan terganggunya prinsip kesatuan (*unity*) sebagai konsekuensinya (Rp. 5000) label harga manual untuk mengimbangi tidak adanya informasi praktis dalam draf AI. Kedua, pilihan bisnis untuk menggantikan Gemini AI dengan desainer tradisional terutama dimotivasi oleh efisiensi biaya, kecepatan dan kepraktisan proses produksi, dan kepuasan terhadap standar estetika independen yang dianggap cukup mewah di awal bisnis. membungkuk ke tingkat pedagang kaki lima. Penelitian ini menemukan kesenjangan antara idealisme standar visual dkv dan tujuan fungsional-praktis usaha mikro.

Kata Kunci: *Artificial Intelligence (AI) Gemini*, Desain Komunikasi Visual, Kualitatif Deskriptif, Kritik Desain, Media Promosi, UMKM Kuliner.

Article History

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagiarism Checker No

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif di era digital saat ini menuntut para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk lebih adaptif dalam memasarkan produknya. Di kawasan Kecamatan Cicurug, Kabupaten Sukabumi, pertumbuhan UMKM lokal khususnya pada sektor kuliner bergerak sangat pesat. Dalam daya saing bisnis yang keras, fungsi Desain Komunikasi Visual (DKV) sangat signifikan. Atribut promosi fisik khususnya spanduk atau spanduk tempat usaha menjadi identitas visual utama yang tidak hanya menarik perhatian konsumen secara langsung di jalan raya, tetapi juga meningkatkan nilai jual dan citra produk UMKM kuliner di mata masyarakat Cicurug.



Tapi sekarang, teknologi *Artificial Intelligence (AI)* Generatif ada di sana dan secara besar-besaran mengubah bidang desain. Teknologi berbasis *AI Text-to-image (text-to-image)* seperti Gemini sekarang dapat membuat aset gambar spanduk dalam hitungan detik menggunakan instruksi khusus teks (*prompt*). Fasilitas Akses ini memberikan kemungkinan-kemungkinan baru yang sangat menarik bagi perusahaan karena teknologinya dapat digunakan dengan segera dan gratis.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang digunakan dalam naskah ini, pembahasan *AI* dalam desain lebih banyak diarahkan pada perubahan profesi, peluang dan tantangan teknologi, serta hubungan antara kreativitas manusia dan sistem generatif. Kajian tersebut belum secara spesifik menghubungkan evaluasi kualitas visual media promosi fisik berbasis *AI* dengan alasan praktis pelaku usaha mikro dalam memilih teknologi tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan spanduk promosi UMKM sebagai objek visual sekaligus mengkaji pertimbangan pengguna dalam mengadopsi *AI Gemini*

Dalam konteks ini, diperlukan penyelidikan terperinci tentang efek sebenarnya dari penerapan teknologi *Artificial Intelligence (AI)* di tingkat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kualitas visual karakteristik spanduk iklan berbasis Gemini yang digunakan oleh UKM kuliner di Cicurug dari segi kriteria inti DKV (seperti komposisi, *font*, warna, dan *readability*). Penelitian ini juga bermaksud untuk menganalisis unsur-unsur pilihan di balik mengapa UKM kuliner di Cicurug memilih untuk memanfaatkan teknologi Gemini daripada meminta jasa desainer grafis profesional.

Studi Business Horizons menunjukkan bahwa GenAI dapat memberikan manfaat bagi UKM yang memiliki keterbatasan sumber daya, antara lain melalui penyederhanaan proses kerja dan dukungan terhadap aktivitas kreatif. OECD juga melaporkan bahwa pemasaran dan penjualan merupakan salah satu area penggunaan GenAI yang paling umum di antara UKM pengguna teknologi tersebut dalam survei lintas negara.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas visual dari atribut promosi berbasis *Artificial Intelligence (AI)* Gemini pada UMKM di Kecamatan Cicurug, Sukabumi ditinjau dari prinsip-prinsip dasar Desain Komunikasi Visual (DKV)?
2. Apa saja faktor preferensi yang melatarbelakangi pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Cicurug, Sukabumi lebih memilih memanfaatkan desain berbasis (*AI*) Gemini dibandingkan menggunakan jasa desainer grafis profesional maupun lokal?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kualitas visual pada atribut *banner* promosi berbasis *Artificial Intelligence (AI)* Gemini yang digunakan oleh UMKM kuliner di Kecamatan Cicurug, Sukabumi berdasarkan prinsip-prinsip dasar Desain Komunikasi Visual (DKV).
2. Untuk mengidentifikasi faktor preferensi yang melatarbelakangi pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Cicurug, Sukabumi dalam memilih pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence (AI)* Gemini untuk memenuhi kebutuhan desain promosi mereka dibandingkan menggunakan jasa desainer grafis profesional.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis: Untuk memperkaya kajian keilmuan dan referensi akademik di bidang DKV, khususnya tentang dampak penggunaan teknologi *Artificial Intelligence (AI)* seperti Gemini dalam desain spanduk promosi outdoor, dan menjadi referensi bagi peneliti lain tentang penerapan *AI* pada media promosi UMKM lokal.

