

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tipografi

Tipografi merupakan elemen visual penting dalam sebuah desain, terutama sebagai media komunikasi untuk menyampaikan inti gagasan desain tersebut (Sihombing, 2003). Pemilihan tipografi yang tidak tepat dapat mengganggu komunikasi yang ingin disampaikan oleh desain tersebut walaupun elemen visual lain sudah dirancang dengan baik. Hal ini didukung oleh Wheeler (2018) yang mengatakan bahwa tipografi menjadi cara yang efektif untuk menyampaikan identitas suatu merek. Ambrose & Harris (2011) menambahkan bahwa bentuk huruf dalam tipografi dapat membangun karakteristik dari desain tersebut.

2.1.1. Tipografi Dalam Desain Grafis

Pada tahap proses kreatif perancangan tipografi, seorang desainer akan bertindak sebagai komunikator yang akan menyampaikan pesan atau informasi secara efisien kepada audiens. Dalam merancang tipografi, perlu diperhatikan beberapa prinsip dalam merancang. Berikut beberapa prinsip untuk merancang tipografi menurut Sihombing (2003):

1. Sintaksis tipografi

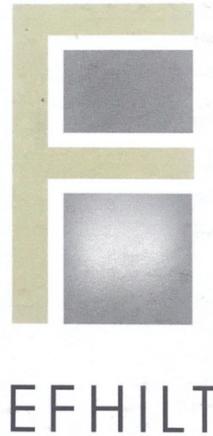
Pengertian sintaksis dalam tipografi merupakan proses penyusunan elemen-elemen visual menjadi kesatuan yang kohesif (Sihombing, 2003). Hal ini ditunjukkan melalui elemen terkecil yaitu huruf, kata, garis, kolom, & margin.

2. Persepsi visual

Prinsip ini merupakan kunci utama seorang desainer untuk menciptakan visual yang dapat dipahami oleh audiens dengan mudah. Dalam prinsip ini, teori *Gestalt* menjadi acuan utama dalam penerapannya. *Gestalt* dibagi menjadi dua bagian yaitu *figure* dan *ground* atau biasa disebut juga dengan ruang positif dan negatif. *Figure-ground* merupakan sebuah kaidah dimana mata manusia untuk memisahkan sebuah objek dengan latar belakangnya. Berdasarkan ruang negatif yang terdapat pada huruf, Sihombing (2003) membagi menjadi tiga bagian, yaitu ruang negatif bersudut lengkung, persegi-empat, dan segitiga.



Gambar 2.1. Ruang Negatif Bersudut Lengkung
(Sihombing, 2003)



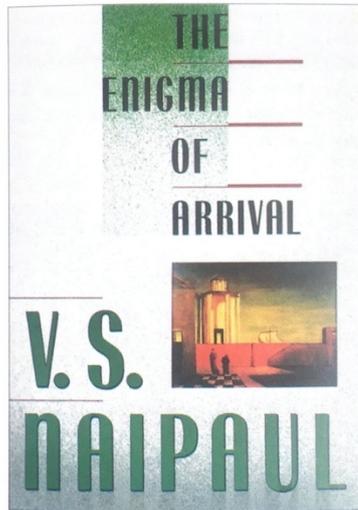
Gambar 2.2. Ruang Negatif Bersudut Persegi Empat
(Sihombing, 2003)



Gambar 2.3. Ruang Negatif Bersudut Segitiga
(Sihombing, 2003)

3. *Focal point*

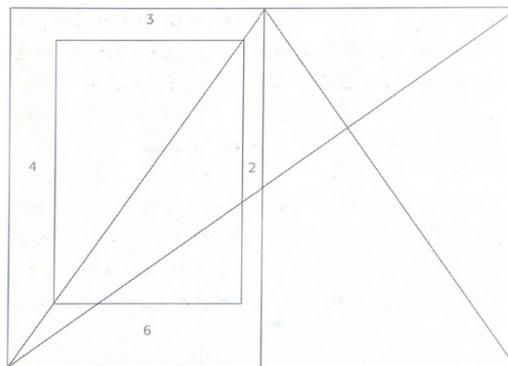
Sihombing (2003) mengatakan bahwa *focal point* merupakan cara menarik perhatian audiens dengan cara membuat rancangan visual yang dapat merangsang penglihatan audiens melalui penekanan pada suatu pola tertentu. Namun, tidak semua desain dikatakan berhasil bila menggunakan *focal point*. *Focal point* akan berhasil apabila suatu pola atau elemen visual tersebut terpisah dengan elemen lainnya.



Gambar 2.4. *Focal Point* dalam Tipografi
(Sihombing, 2003)

4. *Grid system*

Grid merupakan sebuah solusi permasalahan terhadap penataan elemen-elemen visual dalam suatu bidang atau ruang. *Grid system* merupakan perangkat yang digunakan untuk membantu dalam menyusun elemen-elemen visual. Hal ini membantu desainer grafis dalam menjaga konsistensi dan sistematika dalam sebuah desain.



Gambar 2.5. *Tschichold's Golden Section Ratio*
(Sihombing, 2003)

Golden section ratio merupakan konsep dasar yang dipakai untuk menghasilkan komposisi yang sempurna. Menggunakan *golden section ratio* akan membantu untuk mempermudah dalam menyesuaikan komposisi agar terlihat lebih proporsi dan estetik. Meskipun tidak ada aturan yang baku, ukuran margin dapat mempengaruhi dampak visual. Margin dengan ukuran yang berbeda akan memberikan kesan yang lebih dinamis.

2.2. Typeface

Visual atau desain berbentuk huruf merupakan sebuah *typeface* (Lupton, 2010). Ambrose & Harris (2011) dalam bukunya *The Fundamentals of Typography* menambahkan bahwa kumpulan karakter, huruf, simbol, angka, dan tanda baca merupakan bagian dari sebuah *typeface*. Setiap *typeface* memiliki karakteristik yang kuat dan konsisten.

