

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dan diajukan pada Program Studi komunikasi dan penyiaran islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Skripsi ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar ke sarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku

Serang, 05 Mei 2025

Materai 10.000



Ahmad Hafid fuadi

NIM: 201510105

ABSTRAK

Nama: **Ahmad Hafid Fuadi**, NIM: 201510105, Judul Skripsi: **Komunikasi Visual Warung madura Dalam Membangun Brand Image Dengan Masyarakat Desa Cisereh Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang**. Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Tahun 1446 H/ 2025 M

Komunikasi visual ialah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual yang merupakan pengolahan maklumat-maklumat tertentu untuk tujuan komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempertimbangkan komunikasi visual yang diterapkan oleh Warug Madura dalam membangun citra merek di antara orang-orang di desa Cisereh di Kabupaten Tangerang. Warung Madura terkenal karena kebutuhan yang lengkap untuk kesehariannya dan beroperasi 24 jam setiap harinya. Namun, strategi komunikasi yang efektif diperlukan untuk mempertahankan dan meningkatkan citra merek komunitas Anda di tengah-tengah persaingan bisnis kecil.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan teknik perekaman data observasional dalam wawancara dengan masyarakat dan pemilik warung dan dokumen yang stabil. Penelitian ini dimulai pada bulan September hingga Maret 2025.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Warung Madura menerapkan metode komunikasi yang lebih santai namun intensif, termasuk pendekatan pribadi terhadap pelanggan, layanan yang ramah, serta penggunaan promosi dari mulut ke mulut. Citra Merek Warung Madura cenderung memiliki jam operasional yang lebih panjang dibandingkan dengan toko di Batak dan komunitas lokal lainnya. Perbedaan yang paling mencolok antara Warung Madura dan warung lainnya adalah durasi operasionalnya. Saat ini, tidak ada batasan mengenai rentang waktu yang bisa digunakan oleh orang untuk beraktivitas. Banyak orang yang bekerja, menyelesaikan tugas rumah tangga, atau sengaja bangun hingga larut malam, sehingga Warung Madura siap melayani mereka yang membutuhkan berbagai keperluan di tengah

malam, seperti makanan instan, rokok, kopi, dan lainnya. Kondisi ini berbeda untuk warung sembako Batak, Sunda, dan lainnya yang umumnya tutup pada pukul sebelas malam. Selain itu, keberlangsungan layanan selama dua puluh empat jam serta stabilitas harga dan ketersediaan produk menjadi elemen krusial dalam membangun kepercayaan dan citra positif di mata masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang didasarkan pada interaksi sosial dan kedekatan emosional berperan penting dalam pembentukan citra merek di lingkungan pedesaan.

Kata kunci: komunikasi Visual, Visual, brand image, Warung Madura, masyarakat desa.

ABSTRACT

*Name: Ahmad Hafid Fuadi, NIM: 201510105, Thesis Title: **Visual Communication Strategy of Warung Madura in Building Brand Image with the Community of Cisereh Village, Tigaraksa District, Tangerang.** Regency, Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah, Sultan Maulana Hasanuddin State Islamic University, Banten, Year 1446 H/ 2025 M*

Visual communication is an effort made by companies to convey information, persuade, and remind consumers about their products and brands. The main goal is to increase brand awareness, influence purchasing behavior, and build consumer loyalty. One of the stalls that are widely found around the community even to the remote villages is Warung Madura. This Warung Madura generally provides a variety of complete basic needs for the community and has operational hours that are open 24 hours every day, so it is easy for the community to access the stall to buy basic needs every day, especially for the people of Cisereh Village, Tigaraksa District, Tangerang Regency, Banten.

The purpose of this study is to consider the Visual communication strategies implemented by Warug Madura in building brand image among people in Cisereh Village, Tangerang Regency. Warung Madura is famous for its complete daily needs and operates 24 hours a day. However, an effective communication strategy is needed to maintain and improve your community's brand image amidst small business competition.

