



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 III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Sebelum membuat perancangan, penulis terlebih dahulu mengumpulkan data agar penulis dapat mendalami dan memahami masalah yang terjadi. Pengumpulan data juga dilakukan agar penulis mendapatkan banyak inspirasi baru dalam membuat perancangan. Dalam hal ini penulis mengumpulkan data secara kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif didapatkan penulis melalui survei kuesioner *online* tertutup. Martin dan Hanington (2012, hlm. 172) mengatakan bahwa kuesioner merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan data dengan jumlah responden yang besar. Hal ini juga didukung oleh Vogt et al. (2012, hlm. 14) yang menyatakan bahwa dengan melakukan penyebaran kuesioner, penulis bisa mendapatkan jawaban representatif dari sekelompok besar orang. Melalui kuesioner, penulis ingin mendapatkan data dari pengguna Kompas.id. Target audiens dari Kompas.id sangat besar. Oleh karena itu, penulis menggunakan metode kuesioner untuk bisa mendapatkan jawaban representatif dari target audiens Kompas.id yang tersebar di Indonesia.

Data kualitatif diperoleh melalui beberapa cara. Penulis melakukan wawancara karena ingin mengetahui pemikiran dari sudut pandang yang berbeda dan melakukan perbandingan. Salah satunya adalah dengan hasil dari pencarian data melalui kuesioner yang sudah dilakukan penulis sebelumnya (Vogt et al., 2012, hlm. 33). Menurut Martin dan Hanington (2012, hlm. 102), wawancara

merupakan salah satu bentuk dari survei. Penulis bisa mendapatkan data dengan cara menanyakannya secara langsung kepada narasumber tangan pertama. Dalam pelaksanaannya, sebagai bukti pendukung penulis melakukan dokumentasi dengan cara mengambil foto, video, dan juga merekam suara.

Selanjutnya penulis melakukan studi literatur. Hal tersebut dilakukan karena adanya informasi tambahan mengenai huruf dalam identitas dan *custom typeface* pada beberapa artikel *website*. Penulis juga melakukan observasi agar mendapatkan lebih banyak informasi baru mengenai objek tertentu (Vogt et al., 2012, hlm. 14). Objek dalam observasi ini adalah Kompas.id. Selain itu, penulis melakukan studi *existing* terhadap *custom typeface* dari perusahaan yang bergerak di bidang jurnalistik dan studi referensi terhadap *type specimen book* yang menjadi inspirasi. Sumber informasi untuk studi *existing* dan referensi dapat didapatkan penulis melalui *web pages* (hlm 88-89).

3.1.1. Kuesioner

Penulis melakukan pengambilan data yang dilakukan dengan model kuesioner *online*. Penulis menanyakan pertanyaan yang bersifat tertutup kepada para pengguna Kompas.id. Berdasarkan *website* resmi dari gerai Kompas.id, pengguna adalah mereka yang mengakses Kompas.id, baik berlangganan maupun hanya mengakses produk ‘bebas akses’. Jumlah pertanyaan yang diajukan adalah sebanyak 50 pertanyaan. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 6 hari, dimulai dari tanggal 26 September 2019 dan berakhir pada tanggal 1 Oktober 2019.

Pertanyaan yang ditanyakan adalah seputar audiens dan juga Kompas.id. Pada awal kuesioner penulis menanyakan profil pengguna Kompas.id dan keadaan membaca audiens, baik saat membaca Kompas.id maupun saat mengisi kuesioner. Selanjutnya terdapat pertanyaan mengenai *brand* Kompas.id dan *font* yang saat ini digunakan oleh Kompas.id. Tujuan dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk mengenal kebiasaan membaca pengguna dan mengetahui pendapat mereka mengenai *brand* dan *font* Kompas.id.

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan Rumus Slovin. Jumlah sampel didapatkan dengan cara membagi total populasi dengan satu ditambah populasi yang dikalikan dengan margin eror yang dikuadratkan. Margin eror yang digunakan adalah sebesar 10%. Jumlah populasi didapatkan dari data Bappenas tahun 2018. Berdasarkan perhitungan, didapatkan bahwa jumlah sampel minimal yang harus mengisi kuesioner adalah 100 jiwa.

$$n = \frac{N}{1 + N(\epsilon)^2}$$

$$n = \frac{80.980.400}{1 + 80,980,400(10\%)^2}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100$$

Gambar 3.1. Penghitungan Sampel dengan Rumus Slovin

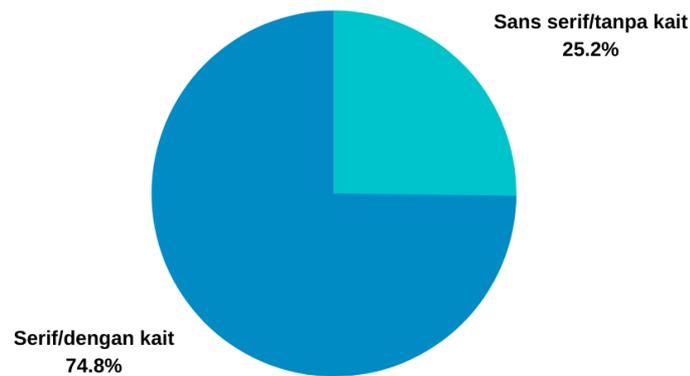
Melalui pengambilan data kuesioner selama 6 hari, penulis mendapatkan 124 responden dengan jumlah pengguna Kompas.id sebanyak 107 orang. Kuesioner diisi oleh 56 perempuan dan 51 laki-laki. Mayoritas dari responden berkisaran umur 18-25 tahun, 26-35 tahun, dan 36-45 tahun dengan mayoritas

tingkat pendidikan terakhir S1, SMA/SMK, dan S2. Responden didominasi oleh penduduk JABODETABEK, yaitu sebanyak 68,2%. Status pekerjaan tertinggi diduduki oleh mahasiswa, karyawan/staf BUM Swasta, dan Wiraswasta, dengan pendapatan mayoritas kurang dari Rp3.000.000 dan lebih dari Rp9.000.000.

Ditinjau dari frekuensi membacanya, 50,5% dari audiens kuesioner membaca Kompas.id kurang dari 4 hari dalam seminggu, 26,2% membaca sebanyak 4-6 hari, dan 23,4% membaca Kompas.id setiap hari. Mayoritas responden membaca Kompas.id selama kurang dari 10 menit. Tetapi banyak juga yang membacanya selama 10 sampai 20 menit, yaitu sebanyak 41 orang. Sebanyak 90,7% orang membaca melalui *handphone*. Kebanyakan dari mereka membaca Kompas.id saat istirahat. Penulis juga menanyakan kepada responden mengenai apa yang sedang mereka lakukan dan keadaan mata mereka saat mengisi kuesioner ini. Sebanyak 59,8% di antaranya sedang duduk santai. Selain itu 55,1% menyatakan bahwa mata mereka tidak dalam keadaan lelah, 29% dalam keadaan lelah, dan sisanya merasa tidak yakin.

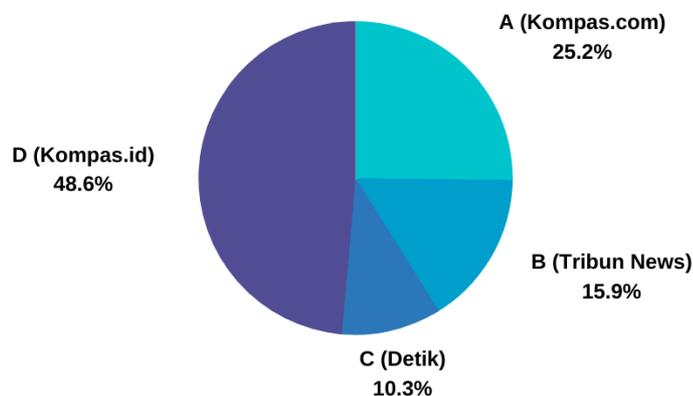
Selanjutnya, penulis mencari tahu mengenai *brand* Kompas.id di mata responden sebagai pengguna Kompas.id. Berdasarkan hasil kuesioner, 64,5% audiens sudah memiliki preferensi terhadap Kompas.id. Kesan terbanyak mengenai Kompas.id yang ada di pikiran responden adalah tepercaya, yaitu sebesar 73,8% dan berkualitas, yaitu sebesar 62,6%. Berdasarkan desainnya, melalui perhitungan rata-rata didapatkan bahwa desain Kompas.id masih membingungkan antara modern atau klasik, luwes atau kaku, dan simpel atau kompleks. Di samping itu, responden merasa bahwa desain Kompas.id lebih ke

arah elegan dan sudah jelas. Ditinjau dari segi warna, 89,7% responden memilih warna biru sebagai warna yang mewakili Kompas.id.



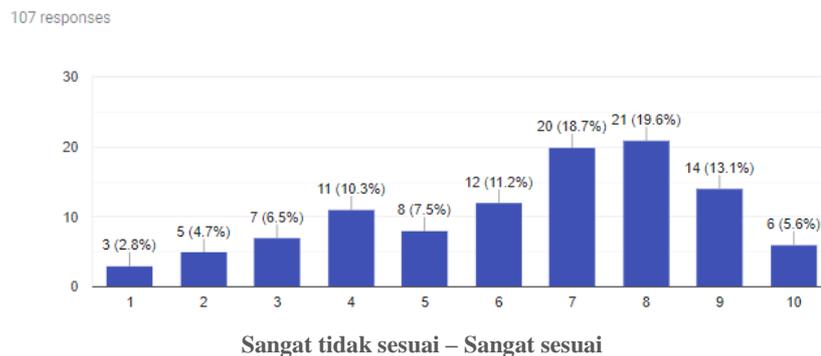
Gambar 3.2. Font yang Mewakili Kompas.id

Di dalam kuesioner, penulis juga menanyakan kepada pembaca mengenai font yang mewakili Kompas.id. Pilihan yang diberikan adalah *serif* dan *sans serif*. Penulis juga memberikan contoh gambar untuk memudahkan responden dalam memahami kedua jenis font tersebut. Sebesar 74,8% dari keseluruhan responden merasa bahwa font yang mewakili Kompas.id adalah *serif*. Saat ini font yang digunakan oleh Kompas.id sendiri didominasi oleh huruf *serif*, akan tetapi berdasarkan hasil kuesioner ternyata sebesar 25,2% responden merasa bahwa *sans serif* adalah font yang lebih dapat mewakili Kompas.id.



Gambar 3.3. Tebak Gambar yang Merupakan Kompas.id

Melalui diagram di atas didapatkan bahwa secara keseluruhan hanya 48,6% responden yang mengenali Kompas.id (gambar D) ketika logo dan nama *brand* sebagai identitas ditutupi. Padahal mereka yang menjadi responden adalah para pengguna Kompas.id. Seharusnya sebagian besar dari responden telah *familiar* dengan tampilan Kompas.id. Dalam hal ini, sebanyak 25,2% responden memilih Kompas.com (gambar A), dan kemudian diikuti oleh Tribun News (gambar B) sebesar 15,9% dan Detik (gambar C) sebesar 10,3%.



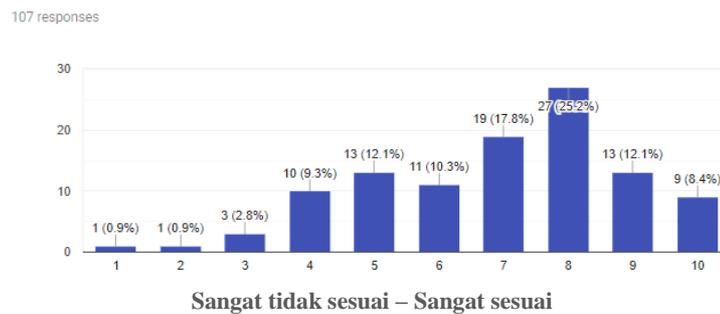
Gambar 3.4. Diagram Kesesuaian *Font* Judul



Gambar 3.5. Rata-Rata Kesesuaian *Font* Judul

Font yang digunakan untuk judul Kompas.id bernama Chronicle Display. Berdasarkan hasil kuesioner, penulis melihat bahwa masih banyak responden yang merasa *font* yang digunakan untuk judul masih belum sesuai. Rata-rata kesesuaian *font* untuk penulisan judul hanya 6,4. Hal tersebut dikarenakan *font* memiliki tebal tipis *stroke* yang terlalu kontras sehingga susah untuk dibaca. Dalam hal ini penulis melihat potensi untuk memaksimalkan keterbacaan huruf. Berdasarkan ukurannya, 43,9% responden merasa bahwa ukuran *font* yang

digunakan untuk judul sudah tepat. Di sisi lain 42,1% responden merasa bahwa ukurannya masih terlalu kecil. Sebanyak 74,8% responden merasa bahwa jarak/spasi antarkata pada judul sudah tepat, sedangkan jarak antarhuruf dan antarbarisnya sudah cukup tepat, tetapi perlu ditinjau ulang.

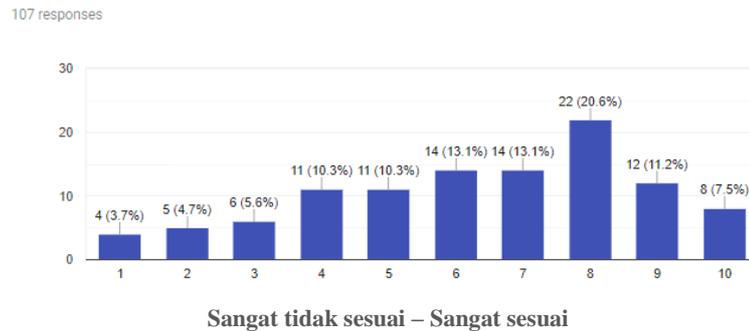


Gambar 3.6. Diagram Kesesuaian *Font* Nama Penulis dan Waktu



Gambar 3.7. Rata-Rata Kesesuaian *Font* Nama Penulis dan Waktu

Pada salah satu penggalan berita yang disajikan, *font* PT Sans digunakan untuk menuliskan nama penulis dan keterangan waktu. Rata-rata penilaian dari kesesuaian *font* ini adalah 6,9 dari 10. Dilihat dari jaraknya, spasi antarhuruf dan antarkata sudah dirasa tepat oleh responden. Bila dilihat dari segi ukuran, sebanyak 60 dari 107 responden mengatakan bahwa ukuran *font* untuk nama penulis dan keterangan waktu sudah tepat, tetapi sebanyak 40 responden masih merasa bahwa *font* tersebut terlalu besar. Oleh karena itu, hal ini perlu ditinjau ulang agar hierarki dalam membaca teks dapat tercipta dengan baik.

