



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Koran merupakan salah satu bentuk dari media massa yang menyampaikan informasi secara luas. Salah satu koran yang berkembang di Indonesia adalah Kompas. Edisi pertama Kompas terbit pada tanggal 28 Juni 1965 dan masih bertahan hingga sekarang. Dalam perkembangannya, Kompas mengalami perubahan dan meluncurkan inovasi baru, salah satunya adalah Kompas.id yang terbentuk pada tahun 2017. Kompas.id menyajikan berita dalam bentuk *website* dan aplikasi, dengan tetap memperhatikan nilai-nilai jurnalistik. Menurut Siaran Pers Harian Kompas, hadirnya Kompas.id merupakan tanggapan terhadap pola konsumsi masyarakat yang telah berubah menjadi serba digital (Sodikin, 2018).

Informasi yang disediakan oleh Kompas.id disampaikan secara tertulis melalui media *handphone*, tablet, laptop, dan media digital lainnya. Reichenstein (2006) mengatakan bahwa 95% bagian *web* didominasi oleh huruf. Peran huruf dalam Kompas.id tidak hanya sebatas untuk penulisan konten, tetapi juga sebagai identitas. Menurut Spiekermann (2014), sebuah *brand* memiliki gaya bahasanya masing-masing. Secara visual identitas suatu merek dapat dicerminkan melalui *typeface*. Oleh karena itu, pemilihan huruf dan tipografi perlu dipertimbangkan.

Saat ini Kompas.id belum memiliki *typeface*-nya sendiri dan masih menggunakan tiga jenis *font* utama berlisensi dari *type foundry*. Menurut Sihombing (2015, hlm. 186), hal ini dapat mengganggu estetika dan mengaburkan

karakteristik desain. Berdasarkan hasil kuesioner pengguna, lebih dari 50% pengguna tidak mengenali Kompas.id tanpa adanya logo dan nama *brand*. Hal ini membuktikan bahwa Kompas.id belum memiliki identitas visual lain selain logo. Hal ini juga berarti bahwa identitas Kompas.id masih belum tercermin pada *typeface* yang saat ini digunakan pada platform berita Kompas.id.

Di sisi lain, perbedaan media dan resolusi layar akan mempengaruhi pertimbangan pemilihan huruf dan komposisinya. Squire (2006, hlm. 132, 155) menyatakan bahwa *legibility* dan *readability* pada layar, pemilihan warna, ketidakstabilan huruf, serta resolusi layar membuat huruf untuk media berbasis layar berbeda dengan huruf untuk media cetak. Sebaliknya, Kompas.id masih menggunakan *font* yang sama dengan koran cetak. Tebal tipisnya *stroke* terlalu kontras dan penulisannya berdesakan. Akibat keterbacaan *font* jadi menurun.

Adanya masalah pada identitas dan fungsi huruf membuat Kompas.id memerlukan sebuah solusi berupa *typeface*. Hal ini didukung oleh Shawn Sprockett (2011) yang menyatakan bahwa perancangan *custom typeface* dapat meningkatkan kesan *iconic*, spesial, dan membuat suatu perusahaan lebih berkesan di mata konsumen secara personal. Oleh karena itu, penulis bermaksud merancang *typeface* sebagai bagian dari identitas visual Kompas.id, serta sesuai dengan medianya yang berbasis layar.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan disampaikan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *typeface* sebagai identitas visual Kompas.id?
2. Bagaimana menciptakan *font* yang dapat diaplikasikan pada platform digital Kompas.id?

1.3. Batasan Masalah

Materi yang akan dibahas pada Tugas Akhir ini akan dibatasi berdasarkan beberapa hal, yaitu:

1. Demografis

Target audiens berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh Kompas.id, target audiens berusia 26-45 tahun, serta tergolong dalam SES B dan A. Pekerjaannya adalah sebagai karyawan atau wiraswasta, baik di perusahaan swasta maupun pemerintah.

2. Geografis

Perancangan ini ditujukan untuk audiens Kompas.id, yaitu di seluruh provinsi di Indonesia (nasional). Lingkup wilayahnya adalah urban dan sub urban.

3. Psikografis

Target audiens memiliki ketertarikan terhadap berita, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan *up-to-date*, khususnya yang rela mengeluarkan uang untuk berlangganan dan meluangkan waktunya untuk membaca berita. Selain itu target audiens juga memiliki mobilitas yang tinggi dan ingin serba praktis.

4. *Output*

Perancangan *font* menggunakan Bahasa *Basic Latin* dengan format *TrueType font* (.ttf). *Type family* yang dirancang meliputi *regular*, *italic*, *bold*, dan *bold italic*. Perancangan *font* dilengkapi dengan *type specimen book* sebagai panduan penggunaan *font*, *mockup*, *gimmick*, *merchandise*, dan media lain yang menggunakan *font* yang telah dirancang oleh penulis.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penulis dalam Tugas Akhir yang berjudul *Perancangan Typeface untuk Kompas.id* adalah menghasilkan *typeface* sebagai identitas visual Kompas.id yang dapat diaplikasikan pada platform digital Kompas.id.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan *typeface* untuk Kompas.id memberikan beberapa manfaat. Pertama, penulis dapat mengetahui dan memahami proses kreatif dalam perancangan satu keluarga huruf untuk Kompas.id yang berbasis digital. Secara teknis penulis bisa lebih mendalami bagaimana menciptakan karakteristik dan kekonsistenan pada suatu *typeface*. Selain itu penulis juga akan lebih mendalami proses pembuatan *type specimen book*. Kedua, Kompas.id memiliki *typeface*-nya sendiri yang menjadi identitas visual sesuai dengan *brand image* Kompas.id. *Font* tersebut dapat diaplikasikan secara konsisten ke dalam media-media Kompas.id yang berbasis layar digital. Ketiga, bagi Universitas Multimedia Nusantara, perancangan *typeface* untuk Kompas.id ini dapat menjadi referensi literatur bagi mahasiswa desain grafis atau bagi mereka yang membutuhkan referensi dengan disiplin ilmu tipografi, khususnya dalam bidang *corporate typeface*.