2.2.1. Typeface Latin

Ambrose & Harris (2011) mengatakan bahwa huruf Latin terdiri dari 52 huruf kecil dan kapital, 10 angka, simbol, tanda baca, dan karakter lainnya. Namun penggunaan huruf Latin di setiap negara berbeda-beda terutama di Eropa. Spanyol menggunakan 30 huruf, Inggris menggunakan 26 huruf, sedangkan Italia hanya menggunakan 21 huruf.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcde
 ghijklmnopqrstuvwxyz1234567890§-=[];'\`.,/
 %^&*()_+{}:”|~<>?;#¢¶•–≠œ®†¥ø“”...
 Æ«Ç÷ÀÄÊÎÔÛØUÁÉÍÓÚåäêîôûøúáéíóú

Gambar 2.6. Bahasa Latin
(Ambrose & Harris, 2011)

2.2.2. Anatomi Huruf

Layaknya tubuh manusia, huruf juga mempunyai istilah yang berbeda untuk setiap bagiannya (Ambrose & Harris, 2011). Berikut merupakan bagian dari anatomi huruf tersebut:

1. *Baseline*

Garis horizontal imajiner yang menjadi garis dasar untuk huruf berada. Garis ini juga digunakan untuk menjaga kontinuitas seluruh halaman dalam desain.

2. *Cap height*

Garis batas imajiner teratas untuk huruf kapital. Bagian *ascender* umumnya dirancang sedikit lebih tinggi dari garis *cap height*.

3. *Meanline*

Merupakan garis batas imajiner teratas dari *baseline* untuk huruf kecil.

4. *X-height*

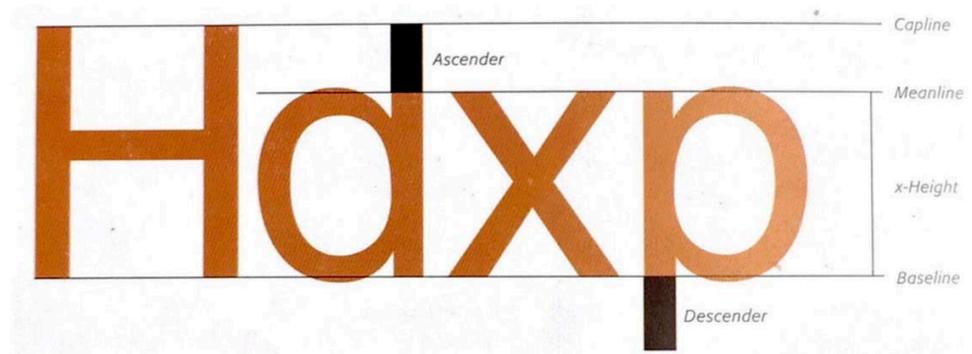
Merupakan tinggi utama badan huruf kecil. Jarak diukur dari *baseline* ke *meanline* tanpa *ascender* dan *descender*. Huruf “x” umumnya menjadi acuan utama untuk mengukur *x-height*.

5. *Ascender*

Bagian dari huruf yang lebih tinggi dari *meanline* dan diatas *x-height*.

6. *Descender*

Bagian dari huruf yang mengarah ke bagian bawah atau di bawah *baseline*.



Gambar 2.7. Anatomi Huruf
(Sihombing, 2003)

7. *Apex*

Pertemuan antara garis kanan dan kiri pada huruf di bagian ujung atas seperti pada huruf A.

8. *Arms*

Garis horizontal seperti pada huruf T, E, dan F yang terputus. *Arm* juga terdapat pada huruf K dan Y yang ditunjukkan pada garis mengarah ke atas.

9. *Bowl*

Bagian dari huruf yang menutupi area terutama pada huruf yang melingkar.

Bowl tidak selalu tertutup, tetapi ada juga bagian yang terbuka.

10. *Bracket*

Bentuk transisi yang menghubungkan bagian *stem* dan *serif* pada huruf.

11. *Crossbar*

Bagian yang berbentuk garis memotong pada bagian tengah huruf.

12. *Ear*

Sebuah garis kecil memanjang keluar yang dapat ditemukan pada bagian kanan atas huruf g dan r.

13. *Leg*

Garis diagonal bawah pada huruf, terdapat pada huruf K, k, dan R.

14. *Ligature*

Bagian *arm* yang memanjang untuk menggabungkan dua huruf menjadi satu.

15. *Link*

Garis yang menghubungkan dua bagian huruf seperti *bowl* dan *loop* pada huruf g.

16. *Loop*

Bagian huruf yang menutup area negatif dari huruf tersebut seperti pada bagian bawah huruf g.

17. *Serif*

Garis kecil pada ujung garis huruf utama. *Serif* memiliki arah tersendiri mengikuti bentuk dari huruf tersebut.

18. *Shoulder*

Garis melengkung yang menghubungkan *stem* dengan bagian lain dari huruf seperti bagian *leg*.

19. *Spine*

Bagian garis yang melengkung dari kiri ke kanan pada huruf S.

20. *Spur*

Bagian ujung huruf yang memiliki bentuk seperti *serif* namun lebih kecil.

Spur terdapat pada bagian ujung huruf seperti pada huruf b dan G.

21. *Stem*

Garis utama pada huruf yang berbentuk horizontal ataupun diagonal.

22. *Tail*

Merupakan garis melengkung dari sebuah huruf yang menyerupai bentuk ekor. *Tail* terdapat pada huruf R, K, dan Q.

23. *Terminal*

Bagian ujung garis huruf, garis ini bisa tidak memiliki ujung, menyambung, ataupun tidak memiliki *serif*.

2.2.3. Klasifikasi Huruf

Ambrose dan Harry (2011) mengatakan bahwa klasifikasi huruf memiliki tujuan untuk memberikan makna kepada tipografi secara tertata. Klasifikasi tersebut dapat berdasarkan dari karakter huruf, periode waktu, ataupun penggunaannya. Lupton (2010) mengklasifikasikan tipografi menjadi tujuh bagian, yaitu humanist sans serif, transitional sans serif, geometric sans serif, egyptian/slab serif, humanist/old style, transitional, dan modern. Berbeda dengan Ambrose dan Harris (2011) yang mengklasifikasikan huruf menjadi beberapa bagian, yaitu:

1. *Humanist*

Gaya *humanist* terinspirasi oleh gaya klasikal dan bentuk huruf Roman di Italia. Ciri pada gaya ini terlihat pada bagian *x-height* yang pendek, bentuk *serif* yang jelas, dan bagian *stress* yang sangat miring.