Manfaat Praktis: Melatih UMKM kuliner untuk memproduksi atau memilih desain spanduk yang sesuai dengan pedoman DKV. Hal ini memberikan kesadaran kepada desainer grafis akan tuntutan pelaku usaha mikro sehingga dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan anggaran UMKM setempat.



LANDASAN TEORI

Prinsip Dasar Desain Komunikasi Visual (DKV): Menurut Supriyono (2010) DKV adalah kajian penyampaian pesan dengan menggunakan media visual yang inovatif, komunikatif dan menarik. Lima pilar dasar prinsip tata letak adalah:

- Kesatuan (*Unity*): hubungan antar elemen visual (gambar, teks, warna) disatukan untuk menciptakan tampilan yang harmonis dan tidak berbeda.
- Keseimbangan (*Balance*): sebaran daya tarik visual secara simetris atau asimetris sehingga desainnya enak dipandang dan mengatur *white space*.
- Penekanan (*Emphasis/Hierarchy*): Untuk menentukan *center of interest* yang pada awalnya dirasakan oleh *audiens* dan hierarki informasi menurut signifikansinya.
- Proporsi (*Proportion*): Rasio ukuran optimal antara elemen desain dan ruang tata letak
- Irama (*Rhythm*): Pengulangan elemen visual yang mengarahkan mata konsumen ke arah yang berurutan dari judul hingga ajakan bertindak.

Elemen-Elemen Visual DKV: Berdasarkan teori Pujiriyanto (2005), elemen rupa pembentuk karya visual meliputi:

- Tipografi: Pemilihan dan penyusunan jenis huruf yang harus mengedepankan aspek *legibility* (kejelasan bentuk) dan *readability* (*readability* dari jarak jauh).
- Warna: Elemen yang menyampaikan pesan psikologis instan. Pada produk kuliner, warna hangat seperti merah/kuning merangsang selera makan (*visual appetite*).
- Ilustrasi/Gambar: Visualisasi produk secara konkret via foto makanan atau gaya vektor/sketsa.
- Bentuk (*Shape*): Elemen dua/tiga dimensi sebagai penegas struktur dan pembatas informasi.
- Ruang (*Space / White Space*): Area kosong yang disisakan agar desain tidak terlihat terlalu padat.

Media Promosi UMKM & Teknologi *Generative AI*: Atribut promosi (cetak dan digital) berfungsi sebagai identitas visual utama bisnis (Kotler & Armstrong, 2018). Kehadiran *Generative AI* (Russell & Norvig, 2021) berbasis *text-to-image* seperti Gemini memungkinkan pembuatan draf visual secara instan via instruksi *prompt*.

Dampak Disrupsi AI terhadap Desainer Grafis: Kehadiran AI memicu penurunan nilai komersial jasa desain dasar, berkurangnya basis konsumen UMKM bagi desainer lokal, serta risiko penyeragaman visual (kemiripan desain) antar tempat usaha akibat penggunaan basis data gambar AI yang homogen (Boden, 2018).