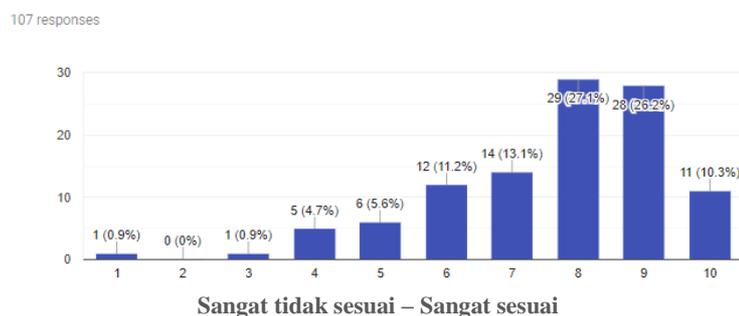


Gambar 3.8. Diagram Kesesuaian *Font* Keterangan Gambar



Gambar 3.9. Rata-Rata Kesesuaian *Font* Keterangan Gambar

Sama seperti judul, masih banyak responden yang merasa bahwa *font* pada keterangan gambar masih belum sesuai. *Font* yang digunakan saat ini adalah Georgia. Berdasarkan kuesioner, rata-rata nilai ketepatannya sendiri hanya sebesar 6,3 dari 10. Nilai tertinggi adalah delapan dengan responden berjumlah 22 orang. Permasalahan yang terjadi pada keterangan gambar terletak pada ukuran *font*. Sebanyak 41,1% responden masih merasa ukuran *font* terlalu besar. Dilihat dari segi jarak antarhuruf, antarkata, dan antarbaris, sebagian besar memang merasa sudah tepat. Di sisi lain masih ada 15% responden yang merasa bahwa ketiga jarak tersebut terlalu sempit, dan ada juga yang merasa tidak yakin.



Gambar 3.10. Diagram Kesesuaian *Font* Konten Berita

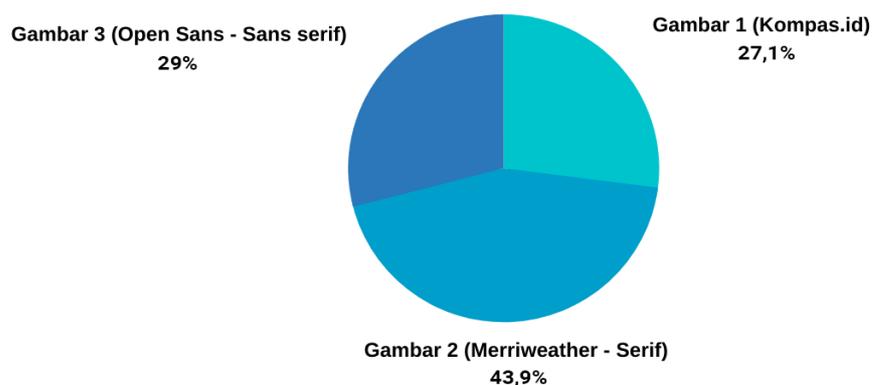


Gambar 3.11. Rata-Rata Kesesuaian *Font* Konten Berita

Georgia pada Kompas.id juga digunakan untuk penulisan konten berita. Diagram pada bagian ini terlihat lebih berbeda. Penulis mendapatkan bahwa nilai tertinggi adalah delapan (27,1%), dan kemudian diikuti oleh nilai sembilan (26,2%). Perbedaan persentasenya juga tidak jauh. Namun di sisi lain, masih ada 36,4% responden yang merasa bahwa ketepatan *font* ini bernilai satu hingga tujuh. Meskipun banyak responden yang memberikan nilai delapan dan sembilan, rata-rata dari penilaian kesesuaian *font* untuk konten berita adalah 7,6. Dilihat dari segi ukurannya, 78,5% responden merasa bahwa ukuran *font* yang digunakan sudah tepat. Hal ini diikuti dengan 11,2% responden yang merasa *font* terlalu kecil dan 5,6% responden tidak yakin. Selanjutnya, penulis mendapatkan bahwa mayoritas responden merasa spasi pada penulisan konten sudah tepat. Persentasenya adalah 83,2% untuk jarak antarhuruf, 84,1% untuk jarak antarkata, dan 85% untuk jarak antarbaris pada penulisan konten Kompas.id.

Di dalam kuesioner, penulis juga menanyakan perihal komposisi visual Kompas.id secara keseluruhan. Hal ini mencakup perpaduan ukuran *font*, teks dan gambar, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil dari kuesioner, mayoritas audiens memberikan nilai delapan. Nilai rata-ratanya adalah 7,3 dari 10. Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa komposisi visual Kompas.id sudah cukup baik, tetapi masih bisa ditingkatkan kembali.

Penulis kemudian memberikan beberapa pertanyaan tambahan sebagai perbandingan. Ternyata masih cukup banyak responden yang merasa gerak mata mereka kurang lancar ketika membaca Kompas.id. Berdasarkan *range* tingkat kelancaran gerak mata, rata-rata nilainya adalah 7,3 dari 10. Selain itu dengan mengacu pada jarak baca normal 25cm, ternyata masih banyak responden yang tanpa atau dengan sadar membesarkan atau mendekatkan layar ke arah mata. Persentasenya adalah sebesar 43%. Sisanya, terdapat 38,3% responden yang tidak melakukan hal tersebut dan 18,7% responden yang menyatakan tidak yakin. Dalam hal ini penulis beranggapan bahwa meskipun responden merasa bahwa pemilihan, ukuran, dan jarak beberapa *font* yang digunakan oleh Kompas.id sudah cukup atau bahkan sudah tepat, nyatanya dalam proses membaca mereka masih belum lancar dan mendekatkan layar ke arah mata. Hal ini berarti bahwa pemilihan *font* dan penerapannya dalam tipografi masih perlu diperbaiki.



Gambar 3.12. Gambar yang Mudah dan Nyaman Dibaca

Pada bagian terakhir, penulis menyajikan berita Kompas.id dengan *font* yang asli. Gambar tersebut disandingkan dengan dua gambar lain. Kedua gambar tersebut sama dengan gambar pertama, tetapi diganti jenis *font*-nya. Gambar ke-2

menggunakan *font* Merriweather. *Font* ini dirancang khusus untuk penulisan teks yang dibaca pada layar. *Font* pada gambar ke-3 diganti dengan Open Sans, *font* yang juga telah dioptimalkan pembuatannya untuk digunakan pada *web* dan *mobile interfaces*. Berdasarkan diagram di atas dapat terlihat bahwa sebagian besar responden menyatakan *font* pada gambar ke-2 lebih mudah dan nyaman dibaca. Open Sans pada gambar ke-3 menempati urutan ke-2. Kompas.id menempati urutan terakhir dengan persentase 27,1%.

Alasan responden dalam memilih gambar tersebut berbeda-beda. Pada gambar pertama (Kompas.id), mayoritas responden memilihnya karena lebih mudah dan nyaman dibaca. Ukuran *font*-nya tergolong tepat walau masih terlalu besar untuk keterangan gambar atau pengantar beritanya. Selain itu terdapat *serif* dan *sans serif font*. Perpaduan dua *font* ini dapat membedakan antara judul, penulis dan waktu, keterangan gambar, dan isinya.

Gambar ke-2 merupakan gambar yang lebih banyak dipilih. Mayoritas responden lebih memilih *font* Merriweather karena meskipun menggunakan *sans serif*, pengaturan jarak antarhuruf, antarkata, dan antarbarisnya lebih tepat. Hal ini baik karena tidak menimbulkan kesan berdesakan. Selain itu *font* ini juga tidak terlalu kontras seperti yang ada pada *font* yang saat ini digunakan oleh Kompas.id, terutama pada bagian judul. Gambar ke-2 secara komposisi lebih tepat dari gambar pertama. Responden merasa penulisan keterangan gambar lebih tepat secara proporsi. Ukurannya lebih kecil dibandingkan dengan isi sehingga dapat lebih mudah dibedakan, tetapi tetap terlihat jelas. Ada juga yang memilih *font* ini karena masih sesuai dengan *brand image* Kompas.id yang tepercaya.

Gambar ke-3 dengan *font* Open Sans lebih banyak dipilih karena alasan kenyamanan baik secara pemilihan *font*, ukuran, maupun komposisi. *Font* juga lebih ringan dan tidak terkesan padat untuk membaca teks yang panjang. Hal ini membuat membaca menjadi lebih santai. Selain itu *font* ini lebih rapih dan ringkas untuk pengguna *handphone*. Kesan yang timbul adalah lebih modern dan luwes.

Berhubungan dengan kesan, beberapa responden menyatakan bahwa *font* pada media digital Kompas.id harus diganti karena lebih cocok untuk digunakan pada koran. *Font* yang digunakan sekarang terkesan terlalu tua. Ada juga yang mengatakan bahwa lebih baik tidak menggunakan *serif font* untuk *body text*. Di sisi lain ada juga yang memberi pendapat bahwa penggunaan *serif* pada konten dan *sans serif* pada judul dapat membuat berita terkesan santai namun bermakna.

Berdasarkan hasil kuesioner, penulis menyimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki preferensi terhadap Kompas.id karena beritanya yang terpercaya dan berkualitas. Di sisi lain, identitas visual Kompas.id masih membingungkan di mata konsumen karena karakteristiknya tidak muncul. Tanpa logo atau nama *brand*, lebih dari 50% responden tidak mengenali Kompas.id. Padahal responden dari kuesioner ini adalah pengguna Kompas.id. Oleh karena itu penulis akan mengambil nilai dan karakteristik Kompas.id, kemudian menerapkannya dalam *custom typeface* sebagai identitas visual dari Kompas.id.

Dari sisi keterbacaan, meskipun responden merasa bahwa *font* yang saat ini digunakan sudah tepat, mereka masih belum dapat membaca konten Kompas.id dengan lancar. Mayoritas responden masih membesarkan dan

mendekatkan layar ke arah mata. Pemilihan *font* dan penerapannya dalam tipografi masih perlu diperbaiki, terutama dalam hal kontras tebal tipisnya huruf dan jarak pada elemen tipografi. Dalam perbaikannya, mayoritas responden memang memilih penggunaan *serif font* dengan ketebalan yang tidak terlalu kontras dan jarak yang lebih renggang agar mata lebih rileks. Di sisi lain, beberapa audiens mengharapkan tampilan Kompas.id yang lebih modern dan nyaman dibaca dengan penggunaan *sans serif*. Responden juga menekankan agar desain *font* harus tetap memberikan kesan berita Kompas.id yang terpercaya.

Hasil dari kuesioner ini membuat penulis memutuskan untuk membuat *serif font* yang bergaya modern. Dengan begitu Kompas.id dapat tetap mempertahankan citra *brand*-nya yang elegan. Hal ini sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh Septa Inigopatria dalam wawancara. Kompas.id juga lebih dapat terkesan terpercaya, tetapi juga mengikuti perkembangan zaman. Ciri-ciri dan karakteristik dari huruf *serif* yang bergaya modern akan dipelajari lebih lanjut oleh penulis pada tahap studi referensi.

3.1.2. Wawancara

Salah satu metodologi pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis sebagai upaya untuk memperoleh data kualitatif adalah wawancara. Penulis melakukan wawancara secara terstruktur. Sebelumnya penulis telah membuat janji dengan narasumber dan membuat daftar pertanyaan. Berhubungan dengan data yang ingin penulis dapatkan dari orang pertama, penulis melakukan wawancara kepada manajer *product development* Kompas.id. Dalam wawancara penulis akan menanyakan seputar *brand* dan visual Kompas.id, terutama penerapannya dalam

font yang saat ini digunakan. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan *type designer*. Ada dua orang narasumber, yaitu Gumpita Rahayu dan Steve Matteson. Keduanya telah berpengalaman dalam membuat *corporate typeface*. Hal utama yang ditanyakan oleh penulis adalah perihal pemilihan *typeface* Kompas.id, keterbacaan, dan kenyamanan dalam membaca. Penulis juga menanyakan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan *typeface* untuk media digital. Hal ini akan berguna bagi tahap perancangan penulis.

3.1.2.1. Septa Inigopatria

Septa Inigopatria adalah seorang *product development manager* yang bekerja di Kompas.id. Inigopatria telah bekerja di Kompas.id sejak tahun 2017. Sebelumnya, Inigopatria juga pernah bekerja di Harian Kompas. Pada kesempatan ini, penulis melakukan wawancara di Menara Kompas, Palmerah. Wawancara dilakukan pada tanggal 6 September 2019.



Gambar 3.13. Wawancara dengan Septa Inigopatria

Menurut Inigopatria, Kompas.id merupakan ekstensi dari Harian Kompas. Kompas.id sendiri merupakan media digital berbayar pertama di Asia Tenggara. Pembacanya adalah mereka yang berumur 26-45 tahun,

baik laki-laki maupun perempuan dengan SES A-B. Konten yang disediakan lebih luas bila dibandingkan dengan konten pada Harian Kompas. Selain berita, Kompas.id juga menampilkan artikel visual interaktif, video, infografik, dan masih banyak lagi.

Citra *brand* yang ingin dibentuk dari Kompas.id adalah elegan dan sederhana. Berdasarkan survei konsumen yang telah dilakukan oleh Kompas.id, konsumen sebenarnya memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap tampilan dan layanan Kompas.id yang sudah piawai dalam bidangnya. Ekspektasi konsumen yang dimaksud dalam hal ini adalah desain yang lebih modern dan kekinian. Dalam memenuhi ekspektasi konsumen, Inigopatria mengatakan bahwa Kompas.id sendiri sempat berpikir untuk membuat tampilan yang masih mencerminkan *brand image* Kompas.id yang elegan dan sederhana, tetapi dibuat lebih modern. Hal ini salah satunya dapat diterapkan dalam pemilihan *font*.

Penerapan *font* pada Kompas.id dibagi menjadi tiga bagian, yaitu judul atau *headline*, *body text*, dan navigasi. Ketiganya menggunakan jenis *font* yang berbeda-beda. Dalam pemilihan *font*, hal yang menjadi pertimbangan utama adalah *font* tersebut harus dapat menyampaikan berita dengan baik dan efektif. Hal ini berhubungan dengan keterbacaan dan kenyamanan. Kedua, *font* tersebut harus dapat cepat dimuat atau tidak berat ketika diakses pada media digital.

Kompas.id saat ini membayar mahal untuk *font* yang digunakan pada media-media mereka. Se jauh ini, *font* masih disamakan dengan media cetak Harian Kompas. Inigopatria sendiri menyadari bahwa pemilihan *font* tersebut sebenarnya tidak tepat. Ketika diaplikasikan pada media yang berbasis layar, *font* tersebut menjadi lebih tipis dan kurang dapat terbaca, tidak seperti pada media cetak.

Pada akhir wawancara, Inigopatria mengungkapkan pendapatnya mengenai *custom font* untuk media jurnalisme. Mempunyai *custom font* merupakan salah satu bentuk investasi. Hal ini dapat meningkatkan nilai dan aksesibilitas dari suatu *brand*. Saat ini Kompas.id sendiri masih belum memikirkan untuk membuat *typeface*, namun ini sangat baik untuk dicoba.