Humanist

Gambar 2.8. Gaya *Humanist*
(Ambrose & Harris, 2011)

2. *Garalde*

Gaya ini juga biasa disebut dengan gaya *old style*. Jenis gaya ini sudah berkembang sejak abad ke-16 di Perancis dan Italia. *Garalde* memiliki ciri dengan *serif* yang lebih tajam dan kemiringan *stress* yang tidak semiring gaya *humanist*. *Bembo & Garamond* merupakan contoh tipografi dari gaya *garalde*.

Garalde

Gambar 2.9. Gaya *Garalde*
(Ambrose & Harris, 2011)

3. *Transitional*

Merupakan gaya peralihan dari gaya *old style* menjadi lebih modern yang dimulai pada akhir abad ke-17. Tekanan pada bagian huruf vertikal lebih besar dari huruf melengkung. *Fournier* dan *Baskerville* merupakan contoh tipografi dari gaya *transitional*.

Transitional

Gambar 2.10. Gaya *Transitional*
(Ambrose & Harris, 2011)

4. *Didone*

Gaya ini kerap disebut dengan gaya *modern*, gaya ini mulai berkembang pada abad ke-18. Salah satu karakteristik pada gaya ini yaitu garis *stress* lurus vertikal dan *serif* yang tidak menggunakan *bracket*. Sehingga terlihat sangat kontras antara *stem* dan *serif*. Salah satu *font* di gaya ini yaitu *Didot*.



Didone

Gambar 2.11. Gaya *Didone*
(Ambrose & Harris, 2011)

5. *Slab serif*

Karakteristik pada gaya ini yaitu terdapat pada bagian *serif* yang lebih berani dengan bentuk persegi. Gaya ini juga biasa disebut gaya *egyptian* atau *antique*. Jenis *font* yang diklasifikasikan pada gaya ini yaitu *Memphis Medium*.



Slab Serif

Gambar 2.12. Gaya *Slab Serif*
(Ambrose & Harris, 2011)

6. *Lineale*

Gaya ini merupakan gaya *font sans serif* dan perkembangan dari gaya *grotesque*. Berkembang pada abad ke-19 bersamaan dengan gaya *neo-grotesque*. Salah satu jenis *font* dari gaya ini yaitu *Futura*.

The image shows the word "Lineale" in a bold, black, sans-serif font. The letters are clean and modern, with a consistent weight throughout. The word is centered on a light beige rectangular background.

Gambar 2.13. Gaya *Lineale*
(Ambrose & Harris, 2011)

7. *Script*

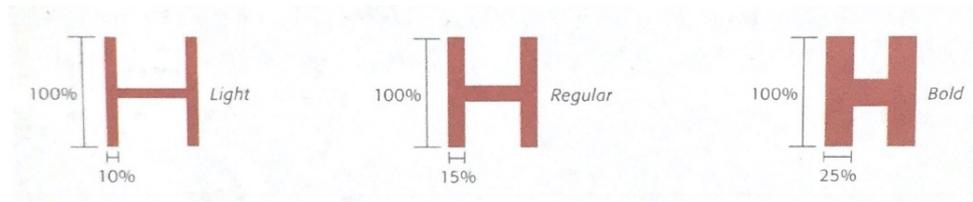
Gaya ini dibuat untuk menyerupai tulisan tangan manusia, sehingga karakter huruf terlihat menyambung. Namun, pada kategori ini tidak semua jenis *font* bergaya *script* mudah untuk dibaca.

The image shows the word "Script" in a cursive, handwritten-style font. The letters are fluid and connected, with varying line weights and a classic, elegant appearance. The word is centered on a light beige rectangular background.

Gambar 2.14. Gaya *Script*
(Ambrose & Harris, 2011)

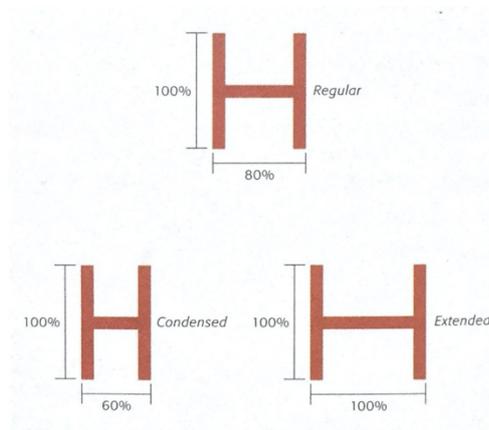
2.2.4. Keluarga Huruf

Keluarga huruf merupakan kembangan dari huruf reguler yang memiliki perbedaan pada berat huruf (Sihombing, 2003). Tidak hanya berat, proporsi dan kemiringan menjadi perbedaan tampilan dalam keluarga huruf. Ambrose & Harris (2011) menambahkan bahwa dengan menggunakan keluarga huruf, akan menciptakan komposisi desain yang rapih dan konsisten.



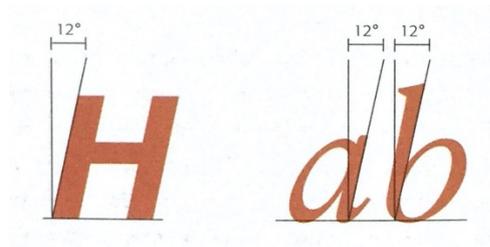
Gambar 2.15. Perbandingan Transformasi Berat Huruf
(Sihombing, 2003)

Perubahan berat huruf terlihat pada perbandingan tinggi dan lebar *stem* pada huruf. Dalam satu keluarga huruf hanya memiliki perbedaan pada lebar *stem*, tetapi memiliki tinggi yang sama. Berdasarkan dari berat huruf, anggota keluarga huruf dibagi menjadi tiga, yaitu *light*, *regular*, dan *bold*. Perbedaan berat pada huruf memberikan kesan visual yang berbeda.



Gambar 2.16. Perbandingan Transformasi Proporsi Huruf
(Sihombing, 2003)

Berdasarkan transformasi proporsi huruf, anggota huruf dibagi menjadi tiga bagian, yaitu *condensed*, *regular*, dan *extended*. Penggunaan huruf *condensed* dan *extended* tidak cocok untuk penggunaan kalimat yang panjang seperti untuk *body text*. Namun, huruf-huruf tersebut lebih cocok digunakan untuk kalimat yang pendek seperti *headline* dan *sub-headline*.

