



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 II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tipografi

Menurut Jury (2017, hlm. 8-11), tipografi merujuk pada pengaturan segala sesuatu yang berhubungan dengan tulisan dan metode komunikasi. Tipografi menghubungkan antara sebuah pesan dengan pembacanya sesuai dengan fungsinya pada konteks tertentu. Penerbit yang dalam mengolah karyanya membutuhkan pengorganisasian informasi sangat berkaitan erat dengan tipografi.

Landa (2010, hlm. 44) dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions* mengatakan bahwa tipografi tidak hanya merupakan desain bentuk huruf. Tipografi juga berbicara mengenai penataannya pada media, baik dua dimensi maupun ruang dan waktu. Media dua dimensi adalah media berbasis cetak dan layar, sedangkan ruang dan waktu adalah media gerak dan interaktif. Ambrose & Harris (2009, hlm. 38) menambahkan bahwa huruf dalam tipografi menjadi salah satu bagian dari desain grafis yang dapat membentuk karakter dan emosi dari suatu desain yang dirancang.

2.1.1. Prinsip Tipografi dalam Desain Grafis

Dalam mendesain karya tipografi, ada beberapa prinsip dasar yang harus diperhatikan. Beberapa prinsip dasar dalam desain tipografi menurut Sihombing (2015) adalah sebagai berikut:

2.1.1.1. *Gestalt*

Teori *gestalt* membantu seseorang dalam menyederhanakan visual. Otak manusia akan mengelompokkan elemen yang memiliki hubungan satu dengan yang lain. Sebaliknya, otak akan memisahkan elemen yang berbeda dan tidak memiliki hubungan.

Gestalt terbagi menjadi dua bagian besar. Pertama adalah *figure-ground*. Sebuah komposisi visual terbagi menjadi bidang positif dan negatif. *Figure-ground* adalah sebuah kaidah dimana mata manusia memisahkan kedua bidang tersebut agar dapat mengenal sebuah objek dan memisahkannya dari latar belakang. Sebuah objek dapat teridentifikasi dari konsep *surroundedness*, *smallness*, dan *symmetry*. Kedua adalah *perceptual grouping*. Pada hal ini otak manusia akan mengelompokkan dan memisahkan elemen yang satu dengan yang lain dari adanya *simplicity*, *closure*, *proximity*, *similarity*, dan *continuation*.

Dalam tipografi, kaidah *gestalt* dipraktikkan ke dalam sintaksis tipografi. Elemen visual disatukan dan diatur dari yang terkecil sehingga menjadi terpadu. Urutan elemen komposisi dimulai dari huruf, kata, kalimat, paragraf, garis, kolom, dan margin. Salah satu penerapannya bisa dilihat dari sebuah olahan karya desain tipografi naskah dasar.



Gambar 2.1. *Gestalt* dalam Tipografi
(Sihombing, 2015)

Kontras antara desain yang berwarna hitam dan putih menciptakan *figure-ground*, dimana teks berperan sebagai *figure*. Kemiripan terbentuk dari penggunaan jenis *font* yang sama. Meskipun demikian, audiens tetap dapat membuat pengelompokan berdasarkan perbedaan ukuran dan berat huruf. Penggunaan variasi parameter pada tipografi juga sekaligus membangun hierarki pesan dan nilai estetika. Hierarki yang terbentuk menjadi sebuah alur visual yang berkelanjutan. *Proximity* terbentuk dari penataan huruf dalam sistem kolom. Naskah dasar di atas juga memiliki *leading* yang seimbang sehingga terbentuk kesan *closure* (hlm. 191-201).

2.1.1.2. *Focal point*

Sebuah desain yang memiliki *focal point* dapat dengan cepat menarik perhatian audiens. Tetapi suatu rancangan menjadi berhasil bukan hanya karena memiliki *focal point* yang tertera secara gamblang. *Focal point*

akan terbentuk ketika sebuah elemen terasingkan dari kelompok elemen yang lain, misalnya secara penempatan atau ukuran (hlm. 202-203).



Gambar 2.2. *Focal Point* dalam Tipografi (Sihombing, 2015)

2.1.1.3. *Grid system*

Grid digunakan untuk mempermudah penempatan elemen-elemen visual yang sistematis pada bidang perancangan. *Grid* bukan sebagai pembatas kreativitas, melainkan untuk menjaga konsistensi rancangan. Ada berbagai macam *grid* yang digunakan sesuai kebutuhannya masing-masing, seperti *single-column grid*, *multi-column grid*, dan *modular grid* (hlm. 204-205).



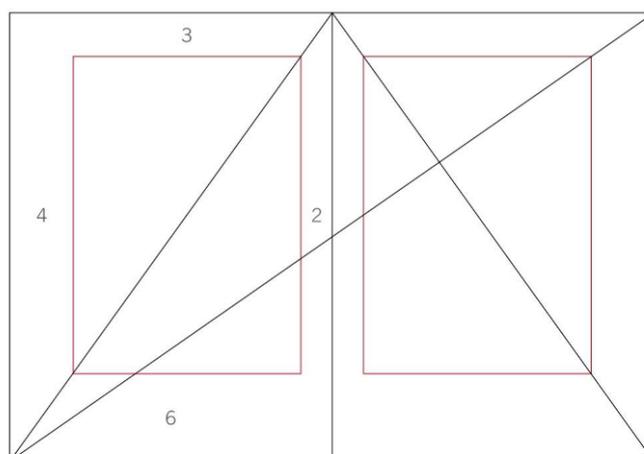
Gambar 2.3. *Single-Column Grid* (Sihombing, 2015)



Gambar 2.4. *Multi-Column Grid*
(Sihombing, 2015)



Gambar 2.5. *Modular Grid*
(Sihombing, 2015)



Gambar 2.6. *Tschichold's Golden Section Ratio*
(Sihombing, 2015)

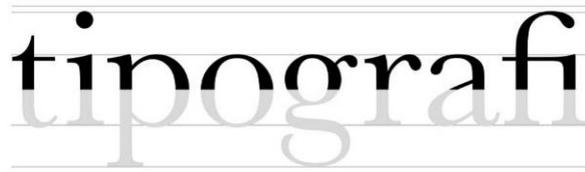
Golden ratio atau *golden section* merupakan bilangan irasional yang nilainya hampir mencapai 1,618. Perhitungan dengan *golden ratio* dipakai dalam pengaturan suatu proporsi karena estetis dan menarik perhatian. Berhubungan dengan tata letak, tidak ada aturan baku untuk mengatur besar margin, tetapi ketepatannya perlu diperhatikan karena berdampak pada nilai visual suatu karya. Margin yang asimetris akan lebih terkesan dinamis dibandingkan dengan yang simetris (hlm. 206-207).

2.1.2. Pedoman Penggunaan Huruf

Sihombing (2015, hlm. 165-171) mengatakan bahwa dalam perancangan tipografi, kaidah dalam penggunaan huruf harus diperhatikan. Dengan memperhatikan kaidah-kaidah tersebut, huruf dapat mengaktifkan gerak mata audiens. Pedoman penggunaan huruf menurut Sihombing adalah sebagai berikut:

1. *Legibility* dan *readability*

Legibility merupakan salah satu faktor kualitas desain pada setiap huruf. Semakin mudah dikenali dan dibaca, maka semakin bagus kualitasnya. *Legibility* bergantung pada ketebalan goresan, proporsi *x-height*, *ascender*, dan *descender*, sampai bidang negatif. *Readability* lebih mengacu pada kualitas rangkaian dari huruf dalam karya tipografi yang mudah dan nyaman untuk dibaca pada *layout*. Jika suatu huruf dibagi menjadi dua secara horizontal, bagian atas huruf akan lebih mudah dikenali dibandingkan dengan bagian bawahnya. Hal ini dikarenakan bagian atas huruf merupakan area yang lebih terlihat karakteristiknya.



Gambar 2.7. Karakteristik Bagian Atas Huruf
(Sihombing, 2015)

2. *Tracking* dan *leading*

Readability dalam tipografi dipengaruhi oleh *tracking* dan *leading*. Pengaturan *tracking* atau kerapatan susunan huruf perlu diatur sedemikian rupa agar tidak terlihat kabur ataupun tidak enak ketika dibaca. Huruf yang lebih kecil dari 9pt ketika dicetak memerlukan *tracking* positif.



Gambar 2.8. *Tracking* dan *Leading*
(Sihombing, 2015)

Selain *tracking*, *leading* yang tepat juga dapat meningkatkan kenyamanan dan kecepatan membaca. Waktu yang diperlukan untuk membaca akan lebih lama ketika *leading* terlalu besar atau terlalu kecil.

Ukuran *leading* yang lebih besar biasanya diperlukan ketika suatu huruf memiliki *x-height* yang besar ataupun kecil.