Berkaitan dengan itu, Inigopatria menyatakan bahwa penulis bisa membuat *typeface* untuk *display text* yang akan digunakan untuk penulisan *headline*. Meskipun tergolong dalam minoritas, *headline* sangatlah berpengaruh. *Font* bisa dirancang agar terkesan lebih modern dengan tetap mencerminkan citra Kompas.id. Selain itu saat ini Kompas.id juga ingin mengurangi penggunaan huruf *serif* pada penulisan *body text*.

3.1.2.2. Gumpita Rahayu

Gumpita Rahayu adalah adalah seorang *type designer* yang memiliki *type foundry* bernama Tokotype. Gumpita memulai kariernya di bidang tipografi sejak tahun 2013. Dalam merancang *typeface*, Gumpita sering mendapatkan inspirasi dari *typeface* yang telah ada sebelumnya, salah

satunya adalah yang tertera pada bangunan arsitektur tua. Pada kesempatan kali ini, penulis melakukan wawancara pada tanggal 5 September 2019. Wawancara dilakukan di kantor Tokotype, Bandung.



Gambar 3.14. Wawancara dengan Gumpita Rahayu

Menurut Gumpita, pada dasarnya metode pembuatan *typeface* untuk media cetak dan layar memiliki kesamaan. Perbedaannya terletak pada format. *TrueType font* atau format (.ttf) dapat digunakan agar *font* tidak terlalu berat ketika diakses pada media digital. Selain itu, perancangan *font* juga harus memperhatikan *spacing*, *kerning*, dan *hinting*.

Hinting pada pembuatan *font* sebenarnya sangat perlu untuk dilakukan. Caranya adalah dengan menggunakan *auto hint*, kemudian diperbesar hingga 2000 atau 3000 persen. Setelah diperbesar, desainer harus melihat kembali dari segi kerapihan pixel. Semakin sedikit

penggunaan titik dalam membuat *font*, hasil dari *hinting* juga akan semakin bagus dan tidak terlalu bergerigi.

Gumpita menyatakan bahwa perancangan *typeface* untuk suatu *brand* merupakan hal yang menarik. *Custom typeface* dapat memberikan dampak yang sangat besar karena *brand* dapat memiliki identitasnya sendiri yang membedakannya dari *brand* lain. Di lihat dari segi ekonomi, *custom typeface* juga lebih murah dan efektif. Saat ini pun orang sering menanyakan *font* yang dipakai oleh suatu *brand*, terutama yang sudah terkenal. Sayangnya masih sedikit *brand* yang paham *custom typeface*.

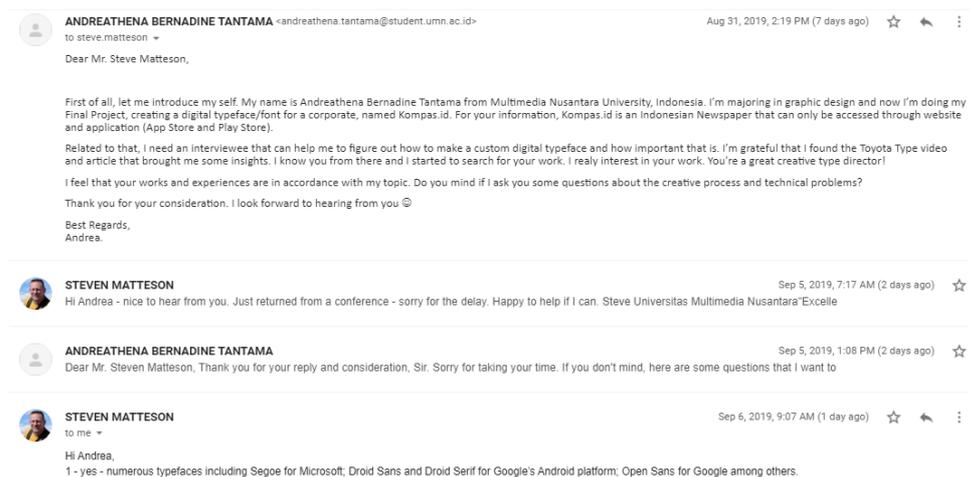
Menurut Gumpita, *font* yang saat ini digunakan oleh Kompas.id didominasi oleh *high kontras serif*. *Body text* pada Kompas.id masih cukup dapat terbaca karena kontrasnya tidak terlalu ekstrem. Sebaliknya, *headline* kurang terbaca karena tebal tipis *stroke* yang sangat kontras.

Berhubungan dengan penggunaan *serif* atau *sans serif*, sebenarnya keduanya bisa digunakan di media digital. Hanya saja *sans serif* lebih mudah untuk dibaca. Meskipun demikian, *serif font* juga dapat terbaca dengan baik ketika perancangannya dioptimalkan untuk media digital. Pemilihan *serif* dan *sans serif* kembali lagi pada fungsi dari *font* yang akan digunakan. Selain estetika, fungsi *font* juga harus diperhatikan.

3.1.2.3. Steve Matteson

Steve Matteson adalah seorang *type designer* dan menjadi *creative type director* di Monotype. Matteson saat ini sudah merancang lebih dari 80

keluarga huruf. Beberapa *font* yang pernah dibuat oleh Matteson antara lain adalah Segoe untuk Microsoft, Droid Sans dan Droid Serif untuk platform Android Google, dan Open Sans untuk Google. Pada kesempatan ini, penulis melakukan wawancara melalui *e-mail*. Pertanyaan wawancara yang diajukan oleh penulis dijawab pada tanggal 6 September 2019.



Gambar 3.15. Wawancara dengan Steve Matteson

Dalam pembuat *typeface*, Matteson seringkali terinspirasi dari bentuk-bentuk organik, atau bahkan dari suatu masalah yang menurutnya perlu diselesaikan dengan *typeface*. Matteson memvisualisasikan ide dengan menggambarinya di atas kertas, lalu mengubahnya ke dalam bentuk digital. Desain bentuk akhir dibuat secara langsung pada tahap digital.

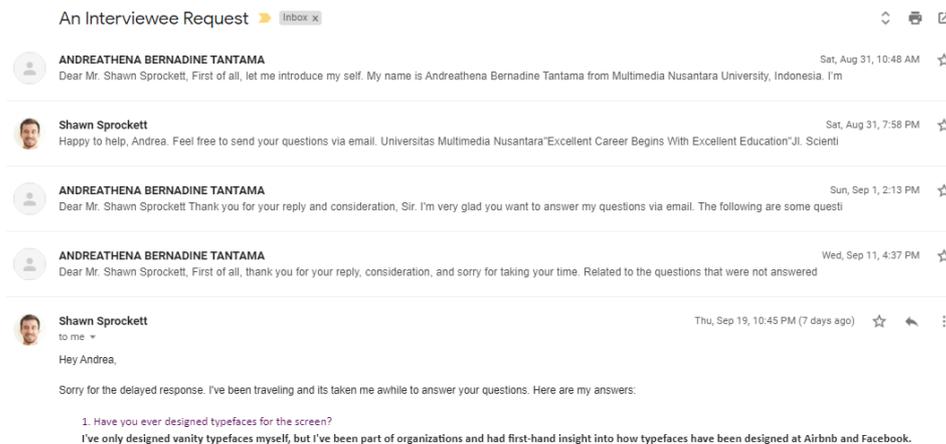
Menurut Matteson, *serif* dan *sans serif* dapat bekerja dengan baik ketika pemilihannya sesuai dengan fungsi dari dibuatnya *font* tersebut. Sebagai contoh, Helvetica dapat bekerja dengan baik dan terlihat bagus ketika digunakan dalam ukuran 14 pt atau lebih. Sebaliknya, Helvetica Now dibuat untuk ukuran yang lebih kecil. Pada umumnya, penggunaan

sans serif pada media berbasis layar akan mempermudah proses membaca, terutama untuk *font* berukuran kecil. Hal tersebut terjadi karena tidak semua layar memiliki antialiasing.

Berhubungan dengan *font* yang digunakan oleh Kompas.id saat ini, Matteson mengatakan bahwa Kompas.id menggunakan *high contrast serif font*. Pemilihan *font* untuk *body text* menurutnya kurang tepat. Bagian *hairlines* dan *serif* dari *font* yang dipilih terlalu tipis. Hal ini membuat teks menjadi kurang terbaca. *Font* dengan ciri seperti itu akan lebih baik jika digunakan sebagai *display type*.

3.1.2.4. Shawn Sprockett

Shawn Sprockett adalah seorang desainer, instruktur, dan konsultan *brand*. Sprockett tergabung dalam organisasi yang memiliki wawasan secara langsung mengenai *typeface* dari Airbnb dan Facebook. Sprockett juga mendesain beberapa huruf. Inspirasi yang dia dapatkan berasal dari artikel, gambar, dan konten-konten bertopik huruf dan tipografi lainnya. Hal tersebut biasa dia dapatkan melalui Fonts in Use, Typewolf, Letterform Archive, dan masih banyak lagi. Wawancara dengan Sprockett dilakukan melalui *e-mail*. Sprockett menjawab pertanyaan yang diajukan oleh penulis pada tanggal 19 September 2019.



Gambar 3.16. Wawancara dengan Shawn Sprockett

Dalam pembuatan *typeface* untuk media berbasis layar, Sprockett menyatakan bahwa resolusi layar yang rendah menjadi masalah dalam membuat desain huruf digital. Selain itu *font* harus fleksibel, dinamik, dan dapat diakses secara global. Desain harus diperhatikan agar tidak terjadi gangguan secara visual. Selain desain, *type designer* perlu melakukan pendekatan dari sisi audiens juga. Beberapa hal yang biasa menjadi pertanyaan adalah kondisi audiens dalam mengakses internet, penulisan huruf dalam berbagai bahasa, karakter-karakter yang dibutuhkan, kondisi atau situasi audiens ketika membaca, dan aksesibilitasnya.

Sprockett mengatakan bahwa ketika fungsi utama dari *website* maupun aplikasi adalah untuk dibaca, maka *typeface* dapat menjadi suatu pengalaman berharga yang bisa didapatkan oleh audiens. *Readability*, *legibility*, dan *accessibility* perlu diperhatikan agar suatu informasi dapat diterima dengan baik. Dalam wawancara, Sprockett menambahkan bahwa saat ini Kompas.id menggunakan tiga *font* utama. Jumlah tersebut

merupakan jumlah maksimal penggunaan jenis huruf. Sprockett menyarankan untuk menggunakan satu atau dua *type families* saja dan mengkombinasikan berat huruf untuk membedakan hierarki.

Melalui kesempatan ini, Sprockett juga memberikan beberapa penjelasan rinci mengenai tiga jenis *font* utama yang digunakan oleh Kompas.id. Georgia adalah *font* yang *legible*, tetapi terlihat sedikit menggumpal. Hal ini karena Georgia didesain untuk digunakan pada layar beresolusi rendah. Chronicle Display memiliki kepribadian dan karakter yang unik, tetapi tidak dapat terbaca dengan baik karena *stroke* yang kontras. Terakhir, PT Sans terkesan terlalu santai dan kurang elegan untuk Kompas.id yang memberikan berita tepercaya dan berkualitas.

Sprockett menambahkan bahwa walau tetap harus dipertimbangkan dan diperhatikan, resolusi layar kini tidak terlalu menjadi masalah dalam pemilihan *serif* maupun *sans serif*. Ada hal lain yang bisa memberikan dampak lebih besar. Hal tersebut berhubungan dengan psikologis manusia yang memiliki kepercayaan akan hal tertentu. *Serif font* akan membawa kesan faktual sehingga Kompas.id lebih dapat dipercaya oleh audiens.

3.1.2.5. Kesimpulan wawancara

Kompas.id memiliki *brand image* yang diturunkan dari Harian Kompas yang sudah berdiri selama 54 tahun, yaitu elegan dan sederhana. Di sisi lain, konsumen lebih mengharapkan tampilan berita Kompas.id yang

disajikan di media digital agar lebih modern dan luwes. Kompas.id sendiri ingin mencoba untuk menanggapi harapan konsumen.

Sebagai identitas visual, Sprockett mengatakan bahwa pembuatan *custom typeface* dapat memberikan pengalaman berharga untuk audiens. Dalam membangun pengalaman tersebut, tentunya sebuah *font* tidak hanya harus unik, tetapi juga harus mengedepankan *readability*, *legibility*, dan *accessibility*. Dilihat dari sisi keterbacaan dan kenyamanan dalam membaca *font* Kompas.id, Gumpita dan Matteson mengatakan bahwa *font* yang digunakan saat ini terlalu tipis dan memiliki perbedaan ketebalan *stroke* yang kontras. *Font* jenis tersebut tidak cocok bila digunakan di media digital karena lebih susah untuk dibaca. Dalam hal ini, Kompas.id sendiri sudah menyadarinya. Pihak Kompas.id merasa bahwa *font* yang mereka gunakan tidak berjalan dengan baik di media digital.

Pemilihan jenis *font* juga harus dipertimbangkan dari segi fungsinya. Baik *serif* maupun *sans serif*, keduanya harus bisa terbaca dengan baik di layar digital. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keterbacaan dan kenyamanan membaca di media digital. Salah satunya adalah berkaitan dengan resolusi layar dan *antialiasing*. Pada umumnya, *sans serif* pada media berbasis layar akan lebih mudah untuk dibaca, terutama untuk *font* berukuran kecil. Di sisi lain, *serif font* justru akan membuat berita Kompas.id menjadi terkesan faktual dan dapat dipercaya.

3.1.3. Studi Literatur

Penulis merasa perlu memperdalam lebih lanjut mengenai huruf dalam identitas dan *custom typeface*. Oleh karena itu penulis telah melakukan studi literatur melalui beberapa *website* yang membahas mengenai kedua hal tersebut.

3.1.3.1. Huruf dalam identitas

Merujuk pada apa yang dikatakan oleh Spiekermann (2014), yaitu *typeface* yang secara visual dapat menjadi identitas merek, penulis ingin memperdalam lebih lanjut mengenai peran huruf dalam identitas. Penulis memperdalam hal tersebut melalui artikel *website* mengenai *custom typeface* (Venkatesan, 2018), *why type is brand* oleh Erik Spiekermann (Creative Bloq Staff, 2014), dan tipografi pada *web design* (Reichenstein, 2006). Semua artikel tersebut diakses pada tanggal 21 September 2019.