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu

Penulis & Tahun	Fokus Kajian	Relevansi Topik	Perbedaan dengan Penelitian Ini
Pratama Putra Mufid (2024)	Pengaruh otomatisasi AI terhadap profesi desainer.	Membahas efisiensi waktu & biaya AI.	Fokus penelitian ini pada analisis visual <i>banner</i> fisik & preferensi UMKM Cicurug.
Ismah (2024)	Peluang dan tantangan AI di industri desain.	Otomatisasi tugas rutin & ketiadaan emosi AI.	Mengeksplorasi alasan preferensi UMKM lokal memilih AI (Gemini).



Zuharmando Ghaffara et al. (2025)	Dikotomi kreativitas manusia & risiko dehumanisasi.	Isu penurunan orisinalitas seni desain.	Mengombinasikan dampak AI dengan evaluasi bentuk visual <i>banner</i> fisik UMKM.
-----------------------------------	---	---	---

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian: (Sugiyono, 2019), untuk memperluas pengetahuan fenomena AI Gemini menginterpretasikan keadaan alam di lapangan tanpa pengawasan statistik. Sumber Data:

- Data Primer: Rekaman visual fisik spanduk batagor *cart* di lapangan menggunakan Gemini AI dan hasil penelusuran mendalam dengan pemilik perusahaan.
- Data Sekunder: Jurnal ilmiah disrupsi AI (Mufid 2024; Ismah 2024; Ghaffara et al. 2025) serta buku literatur DKV (Pujiriyanto 2005; Supriyono 2010; Kotler & Armstrong 2018).

Teknik Analisis Data: Penggunaan pendekatan analisis kuantitatif interaktif (Miles et al., 2014) dengan menggunakan dua tautan utama.

1. Kritik Desain Visual: Analisis draf spanduk berdasarkan elemen (tipografi, warna, ilustrasi) dan prinsip dkv (keseimbangan, penekanan, kesatuan) .
2. Analisis Naratif Wawancara: Pengurangan dan interpretasi temuan wawancara dengan pemilik perusahaan untuk mengidentifikasi faktor penentu pilihan rasional untuk penerapan AI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian: Objek penelitian adalah usaha mikro kuliner "Batagor Bumbu Kacang Sultan" yang terletak di jalur masuk utama menuju Taman Rekreasi Cimelati, Cicurug, Sukabumi (dimulai tahun 2026) [1]. Pemilik bisnis membuat spanduk keranjang menggunakan platform AI Gemini untuk berpromosi di luar.

Analisis Elemen & Prinsip DKV pada *Banner* AI Gemini

1. Tipografi: AI Gemini menggunakan gaya *decorative script* melengkung pada kata "Batagor" dan "Sultan", dipadukan dengan *sans-serif uppercase*. Meskipun memiliki *legibility* yang estetis bernuansa vintage, aspek *readability* (keterbacaan) dari jarak jauh sangat rendah bagi pengendara di jalan raya.
2. Warna: Latar belakang didominasi warna gelap (hitam/cokelat tua *chalkboard*). Menurut psikologi warna kuliner, warna gelap kurang optimal membangkitkan *visual appetite* (selera makan), namun berhasil membentuk citra "eksklusif/mewah" sesuai nama "Sultan".
3. Ilustrasi: Menggunakan gaya visual sketsa *chalk-art*. Terdapat celah estetika (*style mismatch*) antara ilustrasi vektor artis AI dengan tampilan produk batagor kaki lima yang riil.
4. Keseimbangan & Penekanan: Memiliki keseimbangan simetris (*symmetrical balance*) yang rapi. Penekanan (*emphasis/center of interest*) terbentuk kuat pada emblem lingkaran tengah logo.
5. Kesatuan (Unity): Prinsip kesatuan terganggu akibat penempelan stiker manual polos bertuliskan "Rp. 5000" dan "BATAGOR" pada kaca gerobak untuk menutupi ketiadaan informasi harga pada draf AI Gemini.

Analisis Preferensi Pelaku UMKM

1. Efisiensi Biaya (Cost Efficiency): Modal usaha perintisan diprioritaskan untuk operasional dan gerobak. AI Gemini dapat diakses gratis tanpa biaya tambahan sewa desainer.



2. Kecepatan & Kepraktisan (Speed & Convenience): Draf visual selesai dalam hitungan menit dan langsung bisa dicetak tanpa prosedur revisi rumit.
3. Kepuasan Visual Mandiri (Perceived Quality): Pelaku usaha menganggap estetika *chalkboard* buatan AI Gemini sudah sangat mewah, keren, dan layak untuk skala usaha pedagang kaki lima.