3. Perlakuan naskah panjang

Readability dan keindahan naskah panjang dapat ditingkatkan dengan menggunakan huruf *light* atau *regular*. Selain itu *leading* perlu diperhatikan agar mata dapat bergerak dan membaca dengan lebih cepat.

4. *Display type* dan *body type*

Display type atau huruf yang dipakai untuk judul memiliki ukuran minimum 14pt, sedangkan, *body text* memiliki ukuran maksimum 12pt. Ukuran huruf yang digunakan akan bergantung pada medianya.

2.2. Typeface

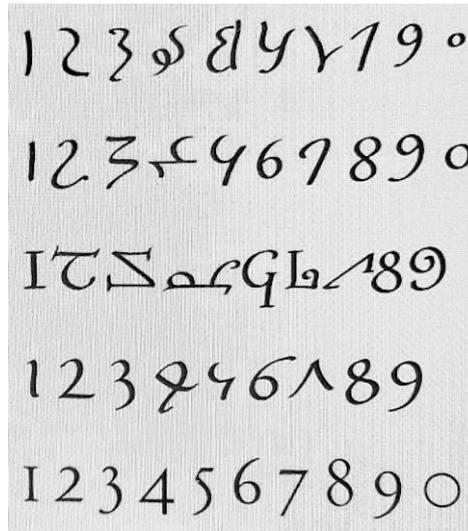
Lupton (2010, hlm. 81) mengatakan bahwa *typeface* merupakan desain atau visual dari bentuk huruf. Hal ini dilengkapi oleh Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions*. Landa (2010, hlm. 44) mengatakan bahwa *typeface* adalah sekumpulan bentuk huruf, angka, dan tanda yang memiliki properti visual yang konsisten. Suatu *typeface* memiliki karakter tertentu yang kuat dan akan tetap terlihat walau telah dimodifikasi.

2.2.1. Typeface Latin

Menurut Sihombing (2015), huruf Latin ada karena perkembangan suatu huruf yang bermula dari adaptasi alfabet Etruskia. Huruf Latin diberi nama dengan menggunakan kaidah *acrophonic*, yaitu menggunakan bunyi awal dari sebuah kata. Pada awalnya huruf Latin terdiri dari 21 huruf.

A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S R T U V W X Y Z

Gambar 2.9. Huruf Latin

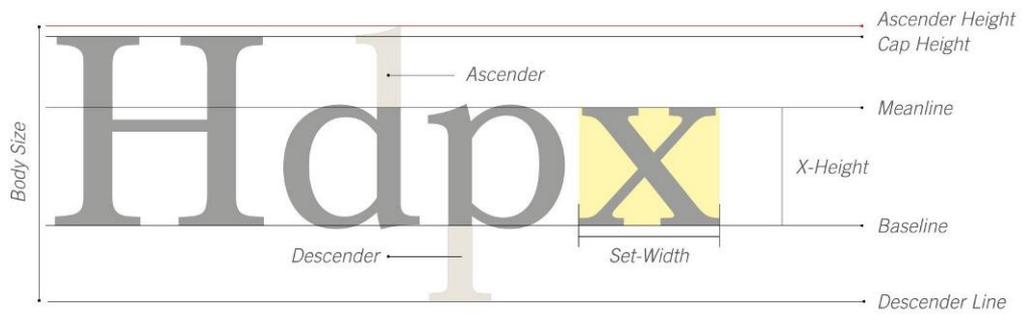


Gambar 2.10. Perkembangan Angka dari Arab
(Sihombing, 2015)

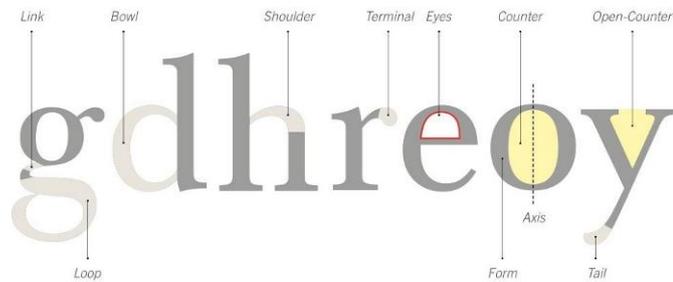
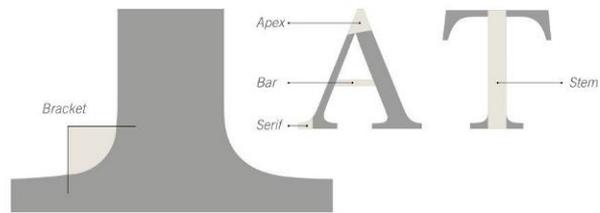
Seiring perkembangannya, pada akhir abad ke-15 telah ditetapkan huruf Latin seperti yang saat ini kita pakai. Jumlah karakternya bertambah menjadi 26 huruf. Angka yang digunakan pada huruf Latin berasal dari sumber yang berbeda, yaitu dari alfabet Arab (hlm. 54-59).

2.2.2. Anatomi Huruf

Sihombing (2015, hlm. 128) memahami anatomi huruf dapat membuat seseorang mengenal karakteristik dari sebuah huruf. Beberapa komponen dari anatomi huruf yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.11. Anatomi Huruf
(Sihombing, 2015)



Gambar 2.12. Detail Anatomi Huruf
(Sihombing, 2015)

1. *Baseline*

Merupakan garis semu horizontal untuk menempatkan huruf, sekaligus menjadi batas terbawah huruf besar dan badan huruf kecil.

2. *Cap Height*

Merupakan garis semu horizontal yang dipakai sebagai batas teratas huruf besar. *Ascender* umumnya dirancang sedikit lebih tinggi di atas *cap height*. Garis semu horizontal yang menjadi batas *ascender* disebut *ascender height*.

3. *Meanline*

Merupakan garis batas semu horizontal dari bagian teratas badan huruf kecil.

4. *X-Height*

Merupakan jarak dari *baseline* ke *meanline*, yang menjadi tinggi dari badan huruf kecil. Huruf yang paling mudah diukur ketinggiannya adalah 'x'.

5. *Ascender*

Merupakan bagian dari anatomi huruf kecil yang menuju ke atas dan terletak di atas *meanline*.

6. *Descender*

Merupakan bagian dari anatomi huruf kecil yang menuju ke bawah dan terletak di bawah *baseline*.

2.2.3. Klasifikasi Huruf

Menurut Willen dan Strals (2009, hlm. 33-35), klasifikasi huruf yang pertama dilakukan pada abad ke-19. Sifat, bentuk, dan sejarah huruf dapat dimengerti dengan baik melalui pengklasifikasian huruf. Kelompok-kelompok yang ada dapat membantu desainer dan tipografer dalam menganalisis suatu sistem

tipografi. Namun, hal yang lebih penting dari klasifikasi huruf adalah karakteristik dan sistem dari huruf itu sendiri.

Sihombing (2015) membagi huruf dalam lima klasifikasi, yaitu *old style*, *transitional*, *modern*, *egyptian*, dan *sans serif*. Dalam teori lain, Willen dan Strals (2009) mengklasifikasikan huruf secara lebih beragam, yaitu:

1. *Humanist/old style*



Adobe Garamond

Gambar 2.13. Huruf *Humanist/Old Style*
(Willen & Starls, 2009)

Karakteristik huruf ini merupakan penggabungan dari elemen-elemen kaligrafi, seperti sumbu diagonal yang ditulis dengan menggunakan dua *nib* pena, yang lebar dan sempit. Sihombing (2015) menambahkan bahwa kekontrasan *stroke* dari huruf *humanist* tidak ekstrem. Huruf ini memiliki *serif* kecil dengan sudut lengkung besar. Selain itu, terdapat kemiringan pada sumbu huruf 'O' huruf *humanist*.

2. *Transitional/neoclassical*



Baskerville

Gambar 2.14. Huruf *Transitional/Neoclassical*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini mirip dengan huruf *old style*, hanya saja goresan sumbu diagonal lebih teratur dan rasional. Kontras terlihat lebih tajam dan *serif* terlihat simetris. Sihombing (2015) menambahkan bahwa *serif* dan sudut lengkung pada huruf ini berukuran kecil. Selain itu, sumbu huruf ‘O’ tidak lagi miring seperti huruf *humanist*, melainkan tegak vertikal.

3. *Modern/didone*



Gambar 2.15. Huruf *Modern/Didone*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini memiliki karakteristik bentuk yang lebih langsing. *Stroke* huruf modern memiliki perbedaan ketebalan yang ekstrem. *Serif*-nya terlihat kaku.