Melalui studi literatur ini, penulis mendapatkan informasi bahwa setiap *brand* pasti berusaha untuk menciptakan kesan, keautentikan dan kepercayaan dalam komunikasi mereka. Dalam mencapai hal tersebut, sebuah *brand* membutuhkan identitas untuk menyampaikan pesan mereka. Identitas suatu *brand* pada dasarnya dapat diwakilkan oleh sebuah logo. Faktanya, logo saja tidak cukup untuk membangun suatu *brand*. Beberapa *brand* juga menggunakan warna sebagai identitas mereka, tetapi warna yang ada juga tidak cukup untuk mewakili setiap *brand* yang ada di dunia. Oleh karena itu diperlukan identitas visual lain, yaitu *typeface* yang dapat membantu mengungkapkan dan mempertahankan identitas. *Typeface* juga

dapat membuat orang menjadi *familiar* terhadap suatu *brand*, terlebih jika mereka memiliki *custom typeface* sendiri.

Penulis juga mendapatkan informasi bahwa *type* merupakan bahasa yang dapat dilihat oleh audiens. *Brand* yang dapat berkomunikasi dengan tepat adalah *brand* yang memperhatikan dan mengoptimalkan tipografi mereka. *Brand* yang tahu bagaimana cara berkomunikasi melalui huruf akan dapat bertahan. Huruf menjadi medium yang dapat membawa pesan tertentu. Hal ini sangat perlu diperhatikan, terlebih bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jurnalistik.

Sebuah berita tentunya menyajikan banyak sekali informasi. Agar dapat tersampaikan dengan baik, desain dalam informasi memainkan peran yang begitu penting. Segala sesuatu yang ada harus menjadi satu suara yang sama agar dapat terlihat sebagai satu *brand*. Pada tipografi, satu suara berarti satu keluarga huruf dengan banyak *typeface*. Dengan satu keluarga huruf, teks panjang bisa ditulis dengan huruf *serif* dan dipadukan dengan *sans serif* untuk penulisan informasi dalam ruang desain yang kecil.

Berhubungan dengan identitas visual, huruf dalam suatu teks pada *browser* atau *digital platform* harus dilihat sebagai *user interface*, bukan hanya sebatas konten. Selain itu, penulis juga mendapatkan bahwa dalam menyampaikan pesan huruf harus sesuai dengan identitas pengirimnya, yaitu *brand* itu sendiri. Dalam membuat *typeface* sebagai identitas visual, penulis dapat menjadikan logo sebagai acuan. Hal ini sudah diterapkan

oleh Ubuntu dan IBM dalam *custom typeface* mereka. Dalam membuat *typeface*, IBM memulainya dengan memilih salah satu huruf *grotesque sans serif*, kemudian mengkombinasikannya dengan karakteristik dari logo. Dalam kasus lain, Ubuntu membuat *typeface* dengan gaya *humanist* yang mencerminkan *brand image*-nya yang tepat, dapat diandalkan, tetapi juga bebas. Sebagai identitas, perancangan *typeface* perlu dioptimalkan baik dari segi fungsi maupun keunikannya.

3.1.3.2. Custom typeface

Penulis memperdalam mengenai *custom typeface* melalui artikel yang ditulis oleh Venkatesan (2018) pada *website* pribadinya yang diakses pada tanggal 21 September 2019. Penulis mendapatkan bahwa pembuatan *custom typeface* memang seharusnya didasari oleh sebuah masalah yang dialami oleh suatu *brand*. Sebagai contoh, diperlukan *font* untuk penulisan dalam berbagai bahasa. Hal ini biasanya dialami oleh beberapa *brand* internasional karena sebagian besar *typeface* hanya diperuntukan untuk penulisan bahasa Latin. Selain itu ada juga permasalahan lain, seperti rendahnya *legibility* dan *readability* dari *font* yang saat ini digunakan pada media digital. Setiap *brand* tentunya memiliki fokus masalah yang berbeda-beda, sehingga masih banyak contoh masalah lainnya.

Salah satu alasan lain dari dibuatnya *custom typeface* adalah dapat mengurangi pengeluaran biaya. Suatu perusahaan harus membayar biaya lisensi *font* secara berkala. Semakin banyak *font* yang digunakan, semakin besar juga biaya yang harus dikeluarkan. Sebagai contoh, IBM dan Netflix

telah membuat *custom typeface* sendiri. Kini masing-masing dari mereka telah menghemat jutaan dolar setiap tahunnya.

3.1.4. Observasi

Dalam melakukan pencarian data, penulis juga melakukan observasi. Melalui observasi, penulis juga telah melihat sendiri dan mengidentifikasi lebih dalam. Melalui observasi, penulis menemukan cukup banyak informasi baru yang dapat berguna untuk perancangan.

3.1.4.1. Latar belakang Kompas.id

Penulis melakukan observasi dengan mencari data mengenai Kompas.id melalui *website* Korporasi Kompas.id. Dalam observasi ini, penulis mendapatkan beberapa informasi mengenai profil dan sejarah dari Kompas.id. Penulis mendapatkan bahwa Kompas.id merupakan salah satu inovasi digital dari Harian Kompas. Koran Harian Kompas sudah ada di Indonesia sejak 54 tahun yang lalu, yaitu di tahun 1965. Pendirinya adalah P.K. Ojong dan Jakob Oetama. Baik Harian Kompas maupun Kompas.id memiliki semangat jurnalisme “amanat hati nurani rakyat”.

Layanan koran digital berbayar Kompas.id ini muncul seiring dengan berkembangnya era digital, yaitu sejak tanggal 2 Februari 2017. Apa yang ada pada Harian Kompas dapat dibaca di Kompas.id dalam tampilan yang berbeda. Fitur-fitur pada media digital membuat pengalaman membaca audiens juga akan berbeda. Konten pada Harian Kompas dapat diakses melalui *website* Kompas.id. Saat ini

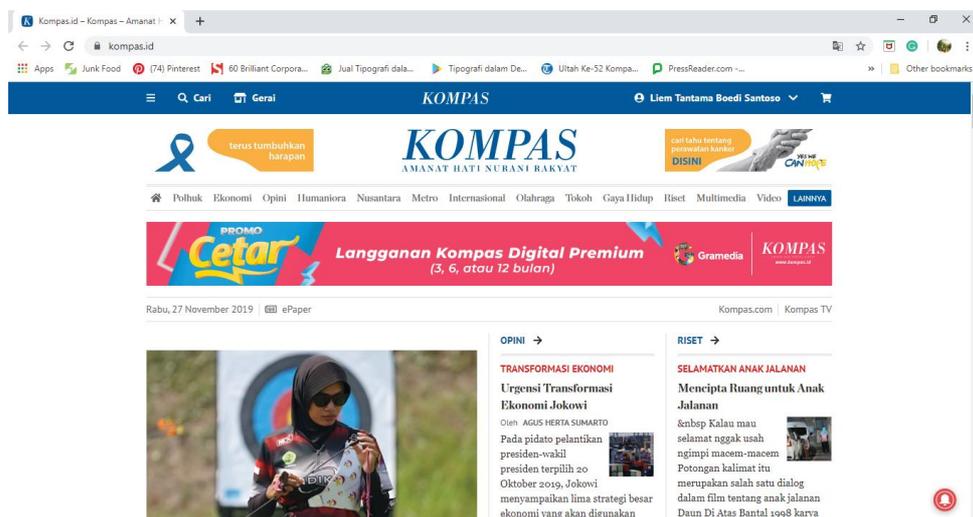
pengaksesannya juga dapat dilakukan melalui aplikasi Kompas.id yang dapat diunduh melalui Google Playstore dan App Store.

3.1.4.2. Observasi *existing identity* Kompas.id

Dalam melakukan pencarian data mengenai *existing brand* dari Kompas.id, penulis telah melakukan observasi dengan metode Kapferer. Berdasarkan metode tersebut, penulis membuat *brand identity prism*. Bagian-bagian yang dianalisis antara lain adalah dari segi *physique*, *personality*, *culture*, *relationship*, *reflection*, dan *self-image*. Hasil dari penelitian ini nantinya akan mempengaruhi karakteristik dari *typeface* yang akan dirancang oleh penulis.



Gambar 3.17. Logo Kompas.id



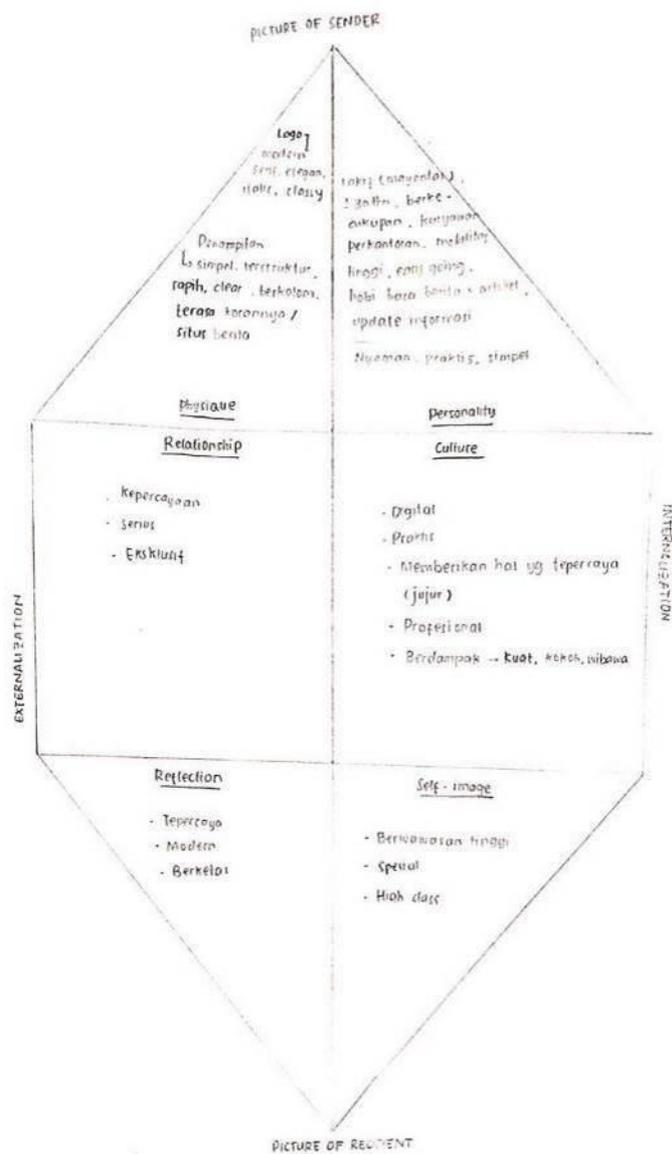
Gambar 3.18. Tampilan Halaman Utama Kompas.id

Physique dari Kompas.id meliputi logo dan penampilannya. Logo Kompas.id berbentuk *rounded rectangle* berwarna biru, dengan huruf K serif dan *italic* berwarna putih di tengah. Huruf K sendiri diambil dari logo Harian Kompas yang merupakan akar dari adanya Kompas.id. Logonya yang simpel ditambah dengan karakteristik dari huruf K yang *high contrast* membuatnya terkesan modern, elegan, dan berkelas. Warna birunya mencerminkan Kompas.id sebagai sebuah platform yang terpercaya. Tampilan dari Kompas.id sendiri sangat simpel dan terstruktur. Sebagai sebuah platform berita, Kompas.id menyajikan informasi secara rapi dan *clear. Grid* yang digunakan juga berkolom seperti tampilan koran cetak, terutama pada halaman utama Kompas.id.

Dilihat dari cara berkomunikasi, Kompas.id dapat digambarkan sebagai seorang pria berumur 28 tahun yang energik, *easy going*, mapan, dan tinggal di wilayah metropolitan. Pekerjaannya adalah sebagai jurnalis. Mobilitasnya tinggi, penggemar berita dan informasi, serta selalu *up-to-date*. Selain itu dia juga orang yang praktis dan simpel.

Kompas.id menjadikan nilai-nilai budaya jurnalis sebagai fondasi dan inspirasi dalam menyampaikan berita. Budaya tersebut tidak hanya mendasari, tetapi juga disampaikan kepada audiens. Kompas.id menerapkan budaya kejujuran melalui beritanya yang terpercaya. Selain itu Kompas.id juga praktis, digital, profesional, kuat, dan berdampak.

Selain empat aspek di atas, penulis juga menganalisis identitas Kompas.id dengan mencerminkan konsumen, baik dari sudut pandang Kompas.id (eksternal), maupun dari konsumen sendiri (internal). Dilihat dari aspek *reflection*, Kompas.id menganggap bahwa konsumennya adalah orang yang modern dan berkelas. Di balik itu, konsumen Kompas.id merasa bahwa dirinya berwawasan luas.



Gambar 3.19. *Brand Identity Prism* Kompas.id

3.1.4.3. Observasi media dan *font* Kompas.id

Penulis melakukan analisis terhadap *website* dan aplikasi Kompas.id. Secara garis besar pemilihan *font* terbagi menjadi tiga bagian utama, yaitu untuk *headline*, *body text*, dan navigasi. Penulis kemudian menganalisis ketiga kategori tersebut dari segi *font stack*, ada atau tidaknya *serif*, berat huruf, dan warna yang digunakan. Berikut adalah tabel yang memberi gambaran mengenai analisis yang telah dilakukan oleh penulis.

Tabel 3.1. Analisis *Font* Kompas.id

No.	Kategori	<i>Font Stack</i>	<i>Serif/Sans</i>	Berat Huruf	Warna
1.	<i>Headline</i>	Chronicle Display, Georgia, Times New Roman, Times	<i>Serif</i>	<i>Bold, regular</i>	Abu-abu tua #333
2.	<i>Body text</i>	Georgia, Times New Roman, Times	<i>Serif</i>	<i>Regular</i>	Abu-abu tua #333
		PT Sans, Arial, Verdana, Helvetica	<i>Sans serif</i>	<i>Regular</i>	Abu-abu tua #333
3.	Navigasi	Chronicle Display, Georgia, Times New Roman, Times	<i>Serif</i>	<i>Semibold</i>	Abu-abu #666
		PT Sans, Arial, Verdana, Helvetica	<i>Sans serif</i>	<i>Bold, regular</i>	Merah #d71920 Biru #00599A Putih #ffffff

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa *font* yang digunakan oleh Kompas.id didominasi oleh huruf *serif*. Terdapat dua jenis

serif yang digunakan, yaitu Chronicle Display dan Georgia. Chronicle Display digunakan untuk penulisan *headline* dan navigasi pada tampilan layar laptop, sedangkan Georgia hanya digunakan untuk penulisan *body text*. Selain *serif*, Kompas.id juga menggunakan *sans serif font* yang bernama PT Sans. *Font* tersebut digunakan untuk penulisan navigasi pada tampilan layar *handphone* dan *body text*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar 3.20. Chronicle Display



Gambar 3.21. Chronicle Display pada Judul Halaman Artikel Berita



Gambar 3.22. Chronicle Display pada Judul Halama Utama

Sesuai dengan namanya, Chronicle Display pada dasarnya memang merupakan *display type*. Perbedaan tebal dan tipisnya *stroke* pada Chronicle Display terlihat sangat kontras. Oleh karena itu, *font* ini kurang baik ketika digunakan dalam penulisan teks panjang, terlebih lagi dalam ukuran kecil. Pada layar laptop dengan ukuran 100%, penerapan Chronicle Display pada judul di halaman artikel berita sebenarnya masih dapat terbaca, namun *font* menjadi kurang terbaca ketika diterapkan pada judul-judul berita di halaman utama. Ukurannya terlalu kecil dan jarak antarhuruf terlihat terlalu sempit dan padat. Hal tersebut membuat nilai *readability* menjadi rendah. Dalam ukuran kecil, *legibility* juga menurun. Bagian *stroke* yang terlalu tipis, seperti *bar* pada huruf A dan H menjadi tidak terlihat. Sebagai contoh, H menjadi terlihat seperti huruf I dan I, sedangkan huruf e terlihat seperti huruf c.