This study uses a descriptive qualitative approach using observational data recording techniques in interviews with the community and shop owners and stable documents. This study began in September to March 2025.

The results of the study indicate that Warung Madura applies a more relaxed yet intensive communication method, including a personal approach to customers, friendly service, and the use of word of mouth promotion. Brand Image Warung Madura tends to have longer operating hours compared to shops in Batak and other local communities. The most striking difference between Warung Madura and other shops is the duration of its operation. Currently, there is no limit on the time span that people can use for activities.

Many people work, complete household chores, or deliberately stay up late at night, so Warung Madura is ready to serve those who need various necessities in the middle of the night, such as instant food, cigarettes, coffee, and others. This condition is different for Batak, Sundanese, and other grocery shops which generally close at eleven at night. In addition, the continuity of service for twenty-four hours as well as the stability of prices and product availability are crucial elements in building trust and a positive image in the eyes of the community. These findings indicate that a communication approach based on social interaction and emotional closeness plays an important role in forming brand image in rural areas.

Keywords: *Communication strategy, Visual, brand image, Warung Madura, village community.*



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
FAKULTAS DAKWAH**

Jl. Syekh Nawawi Al-Bantani, Curug, Kota Serang,
Telp. 0254-2003323, Fax. 0254-200022

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth.
Lampiran	: 1 (satu) eksemplar	Dekan Fakultas Dakwah
Hal	: Ujian Skripsi	UIN SMH Banten
	a.n Ahmad hafid fuadi	Di –
	NIM. 201510105	Serang

Assalamu’alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara Ahmad Hafid Fuadi, NIM: 201510105 dengan judul Skripsi: **“Komunikasi Visual Warung Madura Dalam Meningkatkan Brand Image Dengan Masyarakat Desa Cisereh Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang”**, dapat diajukan dalam sidang munaqasah pada Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian, atas perhatian Bapak dan Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Serang, 30 April 2025

Pembimbing I

Dr. Kholid. M.Si.

NIP. 19650216199903 1 001

Pembimbing II

Desty Prawatiningsih, M.Si

NIP. 19851215201903 2 009

LEMBAR PERSETUJUAN

**KOMUNIKASI VISUAL WARUNG MADURA DALAM
MENINGKATKAN BRAND IMAGE DENGAN MASYARAKAT
DESA CISEREH KECAMATAN TIGARAKSA KABUPATEN
TANGERANG**

Oleh:

Ahmad Huafid Fuadi

NIM: 201510105

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Kholid. M.Si.

NIP. 19650216199903 1 001

Pembimbing II



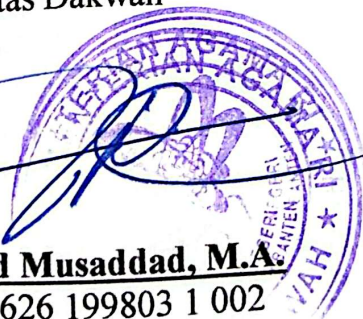
Desty Prawatiningsih, M.Si.

NIP. 19851215201903 2 009

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Dakwah



Dr. H. Endad Musaddad, M.A.

NIP: 19720626 199803 1 002

Ketua Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam



Tb. Nurwahyu. S.Ag..M.A.


NIP: 19711026200003 1 002

PENGESAHAN

Skripsi a.n Ahmad Hafid Fuadi, NIM : 201510105 yang berjudul “Komunikasi Visual Warung Madura Dalam Meningkatkan Brand Image Dengan Masyarakat Desa Cisereh Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang”, telah diujikan dalam sidang munaqasah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 15 Mei 2025, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Sastra Satu (1) pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasah,

Ketua Merangkap Anggota,



Prof. Dr. Hj. Umdatul Hasanah, M.Ag.

NIP. 19700529 199603 2 001

Anggota,

Penguji I

Sekretaris Merangkap Anggota,



Fahma Islami, M.Si.

NIP. 19920908 201903 2 022

Penguji II



Muhibuddin, M.Si.