4. *Slab serif/egyptian*



Gambar 2.16. Huruf *Slab Serif/Egyptian*
(Willen & Starls, 2009)

Karakteristik dari huruf ini memiliki kesamaan dengan nama hurufnya, yaitu memiliki *serif* yang berbentuk kotak. Ketebalan goresannya terlihat konstan.

5. *Clarendon*



Gambar 2.17. Huruf *Clarendon*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini merupakan bagian dari *slab serif*, sama-sama memiliki *serif* yang besar dan mengotak, hanya saja sambungan *serif* terlihat lebih mengalir.

6. *Humanist sans serif*



Gambar 2.18. Huruf *Humanist Sans Serif*
(Willen & Starls, 2009)

Karakteristik dari huruf ini terlihat dari *stroke* yang lebih termodulasi. Kontras *stroke* terlihat sudah lebih baik. Selain itu, masih terdapat *serif* pada beberapa *typeface* yang tergolong dalam klasifikasi ini.

7. *Transitional sans serif/industrial/realist sans serif*



Gambar 2.19. Huruf *Transitional Sans Serif/Industrial/Realist Sans Serif*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini tidak memiliki huruf *italic* yang tepat. Karakteristik yang terbangun dari huruf ini terlihat dari kontras *stroke* yang rendah.

8. *Geometric sans serif*



Gambar 2.20. Huruf *Geometric Sans Serif*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini terbentuk dari bidang geometri dan elemen dasar, seperti lingkaran, segitiga, dan garis lurus. Beberapa proporsi dari huruf *geometric sans serif* masih memiliki kesamaan dengan Roma klasik.

9. *Half block/octagonal*



Gambar 2.21. Huruf *Half Block/Octagonal*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini terbentuk dari garis lurus yang mengikuti bidang segi delapan.

10. *Script/cursive*



Gambar 2.22. Huruf *Script/Cursive*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini mengacu pada huruf yang ditulis oleh tangan. Goresan pada huruf satu dengan huruf yang lain tersambung sehingga terlihat mengalir. Karakter *script* adalah memiliki huruf yang miring atau *italic*.

11. *Decorative/display/ornamental*



Gambar 2.23. Huruf *Decorative/Display/Ornamental*
(Willen & Starls, 2009)

Sesuai dengan namanya, huruf ini memiliki unsur dekorasi atau ornamen. Itu sebabnya batasan klasifikasi huruf ini sangat luas. Huruf ini lebih baik digunakan dalam ukuran besar agar dapat menampilkan detailnya.

12. *Organic*



Gambar 2.24. Huruf *Organic*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini sangat mencerminkan keluwesan dari hasil goresan tangan dan mencerminkan kenaturalan. Terlihat kespontanan pada goresannya. Beberapa huruf ini tergolong dekoratif, tetapi masih dapat dibaca dalam ukuran kecil.

13. *Blackletter/old english/gothic*



Gambar 2.25. Huruf *Blackletter/Old English/Gothic*
(Willen & Starls, 2009)

Huruf ini banyak digunakan di Eropa pada abad pertengahan, tetapi perkembangannya terbatas karena huruf ini memiliki *legibility* yang rendah. Huruf ini terbentuk dari goresan *nib* pena yang lebar. Huruf kapitalnya sering dibuat detail dan penuh dengan ornamen.

2.2.4. Keluarga Huruf

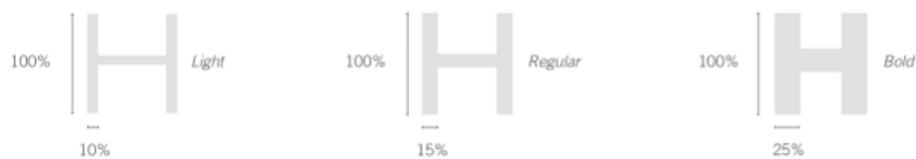
Sihombing (2015, hlm. 186) mengatakan bahwa desain yang baik adalah desain yang dalam pemilihan hurufnya memanfaatkan keluarga huruf yang ada. Penggunaan jenis huruf harus sebisa mungkin diminimalkan. Hal ini dapat meningkatkan estetika dan karakteristik desain.

Menurut Carter, Meggs, Day, Maxa, dan Sanders, layakanya sebuah keluarga di kehidupan manusia, keluarga huruf terdiri dari *typeface* yang memiliki karakteristik yang serupa. Pada mulanya, keluarga huruf dibagi menjadi tiga, yaitu *the regular roman face*, *bold* dan *italic*. Perbedaan di dalam keluarga huruf terletak pada berat dan sudut kemiringan goresan. Saat ini, variasi pada keluarga huruf juga ada pada proporsi dan elaborasi yang meliputi kerumitan, detail, dan ornamentasi (2015, hlm. 45-46).

Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
 Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
 Cheltenham
 Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
Cheltenham
 Cheltenham
 Cheltenham
Cheltenham

Gambar 2.26. Keluarga Huruf Cheltenham
(Carter et al., 2015)

Hal ini juga didukung oleh Sihombing (2015, hlm. 134-138). Terdapat berbagai perkembangan dari struktur bentuk dasar. Huruf reguler merupakan patokan dalam keluarga huruf. Tampilan variasinya dibedakan berdasarkan berat, proporsi, dan kemiringan dari huruf yang dirancang.



Gambar 2.27. Perbandingan Transformasi Berat Huruf
(Sihombing, 2015)

Transformasi berat terjadi pada perbandingan antara tinggi huruf dengan lebar *stem*. Dengan tinggi yang sama, *stem* dalam satu keluarga huruf akan

bervariasi. Transformasi berat membagi keluarga huruf menjadi tiga golongan dasar, yaitu *light*, *regular*, dan *bold*.



Gambar 2.28. Perbandingan Transformasi Proporsi Huruf
(Sihombing, 2015)

Proporsi merupakan perbandingan antara tinggi huruf dan lebar huruf. Variasi proporsi terdiri dari tiga golongan dasar. Ketiga golongan tersebut adalah *regular*, *condensed*, dan *extended*. Menurut Sihombing (2015), perbandingan ideal antara tinggi huruf dan lebar huruf reguler adalah 10:8. Tingkatan proporsi lebar huruf dalam satu keluarga adalah sebesar 20%.

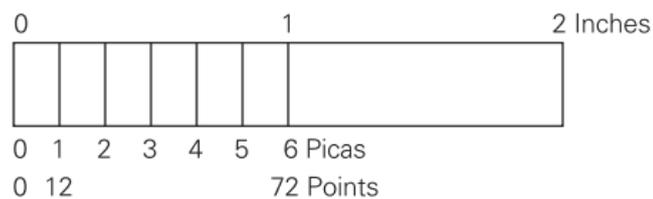


Gambar 2.29. Sudut Kemiringan Huruf
(Sihombing, 2015)

Hal terakhir yang dapat membedakan suatu *typeface* dalam satu keluarga huruf adalah sudut kemiringannya. Pada huruf *italic*, sudut kemiringan yang baik adalah 12 derajat. Huruf akan sulit dikenal sebagai tipe *italic* ketika sudut kemiringannya kurang dari 12 derajat. Sebaliknya, keseimbangan bentuk huruf akan terpengaruh ketika sudut kemiringan huruf lebih besar dari 12 derajat.

2.2.5. Sistem Pengukuran

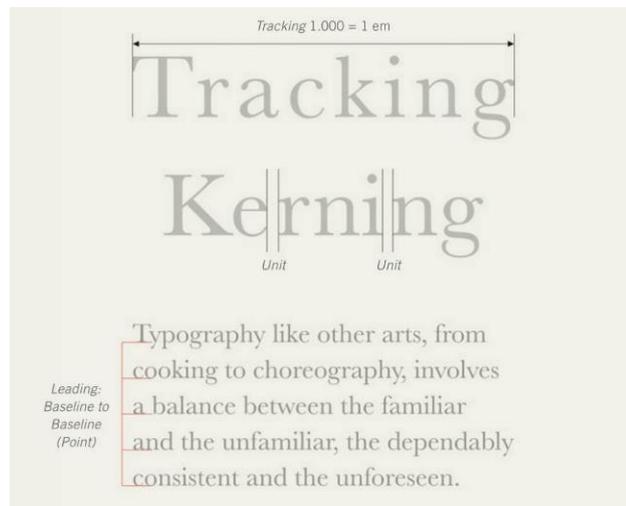
Satuan dalam pengukuran tipografi adalah *point* dan *pica*. Satuan *point* dipakai untuk mengukur tinggi huruf dan *pica* untuk panjang baris. Selain itu terdapat pula satuan *unit* yang dipakai pada penggunaan teknologi *phototypesetting* dan *digital composition*. *Unit* digunakan untuk mengukur lebar per satuan huruf serta jarak antarhuruf. Satu inci setara dengan 72pt atau enam *pica*. Satu *pica* setara dengan 12pt (Sihombing, 2015, 147).