Gambar 3.23. Chronicle Display pada Navigasi *Website* Layar Laptop

Penulisan navigasi pada tampilan layar laptop dan *handphone* menggunakan dua *font* yang berbeda. Penulisan navigasi di *website* layar laptop menggunakan Chronicle Display. Meskipun menggunakan *font* yang sama dengan judul, navigasi lebih dapat terbaca. Ini terjadi karena navigasi hanya terdiri dari satu kata, tidak seperti judul yang merupakan satu kalimat. Akan tetapi keadaan ini tetap tidak merubah *legibility* dari *font* tersebut. Chronicle Display tetap tidak *legible* karena terlalu kontras.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar 3.24. PT Sans



Gambar 3.25. PT Sans pada Navigasi Aplikasi Kompas.id

Font kedua yang digunakan adalah PT Sans. *Font* ini digunakan untuk navigasi di layar *handphone*. Penulisannya menggunakan warna putih dengan latar belakang biru. Dilihat dari segi pemilihan *font*, PT Sans jauh lebih tinggi keterbacaannya. *Font* terlihat lebih tidak bergerigi dan terlihat dengan jelas. Selain itu pemilihan warna yang lebih kontras juga mendukung keterbacaan. Dilihat dari segi karakteristiknya, kedua *font* tersebut telah membuat kesan yang berbeda. PT Sans lebih terkesan modern, dinamis, serta tidak terlalu kaku pembawaannya.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

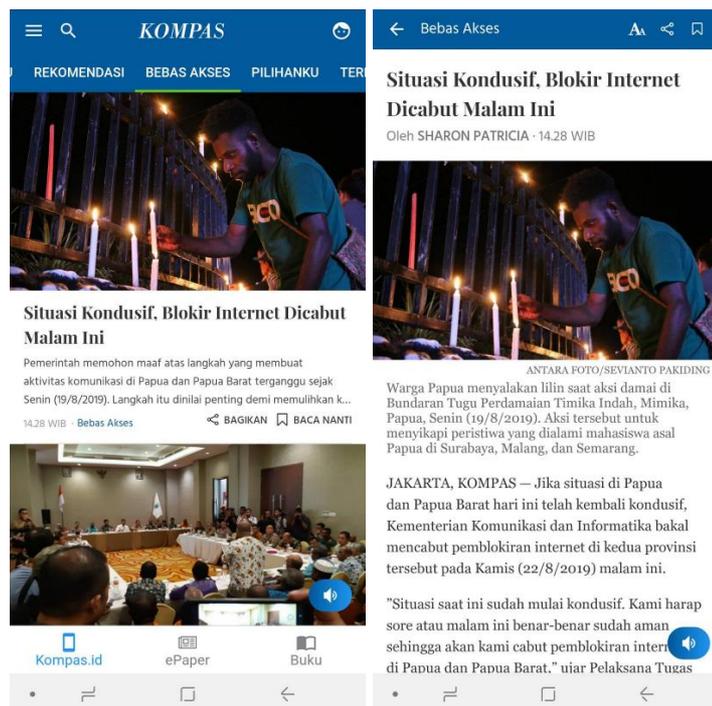
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gambar 3.26. Georgia

Penulisan *body text* pada Kompas.id menggunakan dua jenis huruf, yaitu Georgia dan PT Sans. Pada layar laptop, *body text* didominasi oleh Georgia yang tergolong dalam huruf *serif*. Ukuran *font* yang digunakan pada *body text* berita yang dibuka di satu halaman tersendiri dalam ukuran layar 100% adalah 18pt. Ukuran tersebut masih dapat terbaca dalam jarak

baca normal. *Kerning*-nya auto dan *tracking*-nya nol. Jarak antar-*baseline* bukan merupakan *auto leading* (21,6pt), tetapi diatur sebesar 36pt. Hal ini menunjukkan bahwa *font* ini memiliki *leading* sebesar 18pt. Ukuran *font* yang digunakan pada halaman utama jauh lebih kecil, yaitu 13pt dengan jarak antar-*baseline* 20pt dan *leading* 7pt. Dengan ukuran tersebut, *stroke* menjadi terlihat terlalu tipis dan kurang dapat terbaca dengan baik.

Selain itu dalam penulisan *body text* pada layar laptop ada beberapa bagian yang menggunakan PT Sans. Pada kondisi layar 100%, ukuran *font* yang digunakan adalah 12pt. *Leading* yang digunakan adalah 4pt, dengan jarak antar-*baseline* sebesar 16pt. Tidak ada perubahan *kerning* dan *tracking*. Pada penerapannya di media digital, sekalipun ditulis dengan ukuran kecil, *legibility* dan *readability* PT Sans terlihat baik dan jelas.

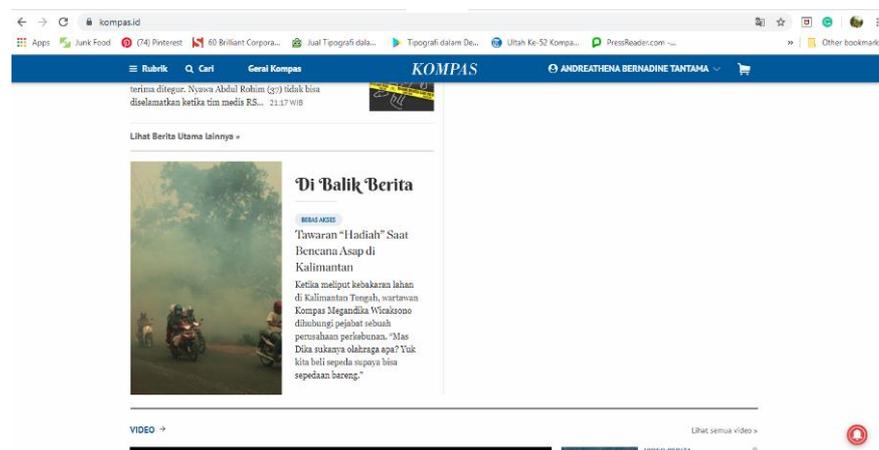


Gambar 3.27. Tampilan Aplikasi Kompas.id

Pada layar *handphone*, penulisan *headline* tetap menggunakan Chronicle Display. *Body text* pada halaman utama ditulis dengan menggunakan PT Sans, tetapi ketika judul berita dipilih dan masuk ke halaman artikel berita, *body text* berubah menjadi Georgia. Perbedaan *serif* dan *sans serif* yang digunakan oleh Kompas.id sendiri telah membuat kesan berita yang ingin disampaikan terasa berbeda. Jika dibandingkan, tingkat keterbacaan PT Sans lebih tinggi dibandingkan dengan Georgia. Selain itu, jarak antarbaris keterangan gambar yang ditulis dengan Georgia terlihat terlalu rapat. Teks menjadi terlihat berdempetan dan sesak. Penulis juga menemukan bahwa penulisan *body text* pada *handphone* yang berbeda bahkan bisa tertulis dengan *font* yang berbeda pula. Kasus ini terjadi pada sesama Android dengan *browser* yang sama.

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 3.28. Berkshire



Gambar 3.29. Di Balik Berita

Pada halaman utama Kompas.id, terdapat pula sebuah tulisan ‘Di Balik Berita’ dengan *font* Berkshire. Tulisan tersebut hanya terdapat di bagian tengah halaman utama *website*, dan tidak ditemukan pada aplikasi. Berkshire sendiri merupakan *display type* yang dekoratif sehingga menarik perhatian. Alhasil tulisan ‘Di Balik Berita’ terasa beda sendiri, mencolok, dan lebih menonjol dibandingkan dengan berita utama. Pemilihan *font* tersebut kurang tepat, terlebih karena karakteristik Berkshire dan kesan yang diberikan sangat berbeda dari apa yang ingin dibangun Kompas.id.

Perbedaan ukuran resolusi layar mengakibatkan adanya perbedaan *layout*. Selain dari segi *font*, penulis juga mendapatkan bahwa *layout* pada halaman utama Kompas.id dengan resolusi maksimal laptop menggunakan sistem *modular grid*. *Website* Kompas.id sudah responsif. Oleh karena itu, *layout* akan berubah mengikuti ukuran layar. Pada aplikasi di *handphone*, *layout* yang digunakan adalah *single grid*. Selain itu didapatkan bahwa konten pada Kompas.id mengalir dengan menggunakan sistem *scroll*.

3.1.5. Studi Existing

Penulis melakukan studi *existing* terhadap *custom typeface* yang telah ada sebelumnya. Kompas.id merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jurnalistik dan menampilkan berita melalui media digital. Berhubungan dengan itu, penulis mencari *custom typeface* dari perusahaan yang serupa. Data-data yang dipelajari oleh penulis berasal dari beberapa *case study*.

3.1.5.1. *BBC Reith typeface*

Pada mulanya di tahun 1997, BBC menggunakan Helvetica, Arial, dan Gill Sans. Saat ini BBC menggunakan Reith, *font* yang dibuat oleh Dalton Maag untuk BBC. Dalam pembuatannya, BBC menginginkan *font* yang multifungsi, yaitu sebagai identitas *brand*, penulisan informasi, dan juga sebagai huruf bacaan. Desainnya menyeimbangkan antara karakteristik dari kepribadian BBC dan juga dari segi fungsionalitas.

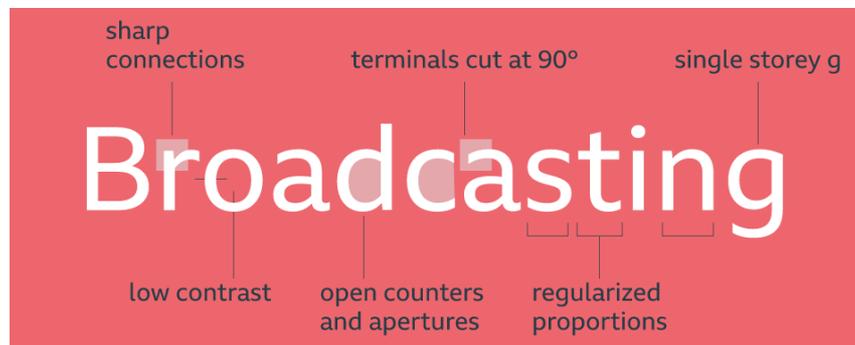


Gambar 3.30. *Reith Type Family*
(<https://www.daltonmaag.com/work/bbc-reith>, n.d.)

Reith merupakan *font* dengan gaya *humanist*. Keterbacaannya sesuai untuk media berbasis layar, dapat digunakan dalam ukuran *font* kecil di layar yang kecil pula. Kesan yang diciptakan adalah elegan, tetapi tetap modern. Di dalam satu keluarga Reith terdapat *serif*, *sans serif*, dan *condensed*. Ditinjau dari beratnya, *typeface* Reith terdiri dari *light*, *regular*, *bold*, dan *extra bold*. Selain itu, terdapat juga *italic font*.

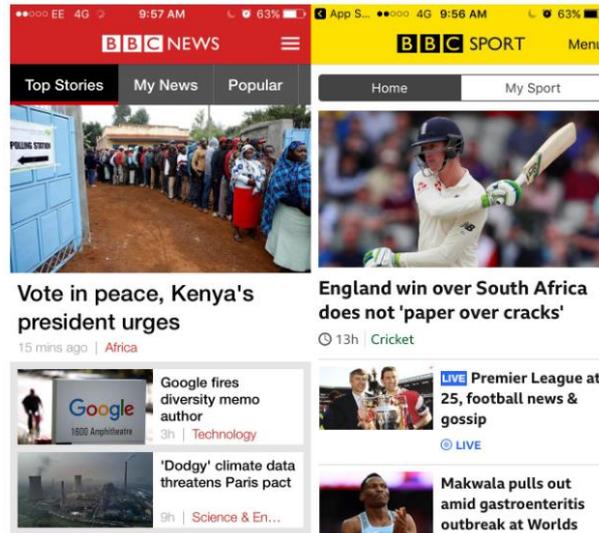


Gambar 3.31. *Details of Reith Typeface 1*
 (<https://www.daltonmaag.com/work/bbc-reith>, n.d.)



Gambar 3.32. *Details of Reith Typeface 2*
 (<https://www.daltonmaag.com/work/bbc-reith>, n.d.)

Reith merupakan huruf yang *legible*. Ketebalan hurufnya tidak terlalu kontras. Reith terlihat lebih terbuka karena memiliki *aperture* pada *open counters* yang besar. Selain itu terdapat detail koneksi yang lebih tajam antara bagian *stem* dan *bowl*, serta terdapat *legature* pada beberapa bagian huruf. Reith juga memiliki *readability* yang tinggi sehingga mudah untuk dibaca dalam teks berita yang panjang. Pada huruf *sans* dari keluarga huruf Reith terdapat alternatif bentuk lain dari huruf a.



Gambar 3.33. Perbandingan *Font* Lama dengan *Font* Baru
 (<https://www.digitalartsonline.co.uk/news/typography/new-bbc-typeface-reith-designed-in-house-for-small-screens/>, 2017)

Ada tiga macam alasan utama yang mendasari perancangan *typeface* Reith untuk BBC. Alasan pertama adalah untuk meningkatkan karakteristik atau ciri khas. Di tengah banyaknya berita yang bermunculan dan kesibukan audiens, *typeface* Reith dirancang sebagai pendekatan secara visual. Audiens pun akan menjadi *familiar* dengan BBC. Selain itu BBC juga memiliki masalah, dimana mereka tidak bisa menggunakan *typeface* yang sama pada media-media mereka. Dalam hal ini *font* yang dirancang dapat mempertahankan kekonsistenan suara identitas mereka. Kedua, *font* tersebut dirancang untuk meningkatkan keterbacaan pada layar. Hal ini dikarenakan *font* yang sebelumnya digunakan tidak bekerja secara baik pada layar. Ketiga, dengan membuat *font* sendiri, BBC dapat lebih menghemat pengeluaran. Uang yang biasa digunakan untuk lisensi kini dapat digunakan untuk meningkatkan produksi kelas dunia.