Pembahasan

Preferensi pemilik usaha terhadap Gemini terutama berkaitan dengan efisiensi biaya, kecepatan, dan kepraktisan. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemilihan teknologi pada usaha mikro tidak hanya ditentukan oleh kesesuaian dengan standar ideal desain, tetapi juga oleh keterbatasan sumber daya dan kebutuhan operasional. Rajaram dan Tinguely (2024) menjelaskan bahwa *Generative AI* dapat memberikan peluang bagi usaha kecil dan menengah untuk menyederhanakan proses kerja serta mendukung aktivitas kreatif dengan sumber daya yang relatif terbatas. Dengan demikian, preferensi pemilik usaha dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai bentuk pertimbangan pragmatis terhadap teknologi, meskipun temuan satu kasus tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh UMKM.

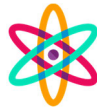
Pada sisi visual, desain berbasis Gemini menunjukkan kemampuan membentuk komposisi simetris dan pusat perhatian yang cukup jelas, tetapi masih ditemukan persoalan keterbacaan, kesatuan visual, dan kesesuaian elemen dengan konteks media luar ruang. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan AI dalam menghasilkan visual tidak secara otomatis menjamin terpenuhinya seluruh prinsip komunikasi visual. Hwang dan Wu (2024) menunjukkan bahwa AI generatif memiliki potensi penting dalam proses desain komunikasi visual, tetapi penggunaan teknologi tetap membutuhkan proses interaksi dan keputusan desain dari pengguna.

Hal yang menarik dalam penelitian ini adalah perbedaan antara evaluasi berdasarkan prinsip DKV dan persepsi pemilik usaha. Pemilik menilai desain Gemini telah cukup memenuhi kebutuhan visual usaha, sementara analisis DKV masih menemukan keterbatasan fungsional. Dengan demikian, kontribusi penelitian tidak terletak pada pembuktian bahwa AI “lebih baik” atau “lebih buruk” daripada desainer, tetapi pada identifikasi adanya jarak antara standar visual profesional dan kebutuhan praktis pengguna pada skala usaha mikro.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan studi kasus pada UMKM Batagor Bumbu Kacang Sultan di Cicurug, desain spanduk yang dibuat menggunakan AI Gemini menunjukkan sejumlah keunggulan visual berupa komposisi simetris dan pusat perhatian yang cukup kuat. Namun, dari perspektif DKV masih ditemukan keterbatasan pada keterbacaan tipografi dari jarak jauh, penggunaan warna latar, serta kesatuan visual akibat penambahan informasi harga secara manual. Penggunaan Gemini oleh pemilik usaha terutama dipengaruhi oleh pertimbangan efisiensi biaya, kecepatan dan kepraktisan proses produksi, serta persepsi bahwa kualitas visual yang dihasilkan telah memadai untuk kebutuhan awal usaha. Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan antara standar ideal desain komunikasi visual dan pertimbangan fungsional-praktis dalam penggunaan AI pada usaha mikro.

Adapun saran bagi UMKM ialah memilih warna latar terang/hangat dan memperhitungkan *readability* teks saat memberikan prompt pada AI. *Bagi Desainer Grafis*: Menawarkan paket jasa fleksibel dan terjangkau bagi skala mikro dengan keunggulan layanan konsultasi cetak. *Bagi Penelitian Selanjutnya*: Mengkaji efektivitas *prompt engineering* spesifik atau penerapan AI pada media promosi digital UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

- Boden, M. A. (2018). *AI: Its Nature and Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Ghaffara, Z., Pramayoza, & Asril. (2025). Dikotomi Kreativitas Manusia dan Risiko Dehumanisasi Seni Desain di Era Digital. *Jurnal Seni dan Desain*.
- Ismah. (2024). Analisis Peluang dan Tantangan Teknologi AI di Era Digital bagi Industri Desain. *Jurnal Komunikasi Visual dan Teknologi*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mufid, P. P. (2024). Pengaruh Otomatisasi AI Terhadap Jenis Tugas dan Profesi Desainer Grafis. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*.
- Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer: Teori dan Pengaplikasian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.