Gambar 2.30. Pengukuran Huruf
(Carter et al., 2015)

2.2.6. Pengukuran Ruang Tipografi

Menurut Carter et al., sistem pengukuran pada tipografi tidak hanya dipakai untuk mengukur suatu huruf saja. Sistem pengukuran juga dipakai dalam mengukur jarak diantara elemen-elemen pada tipografi. Jarak tersebut meliputi *letterspacing*, *wordspacing*, dan *interline spacing* (2015, hlm. 43).



Gambar 2.31. *Tracking, Kerning, dan Leading* (Sihombing, 2015)

1. Jarak antarhuruf

Jarak antarhuruf terbagi menjadi *kerning* dan *tracking* yang merupakan ruang horizontal. *Kerning* merupakan jarak antarsepasang huruf, sedangkan *tracking* merupakan jarak antarhuruf-huruf yang dilihat secara keseluruhan dalam naskah. Sistem yang digunakan untuk mengukur *kerning* dan *tracking* dalam *phototypesetting* dan *digital composition* adalah *unit*. Nilai suatu *unit* bergantung pada sistem yang digunakan. *Em* yang berukuran 72pt dapat dibagi menjadi 18 *unit* sama besar. Setiap huruf memiliki lebar yang berbeda-beda dengan satuan yang sama, yaitu *unit* (Sihombing, 2015, hlm. 152-153).

2. Jarak antarkata

Sihombing (2015, hlm. 152) mengatakan bahwa secara tradisional, pengukuran jarak antarkata menggunakan potongan metal yang dikenal dengan istilah *quad*. Potongan yang berbentuk kotak disebut sebagai *em*, sedangkan setengahnya disebut sebagai *en*.

3. Jarak antarbaris

Jarak antarbaris disebut juga dengan *leading*. Secara tradisional, pengukuran *leading* dilakukan dengan menggunakan lembaran metal dengan ketebalan yang berbeda-beda dan diselipkan di antara baris. Saat ini satuan *point* digunakan untuk mengukur *leading*. Ukuran *leading* tidak akan mempengaruhi besar huruf, tetapi berdampak pada *grayness* atau kepekatan ruang antarbaris. *Grayness* akan semakin berkurang ketika *leading* semakin besar, dan begitu pula sebaliknya. Kemudahan dan kenyamanan membaca juga akan dipengaruhi oleh *leading*, sehingga tidak boleh terlalu kecil atau terlalu besar (Sihombing, 2015, hlm. 153-154).

2.2.7. Type on Screen

Perlakuan huruf pada media cetak berbeda dengan huruf pada layar digital. Squire (2006) menyatakan bahwa pembaca membutuhkan waktu 10 hingga 20 persen lebih lama untuk membaca teks pada layar. Tanpa disadari, ternyata ada cukup banyak permasalahan yang sering terjadi dalam penerapan *font*. Beberapa masalah tersebut antara lain adalah baris yang terlalu panjang, ukuran *font* yang terlalu kecil, tingkat keterbacaan yang rendah, jarak antarbaris yang kurang tepat, ketidaksesuaian dengan latar belakang, dan masih banyak lagi (hlm. 155).

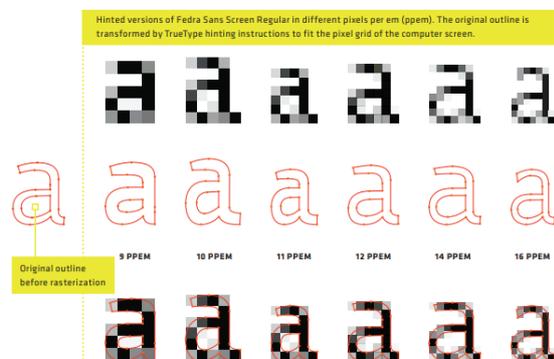
Squire (hlm. 132) menambahkan bahwa *legibility* dan *readability* pada layar, pemilihan warna, ketidakstatisan huruf, serta resolusi layar menjadi hal yang perlu diperhatikan secara lebih. Untuk meningkatkan *legibility* dan *readability* huruf, terutama yang berukuran kecil seperti pada layar *handphone*, Beier (2017) memberikan sebuah solusi. *Legibility* huruf akan meningkat bila

suatu huruf memiliki *x-height* yang besar, *stroke* yang tidak terlalu kontras dan sedikit lebih tebal, serta bentuk huruf yang lebih lebar dan terbuka. Selanjutnya, Lupton (2014) menjelaskan secara lebih lanjut mengenai huruf pada layar.

2.2.7.1. *Rendering type on screen*

Menurut Lupton (hlm. 14-15), sebuah desain dapat ditampilkan ke dalam berbagai macam platform, *browser*, dan perangkat, seperti *handphone* atau *desktop*, Mac atau Windows, LCD, dan berbagai jenis lainnya. *Typeface* yang ditampilkan pada layar diterjemahkan bentuknya dari vektor menjadi *bitmap* yang juga bisa menjadi beragam dan tidak sempurna.

Format *font* terdiri dari *TrueType* untuk Windows dan *PostScript* untuk Mac. Sebuah sistem atau *browser* dapat menerjemahkan vektor pada format huruf *PostScript* dengan lebih baik. Di sisi lain, *TrueType font* memiliki suatu perintah yang disebut dengan *hinting*. Melalui perintah *hinting*, sistem operasi dan *browser* dapat menyesuaikan bentuk huruf, seperti tinggi dan tebal batang huruf. *Hinting* juga mengkontraskan tepi huruf dengan cara mengorbankan bentuk karakter dan ruang antarhuruf.



Gambar 2.32. *Hinted Versions of Fedra Sans Screen Regular* (Lupton, 2014)



Gambar 2.33. Helvetica pada Mac dan Windows
(Lupton, 2014)

Menurut Squire (2006, hlm. 157), *serif font* pada layar tidak dapat di-render dengan baik, terlebih jika *stroke* yang digunakan tipis. Ketika menjadi bentuk pixel, bagian-bagian yang biasanya kurang sempurna adalah *serif*, *ascender*, dan *descender*. *Serif* bisa saja terlihat lebih besar, tebal, dan bergerigi. Oleh karena itu, penggunaan *sans serif* disarankan karena akan jauh lebih baik, terutama pada layar beresolusi rendah.

2.2.7.2. Ukuran layar

Ukuran dan resolusi layar terus berkembang dari waktu ke waktu. Akan tetapi terdapat sebuah ukuran yang dapat menjadi patokan dalam mendesain, yaitu 1024x768 px. Meskipun ukuran tersebut besar, layar pada *handphone* dapat menyesuainya.



Gambar 2.34. Ukuran Standar Layar
(Lupton, 2014)

Sebagian dari ukuran tersebut kemudian akan terpakai untuk beberapa menu, seperti *tools*, *bookmarks*, dan *status bars*. Ukuran yang menjadi ruang untuk mendesain konten adalah 960x650 px. Desainer dapat membagi ruang tersebut ke dalam beberapa kolom (hlm. 50-51).

2.2.7.3. *Grid* pada layar

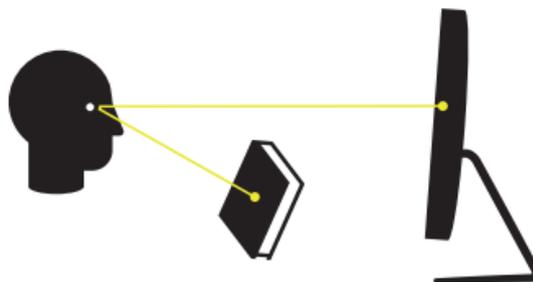
Sebuah layar terdiri dari ribuan pixel persegi. Dalam membuat *grid*, desainer dapat menggunakan sistem *modular grid*. Sistem ini membagi sebuah layar ke dalam beberapa bidang vertikal dan horizontal. Sebuah layar dapat dibagi menjadi 16 kolom. Setiap kolomnya memiliki lebar 50px dan dipisahkan oleh *gutter* selebar 5px. Hal ini dapat memudahkan desainer untuk membuat variasi *layout*. Selanjutnya ke-16 kolom tersebut dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kolom besar. Setiap kolom pada layar akan berlabuh pada beberapa titik gantung horizontal (hlm. 52-55).

2.2.7.4. *Responsive typography*

Menurut Lupton (hlm 56-57), perbedaan ukuran dan resolusi pada layar dapat teratasi dengan membangun *website* yang responsif. Ada dua cara yang dapat digunakan, yaitu *liquid* dan *adaptive*. Dalam sistem *liquid*, sebuah kolom akan membesar atau mengecil, dan konten akan mengalir. Pada sistem *adaptive*, terdapat beberapa perintah yang ditentukan oleh desainer berhubungan dengan jumlah dan lebar kolom. Desainer dapat menggabungkan kedua cara tersebut dalam membuat desain yang responsif. Selain *layout*, ukuran *font* juga harus dibuat responsif.