3.1.5.2. USA Today Unify typeface

USA Today merupakan koran nasional yang menyajikan berita dalam media cetak dan digital. Awalnya USA Today menggunakan *font* Futura Today di kedua medianya. Pada media digital, dilakukan proses *hand-hinted*, di mana dilakukan banyak penyesuaian sehingga akhirnya Futura Today mencapai tingkat keterbacaan yang baik pada layar. Saat ini Futura Today Typeface sudah tidak dipakai lagi oleh USA Today dengan alasan hendak memberikan kesan *brand* yang baru dan segar. USA Today bekerjasama dengan Dalton Maag untuk membuat dua *typeface*, yaitu Unify Sans dan Unify Serif. *Font* tersebut dibuat untuk meningkatkan keterbacaan, baik pada media cetak maupun media digital.



Gambar 3.34. Keluarga Huruf Unify Sans dan Unify Serif
(<https://www.daltonmaag.com/work/usa-today>, n.d.)



Gambar 3.35. *Details of Unify Serif*
(<https://www.daltonmaag.com/work/usa-today>, n.d.)

Baik Unify Serif maupun Unify Sans terdiri dari *regular* dan *condensed font*. Ditinjau dari berat hurufnya, keduanya memiliki variasi

regular, *semi-bold*, dan *bold*. Unify Serif dirancang untuk media cetak karena dapat membantu dalam mempercepat percetakan. Di sisi lain Unify Serif juga dirancang agar dapat digunakan di media digital. Unify Serif menggunakan sentuhan *humanist* yang dapat dilihat dari adanya *open terminals*. Hal inilah yang dapat meningkatkan keterbacaan pada penggunaan *font* berukuran kecil. Selain itu terdapat detail berupa adanya *circular element* dan *cut ball terminals*.



Gambar 3.36. *Details of Unify Sans*
(<https://www.daltonmaag.com/work/usa-today>, n.d.)

Unify Sans dirancang dengan gaya *geometric* dan diberi sentuhan *humanist*. Selain memperhatikan keterbacaan, Unify Serif juga mencerminkan identitas dari USA Today. Pada penerapannya, Unify Sans lebih digunakan untuk menuliskan berita pada media digital. *Font* ini didesain dengan *circular counters*, *open terminals*, dan *upright axis*. Ditinjau dari *legibility* dan *readability*, keduanya sudah mengoptimalkan perancangannya sehingga mudah dikenal dan terbaca pada layar digital.

3.1.6. Studi Referensi

Pada Tugas Akhir ini penulis mencari beberapa referensi dan inspirasi mengenai *modern serif typeface* dan *type specimen book*. Referensi yang telah dipelajari oleh penulis adalah sebagai berikut:

3.1.6.1. *Modern serif typeface*

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya, penulis melakukan studi referensi terhadap *serif font* yang memiliki karakteristik modern. Mengingat fungsinya untuk penulisan teks pada layar, penulis memilih *font* yang tidak *high contrast*. Dua *font* yang menjadi refensi bagi penulis adalah Merriweather dan PMN Caecilia.

1. Merriweather

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&'()*+,-
./:;<=>?@[\\^_`{|}~

Gambar 3.37. *Merriweather Character Set*

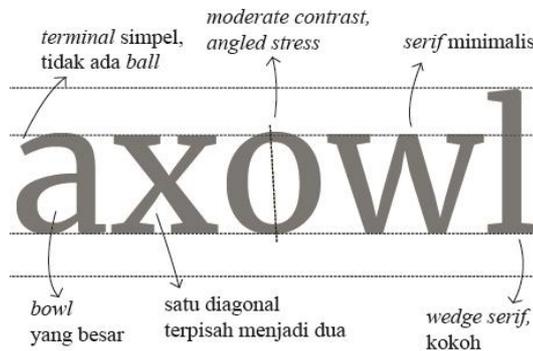
Light	Bold
<i>Light Italic</i>	<i>Bold Italic</i>
Regular	Black
<i>Regular Italic</i>	<i>Black Italic</i>

Gambar 3.38. *Merriweather Styles*

Merriweather adalah *font* yang dirancang oleh *type foundry* dari USA yang bernama Sorkin Type. Merriweather merupakan *text type* yang dirancang untuk penulisan teks pada layar. *Font* ini masih dapat terlihat ketika digunakan dalam ukuran kecil, seperti pada *handphone*. Dalam satu keluarga huruf, terdapat delapan *style*, yaitu *light*, *light italic*, *regular*, *regular italic*, *bold*, *bold italic*, *black*, dan *black italic*.

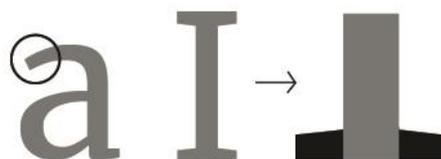


Gambar 3.39. Merriweather Anatomy Graphic 1



Gambar 3.40. Merriweather Anatomy Graphic 2

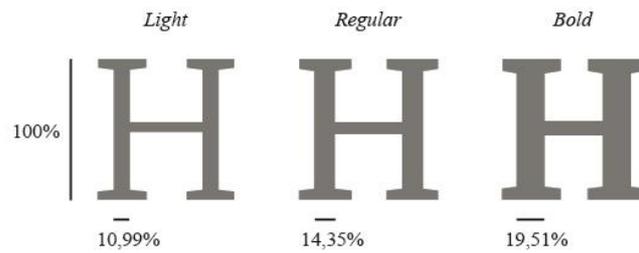
Meskipun tergolong dalam *serif font*, Merriweather memiliki bentuk dasar huruf modern. Desain bentuk hurufnya sederhana dan dirancang untuk fungsi tertentu. Dalam hal ini fungsinya difokuskan pada kemudahan pembacaan teks panjang pada layar digital, terutama dalam ukuran *font* yang kecil. Bentuknya yang sederhana dapat terlihat dari *serif*, *terminal*, dan *stem* pada huruf ini.



Gambar 3.41. Terminal, Stem, dan Serif Merriweather

Serif ada untuk memudahkan audiens dalam membaca teks panjang dan memberikan kesan huruf yang formal. *Serif* pada *font* ini asimetris dan berbentuk dasar *wedge* yang tidak terlalu curam. Jenis *serif* ini bersudut tajam, tebal dan terkesan kokoh. *Font* ini tidak memiliki *middle serif* pada huruf w. *Font* ini juga tidak memiliki *ball* pada *terminal*, seperti yang dapat terlihat pada huruf a dan r. Pada dasarnya *stroke* terbentuk dari garis lurus. Hal ini terlihat sangat jelas dari *stem* huruf I. Dalam hal ini terdapat pengecualian seperti yang terlihat pada huruf R. Kaki huruf R terbentuk dari garis yang sedikit melengkung sehingga huruf ini tidak terkesan terlalu kaku.

Selain itu, Merriweather dirancang dengan desain *aperture* yang besar dan lebih terbuka. Fungsinya adalah untuk lebih memperjelas bentuk, terutama dalam ukuran *font* kecil. Pada huruf e, penulis melihat adanya *bar* horizontal dan *eye* yang besar. Selain itu penulis juga melihat desain huruf g yang *binocular*, *ear* yang sederhana dengan garis horizontal pada bagian bawah, serta *bowl* yang besar. Huruf t pada *font* ini memiliki *bracket* yang sedikit memiliki sudut. Pada huruf O terdapat sedikit *angled stress* untuk memberikan sentuhan elegan. Gaya ini diadopsi dari *font* pada buku atau teks kuno.

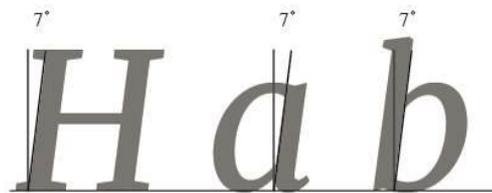


Gambar 3.42. Berat Huruf Merriweather

Ditinjau dari segi ketebalannya, tebal tipisnya *stroke* pada *font* ini memiliki kontras yang tergolong medium. Perbedaan ketebalan *stroke* masih dapat terlihat, tetapi tidak terlalu jauh. Dari segi beratnya, *regular font* dari Merriweather memiliki ketebalan *stem* 14% dari tingginya. Di samping itu terdapat *light font* dengan berat *stem* 11%, dan *bold font* dengan berat *stem* 20%.



Gambar 3.43. Proporsi Huruf Merriweather



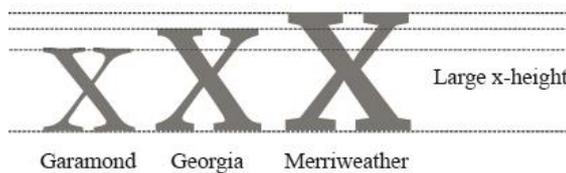
Gambar 3.44. Kemiringan Huruf *Italic* Merriweather

Setelah itu penulis juga menganalisis Merriweather dari segi proporsi hurufnya. Merriweather memiliki lebar huruf *uppercase* 76,9% dari tinggi huruf yang nampak dan 83,5% untuk *lowercase*.

Dalam hal ini penulis mengambil huruf H dan n sebagai acuan karena kedua huruf tersebut akan dirancang pertama. Berdasarkan teori Sihombing yang telah dijabarkan pada bab ke-2, Merriweather tergolong dalam huruf *semi condensed*. Pada huruf *italic*, Merriweather memiliki kemiringan sebesar 7°.



Gambar 3.45. *X-Height* Merriweather



Gambar 3.46. Perbandingan *X-Height* Merriweather

Merriweather memiliki *x-height* yang sangat besar. Hal ini dapat terlihat ketika huruf x dari Merriweather disandingkan dengan huruf x dari *font* lain. Dalam hal ini penulis menyandingkannya dengan Garamond dan Georgia. Saat ini Georgia sendiri merupakan *font* untuk teks pada Kompas.id. Sebaliknya, Merriweather memiliki *extender* yang pendek. Hal ini terlihat dari *ascender* pada huruf d dan *descender* pada huruf p. Selain itu Merriweather memiliki *ascender* yang tingginya melebihi *cap height*.



Gambar 3.47. *Kerning* Merriweather

Berikutnya, penulis menganalisis dari segi ruang tipografi. Pada gambar di atas terlihat rangkaian huruf ‘bcdlmnopwxy’ dengan *auto kerning* dan *tracking* bernilai nol. *Kerning* huruf ini berbeda-beda antara huruf yang satu dengan yang lain. Jaraknya bergantung pada bentuk huruf. Pertama, bentuk *curve* yang disandingkan dengan sesamanya memiliki *kerning* yang sempit. Pada gambar di atas, hal ini terjadi pada huruf b dan c, atau c dan d. *Kerning* dibuat demikian karena bagian atas dan bawah dari kedua huruf ini sendiri sudah terbuka. Kedua, bentuk garis lurus vertikal yang disandingkan dengan sesamanya akan memiliki jarak yang renggang. Hal ini terlihat pada huruf l dan m. Ketiga, jarak normal terdapat antara *curve* dan *straight line*, seperti pada huruf n dan o. Terakhir, huruf diagonal seperti w, x, dan y akan memiliki *kerning* yang sangat sempit.



Gambar 3.48. *Spacing* Merriweather

Merriweather Regular 18/21,6pt

Berapa hal menjadi
pertimbangan
untuk beralih ke
kendaraan listrik.

Gambar 3.49. *Leading* Merriweather

Jarak antarkata atau *spacing* pada huruf ini adalah sebesar 0,4 dari 1 *em*. Dapat dikatakan juga bahwa *spacing*-nya adalah 0,4 dari tinggi satu huruf besar pada *font* ini. Dari segi *leading*, penulis melihat adanya suatu pola pada *leading* normal. Ketika *font* berukuran 14pt, jarak dari *baseline* ke *baseline* selanjutnya adalah 16,8pt. Angka 16,8 berasal dari ukuran *font* yang ditambah dengan *leading* sebesar 2,8pt. Pada ukuran *font* 16pt, jarak dari *baseline* ke *baseline* selanjutnya adalah 19,2pt, dan begitu seterusnya. Dari hasil analisis ini penulis kemudian menyimpulkan bahwa setiap penambahan ukuran *font* sebesar 1pt, *leading* juga akan bertambah, yaitu sebesar 0,2pt.

Terakhir, berdasarkan bentuk dan anatominya penulis menyimpulkan bahwa Merriweather merupakan *serif font* yang dapat memberikan kesan modern pada teks-teks yang pembawaannya serius. *Font* ini dapat digunakan untuk penulisan berita, khususnya berita pada media digital. Adanya *serif* dapat membuat berita lebih terkesan kuat dan tepercaya. Di samping itu, bentuknya yang modern dan simpel dapat memudahkan audiens dalam membaca pada layar digital. Ciri-ciri dari Merriweather yang menjadi inspirasi adalah *x-height* yang tinggi, kontras *stroke* rendah, dan bentuk huruf yang terbuka.

2. PMN Caecilia

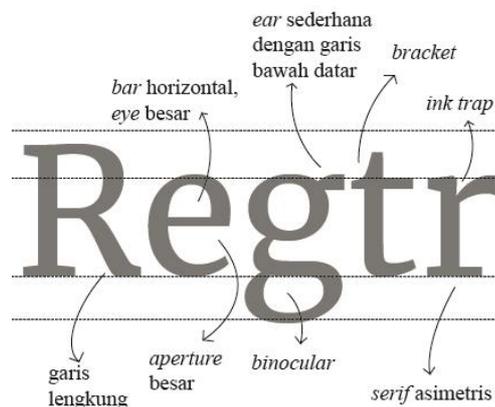
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!"#\$%&'()*+,-
 ./:;<=>?@[\\^_`{|}~

Gambar 3.50. *PMN Caecilia Character Set*

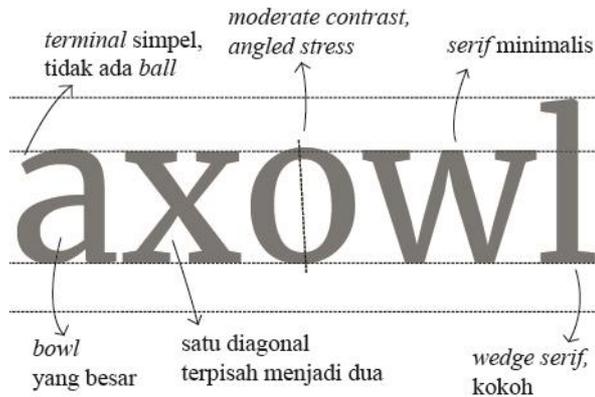
Light	Bold
Light Italic	Bold Italic
Regular	Black
Regular Italic	Black Italic

Gambar 3.51. *PMN Caecilia Styles*

PMN Caecilia adalah *font* yang didesain oleh Peter Matthias Noordzij dari *foundry* Linotype. *Font* ini dirancang pada tahun 1990. PMN Caecilia tergolong dalam klasifikasi huruf *humanist slab*. Bentuknya yang *humanist* membuat *font* ini lebih tinggi keterbacaannya dibandingkan dengan *slab font* lainnya. Sama seperti Merriweather, *font* PMN Caecilia memiliki delapan *style* huruf, yaitu *light*, *light italic*, *regular*, *regular italic*, *bold*, *bold italic*, *black*, dan *black italic*.