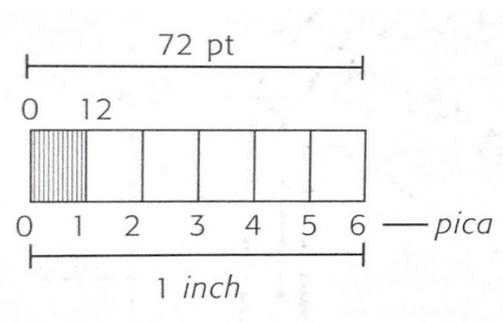


Gambar 2.17. Kemiringan Huruf
(Sihombing, 2003)

Dalam terminologi tipografi, huruf yang miring disebut dengan *italic* (Sihombing, 2003). Huruf *italic* biasa digunakan untuk memberikan *emphasis* pada kata atau bahasa asing. Sudut kemiringan yang optimal pada huruf *italic* yaitu 12°. Apabila sudut kurang dari 12°, akan sulit untuk mengidentifikasi huruf *italic*.

2.2.5. Sistem Pengukuran

Point (pt), *pica*, dan *unit* merupakan sistem pengukuran yang digunakan pada tipografi (Sihombing, 2003). Tinggi huruf diukur dengan *point*, sedangkan panjang baris diukur dengan *pica*. Satuan *unit* dipakai dalam pengukuran jarak antarhuruf dari lebar persatuan huruf. Pada teknologi *phototypesetting* dan *digital composition* juga menggunakan satuan *unit*. Sistem Anglo-Saxon sekarang menjadi acuan dalam perhitungan huruf yaitu, 72 *point* setara dengan 1 *inch* atau 6 *pica*.



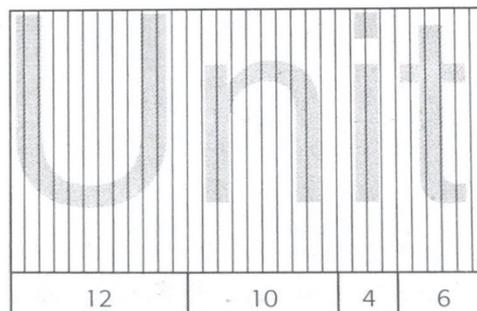
Gambar 2.18. Sistem Pengukuran Huruf
(Sihombing, 2003)

2.2.6. Pengukuran Ruang Tipografi

Selain pengukuran huruf, interval antarelemen tipografi seperti jarak antarhuruf, antarkata, dan antarbaris juga diukur dengan satuan yang berbeda (Sihombing, 2003). Jarak antarhuruf disebut dengan *kerning*, antarkata disebut *word spacing*, dan antarbaris disebut *leading*.

1. Jarak antarhuruf

Jarak antar satu huruf dengan huruf lainnya disebut dengan *kerning*, sedangkan *tracking* merupakan jarak antar huruf-huruf yang dilihat secara keseluruhan. *Phototypesetting* dan *digital composition* dalam pengukuran jarak antarhuruf menggunakan satuan *unit*. Satuan *unit* tidak menjadi acuan utama, tergantung pada sistem yang dipakai. Besaran *Em* diukur berupa kotak yang seukuran dengan huruf, kemudia bila kotak tersebut dibagi menjadi beberapa bagian disebut dengan *unit*.

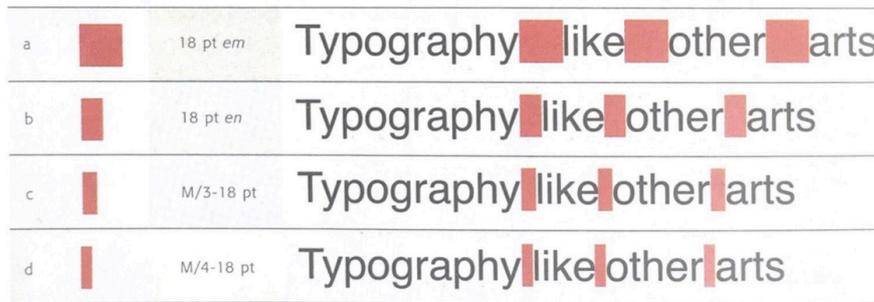


Gambar 2.19. Jarak Antarhuruf
(Sihombing, 2003)

2. Jarak antarkata

Peletakan potongan metal yang disisipkan diantara huruf merupakan cara tradisional yang digunakan untuk mengukur ruang jarak antarkata (Sihombing,

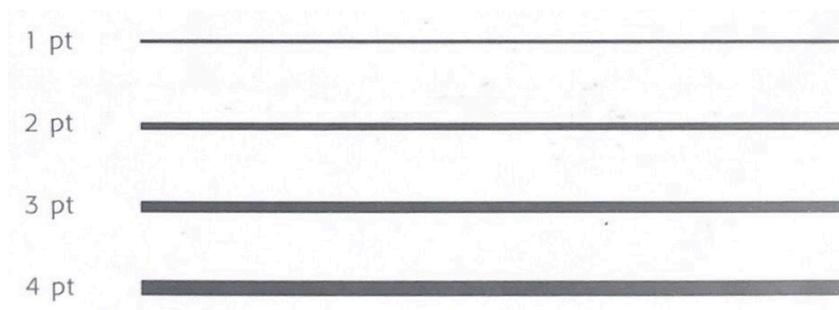
2003). Potongan metal tersebut dinamakan *quad* yang berbentuk persegi empat dan sebesar ukuran huruf. *Quad* mempunyai satuan yaitu *em*, setengah ukuran dari *em* disebut dengan *en*.



Gambar 2.20. Jarak Antarkata
(Sihombing, 2003)

3. Jarak antarbaris

Jarak antarbaris atau biasa disebut *leading* menggunakan satuan *point*. Teknik tradisional dalam mengukur jarak antarbaris sama seperti mengukur jarak antarkata. Pengukuran menggunakan metal berbentuk persegi empat yang mempunyai ketebalan beragam. *Leading* berpengaruh kepada *grayness* atau kepekatan ruang antarbaris. Semakin besar *leading*, maka tingkat *grayness* akan semakin berkurang dan begitu juga dengan sebaliknya.