2.2.7.5. *Type size*

Lupton mengatakan bahwa ukuran huruf pada media cetak berbeda dengan ukuran huruf yang dilihat pada layar. Ukuran huruf pada media cetak akan terlihat terlalu kecil. Hal ini dikarenakan orang cenderung untuk memegang media cetak cukup dekat dengan mata mereka. Di sisi lain, orang akan melihat sebuah layar dengan jarak yang lebih jauh.



Gambar 2.35. Jarak Membaca
(Lupton, 2014)

Ukuran huruf pada suatu layar, terutama layar *desktop* atau *laptop*, dituntut untuk lebih besar. Ukuran huruf standar yang digunakan pada

layar adalah 12px. Saat ini, banyak desainer yang menggunakan ukuran yang lebih besar, yaitu 14px, 18px dan 21px. Semakin besar layar, sebaiknya ukuran *font* yang digunakan juga semakin besar, dan begitu pula dengan sebaliknya (hlm. 58-59).

2.2.7.6. Paragraph blocks

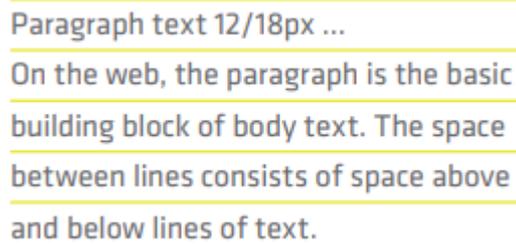
Sebuah paragraf harus dilihat dalam satu kesatuan. Sebuah paragraf yang baik terdiri dari 45-75 karakter setiap barisnya. Hal ini mempermudah kinerja mata manusia, terutama pada teks yang panjang. Ukuran *font* pada layar *handphone* dapat dibuat lebih kecil agar huruf yang dimuat dalam satu baris bisa lebih banyak (hlm. 60-61).

2.2.7.7. Space between line

Lupton (hlm. 64-65) mengatakan bahwa *leading* pada layar media digital bersifat tidak tetap. *Leading* harus dalam bentuk persentase sehingga ketika audiens membesarkan dan mengecilkan ukuran huruf, *leading* juga dapat menyesuaikan secara langsung. Jarak antarbaris yang sedikit dilonggarkan akan membuat membaca menjadi lebih rileks.

*Baselines determine the
rhythm of a printed page;
not so on the web.*

Gambar 2.36. Jarak Antarbaris pada Media Cetak
(Lupton, 2014)



Paragraph text 12/18px ...
On the web, the paragraph is the basic
building block of body text. The space
between lines consists of space above
and below lines of text.

Gambar 2.37. Jarak Antarbaris pada Media Digital
(Lupton, 2014)

Typography pada media cetak mengukur jarak antarbaris dari *baseline* ke *baseline*. Pada media berbasis layar, *leading* terbentuk dengan menambahkan ruang di bagian atas dan bawah *cap height*. Desainer bisa meminimalkan *leading* pada *headlines* yang ditulis dengan huruf *uppercase* karena mereka tidak memiliki *descenders*.

2.2.7.8. *Non-static type*

Menurut Squire (2006, hlm. 155), *type* pada layar itu tidak statis dan stabil. Apa yang ada pada layar, termasuk *type*, akan dikendalikan oleh pengguna. Salah satunya adalah dengan menggulirkan halaman pada layar. Selain itu terdapat pula perbedaan ukuran layar, warna, sistem operasi, dan *browser*. Squire (hlm. 157) menambahkan bahwa untuk mengatasi hal tersebut, desainer bisa memilih *font* yang goresannya tidak terlalu tipis.

2.2.7.9. *Typography for the internet*

Squire (2006, hlm. 160) mengatakan bahwa tidak semua *font* sudah ada di komputer. Oleh karena itu, desainer harus menuliskan urutan *font* yang dapat diakses komputer melalui kode HTML. *Font* kedua akan terlihat pada tampilan layar ketika *font* yang sebelumnya tidak dapat diakses.

2.2.8. *Custom Typeface*

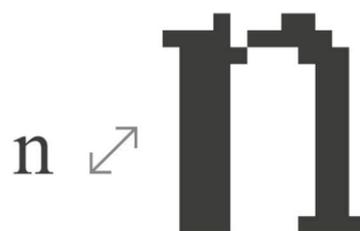
Menurut Sihombing (2015, hlm. 180-181), *custom typeface* merupakan huruf yang secara spesifik dirancang untuk kepentingan suatu rancangan grafis. Pembuatan *custom typeface* dapat merefleksikan karakteristik, memberikan kesan tertentu dan perwajahan baru. *Custom Typeface* juga dapat menjadi identitas grafis yang dapat diterapkan ke dalam berbagai media secara selaras.

2.3. *Font*

Lupton menyatakan bahwa *font* merupakan format digital untuk suatu *typeface*. *Font* juga dikenal sebagai perangkat lunak pada sistem digital yang dapat dipasang, diakses, dan menghasilkan desain (2010, hlm. 81).

2.3.1. *Jenis Font*

Sihombing (2015, hlm. 121-122) membagi huruf menjadi dua, yaitu *bitmap* dan *outline*. Huruf *bitmap* adalah huruf digital pertama yang dibuat dengan alat bernama *typesetting*. Kekurangan dari huruf *bitmap* adalah resolusinya yang tetap dalam ukurannya yang juga tetap, yaitu 72 dpi dalam ukuran 12 pt. Hal tersebut mengakibatkan huruf akan terlihat bergerigi ketika diperbesar.

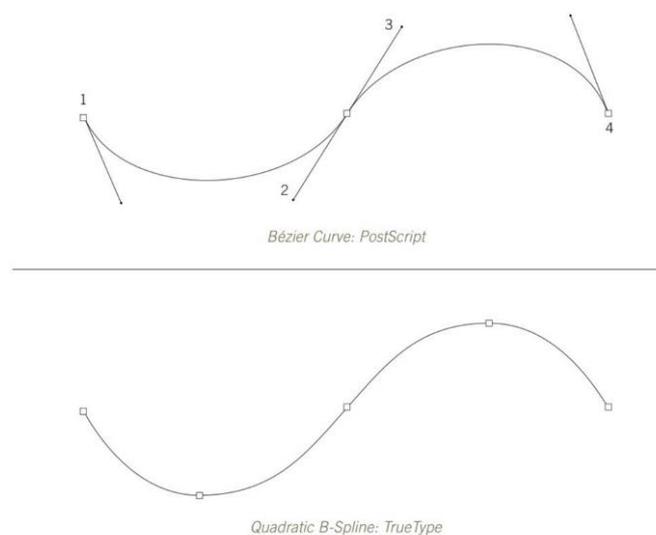


Gambar 2.38. Huruf *Bitmap*
(Sihombing, 2015)

Permasalahan tersebut menimbulkan jenis *font* baru, yaitu *outline* atau *scalable fonts*. Sistem skala yang digunakan pada *outline font* membuat *font* ini dapat dibesarkan dan dikecilkan dengan mudah tanpa mengurangi kualitasnya.

2.3.2. Format *Font*

Menurut Sihombing (2015), terdapat tiga format untuk *font*. *Outline font* memiliki format *PostScript fonts* dan *TrueType fonts* (.ttf). Perbedaan di antara keduanya terletak pada jumlah titik yang digunakan untuk membuat garis lengkung. *TrueType fonts* menggunakan metode *Quadratic B-Spline*, dimana garis lengkung dibuat dengan titik yang secara langsung diletakkan pada bagian yang dilengkungkan. *PostScript fonts* menggunakan metode *Bézier Curves*. Metode ini dapat meminimalkan jumlah titik yang digunakan untuk membuat garis lengkung, yaitu dengan dua titik akhir dan dua titik kontrol (hlm. 122-123).



Gambar 2.39. *Bezier Curves* dan *Quadratic B-Spline*
(Sihombing, 2001)

Pada penggunaannya, sistem operasi Windows menggunakan *font* dengan format *TrueType*. Sebaliknya, Mac menggunakan format *PostScript*. Adobe dan Microsoft kemudian menciptakan satu format baru untuk mengatasi perbedaan kedua sistem operasi tersebut. Format tersebut diberi nama *OpenType Fonts* (.otf).

2.3.3. Unicode

Menurut Lupton (2010, hlm. 81), *unicode* merupakan suatu sistem berstandar internasional. Sistem ini digunakan untuk mengidentifikasi sistem-sistem penulisan. Sebuah karakter yang memiliki fungsi unik akan terdaftar dan memiliki nomor kodenya sendiri. Setiap karakter dapat terdiri dari beberapa *glyphs*. Setiap *glyphs* juga akan memiliki kodenya sendiri. *Unicode* dari *Basic Latin* dimulai dari 0020 dan berakhir pada 007F.