Gambar 3.52. *PMN Caecilia Anatomy Graphic 1*



Gambar 3.53. *PMN Caecilia Anatomy Graphic 2*



Gambar 3.54. *PMN Caecilia Anatomy Graphic 3*

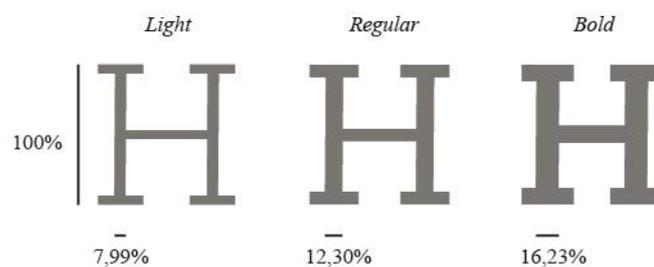
PMN Caecilia merupakan *font* yang sangat sederhana. Banyak anatomi yang terbentuk dari garis lurus yang membentuk bangun segi empat. Hal ini terlihat dari *stem*, *leg* seperti pada huruf K, *bar*, *ear*, bahkan *terminal* dan *serif* dari *font* ini. Selain itu terdapat bentuk dasar lain seperti lingkaran yang membentuk titik, seperti pada huruf i dan j.



Gambar 3.55. *Terminal, Stem, dan Serif* PMN Caecilia

Melalui gambar di atas penulis melihat bahwa *ball* pada *terminal* diganti dengan adanya perpanjangan garis lurus yang berbentuk segi empat. Bentuk ini sama dengan bentuk dasar dari *slab serif*. Tidak ada *bracket* pada *serif* jenis ini. Secara optikal lebar *serif* akan selebar *stem*, padahal seharusnya lebih tipis. Dari bentuk ini, *font* terlihat lebih sederhana, kokoh, dan tebal. Seperti yang telah penulis sampaikan sebelumnya, *stem* pada *font* ini juga terbentuk dari garis lurus. Dalam hal ini terlihat adanya pengecualian pada kaki huruf R yang terbentuk dari garis lengkung.

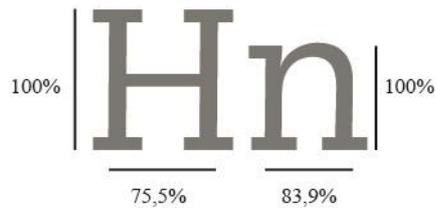
Ditinjau dari anatominya, penulis melihat adanya huruf e yang memiliki *angled stress*, *bar* horizontal, dan *eye* yang besar. Huruf pada PMN Caecilia memiliki *ink trap* serta *aperture* yang terbuka. Huruf g pada *font* ini merupakan *binocular*, dan huruf t memiliki ekor yang sedikit lebih panjang. Pada huruf k, lengan dan kakinya bertemu pada *stem*. Anatominya benar-benar membangun huruf minimalis.



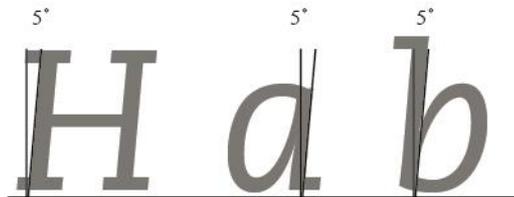
Gambar 3.56. Berat Huruf PMN Caecilia

PMN Caecilia memiliki *stroke* yang perbedaan tebas tipisnya sangat minim. Ketebalan *bar* sama dengan ketebalan *serif*. Keduanya

lebih tipis dibandingkan dengan ketebalan *stem*. Dari segi beratnya, PMN Caecilia memiliki berat *font* reguler 12% dari tingginya. Berat huruf *ligt* adalah sebesar 8%, sedangkan *bold* sebesar 16%.

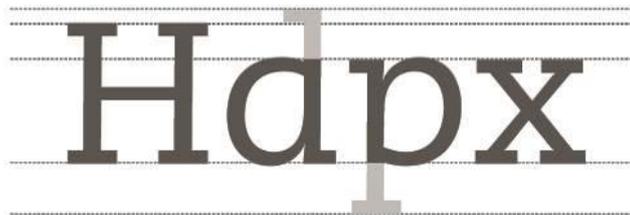


Gambar 3.57. Proporsi Huruf PMN Caecilia

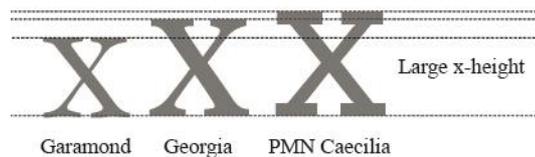


Gambar 3.58. Kemiringan Huruf *Italic* PMN Caecilia

Penulis juga menganalisis PMN Caecilia dari proporsi hurufnya. Penulis mengambil huruf H dan n sebagai acuan. Dari situ didapatkan bahwa PMN Caecilia reguler memiliki lebar huruf *uppercase* 75,5% dari tinggi huruf yang nampak dan 83,9% untuk *lowercase*. Persentase lebar huruf reguler menurut teori Sihombing adalah 80% dari tinggi huruf yang terlihat. Oleh karena itu huruf ini masih dapat digolongkan sebagai huruf reguler secara proporsi. Pada huruf *italic*, PMN Caecilia memiliki kemiringan 5°. Angka ini sangat jauh dari kemiringan yang disarankan Sihombing, yaitu 12°.



Gambar 3.59. *X-Height* PMN Caecilia



Gambar 3.60. Perbandingan *X-Height* PMN Caecilia

PMN Caecilia memiliki *x-height* yang tergolong besar besar. Dalam menentukan hal ini penulis menyandingkan huruf x dari PMN Caecilia dengan huruf x dari *font* lain. Sama seperti sebelumnya, penulis menyandingkannya dengan Garamond dan Georgia. Tingginya *x-height* membuat huruf ini memiliki *extender* yang pendek. Hal ini terlihat dari *ascender* pada huruf d dan *descender* pada huruf p. Melalui gambar di atas dapat terlihat juga bahwa PMN Caecilia memiliki *ascender* yang tingginya melebihi *cap height*.



Gambar 3.61. *Kerning* PMN Caecilia

Selanjutnya penulis menganalisis huruf ‘bcdlmnopwxy’ yang memiliki *auto kerning* dan *tracking* normal. Huruf ini memiliki *kerning* yang berbeda-beda berdasarkan bentuknya. Huruf dengan bentuk *curve* yang disandingkan dengan sesamanya membentuk ruang

terbuka pada bagian atas dan bawah kedua huruf. Alhasil kedua huruf ini memiliki *kerning* sempit. Pada gambar, hal ini terjadi pada huruf b dan c, atau c dan d. Huruf dengan garis lurus vertikal yang disandingkan dengan garis lurus vertikal lain akan memiliki jarak yang renggang. Hal ini nampak pada huruf l dan m. Ketiga, *curve* dan *straight line* yang disandingkan akan memiliki *kerning* normal. Sebagai contoh, hal ini terlihat pada huruf n dan o. Keempat, kerning yang sangat sempit terdapat pada huruf diagonal seperti w, x, dan y.



Gambar 3.62. *Spacing* PMN Caecilia

Berikutnya penulis juga menganalisis *spacing* dan *leading* dari PMN Caecilia. Penulis mengukur beberapa *spacing* pada huruf ini. Ternyata PMN Caecilia memiliki *spacing* yang berbeda-beda, namun besarnya tidak terlalu jauh. Berdasarkan hasil pengukuran penulis, ada *spacing* yang sebesar 0,53 dan ada yang 0,49 dari 1 *em*. Jika angka ini dibulatkan, dapat disimpulkan bahwa *spacing* PMN Caecilia berkisaran pada $\frac{1}{2}$ *em* atau 1 *en*.

PMN Caecilia Regular 18/21,6pt

Berapa hal menjadi
pertimbangan
untuk beralih ke
kendaraan listrik.

Gambar 3.63. *Leading* PMN Caecilia

Sama seperti Merriweather, penulis juga melihat adanya pola untuk pengukuran *leading* PMN Caecilia. Pada *leading* normal, ada penambahan *leading* sebesar 0,2pt untuk setiap penambahan ukuran *font* sebesar 1pt. Jarak *baseline* ke *baseline* PMN Caecilia juga sama dengan Merriweather. Sebagai contoh, *font* berukuran 14pt memiliki jarak antar-*baseline* 16,8pt. *Leading*-nya adalah sebesar 2,8pt. *Font* 15pt memiliki jarak antar-*baseline* 18pt, dan begitu seterusnya.

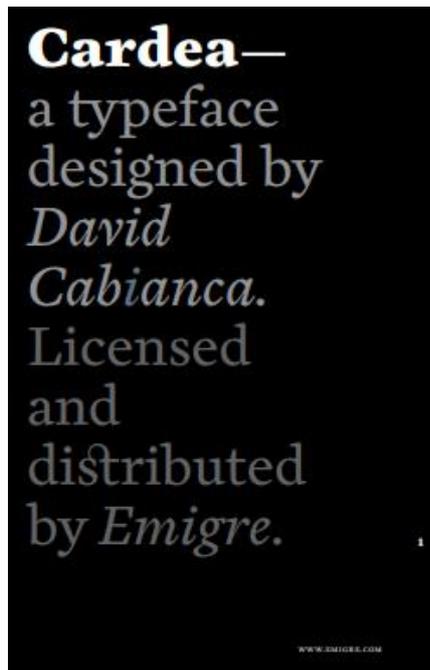
Dari analisis di atas, ciri-ciri yang penulis ambil dari PMN Caecilia adalah anatominya yang minimalis. Penulis juga mengadopsi bentuk *serif* yang bersiku dan tidak memiliki *bracket*. *Serif* jenis ini serupa dengan *serif* logo Kompas.id. Dengan begitu *typeface* sebagai identitas visual dapat dirancang lebih serupa dengan logo.

3.1.6.2. *Type specimen book*

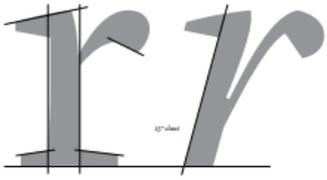
Penulis melakukan studi referensi terhadap *type specimen book* atau *typography guidelines* yang sudah pernah dirancang sebelumnya. Dalam hal ini penulis mencari referensi yang berhubungan dengan konten-konten yang harus ada pada *type specimen book*.

1. *Cardea type specimen book*

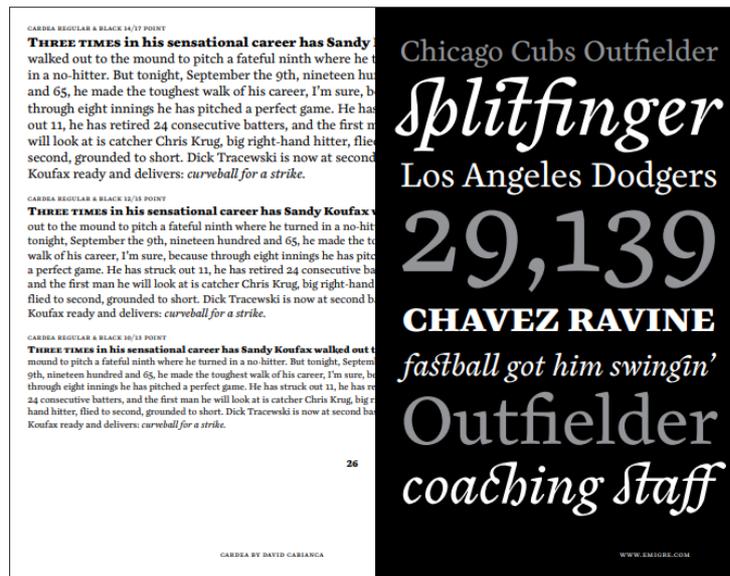
Melalui *type specimen book* ini penulis mendapatkan referensi dalam mengolah konten, terutama informasi bentuk dan karakteristik huruf. *Type specimen book* ini juga menunjukkan *typeface* Cardea yang diaplikasikan ke dalam berbagai ukuran *font* yang berbeda-beda.



Gambar 3.64. *Cardea Type Specimen Book* (<https://www.emigre.com/PDF/Cardea.pdf>, n.d.)

<p>Main features.</p> <p>Three weights each with italics and small caps.</p> <p>Cardea Regular & Italics PLUS SMALL CAPS</p> <p>Cardea Bold & Italics PLUS SMALL CAPS</p> <p>Cardea Black & Italics PLUS SMALL CAPS</p> <p>Living and Non-Living (DIN Style) numerals.</p> <p>CARDEA 1234567890 Cardea 1234567890 CARDEA 1234567890 CARDEA 1234567890 Cardea 1234567890 CARDEA 1234567890</p> <p>Living and Non-Living (DIN Style) Tabular numerals.</p> <p>\$4,233,680,967,205.42 \$6,470,541,389,502.06 \$4,233,680,967,205.42</p>	<p>Some distinguishing characteristics.</p> <p>SHOULDER CURVES AND ANGLES are applied to Cardea to generate visual sparkle. For example, the bottom of Cardea's serif is concave rather than flat. To get the curvature just right took some testing. Straight line construction requires a rational approach, but too much curvature made the design appear "old-fashioned." Rational construction brought to mind an era of Arts and Crafts production, e.g. Goudy Old Style, to a very subtle curve was applied, and this slight "irregularity" produced variations in the grip force of the text and contributed to the intended visual sparkle of Cardea.</p>  <p>NAVY NUMBER FALLOFF follows a fairly gentle slope of 3 to 5 degrees. But Cabianca wanted the italics to be more noticeable in the text, so Cardea's appearance is set at 12 degrees, while the lowercase is more extreme at a 15-degree slant.</p> <p>ROMAN NUMERALS remain fixed in the lighter to color and more narrow than their roman counterparts, e.g. Garamond Monotype Bold. Cabianca sought to follow the same relative proportions of an italic which is similar in width to the roman variant. Cardea's italics are only slightly more condensed at a 25% horizontal compression of the roman. Together, these seemingly incongruent features are in keeping with Cardea's balance between classical and modern traits.</p> <p>CARDEA BY DAVID CABIANCA</p> <p>WWW.EMIGRE.COM</p>
--	--

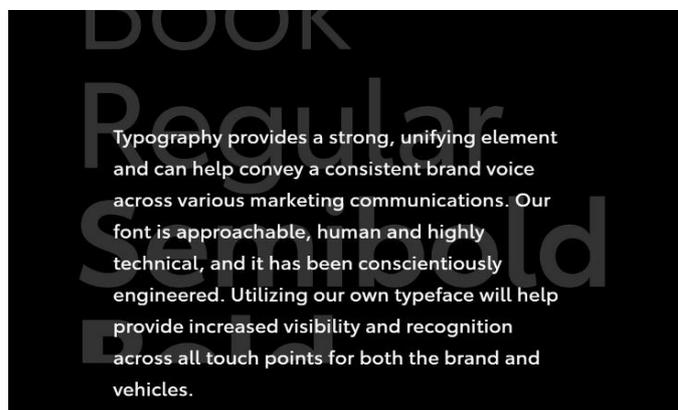
Gambar 3.65. Keluarga Huruf dan Karakteristik *Cardea Typeface* (<https://www.emigre.com/PDF/Cardea.pdf>, n.d.)