NIP. 19700620 199903 1 004

Pembimbing I



Gian Nova Sudrajat Nur, M.Hum.

NIP. 19911106 201903 1 011

Pembimbing II



Dr. Kholid, M.Si.

NIP. 19650216199903 1 001



Desty Prawatiningsih, M.Si.

NIP. 19851215201903 2 009

MOTO HIDUP

“Kesopanan Lebih Dihargai Dari Pada Umur,
Sebab Etika Itu Ditata Bahasa Bukan Ditata Usia.”

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ahmad Hafid Fuadi, lahir di Tangerang pada tanggal 26 Oktober 2002, penulis adalah anak pertama dari tiga bersaudara. Orang tua penulis bernama Bapak Ahmad Rifai Arif dan Ibu Arbaiti.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis antara lain Mi Al-Ikhlas lulus tahun 2014, MTS SMA Daarul Ahsan lulus tahun 2014-2020, kemudian melanjutkan Pendidikan di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dengan mengambil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah angkatan 2020.

Selama menjadi Mahasiswa pun penulis aktif dalam komunitas dan organisasi kampus external kampus, komunitas Dakwah (komdak) sebagai pengurus divisi pendidikan agama, organisasi external kampus Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) sebagai pengurus komisariat ushada kapid PTKP (Perguruan Tinggi Kemahasiswaan Dan Pemuda) tahun 2022-2023, menjadi pengurus HMI cabang serang sebagai wasekumbid PU (Pemberdayaan Umat) 2024-2025, Menjadi pengurus LAPENMI Cabang Serang sebagai Direktus Usaha Antar Lembaga pada tahun 2022-2023, menjadi Ketua Umum Forum Silaturahmi Alumni Daarul Ahsan Cabang Serang (FORSADA) tahun 2023-2025.

Demikian catatan singkat mengenai riwayat hidup penulis selama menempuh pendidikan.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, karya kecil ini penulis persembahkan teruntuk orang-orang yang penulis sayangi:

1. Panutan hidupku, ayahanda Ahmad Rifai Arif, Ayah sekaligus motifator hidup, karnanya aku kuat untuk menjalani hidup sampai detik ini. Banyak motivasi-motivasi yang terus di wejangkan beliau untk diriku. Hingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar sarjana yang selama ini penulis impikan. Maka, skripsi ini penulis persembahkan untuk panutan penulis di dunia.
2. Pintu surgaku, ibunda tercinta Arbaiti, ibu sekaligus penyemangatku, karna doa-doanya pun aku bisa menjalankan segala sesuatu sampai saat ini. Penasihat yang tak pernah ada bosan nya. Penyabar yang taka ada batasnya. Penyayang yang tak pandang bulu. Hingga, sulit rasanya untuk penulis apabila gelar sarjana ini tidak ku persembahkan untuknya. Maka, gelar ini ku persembahkan untuk malaikat pelindung penulis di dunia.
3. Adik tercantik, Masriyatul Fitriah dan Masitutun Anida, meraka menjadi salah satu alasan penulis untuk selalu menjalani hidup agar lebih baik. Terimakasih sudah menjadi adik-adik yang hebat dan baik.
4. Kepada para kawan-kawan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas cacian makian dan dukungan apapun yang kalian berikan kepada penulis, hingga penulis semangat dan termotivasi atas wejangan yang di berikan, penulis ucapkan termikasih untuk kawan-kawan yang sudah mau di repotkan oleh penulis.
5. Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Bapak Dr. Kholid.M.Si. dan Ibu Desty Prawatiningsih, M.si. selaku dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih banyak Bapak dan Ibu sudah membantu selama ini, sudah

dinasehati, sudah diajari, dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.

6. Kepada diriku sendiri, terimakasih sudah menjadi diri sendiri dan selalu mengusahakan hal-hal yang ingin ku capai, termasuk skripsi ini ku persembahkan untuk diriku dan motivasiku untuk kehidupan selanjutnya.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan karunianya kita umat muslim masih diberikan nikmat sehat wal'afiat. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita umat muslim dari zaman yang gelap menuju zaman yang terang benderang ini.