Range: 0020-007F		Basic Latin					
	!	"	#	\$	%	&	'
()	*	+	,	-	.	/
0	1	2	3	4	5	6	7
8	9	:	;	<	=	>	?
@	A	B	C	D	E	F	G
H	I	J	K	L	M	N	O
P	Q	R	S	T	U	V	W
X	Y	Z	[\]	^	_
`	a	b	c	d	e	f	g
h	i	j	k	l	m	n	o
p	q	r	s	t	u	v	w
x	y	z	{		}	~	␣

Gambar 2.40. *Basic Latin Unicode*
<https://unicode-table.com/en/#latin-1-supplement>



Gambar 2.41. *Latin Capital Letter A Unicode*
(<https://unicode-table.com/en/#0041>)

2.4. *Digital Publishing*

Digital publishing membuat pembaca dapat berinteraksi dengan konten. Pembaca tidak hanya menentukan apa yang mereka baca. *Digital publishing* membuat pembaca bisa menentukan bagaimana, kapan, di mana, dan media apa yang akan mereka gunakan (Lupton, 2014, hlm. 79).

2.4.1. *Linear Reading*

Konten digital dapat didistribusikan melalui format standar, yaitu ePub. Format tersebut memungkinkan konten untuk dibuka pada *webpages*, PDFs, dan berbagai aplikasi pada media digital. Struktur penulisan linear sangat bagus digunakan untuk membaca teks panjang, seperti fiksi atau konten jurnalisme. Format linear dapat beradaptasi baik dengan format layar dan preferensi ukuran *font*.

2.4.2. *The Flow of Content*

Menurut Lupton (2014, hlm. 84-87), cara penerbitan dapat mempengaruhi cara membaca. Dalam sebuah desain, hal ini dipengaruhi oleh *layout* dan struktur penulisan. Setiap media memiliki alurnya sendiri.

1. *Pages*

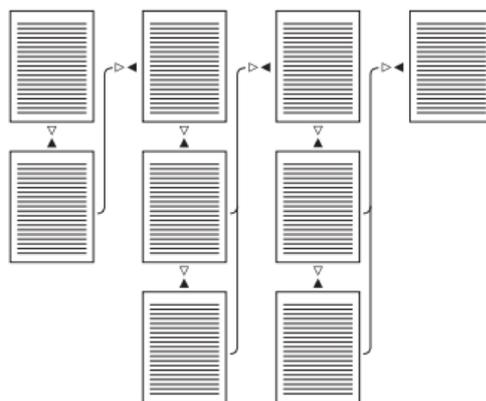
Pages biasa digunakan untuk halaman yang statis, seperti PDF atau ePub dengan *layout* yang tetap. Pada alur ini, terdapat keterangan mengenai persentase halaman buku yang dibaca.



Gambar 2.42. *Pages*
(Lupton, 2014)

2. *Laundry line*

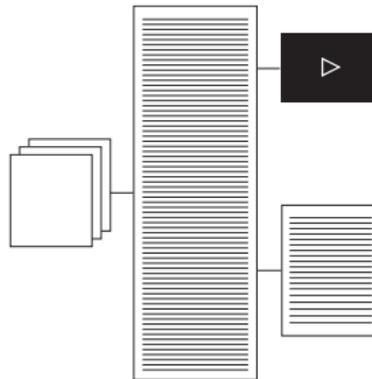
Struktur alur ini digunakan untuk *Adobe's Digital Publishing Suite* (DPS). Serangkaian teks tergantung satu sama lain dari baris yang sama. Navigasi dapat dilakukan baik secara vertikal maupun horizontal.



Gambar 2.43. *Laundry Line*
(Lupton, 2014)

3. *Spine*

Spine digunakan untuk jurnalisme *online*. Bagian tengah atau pusat merupakan sekumpulan artikel. Di kanan dan kirinya terdapat konten sampingan, seperti *slideshow*, video, atau infografik.



Gambar 2.44. *Spine*
(Lupton, 2014)

4. *Scroll*

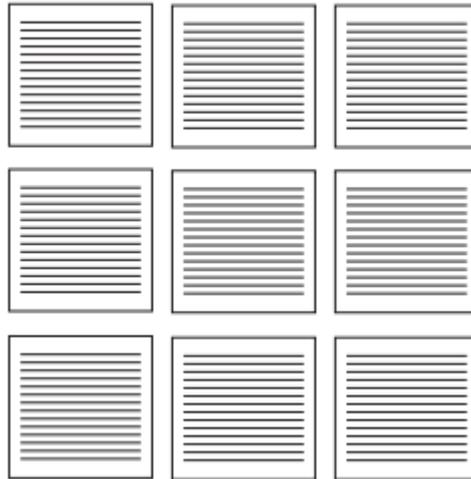
Konsep ini berasal dari gulungan kuno pada zaman dahulu. Gulungan tradisional bersifat horizontal. Sebaliknya, konsep gulungan pada media digital bersifat vertikal. *Scroll* juga menjadi dasar dari halaman HTML.



Gambar 2.45. *Scroll*
(Lupton, 2014)

5. *Grid*

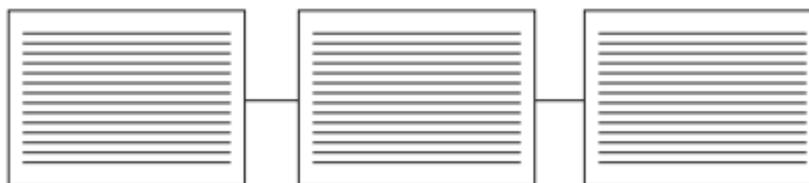
Grid digunakan untuk mengelompokkan elemen-elemen visual. Setiap kotak yang satu dengan yang lain memiliki kesamaan, tetapi tidak saling terhubung. Salah satu contoh dari pengaplikasian *grid* terlihat dari halaman Pinterest.



Gambar 2.46. *Grid*
(Lupton, 2014)

6. *Slides*

Tampilan *slides* akan terlihat seperti sebuah film. Konten pada konsep *slide* akan terpotong menjadi beberapa bagian yang seragam. Setelah itu, *frame* akan muncul secara satu persatu dan linear.



Gambar 2.47. *Slides*
(Lupton, 2014)

2.4.3. *Orbital Content*

Pembaca pada media digital merupakan *host* dari perangkat digital itu sendiri, berikut dengan aplikasi perangkat lunaknya. Sebagai pemegang kendali, pembaca akan mendapatkan pengalaman membacanya sendiri. Mereka dapat membuat koleksi bacaan, mengakses konten dari berbagai sumber dan perangkat, dan berbagai pengalaman lainnya. Pembaca juga diberi pilihan untuk menentukan kapan, di mana, dan bagaimana mereka membaca (Lupton, 2014, hlm. 88-89).

2.5. Buku

Dalam perancangan *typeface* untuk Kompas.id, penulis juga akan merancang buku, yaitu *type specimen book*. Buku tersebut dibuat untuk menjadi panduan dalam penggunaan *typeface* yang dirancang. Menurut Guan (2012, hlm. 6-7), konten atau isi dari sebuah buku akan menjadi sumber inspirasi bagi para desainer dalam mendesain buku. Oleh karena itu, desainer harus memahami kontennya terlebih dahulu. Setelah mengerti, desainer bisa memvisualisasikan dengan tepat.

2.5.1. Komponen Buku

Guan (2012, hlm. 8) mengatakan bahwa buku yang memukau adalah buku yang memiliki detail desain tertentu dan menyentuh pembacanya. Pada perancangan ini detail dapat dituangkan dalam komponen-komponen pada *type specimen book*. Menurut Guan, komponen buku terbagi menjadi beberapa bagian, antara lain:

1. *Cover*

Cover pada *type specimen book* dirancang bukan hanya sebagai pelindung. Desain *cover* merupakan hal yang vital karena mengekspresikan keseluruhan

isinya dan akan mempengaruhi persepsi pembaca. Dalam sebuah *cover* biasanya terdapat judul, nama penulis, dan penerbit. Selain itu terdapat faktor-faktor lain seperti dekorasi dan warna yang dapat memperkaya nilai *type specimen book* yang akan dirancang. Desainer juga bisa bereksperimen dengan bentuk dan tekstur *cover* (hlm. 8).

2. *Book spine*

Sisi *cover* tidak akan selalu terlihat ketika *type specimen book* diletakkan di suatu tempat. Oleh karena itu, hal kedua yang sama pentingnya dengan *cover* adalah punggung buku. Gaya dan konten dari *type specimen book* harus tercerminkan dalam punggung buku. Meskipun permukaan yang dapat didesain tidak luas, desain punggung buku harus menonjol (hlm. 8-9).