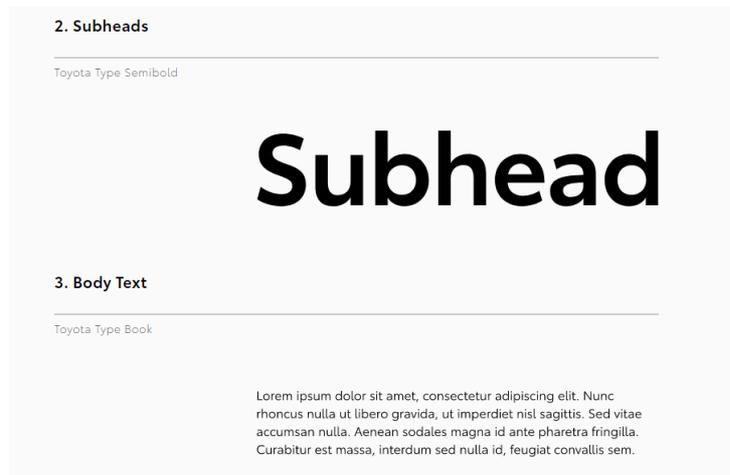
Gambar 3.66. Struktur Huruf Cardea
(<https://www.emigre.com/PDF/Cardea.pdf>, n.d.)

2. Toyota typography guidelines

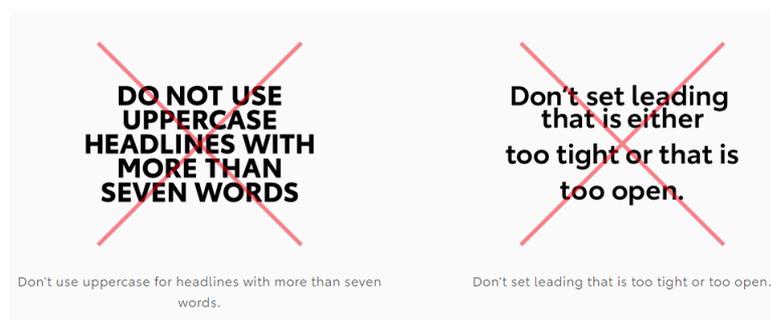
Toyota typography guidelines menampilkan beberapa bagian, seperti gambaran mengenai *typeface* yang dirancang, keluarga huruf, prinsip penggunaan, dan pengaturan dalam tipografi. Toyota juga memberikan contoh penggunaan yang salah, dan beberapa detail lain yang perlu diperhatikan dalam penggunaan *typeface* yang dirancang.



Gambar 3.67. Toyota Type Overview
(<https://www.toyota.com/brandguidelines/typography/>, n.d.)



Gambar 3.68. *Toyota Type Principles*
 (<https://www.toyota.com/brandguidelines/typography/>, n.d.)



Gambar 3.69. *Toyota Type Incorrect Usage*
 (<https://www.toyota.com/brandguidelines/typography/>, n.d.)

3.2. Metodologi Perancangan

Dalam perancangan *typeface* untuk Kompas.id, penulis merancang dua hal. *Output* yang pertama adalah *typeface* itu sendiri. *Typeface* untuk Kompas.id dirancang oleh penulis dengan menggunakan teori yang diungkapkan oleh Carter et al. dalam bukunya yang berjudul *Typhographic Design: Form and Communication*. Proses perancangan *typeface* dimulai dari pengidentifikasian masalah hingga pembuatan. Penulis juga menggunakan teori lain sebagai pelengkap, yaitu teori dari Willen dan Strals. Teori ini digunakan untuk perancangan secara lebih detail, seperti pembuatan *lowercase*, *uppercase*, *type*

families, dan lain sebagainya. *Output* kedua dari perancangan ini adalah *type specimen book*. Pembuatan *type specimen book* dirancang dengan menggunakan teori yang diungkapkan oleh Guan dalam bukunya yang berjudul *Book Design*.

3.2.1. Perancangan *Typeface*

Perancangan *typeface* yang dibuat oleh penulis tentu akan melewati proses yang cukup panjang. Langkah yang penulis ambil dalam proses perancangan yang mengacu pada teori Carter et al. (2015, hlm. 222-223) adalah sebagai berikut:

1. *Defining*

Penulis menjabarkan permasalahan yang terjadi beserta solusinya. *Typeface* adalah elemen yang dapat menjadi identitas tersendiri bagi Kompas.id. Saat ini Kompas.id masih menggunakan *font* berlisensi dari *type foundry*. *Typeface* tersebut kurang tepat karena menggunakan *high contrast serif*. Tingkat keterbacaan dan kenyamanan apabila digunakan di media digital menjadi rendah. Selain itu Kompas.id juga menggunakan banyak jenis huruf yang dapat mengganggu estetika dan karakteristik sebuah desain. Solusi yang ditawarkan oleh penulis adalah perancangan *corporate typeface*. Hal ini juga akan mendukung lingkup usaha Kompas.id di bidang jurnalistik dan medianya yang menggunakan *font* dalam penulisan teks. Pada tahap ini penulis juga menentukan target audiens dan batasan masalah.

2. *Gathering*

Pada tahap ini penulis mencari dan mengumpulkan data yang mendukung dalam perancangan. Pengumpulan data dilakukan oleh penulis dengan

penelitian kuantitatif dan kualitatif. Secara kuantitatif penulis menyebarkan kuesioner *online* kepada para pembaca Kompas.id yang juga merupakan target audiens dari perancangan ini. Pencarian data secara kualitatif yang telah dilakukan oleh penulis adalah wawancara, observasi, studi literatur, studi *existing*, dan juga studi referensi.

Penulis melakukan wawancara kepada manajer *production development* Kompas.id, Gumpita Rahayu dan Steve Matteson sebagai *type designer* yang berpengalaman dalam merancang *corporate* dan *digital typeface*. Karya Matteson yang telah mendunia antara lain adalah Segoe, Droid Sans, Droid Serif, dan Open Sans. Selain itu penulis juga mewawancarai Shawn Sprockett sebagai desainer, instruktur, dan konsultan *brand* yang mendalami pembuatan *font*. Observasi dilakukan penulis terhadap *website* dan aplikasi Kompas.id. Studi literatur dilakukan untuk mencari informasi mengenai huruf dalam identitas dan *custom typeface*. Berhubungan dengan studi *existing*, penulis mempelajari *custom typeface* yang dibuat untuk BBC dan USA Today. Hal terakhir yang dilakukan dalam proses pengumpulan data adalah studi referensi terhadap huruf *serif* yang modern dan konten-konten pada *type specimen book*.

3. *Ideating*

Proses berpikir kritis dan kreatif terjadi pada tahap ini. Penulis melakukan *brainstorming* yang lebih mendalam dengan melakukan *mind mapping*. Dalam tahap ini penulis berpikir dengan lebih terbuka dan objektif terhadap bentuk dan karakteristik huruf. Pada tahap ini penulis tidak membatasi ide-ide

yang bermunculan. Tentunya ide tersebut masih di dalam batasan-batasan yang telah ditentukan sebelumnya.

4. *Synthesizing*

Penulis mengerucutkan ide dan konsep dari perancangan *typeface*. Pengerucutan ini dilakukan dengan berpacu pada batasan dalam perancangan. Ide dan konsep harus tepat dan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada.

5. *Realizing*

Pada tahap ini penulis merancang *typeface* untuk Kompas.id. Setelah merancangnya, penulis melakukan pengecekan dengan cara simulasi. Hal ini dilakukan dengan cara mengujinya pada tampilan *website* maupun aplikasi Kompas.id. Penulis akan menanyakan pendapat dari orang lain. Pada tahap ini penulis mengecek apakah perancangan *typeface* sudah sesuai, menjawab tujuan awal dan menjadi solusi yang tepat bagi permasalahan yang ada.

Pada tahap *realizing*, penulis merancang *typeface* dengan menggunakan teori yang disampaikan oleh Willen dan Strals (2009). Tahapan dalam mendesain *typeface* yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. *Behind a face*

Sebuah *typeface* bermula dari sebuah ide atau gagasan. Hasil dari perancangan *typeface* Kompas.id akan menjadi salah satu identitas visual. Oleh karena itu, inspirasi dan ide didapatkan dari karakter Kompas.id itu sendiri. Penulis juga memadukannya dengan beberapa detail bentuk yang akan membuat *font* untuk Kompas.id terkesan lebih modern.

2. *Character traits*

Perancangan *typeface* yang dilakukan oleh penulis diawali dengan mengelompokkan huruf berdasarkan sifat atau karakternya masing-masing. Sebagai contoh huruf A dan W menjadi satu kelompok karena bentuknya yang diagonal. *Lowercase* n dan o, serta *uppercase* H dan O akan dirancang pertama. Sebagai huruf yang membentuk persegi dan bulat, keempat huruf tersebut akan menjadi acuan dalam pembuatan huruf yang lain. Jika huruf-huruf yang telah dirancang disandingkan dan terlihat tidak memiliki karakter yang konsisten, maka penulis harus menyesuaikannya lagi.

3. *Letterform analysis*

Studi referensi dilakukan untuk memahami prinsip dan keistimewaan yang dimiliki oleh masing-masing *typeface*. Sebelumnya penulis telah melakukan hal ini pada tahap *gathering*. Beberapa hal yang dipelajari adalah seputar anatomi, bentuk, karakteristik, sistem, dan kesan yang terbentuk. Oleh karena itu, pada tahap ini penulis akan melihat kembali hasil dari studi referensi.

4. *Lowercase*

Penulis merancang *lowercase* terlebih dahulu. Penentuan *x-height*, *ascender*, *descender*, ukuran *serif*, serta anatomi lainnya dapat mempengaruhi keseluruhan kesan, *legibility*, dan kegunaannya. Huruf yang pertama-tama dirancang adalah huruf n dan o, kemudian diikuti dengan u, h, dan m.

5. *Uppercase*

Secara proporsi, penulis akan merancang *uppercase* lebih tinggi dan lebar dibandingkan dengan *lowercase*. Hal ini diimbangi dengan garis *stroke* yang dipertebal. Ketebalan yang sama antara *uppercase* dengan *lowercase* dapat membuat *uppercase* terlihat memiliki proporsi yang lebih ringan.

6. *Numerals*

Pada tahap ini, penulis akan menentukan bagaimana angka akan dirancang. Perancangan angka dapat membentuk karakter tertentu dalam *typeface*. Karakteristik pada angka berbeda-beda, sesuai dengan jenisnya. Beberapa contoh jenis angka yang dimaksud adalah *old style*, *lining*, dan *tabular*.

7. *Punctuation and accents*

Tanda baca dan diakritik berperan penting dalam mengkomunikasikan suatu pesan sehingga penulis harus sangat memperhatikan perancangannya. Kesalahan dalam menentukan ukuran, spasi, dan kesalahan-kesalahan lainnya dapat merusak arti dan pengucapan. Dalam perancangan, tanda baca dan diakritik harus menyatu dengan keseluruhan sistem *typeface*.

8. *Type families*

Pada tahap ini penulis akan membuat variasi dalam satu keluarga huruf. Variasi terletak pada berat dan kemiringan *typeface*. Pada umumnya satu keluarga terdiri atas tiga hingga empat jenis variasi, yaitu *regular (roman)*, *italic (oblique)*, *bold (demi)*, dan *small caps*. Pada perancangan *typeface* untuk Kompas.id, penulis membuat *regular*, *italic*, dan *bold font*.

9. *Spacing and kerning*

Pengaturan jarak antara huruf yang satu dengan huruf yang lain tidak kalah penting dibandingkan dengan perancangan bentuk huruf. Penulis dalam tahap ini mengatur *spacing* dan *kerning* dengan tepat.

10. *Setting text*

Pada tahap ini, penulis mencoba menggunakan *typeface* yang telah dirancang. Pengecekan dilakukan dengan cara penulisan berita, kemudian mencoba untuk mengaplikasikannya pada *mockup* aplikasi dan *website* Komapas.id.

3.2.2. Perancangan *Type Specimen Book*

Typeface yang dibuat oleh penulis dilengkapi dengan pembuatan *type specimen book*. Buku tersebut dibuat sebagai panduan dalam penggunaan *font*. Konten yang dituliskan merupakan penjelasan mengenai *typeface* yang dirancang dan bagaimana contoh penerapannya. Dalam merancang *type specimen book* penulis menggunakan metode mendesain buku menurut Guan (2012, hlm 12-13), yaitu:

1. *Gridding*

Sebagai tahap awal, penulis akan membuat *grid* sebagai kerangka dalam sebuah desain. Kerangka ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam mendesain tata letak elemen-elemen desain. Sistem *grid* yang digunakan oleh penulis adalah *modular grid*. Sistem *grid* tersebut dapat membantu penulis dalam menekankan prinsip-prinsip desain, seperti membuat penekanan, kontinuitas, dan lain sebagainya.

2. Pemilihan *font*

Penulis akan melakukan pemilihan *font* yang tentunya juga akan disesuaikan dengan desain yang akan digunakan. Karakteristik dan gaya sebuah desain, yang dalam hal ini adalah buku, dapat tercerminkan dari *font* yang digunakan. *Font* yang akan digunakan adalah *font* hasil dari perancangan *typeface*. Pada tahap ini penulis juga mempertimbangkan warna *font*, berikut dengan ukuran, ketebalan huruf, dan pengukuran ruang dalam tipografi.

3. Kombinasi warna

Warna merupakan salah satu pendekatan yang dapat merangsang perasaan seseorang. Kombinasi sebuah warna seharusnya mencerminkan jiwa dari buku yang didesain. *Typeface* pada perancangan ini dibuat untuk Kompas.id. Oleh karena itu, kombinasi warna yang akan digunakan adalah warna-warna yang biasa digunakan oleh Kompas.id. Perancangan *type specimen book* akan menggunakan kombinasi warna biru, putih, hitam, abu-abu, dan dengan sedikit sentuhan warna merah.

4. Peletakan gambar

Pada tahap terakhir, penulis akan meletakkan gambar dengan mengkombinasikannya dengan adanya ruang kosong. Bermain ruang kosong bisa membuat *type specimen book* lebih terkesan modern dan bersih.