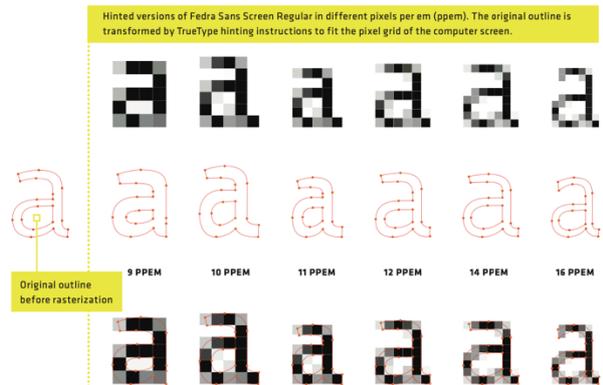
Gambar 2.21. Jarak Antarbaris
(Sihombing, 2003)

2.2.7. Type on Screen

Squire (2006) mengatakan bahwa pembaca membutuhkan waktu lebih untuk membaca teks pada layar. Huruf berbasis layar memiliki perlakuan yang berbeda dengan huruf pada media cetak. Banyak hal yang perlu diperhatikan dalam merancang huruf berbasis layar seperti *legibility* dan *readability* di layar, resolusi layar, warna, serta statisnya huruf tersebut (Squire, 2006). Dalam mengatasi *legibility* pada layar, dapat diatasi dengan merancang huruf dengan *x-height* yang tinggi, *stroke* yang lebih tebal dan tidak begitu kontras. Berikut Lupton menjelaskan lebih lanjut mengenai huruf pada layar.

2.2.7.1. Rendering type on screen

Sebuah desain harus bisa beroperasi di setiap platform, perangkat, dan *browser*. Masing-masing platform akan menerjemahkan *typeface* dalam bentuk *bitmap* yang berbeda-beda dan terkadang menjadi tidak sempurna. Format *font* terdiri dari dua jenis, yaitu *TrueType* dan *PostScript*. *TrueType* biasa digunakan untuk Windows, sedangkan *PostScript* untuk Mac. Format *PostScript* dapat menerjemahkan *font* menjadi bentuk yang lebih presisi. Namun, *TrueType* memiliki pengaturan yang disebut *hinting*. Pengaturan ini dapat mengatur bentuk *font* di setiap *browser* dan sistem operasi dengan menyesuaikan tinggi huruf, lebar *stem*, *white space*, dan kemiringan huruf *italic*. *Hinting* juga dapat menyesuaikan besar huruf berdasarkan ukuran layar dimana huruf ditampilkan.



Gambar 2.22. *Hinting Versions of Fedra Sans Screen Regular* (Lupton, 2014)

2.2.7.2. *Screen size*

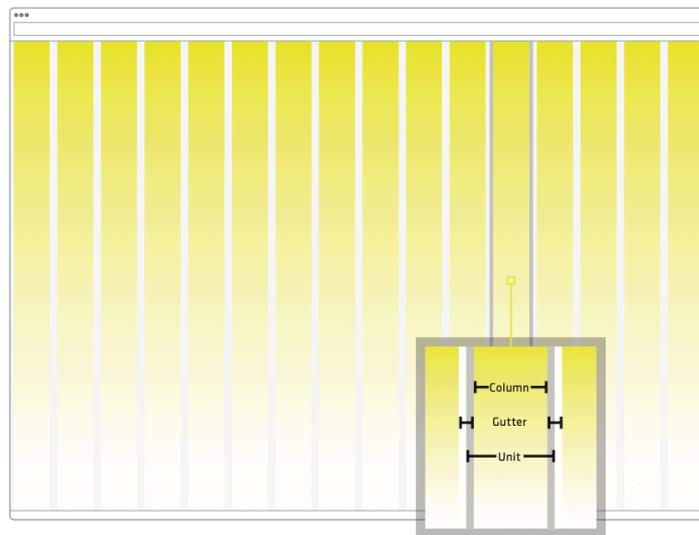
Setiap platform memiliki ukuran yang berbeda-beda, mulai dari yang kecil hingga besar. Namun, ukuran layar 1024x768 px merupakan patokan utama untuk merancang web. Pada resolusi tersebut, layar *handphone* masih dapat menyesuaikan. Tidak semua bagian layar digunakan, sebagian akan digunakan untuk menu seperti *toolbar*, *status bar*, dan *bookmarks*. Sehingga tersisa 960x650 px untuk merancang isi konten dari website tersebut.



Gambar 2.23. *Ukuran Layar* (Lupton, 2014)

2.2.7.3. *Grid untuk layar*

Layar digital memiliki sekitar seribu pixel persegi. *Modular grid* biasa digunakan dalam pembuatan *grid*. *Modular grid* membagi layar menjadi bidang vertikal dan horizontal. Pada bidang vertikal, dibagi menjadi 16 kolom. Setiap kolom dipisah oleh *gutter* yang berukuran 5 px di setiap 50 px kolom, sehingga dapat memudahkan untuk menentukan *layout*.



Gambar 2.24. *Grid untuk Layar*
(Lupton, 2014)

2.2.7.4. *Responsive Typography*

Lupton (2014) mengatakan bahwa solusi dari masalah perbedaan ukuran dan resolusi layar di setiap platform adalah dengan merancang desain *website* yang responsif. Ada dua cara dalam menyusun *layout* yang responsif, yaitu *liquid* dan *adaptive*. Melalui cara *liquid*, kolom pada *website* akan menyesuaikan pada lebar layar dengan membesar dan mengecil. Sedangkan cara *adaptive*, penggunaan kolom lebih sedikit dalam satu *grid* tanpa mengubah ukurannya. Kedua cara tersebut dapat dikombinasikan

dalam satu desain. Dalam desain yang responsif tidak hanya *layout* yang responsif, tetapi dibutuhkan juga *font* yang responsif.

2.2.7.5. Type size

Lupton (2014) mengatakan bahwa dalam ukuran huruf di layar menggunakan empat satuan, yaitu *pixels*, *points*, *em*, dan *percentages*. Ukuran huruf yang digunakan pada layar berbeda dengan media cetak. *Pixels* dan *points* adalah satuan yang sudah ditentukan oleh *browser*. Sedangkan *em* dan *percentages* adalah satuan yang bisa menyesuaikan pada ukuran dari *website*.

2.2.8. Custom Typeface

Custom typeface merupakan huruf yang dirancangan hanya untuk kepentingan dalam suatu rancangan tertentu (Sihombing, 2003). *Custom typeface* dapat mencerminkan identitas yang dapat digunakan secara konsisten. Perancangan *custom typeface* juga dapat memberikan kesan baru dan lebih berkarakter.