3. *Fly page*

Fly page berfungsi sebagai jembatan antara *cover* dan konten pada *type specimen book*. Beberapa halaman yang tergolong dalam *fly page* antara lain adalah *expansion page*, *blank page*, *like page*, *frontispiece inserts* atau *title page*, *copyright page*, dan lain sebagainya. Meskipun hanya sebagai penghubung, *fly page* harus memiliki desain yang menarik. *Fly page* pada *type specimen book* dapat dicetak di kertas yang berbeda dan bagus. Hal ini akan memberikan nilai lebih (hlm. 9).

4. *Content*

Hal yang paling penting untuk diperhatikan dalam pembuatan konten *type specimen book* adalah bagaimana mengatur warna dan tata letak sehingga

tidak membuat mata pembaca menjadi lelah. *White space* atau ruang kosong dapat diterapkan pada *type specimen book* untuk menciptakan kesan santai dan menyenangkan. *White space* juga dapat diterapkan pada suatu konten yang perlu penekanan. Salah satu contohnya adalah judul (hlm. 9-10).

5. *Layout*

Menurut Guan (2012, hlm. 10-11), tanpa disadari pembaca akan melihat *layout* terlebih dahulu sebelum membaca kontennya. Oleh karena itu *layout* dari *type specimen book* harus asli, indah, sederhana, dan harmonis. Desain yang simetris akan memberikan kesan kesatuan dan anggun, tetapi di sisi lain desain akan terlihat kaku. Sebuah desain juga perlu sedikit dipadukan secara asimetris. Dengan begitu desain menjadi tidak monoton tetapi tetap harmonis.

Beberapa objek yang dapat diatur dalam *layout* adalah warna, garis, dan elemen-elemen desain lainnya. Desain *type specimen book* yang baik perlu memperhatikan proporsi, arah membaca, warna, dan peletakan konten pada ruang desain yang ada. Desain tidak hanya berbicara soal estetika. Menarik memang penting, tetapi informasi juga harus dapat tersampaikan.

6. *Copyright page*

Konten pada halaman hak cipta diatur berdasarkan klasifikasi informasi. Hal yang disampaikan berhubungan dengan penulis, penerbit, dan buku itu sendiri. Beberapa informasi yang dapat ditulis adalah nama, lokasi, jumlah halaman, ISBN, dan masih banyak lagi (hlm. 11).

2.6. Desain Grafis

Menurut Landa, suatu informasi dapat disampaikan secara visual melalui desain grafis. Tujuan dari perancangan desain grafis adalah untuk menyelesaikan suatu masalah yang ada (2010, hlm. 2). Dalam Tugas Akhir ini perancangan *typeface* untuk Kompas.id dilengkapi dengan *type specimen book* yang didesain untuk menjadi panduan dalam penggunaan *font*.

2.6.1. Elemen Desain

Landa (2010) menyatakan bahwa garis, bentuk, warna, dan tekstur adalah elemen-elemen dasar yang terdapat pada desain. Dalam perancangan ini, elemen desain juga terdapat pada *type specimen book* yang akan dirancang oleh penulis.

1. *Line*

Sebuah garis terbentuk dari titik yang memanjang (hlm. 16). Pada perancangan ini elemen garis akan membentuk huruf-huruf yang terdapat pada *type specimen book*. Selain itu terdapat pula garis semu sebagai *grid* yang membantu pengaturan tata letak objek-objek yang ada.

2. *Shape*

Bentuk pada dasarnya adalah bidang datar atau dua dimensi yang memiliki tinggi dan lebar (hlm. 17). Bentuk yang dimaksud pada *type specimen book* adalah bentuk huruf. Sebuah huruf memiliki bentuk dasar, yaitu persegi, segitiga dan lingkaran. Sebagai contoh huruf H berbentuk dasar persegi, huruf O berbentuk dasar lingkaran, dan huruf A berbentuk dasar segitiga.

3. *Figure/ground*

Figure dan *ground* yang merupakan prinsip dasar dalam persepsi visual biasa disebut sebagai ruang positif dan negatif (hlm. 18). Huruf pada *type specimen book* dianggap sebagai figur (bentuk positif). Mata pembaca akan secara otomatis memisahkan huruf dari latar belakangnya (bentuk negatif).

4. *Color*

Warna yang terlihat oleh mata manusia adalah cahaya yang dipantulkan atau tidak terserap oleh objek (hlm. 19-21). Ketika mendesain di layar, penulis akan melihat warna *additive*, sedangkan *type specimen book* yang dicetak akan menampilkan warna-warna *subtractive*. Warna primer yang dapat digunakan adalah *cyan* (C), *magenta* (M), *yellow* (Y), dan *black* (K).

5. *Texture*

Tekstur merupakan kualitas dari suatu permukaan yang berhubungan dengan indra peraba (hlm. 23). Kertas pada *type specimen book* memiliki tekstur aktual atau taktil yang bisa disentuh dan dirasakan secara langsung. Desain pada *type specimen book* yang *clean* juga dapat memberikan tekstur visual tersendiri. Tekstur visual tidak dapat dirasakan secara langsung, melainkan melalui sebuah ilusi mata yang terbentuk dari media dua dimensi.

2.6.2. Prinsip Desain

Landa (2010) menyatakan beberapa prinsip desain yang dapat diterapkan dalam perancangan *type specimen book*. Prinsip desain tersebut meliputi format, keseimbangan, hierarki visual, penekanan, irama, kesatuan, dan hukum visual.

1. *Format*

Format akan menjadi batasan desain pada *type specimen book*. Setiap komponen komposisi harus sesuai pada format (hlm. 24-25).

2. *Balance*

Keseimbangan adalah kestabilan yang tercipta dari berat visual ataupun berat di antara elemen-elemen dari komposisi desain (hlm. 25-28). Pada *type specimen book* berat visual yang dimaksud adalah ukuran buku, bentuk, warna, tekstur, dan *value*. Desain yang seimbang dan dipadukan dengan prinsip desain lain dalam suatu komposisi akan menciptakan keharmonisan.

3. *Visual hierarchy*

Hierarki visual merupakan kekuatan utama dalam mengorganisir dan memperjelas informasi (hlm. 28-29). Adanya hierarki visual pada *type specimen book* membuat informasi mengenai huruf yang dirancang dapat tersampaikan dengan baik. Desainer harus menentukan bagian yang akan ditonjolkan dan dilihat pertama kali oleh pembaca.

4. *Emphasis*

Pusat penekanan yang terbentuk dari elemen grafis pada sebuah desain akan menjadi titik fokus (hlm. 29). Penekanan pada *type specimen book* dapat dilakukan dengan cara isolasi, penempatan elemen grafis, pengaturan skala, kontras, ataupun menggunakan elemen penunjuk arah.

5. *Rhythm*

Layaknya musik, irama atau ritme pada *type specimen book* adalah suatu pengulangan yang konsisten (hlm. 30). Kestabilan dapat terbentuk dari adanya irama pada desain *type specimen book*. Salah satu contohnya adalah dari warna, tekstur, *figure and ground*, penekanan, dan keseimbangan.

6. *Unity*

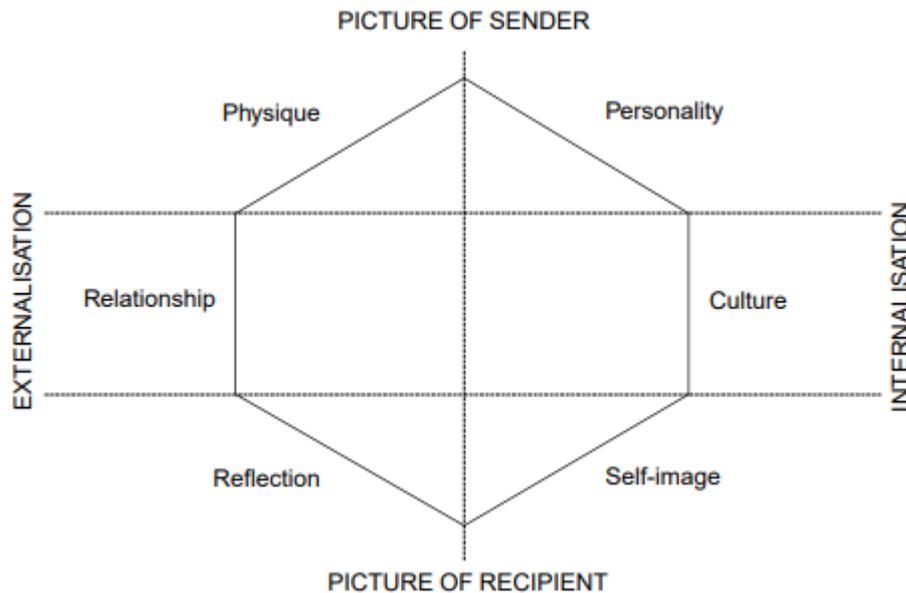
Kesatuan pada desain akan terbentuk ketika semua elemen grafis terlihat sebagai satu kesatuan (hlm. 31). Pada perancangan *type specimen book*, otak manusia dapat secara otomatis menyambungkan dan mengelompokkan sesuatu berdasarkan kemiripannya, bentuk, warna, posisi, dan orientasinya.

