



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 V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kompas.id merupakan salah satu bentuk inovasi dari Harian Kompas yang hadir karena pola konsumsi masyarakat yang menjadi serba digital. Berita pada Kompas.id disampaikan melalui *website* dan aplikasi sehingga terdapat perbedaan media dan resolusi layar. Hal ini mempengaruhi pertimbangan pemilihan *font* dan komposisinya. Setelah penulis melakukan pencarian data lebih lanjut, ternyata karakter Kompas.id masih belum tercermin pada *font* yang saat ini digunakan. Padahal secara visual *typeface* dapat mencerminkan dan menjadi identitas merek.

Kompas.id sendiri saat ini masih menggunakan *font* yang juga digunakan pada koran cetak Harian Kompas. Berdasarkan observasi penulis, wawancara, dan kuesioner pengguna, *stroke* dari *typeface* yang digunakan belum mencerminkan identitas Kompas.id. Selain itu tebal tipisnya *stroke* pada huruf terlalu kontras dan terdapat masalah pada ruang interval huruf. Keterbacaan *font* tersebut jadi menurun. Berhubungan dengan hal tersebut, *typeface* Alinea dirancang sebagai solusi dari masalah identitas dan fungsi huruf Kompas.id. Oleh karena itu perancangannya juga disesuaikan dengan identitas dan karakter Kompas.id, serta pengaplikasiannya pada media digital.

Perancangan *typeface* dilakukan dengan membedah identitas dan karakter Kompas.id terlebih dahulu. Dalam membuat *typeface* yang sesuai dengan identitas Kompas.id, penulis melakukan analisis melalui *brand identity prism* dan *mind*

mapping. Secara fungsi, Squire (2006) mengatakan bahwa *font* yang sebaiknya digunakan pada media digital adalah *sans serif*. *Font* tersebut lebih dapat terlihat *clear* pada layar dibandingkan dengan *serif font*. Setelah diteliti lebih lanjut, teori tersebut ternyata berlawanan dan tidak sesuai dengan identitas Kompas.id. Karakter dan identitas Kompas.id yang ditemukan identik dengan media digital, *smart*, dan tepercaya. Secara psikologis, *serif font* lebih meningkatkan kesan berita yang berkelas dan tepercaya. Di samping itu, preferensi pengguna terhadap *font* yang mewakili Kompas.id juga tertuju pada *serif font*. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa teori dan penerapannya berbeda.

Dalam menanggapi perbedaan tersebut, penulis memutuskan untuk mengutamakan identitas Kompas.id. Karakter dan identitas Kompas.id yang ditemukan kemudian diterapkan pada bentuk huruf dan menjadi karakteristik dari *font* Alinea yang dirancang. *Typeface* tersebut memiliki karakteristik huruf yang minimalis, berkelas, dan kokoh. *Legibility*, *readability*, dan *clarity* dari Alinea sangat baik karena memiliki *x-height* yang tinggi, *stroke* yang tebal dan juga tidak terlalu kontras, serta bentuk huruf yang lebih terbuka dan lebar. Selain itu *typeface* ini dirancang dengan titik seminimalis mungkin. Dengan begitu *typeface* Alinea dapat mencerminkan identitas Kompas.id, sekaligus dapat diaplikasikan pada platform digital Kompas.id, sekalipun dalam ukuran *font* kecil.

5.2. Saran

Perancangan *typeface* Alinea merupakan *corporate typeface* pertama di bidang jurnalisme digital Indonesia. Perancangan *typeface* di Indonesia terutama untuk kepentingan identitas suatu *brand* masih sangat jarang. Penulis berharap topik ini

dapat lebih didalami lagi karena *typeface* juga merupakan elemen yang dapat menjadi identitas visual suatu *brand*. Hal ini juga dapat memberikan kesan personal tersendiri bagi konsumen *brand* tersebut. Oleh karena itu, perancangan *typeface* Alinea dapat dilanjutkan dan menjadi referensi untuk perancangan yang berhubungan dengan huruf *sans serif* pada layar digital dan *corporate typeface*.

Dalam merancang sebuah *typeface*, *type designer* harus berpikir terbuka dan banyak mencari referensi. Belajar dari *type designer* lain dan meminta pendapat mereka merupakan salah satu cara untuk mengembangkan wawasan dalam merancang *typeface*. Bagi perancangan *corporate typeface*, pencarian data mengenai identitas *brand* dan juga penggunaannya merupakan hal yang sangat penting. Sebaiknya *type designer* jangan terlalu berkukuh pada teori, melainkan tetap menghubungkannya dengan data-data yang didapatkan. Teori dan penerapannya bisa saja tidak sejalan, tetapi akan tetap saling melengkapi.

Penulis sangat terbuka bila ada yang ingin melanjutkan penelitian perancangan *typeface* untuk Kompas.id. Penulis menyarankan untuk merancang *typeface* dengan *style sans serif*. Font tersebut dapat digunakan sebagai pelengkap font Alinea dan dapat digunakan pada bagian-bagian tertentu pada berita. Contohnya adalah untuk penulis rubrik pada Kompas.id. Perancangan *typeface* tersebut tentunya harus disesuaikan dengan identitas Kompas.id yang telah terbentuk. Sama seperti apa yang telah penulis lakukan, perancangan dapat dimulai dari pembuatan *lowercase* huruf n dan o. Setelah itu perancangan dapat dilanjutkan dengan membuat *uppercase*, *numerals*, *punctuation*, dan *symbol*.