2.3. Font

Sebuah *typeface* yang berformat digital disebut dengan *font*. *Font* dikenal juga sebagai perangkat yang dapat diakses, dipasang, dan dapat menjadi *output* sebuah desain. Dalam satu *typeface*, bisa terdiri dari beberapa *font*. (Lupton, 2010).

2.3.1. Format Font

Format *font* semakin berkembang dan berinovasi dari waktu ke waktu. Pada dasarnya format *font* lama masih bisa digunakan pada sistem sekarang. Menurut Lupton (2010), format *font* dibagi menjadi tiga yaitu, *PostScript*, *TrueType*, dan

OpenType. Format *PostScript* dikembangkan oleh Adobe yang digunakan untuk mendapatkan gambar dengan resolusi tinggi pada kertas atau film. Format *TrueType* merupakan format baru yang dikembangkan oleh Apple dan Microsoft untuk sistem operasi mereka. Format ini lebih mudah digunakan karena hanya menggunakan satu file aja. Sedangkan format *OpenType* merupakan format yang dikembangkan oleh Adobe. *OpenType* dapat berfungsi di berbagai platform dan dapat memuat hingga 65.000 karakter dalam satu file *font*.

2.3.2. Unicode

Unicode adalah sistem internasional yang mengidentifikasi sistem penulisan di dunia (Lupton, 2010). *Glyphs* merupakan pengembangan dari setiap karakter. Setiap karakter tersebut yang mempunyai fungsi berbeda akan terdaftar dengan kodenya tersendiri. Begitu juga dengan *glyphs* yang memiliki kode tersendiri.

	000	001	002	003	004	005	006	007
0	NUL	DL	SP	0	@	P	`	p
1	SOH	DC1	!	1	A	Q	a	q
2	STX	DC2	"	2	B	R	b	r
3	ETX	DC3	#	3	C	S	c	s
4	EOT	DC4	\$	4	D	T	d	t
5	ENQ	NAK	%	5	E	U	e	u
6	ACK	SYN	&	6	F	V	f	v
7	BEL	ETB	'	7	G	W	g	w
8	BS	CAN	(8	H	X	h	x
9	HT	EM)	9	I	Y	i	y
A	LF	SUB	*	:	J	Z	j	z
B	VT	ESC	+	;	K	[k	{
C	FF	FS	,	<	L	\	l	
D	CR	GS	-	=	M]	m	}
E	SO	RS	.	>	N	^	n	~
F	SI	US	/	?	O	_	o	DEL

Gambar 2.25. *Basic Latin Unicode*
<https://unicode.org/charts/PDF/U0000.pdf>

2.4. *Digital Publishing*

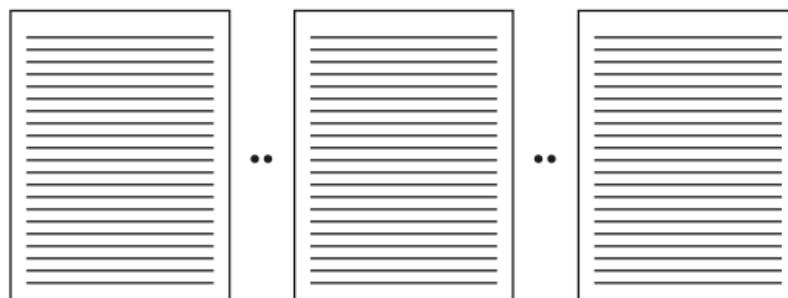
Digital publishing mengubah pembaca menjadi lebih berinteraksi dengan konten, tidak hanya sekedar membaca saja. Pembaca juga dapat menentukan konten apa yang ingin dibaca. Selain itu pembaca juga bisa memilih di mana, kapan, dan menggunakan media apa untuk membaca.

2.4.1. *The Flow of Content*

Lupton (2014) mengatakan bahwa setiap cara penerbitan memiliki cara membaca yang berbeda. Bacaan yang linear, selektif, konsultatif, dan informatif akan cocok dengan sistemnya tersendiri. Berikut berbagai model aliran pada konten digital media menurut Lupton (2014):

1. *Pages*

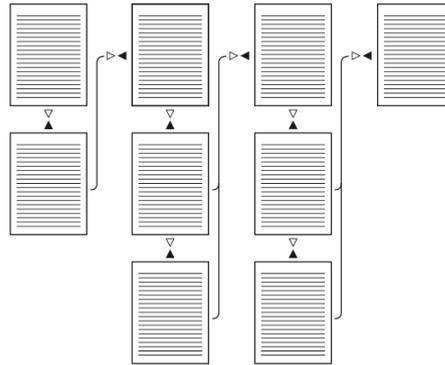
Model ini memiliki halaman yang statis seperti pada ePub atau PDF. Pada model *pages*, terdapat status bar yang menunjukkan jumlah dan persentase halaman yang sudah dibaca.



Gambar 2.26. *Pages*
(Lupton, 2014)

2. *Laundry line*

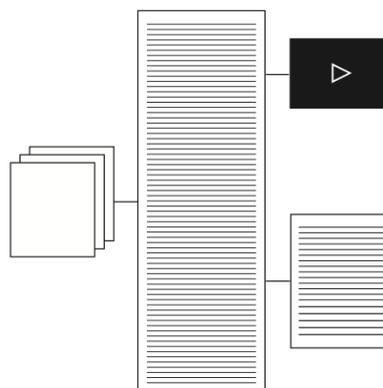
Serangkaian teks yang tergantung namun tetap pada satu garis utama. Pada model *laundry line*, navigasi dapat dilakukan dengan menggulung halaman secara vertikal ataupun horizontal.



Gambar 2.27. *Laundry Line*
(Lupton, 2014)

3. *Spine*

Model ini biasa digunakan dalam jurnalisme *online* dengan mengelompokkan artikel disamping halaman utama. Kotak disamping bisa berupa artikel, video, atau infografis. Model ini digunakan oleh New York Times dalam mengatur media-media pendukungnya.