Alhamdulillah atas bantuan Allah dan didampingi dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“KOMUNIKASI VISUAL WARUNG MADURADALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE DENGAN MASYARAKAT DESA CISEREH KECAMATAN TIGARAKSA KABUPATEN TANGERANG”**

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya:


1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd., Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar di lingkungan UIN SMH Banten.
2. Bapak Dr. H. Endad Musadad, S.Ag., M.A. Dekan Fakultas Dakwah UIN SMH Banten yang telah mendorong penulis dalam penyelesaian studi dan skripsi.
3. Bapak Tb. Nurwahyu, M.A., Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.
4. Dr. Kholid. M.Si. Sebagai pembimbing I yang telah membimbing, mengarahkan, juga meluangkan waktu, ilmu, dan energinya kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi sampai dengan selesai.

5. Desty Prawatiningsih, M.si. sebagai pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
6. Terimakasih kepada penguji I Dan Terimakasih kepada penguji II
7. Ayahandaku tercinta, Ahmad Rifai Arif selaku orang tua penulis yang sangat saya muliakan, yang tiada lelah untuk memberikan segala motivasi dalam keadaan apapun, untuk bentuk rasa cinta yang besar kepada penulis.
8. Mamahku tercinta, Arbaiti selaku orang tua penulis yang sangat saya muliakan, Yang tiada lelah melangitkan do'a untuk penulis, untuk bentuk kasih dan sayang yang tiada habisnya untuk penulis.
9. Kepada seluruh keluarga dan saudara-saudara yang selalu memberikan suport, semangat selama pembuatan Skripsi ini.
10. Kepada seluruh teman-temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karna terlalu banyak, yang telah memberikan cacian makian hinaan sehingga penulias ingin segera menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih jauh dari bentuk kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan berbagai kritik dan juga saran yang positif dari berbagai pihak atas segala kekurangan, kekeliruan dan kesalahan dalam pembuatan skripsi ini menjadi tanggung jawab penulis. Harapan penulis semoga seluruh bantuan dan motivasi yang diberikan kepada penulis menjadi amal saleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini membawa manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca umumnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Serang, 30 April 2025


Ahmad Hafid Fuadi
NIM. 201510105

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS	iv
PERSETUJUAN SIDANG	v
PENGESAHAN	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTO HIDUP	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Masalah.....	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Penelitian Terdahulu	10
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Pengertian Komunikasi	15
2. Pengertian Visual	15
3. Brand Image	17
4. Pengertian UMKM	20
5. Konsep Warung Kelontong Madura.....	22
B. Landasan Teori.....	27

1. Teori Semiotika Ferdinand De Saussure	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Metode Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian.....	32
C. Sumber Data.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian	42
1. Gambaran Umum Desa Cisereh.....	42
2. Kondisi Sosial.....	46
B. Analisis dan Pembahasan.....	50
1. Image Warung Madura.....	50
2. Persepsi Masyarakat Desa Cisereh Terhadap Komunikasi Visual Warung Madura.....	57
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
1. Elemen Visual	60
2. Persepsi Masyarakat Desa Cisereh.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Survei.....	32
Tabel 4.1 Data Penduduk	45
Tabel 4.2 Data Pendidikan	67
Tabel 4.3 Data Lembaga	67
Tabel 4.4 Data Agama.....	68
Tabel 4.5 Data Tempat Ibadah	68
Tabel 4.6 Data Pencarian.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Desa Cisereh	45
Gambar 1 Wawancara dengan Adi Fikri penjaga warung Madura.	
Gambar 2 Wawancara dengan Lestari penjaga warung Madura.....	
Gambar 3 Dokumentasi warung Madura di desa cisereh.....	
Gambar 4 Wawancara dengan Subroto penjaga warung Madura	
Gambar 5 Wawancara dengan Ibu Anah penjaga warung Madura.....	