7. *Laws of perceptual organization*

Hukum visual biasa disebut sebagai gestalt. Beberapa hal yang termasuk dalam hukum visual yang dapat diterapkan dalam desain *type specimen book* antara lain adalah *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure common fate*, dan juga *continuing line* (hlm. 31-32).

2.7. *Brand Identity*

Dalam pembuatan *typeface* sebagai identitas visual, penulis perlu mengetahui dan mendalami identitas yang telah terbentuk dari *brand* yang diangkat. Menurut Kapferer (2008, hlm. 182), identitas suatu *brand* bisa diidentifikasi melalui *identity prism* yang terbagi menjadi enam bagian.



Gambar 2.48. *Brand Identity Prism*
(Kapferer, 2008)

1. *Physique*

Physique berarti hal yang nyata. Hal ini berhubungan dengan tulang punggung dan nilai tambah yang identik dan menjadi dasar. Ibarat bunga tanpa tangkai, tanpa *physique* sebuah *brand* akan musnah. Dalam suatu *brand*, *physique* juga dapat berupa produk yang diunggulkan (hlm. 182-183).

2. *Personality*

Personality berbicara mengenai siapa dan seperti apa *brand* tersebut ketika dia adalah manusia. Hal tersebut diketahui dari karakter yang terbentuk ketika sebuah *brand* mengkomunikasikan barang atau jasanya (hlm. 183-184).

3. *Culture*

Budaya menjadi salah satu aspek yang dapat membentuk suatu *brand*. Budaya tempat *brand* berasal dapat menjadi fondasi dan menginspirasi, salah

satunya adalah dalam komunikasi. Tidak hanya dibentuk oleh suatu budaya, suatu *brand* juga dapat menyampaikan budaya tertentu melalui produk atau jasa yang mereka tawarkan (hlm. 184-185).

4. *Relationship*

Relasi akan terbentuk dari bagaimana suatu *brand* berhubungan dengan audiensnya. Contohnya adalah dengan pelayanan tertentu, fasilitas, atau hal lain yang ditawarkan dan dapat membangun kedekatan (hlm. 185-186).

5. *Reflection*

Reflection merupakan cermin luar konsumen yang dilihat dari kaca mata *brand* (mereka adalah ...). Konsumen dapat menggunakan *brand* yang mereka pakai untuk membentuk identitas mereka. Oleh karena itu, *reflection* adalah apa yang ingin dilihat oleh konsumen ketika mereka menggunakan produk atau jasa dari sebuah *brand* (hlm. 186).

6. *Self-image*

Berlawanan dengan *reflection*, *self-image* adalah cermin dalam atau internal (saya merasa, saya). Perasaan *self-image* ini dapat dirasakan dari dalam diri konsumen itu sendiri (hlm. 186-187).

2.8. *Photography*

Perancangan media pendukung dari *typeface* untuk Kompas.id diperkaya dengan adanya foto. Menurut Busch (2005), untuk dapat menghasilkan komposisi yang baik, penulis perlu menentukan sebuah konsep agar foto yang diambil dapat memiliki cerita. Beberapa hal yang perlu diketahui dalam membuat konsep adalah

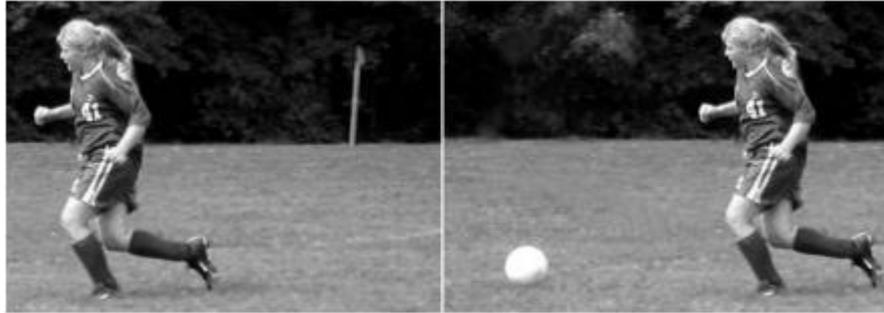
apa yang mau disampaikan, dimana foto itu akan diletakkan, dan siapa yang melihat foto tersebut. Setelah itu penulis dapat menentukan subjek pada foto, *point of interest* dan orientasi gambar. Selain itu penulis juga perlu merencanakan tindakan-tindakan tidak terduga seperti adanya pergerakan, memperhitungkan latar belakang dan mengatur apa yang ada dalam satu bingkai, serta mengarahkan mata dari audiens yang melihat foto tersebut (hlm. 200-202).



Gambar 2.49. *Rule of Thirds*
(Busch, 2005)

Salah satu aturan komposisi yang dapat digunakan adalah *rule of thirds*. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah membagi *frame* menjadi tiga bagian, baik vertikal maupun horizontal. Dari pembagian tersebut, terbentuklah empat titik potong. Objek yang menjadi *point of interest* sebisa mungkin diletakkan pada titik tersebut. Akan tetapi, hal itu bisa dihiraukan pada kasus tertentu. Ketika subjek terlalu besar, penulis dapat menggunakan titik-titik yang

lain. *Point of interest* juga dapat diposisikan di tengah untuk membentuk kesan simetris dan lebih terfokus ketika subjek dikelilingi hal-hal lain (hlm. 212-214).



Gambar 2.50. *Out of the Frame and Into the Frame*
(Busch, 2005)

Ketika subjek yang difoto memiliki bagian yang bisa dibedakan menjadi depan dan belakang, arah subjek harus masuk ke dalam *frame*. Begitu juga ketika ada sebuah objek yang bergerak atau menunjuk ke arah tertentu, objek tersebut juga harus masuk ke dalam *frame*. Pada objek yang bergerak, sebaiknya diberikan tambahan ruang agar objek masih berada dalam pandangan (hlm. 215-216).

2.9. *Copywriting*

Shaw (2009, hlm. 11-22) mengatakan bahwa *copywriting* merupakan salah satu bentuk komunikasi berupa teks pada desain. *Copywriting* yang sukses adalah yang jelas dan akurat. Penulis bisa memulainya dengan memahami target audiens, seperti kebiasaan-kebiasaan mereka. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam *copywriting* adalah sebagai berikut:

1. Mendata dan menganalisis profil audiens
2. Jangan menjual fitur, melainkan menjual manfaat
3. Fokus dan tingkatkan peluang untuk mencapai target

4. Pertahankan minat dan perhatian audiens melalui janji, penyampaian, dan sebuah peringatan
5. Intrik akan membuat audiens tetap tertarik
6. Dapatkan *tone of voice* yang tepat
7. Menjaga agar tetap simpel
8. Tipografi yang tepat adalah gabungan desain dan *copy* yang sempurna

Menurut Shaw (hlm. 19), *copy writing* pada desain terbagi menjadi beberapa bagian yang perlu diperhatikan. Bagian-bagian tersebut adalah *headline*, paragraf pertama, *body copy*, *further temptations*, dan *final paragraph*. Dari bagian tersebut, *headline* memegang peranan yang sangat penting. *Headline* menjadi kalimat pemancing yang fungsinya untuk menarik perhatian dan menggugah minat audiens. Oleh karena itu *headline* harus kuat dan kreatif. Setelah itu, barulah *headline* diperdalam atau diperjelas pada *body copy*.

2.10. Motion Graphic

Krasner (2008, hlm 137) mengatakan bahwa *motion* merupakan bahasa umum atau universal yang berdampak besar. Sebuah elemen grafis yang diberi pergerakan akan lebih jelas dan tersampaikan makna dan pesannya.

Menurut Krasner, peran *grid* pada *motion graphic* tidak hanya sebagai garis batas untuk meletakkan elemen desain. *Grid* pada *motion graphic* dapat menjaga konsistensi adegan yang satu dengan yang lain. *Grid* juga dapat menjaga prinsip kontinuitas. Sebelum membuat *grid*, kita dapat membuat sketsa *story board* terlebih dahulu di kertas. Hal ini dapat membantu dalam menerapkan elemen desain pada *grid* (hlm. 234).