Gambar 2.28. *Spine*
(Lupton, 2014)

4. *Scroll*

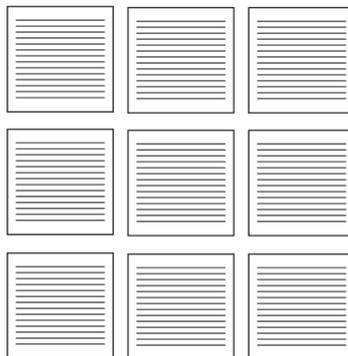
Model ini merupakan model yang sudah lama digunakan seperti pada buku. Halaman pada model *scroll* berbentuk horizontal. Model ini juga dipakai sebagai dasar penulisan HTML.



Gambar 2.29. *Scroll*
(Lupton, 2014)

5. *Grid*

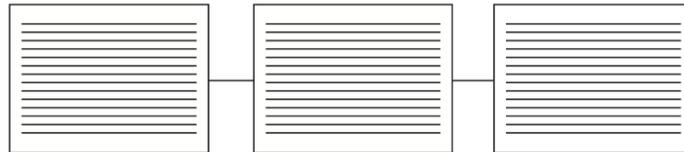
Model ini menyatukan elemen-elemen disetiap grup. Setiap grup tersebut tetap terhubung dan memiliki kesamaan tertentu. Pinterest dan Flipboard merupakan contoh yang menggunakan model ini.



Gambar 2.30. *Grid*
(Lupton, 2014)

6. *Slides*

Tampilan pada model ini terlihat seperti film. Konsep pada model *slides* ini yaitu dengan memotong dan membagi konten menjadi beberapa bagian. Kemudian setiap potongan itu akan muncul satu persatu.



Gambar 2.31. *Slides*
(Lupton, 2014)

2.5. Buku

Dalam perancangan ini, penulis akan merancang *typeface* yang kemudian akan ditampilkan melalui *type specimen book*. Buku tersebut menjadi acuan dan panduan untuk menggunakan *typeface* yang akan dirancang. Guan (2012) mengatakan bahwa sebuah buku bisa menjadi sumber inspirasi bagi desainer untuk merancang buku. Sehingga konten dari buku yang akan dirancang harus sudah dipahami terlebih dahulu, lalu merancang bukunya.

2.5.1. Komponen Buku

Buku yang bisa memberikan kesan kepada pembacanya dan memiliki desain yang baik adalah buku yang sempurna (Guan, 2012). Menurut Guan (2012), buku memiliki beberapa komponen. Komponen tersebut dapat menjadi acuan dalam perancangan *type specimen book*. Komponen-komponen tersebut yaitu:

1. *Cover*

Desain *cover* merupakan hal yang penting karena melalui *cover* buku, dapat mengekspresikan isi keseluruhan dari buku tersebut. Pada bagian *cover* biasanya terdapat judul buku, penerbit, dan nama penulis. *Cover* juga bisa berisi elemen-elemen visual untuk memperindah tampilan. Selain itu, tekstur dari *cover* juga bisa lebih dieksplorasikan.

2. *Book spine*

Book spine atau biasa disebut dengan punggung buku. Punggung buku juga merupakan hal yang penting selain *cover*. Dengan permukaan untuk mendesain yang kecil, desain dari punggung buku harus bisa menunjukkan isi dari buku tersebut. Bentuk dari punggung buku biasa dibuat menonjol.

3. *Fly page*

Pembatas antara *cover* dengan isi konten buku disebut dengan *fly page*. Selain itu, ada halaman lain yang termasuk dalam *fly page* seperti *expansion page*, *copyright page*, *blank page*, *frontispiece insert* atau *title page*, *like page*, dan sebagainya. *Fly page* bisa menggunakan bahan yang berbeda sehingga menciptakan tekstur tertentu dan desain yang sesuai.

4. *Content*

Dalam mengisi konten, pemilihan *layout* dan warna harus diperhatikan supaya pembaca dapat membaca dengan jelas. Penerapan *white space* diperlukan agar tampilan bisa lebih dinamis. Pada bagian konten tertentu seperti judul, dapat menggunakan *white space* sebagai penekanan.

5. *Layout*

Tanpa disadari, *layout* akan dibaca terlebih dahulu oleh pembaca (Guan, 2012). *Layout* harus dibuat sederhana, indah, dan seharmonis mungkin. Desain harus dibuat dinamis, dengan memadukan desain yang simetri dan asimetri. Sehingga desain tidak terlihat kaku. Proporsi, warna, arah membaca, dan peletakan konten juga harus diperhatikan dengan baik. Desain buku yang baik tidak hanya berdasarkan estetika, melainkan dapat juga menyampaikan informasi kepada pembaca dengan baik.

6. *Copyright page*

Konten pada halaman ini berisi tentang penerbit, penulis, dan buku tersebut. Hal ini diatur berdasarkan informasi yang ada. Informasi tersebut dapat berupa nama, ISBN, jumlah halaman, lokasi, dan sebagainya.

2.6. Desain Grafis

Suatu permasalahan yang ada merupakan tujuan dari adanya perancangan desain grafis. Penyampaian masalah tersebut dapat dilakukan melalui visual (Landa, 2014). Perancangan *type specimen book* dalam tugas akhir ini akan dipakai sebagai panduan penggunaan *font*.

2.6.1. Elemen Desain

Bentuk, warna, garis, dan tekstur adalah elemen dasar yang ada dalam desain grafis (Landa, 2014). Dalam *type specimen book* yang akan dirancang penulis, juga terdapat elemen-elemen desain tersebut.

1. *Line*

Sebuah titik yang memanjang disebut dengan sebuah garis (Landa, 2014). Seperti pada huruf yang terbentuk dari gabungan garis-garis. Namun ada juga garis semu yang disebut *grid*. *Grid* berguna untuk membantu peletakan setiap elemen desain yang ada.

2. *Shape*

Pada dasarnya bentuk adalah sebuah bidang dua dimensi atau bidang datar. Bentuk pada perancangan *type specimen book* ini yaitu bentuk dari huruf tersebut. Huruf memiliki bentuk dasar seperti segitiga, lingkaran, dan persegi empat. Huruf H memiliki bentuk persegi empat, huruf O dengan bentuk lingkaran, begitu juga dengan huruf A berbentuk segitiga.

3. *Figure/ground*

Persepsi visual seperti ruang positif dan ruang negatif disebut juga dengan *figure* dan *ground*. Pada *type specimen book* yang akan dirancang, huruf merupakan *figur* (ruang positif). Dengan begitu pembaca dapat membedakan huruf dengan latar belakangnya.

4. *Color*

Warna dihasilkan dari pantulan cahaya oleh benda, sehingga dapat terlihat oleh mata manusia. Warna yang dihasilkan oleh layar disebut dengan warna *additive*, sedangkan warna yang dihasilkan oleh *type specimen book* yaitu warna *subtractive*. Warna primer yang dipakai yaitu *cyan* (C), *magenta* (M), *yellow* (Y), dan *black* (K).

5. *Texture*

Tekstur dapat dirasakan melalui indra peraba untuk mengetahui kualitas dari suatu permukaan. Pada buku spesimen huruf yang akan dirancang, kualitas kertas yang digunakan bisa menggunakan tekstur yang berbeda. Dengan menggunakan kertas bertekstur, dapat memberikan kesan visual yang berbeda.

2.6.2. Prinsip Desain

Dalam perancangan buku spesimen huruf ini, menggunakan prinsip desain yang dikemukakan oleh Landa (2014). Prinsip tersebut yaitu keseimbangan, format, penekanan, hierarki visual, kesatuan, irama, dan hukum visual.

1. Format

Format adalah sebuah batasan terluar dari sebuah bidang desain. Hal ini juga berlaku pada batas bidang untuk layar digital seperti layar *handphone*, *billboard*, dan sebagainya (Landa, 2014).

2. *Balance*

Kestabilan dalam desain yang tercipta dengan mengatur elemen visual dan komposisi desain di setiap sisi (Landa, 2014). Ketika keseimbangan tercipta, maka akan menghasilkan desain yang harmoni. Hal ini diperlukan dalam perancangan buku spesimen huruf penulis.

3. *Visual hierarchy*

Dalam memperjelas dan mengorganisir informasi merupakan kekuatan utama hierarki visual. Prinsip ini untuk menentukan elemen visual mana yang akan mendapatkan penekanan dan dilihat oleh pembaca.

4. *Emphasis*

Emphasis adalah penekanan yang diberikan pada sebuah elemen desain. Penakan dilakukan oleh desainer untuk menentukan elemen mana yang akan dilihat oleh pembaca terlebih dahulu. Hal ini dapat dilakukan dengan pengaturan skala, peletakan elemen, kontras, dan menggunakan penunjuk.

5. *Rhythm*

Ritme merupakan suatu pengulangan yang ada pada desain, hal ini sama seperti irama atau ritme pada musik. Ritme dapat memberikan kestabilan melalui tekstur, warna, keseimbangan, penekanan, dan *figure/ground*.

6. *Unity*

Ketika semua elemen menjadi satu kesatuan maka akan tercipta kesatuan pada desain. Hal ini tercipta secara otomatis pada otak manusia dengan mengelompokkan dan menyambungkan sesuatu berdasarkan bentuk, warna, kemiripan, posisi, dan orientasinya.

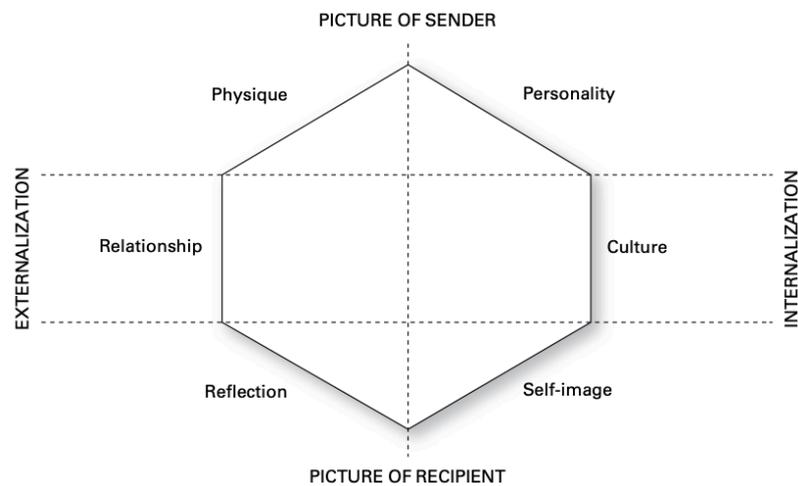
7. *Laws of perceptual organization*

Proximity, similarity, closure common fate, continuity, dan juga *continuing line* merupakan hukum-hukum visual yang harus diperhatikan. Hukum visual juga dikenal dengan istilah *gestalt*.

2.7. Brand Identity

Typeface merupakan bagian dari identitas visual, penulis perlu untuk mendalami dan mengetahui mengenai *brand* yang ingin diangkat. Kapferer (2012) mengatakan

bahwa untuk mengidentifikasi identitas *brand* dapat menggunakan *identity prism* yang dibagi menjadi enam.



Gambar 2.32. *Identity Prism*
(Kapferer, 2012)

1. *Physique*

Physique merupakan tulang punggung dari *brand* tersebut dan memiliki *value* yang nyata. Seperti halnya bunga tanpa tangkai, maka *brand* tanpa *physique* akan mati. Produk unggulan juga dapat menjadi *physique* dari sebuah *brand*.

2. *Personality*

Seperti halnya manusia, dalam *personality* sebuah *brand* diibaratkan sebagai seorang manusia. Hal ini dapat terlihat dari bagaimana cara *brand* tersebut menyampaikan jasa atau barangnya kepada konsumen.

3. *Relationship*

Relationship merupakan hubungan yang terjalin antara sebuah *brand* dengan konsumennya. Setiap *brand* memiliki caranya masing-masing untuk

mendapatkan hubungan tersebut. Seperti *brand* IBM yang menunjukkan keteraturan melalui logonya yang bergaris-garis.

4. *Culture*

Inspirasi dari sebuah *brand* bisa datang dari kebudayaan tempat asal *brand* tersebut. *Culture* menjadi aspek yang dapat mempengaruhi *brand*. Sebuah *brand* juga dapat menyampaikan budaya melalui jasa atau produknya.

5. *Reflection*

Identitas dari konsumen dapat terbentuk dari *brand* yang mereka gunakan atau pakai. *Reflection* merupakan cerminan konsumen yang dilihat melalui sisi sebuah *brand* ketika konsumen menggunakan jasa atau produknya.

6. *Self-image*

Self-image berlawanan dengan *reflection*. *Self-image* berasal dari apa yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini merupakan cermin internal dari konsumen.