

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dikutip dari situs Canva, Canva merupakan salah satu platform yang berfungsi sebagai alat bantu desain dan publikasi *online*. Sejak diluncurkan pada tahun 2013, Canva sudah digunakan oleh lebih dari 60 juta pengguna dari 190 negara dengan 100 bahasa. Beragam pilihan template yang menarik, dilengkapi dengan fiturnya memudahkan pengguna dalam mendesain sebuah konten visual, menjadikan Canva sebagai salah satu platform desain grafis terpopuler yang marak digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk UMKM. Beberapa pelatihan dan sosialisasi penggunaan Canva bagi kalangan pengusaha UMKM telah banyak diselenggarakan, seperti pelatihan pembuatan flyer promosi untuk UMKM yang diselenggarakan oleh LPPM Universitas BSI (Bina Sarana Informatika) kampus Purwokerto dengan ASPIKMAS Purwokerto.

Pada pelaksanaannya, pelaku UMKM merupakan orang-orang yang cukup awam dalam hal mendesain. Wawancara dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi para pelaku UMKM dalam mendesain konten. Untuk mengetahui pola penggunaan tipografi pada konten UMKM, Penulis melakukan observasi konten 50 UMKM pada media sosial Instagram. Konten Instagram dipilih sebagai objek observasi, karena Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh audiens saat melakukan riset merek (*brand research*).

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan sebelumnya melalui media sosial Instagram, para pelaku UMKM memiliki kecenderungan untuk memilih *typeface* atau *font* jenis *script*, ataupun *typeface* lainnya dengan *font family bold* untuk memberi penekanan pada bagian penting konten visual yang mereka publikasikan. Penggunaan *typeface* jenis *script* digunakan karena dianggap dapat memberikan fungsi estetik. Setelah melakukan beberapa wawancara dengan narasumber, diketahui bahwa beberapa pelaku UMKM belajar menggunakan

platform desain seperti Pictart dan Canva secara otodidak, seperti Findy Oktavian (pemilik usaha Find.Meera) dan Bina Utami (pemilik usaha Warung Ami Ngopi Ndisit). Ada pula beberapa pelaku UMKM yang mengikuti program pelatihan Canva secara online yang diselenggarakan oleh grup komunitas tertentu seperti Stevany E. Leoni (pemilik usaha biQinbiQin). Pembuatan konten media menggunakan platform desain merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh para pelaku UMKM dalam mempromosikan dan mempresentasikan ide bisnis mereka.

Kusrianto (2010, p.194) menegaskan bahwa tipografi memiliki peranan yang sangat penting sebagai sarana presentasi. Tipografi yang bagus akan membantu mata pembaca untuk bergerak di antara kata-kata yang tertulis, sehingga pembacanya menangkap arti yang dimaksud.

Dikutip dari artikel Canva.com (diakses pada tanggal 11 Januari 2023), pemilihan font dapat mengubah cara pandang audiens terhadap desain visual secara dramatis. Setiap font memiliki psikologi–kepribadiannya masing-masing. Memilih font yang salah dapat mengubah tampilan, ide dan rasa dari visual yang ditampilkan, sehingga kemudian turut mengubah cara pandang audiens dalam menanggapi produk desain tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat fenomena sesuai dengan yang telah penulis uraikan pada latar belakang, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa pola yang mirip atau serupa atas penggunaan tipografi tertentu pada konten visual yang disusun dan dipublikasikan oleh para pelaku UMKM di media sosial, penyusunan konten tersebut dilakukan dengan menggunakan platform desain grafis.
2. Satu jenis tipografi dapat digunakan oleh berbagai sektor bisnis UMKM.
3. Penggunaan tipografi yang tersedia pada platform desain grafis oleh para pelaku UMKM tidak selalu tepat, disebabkan oleh kurangnya pemahaman para pelaku UMKM akan pemilihan konsep desain dan tipografi yang baik serta sesuai dengan jenis bisnis yang mereka tekuni.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, dapat diambil pertanyaan penelitian seperti apa model tipografi yang dipilih oleh para pelaku UMKM untuk konten visual di media sosial mereka dan mengapa? Bagaimana cara para pelaku UMKM dalam mengimplementasikan tipografi ke dalam konten visual yang mereka buat?

1.3 Batasan Masalah

1.3.1 Geografis

A. Negara: Indonesia.

Pelaku UMKM yang diwawancarai berdomisili di Pulau Jawa, terutama Kota Tangerang. Observasi dilakukan dengan mengamati akun-akun media sosial UMKM dari berbagai daerah di Indonesia.

1.3.2 Demografis

A. Usia:

- 1) 25—34 tahun (pekerja awal, target primer)
- 2) 35—44 tahun (paruh baya, target sekunder)

Dua kelompok usia ini dapat dikategorikan sebagai kelompok usia dewasa yang relatif produktif. Berdasarkan hasil wawancara dengan Musokib selaku Sub Koordinator Data dan Peningkatan Kualitas SDM DISPERINDAGKOP Kota Tangerang, didapatkan data bahwa pelaku UMKM terdaftar oleh DISPERINDAGKOP Kota Tangerang didominasi kelompok usia ini.

B. Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan.

C. Strata Ekonomi: SES A—B.

Kelompok strata ekonomi ini pada umumnya sudah memiliki kemampuan finansial yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Pada umumnya, desain visual tidak termasuk faktor pertimbangan utama dari tiga kebutuhan pokok manusia, sehingga tidak semua orang menganggap bahwa desain visual memiliki fungsi yang sangat penting dalam banyak hal. Orang-orang dengan kemampuan finansial baik cenderung

memperhatikan kualitas dan fungsi estetika lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya, salah satunya adalah aspek desain visual.

D. Pendidikan: SMA/ sederajat.

E. Mengerti cara menggunakan teknologi dengan baik, terutama dalam penggunaan platform digital–*online*.

F. Bekerja sebagai pelaku UMKM

1.3.3 Psikografis

Analisis ini ditujukan kepada pihak-pihak yang hendak memulai usaha ataupun para *content creator* yang belum memahami bagaimana memilih tipografi yang tepat dalam menyusun konten visual, sesuai dengan citra atau pribadi bisnis yang ingin dibentuk. Analisis ini juga ditujukan kepada pihak-pihak yang hendak mencari rekomendasi tipografi yang cocok dengan sektor bisnis yang sedang ditekuni.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penulisan proposal tugas akhir ini adalah menganalisis dan memberi rekomendasi pemilihan tipografi pada platform desain grafis bagi para pelaku UMKM.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat penulisan proposal tugas akhir ini adalah memberikan rekomendasi atas pemilihan tipografi pada platform desain grafis bagi para pelaku UMKM dan *content creator*.

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Melalui penulisan tugas akhir ini, penulis dapat memperluas pengetahuan dan wawasan penulis terkait dengan penggunaan tipografi dalam konten media, baik dalam ranah profesional maupun secara umum, sesuai dengan pandangan masyarakat yang terbelah awam dalam hal mendesain. Selain itu, Penulis juga dapat mempelajari bagaimana sebuah citra merek atau bisnis dan koneksi dapat dibentuk dari penyusunan sebuah konten visual.

1.5.2 Manfaat Bagi Orang Lain

Penulisan proposal tugas akhir ini dapat memberikan rekomendasi atas pemilihan tipografi pada platform desain grafis yang tepat atau sesuai bagi para pelaku UMKM dan *content creator*, sehingga mampu menciptakan konten visual yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh target audiens.

1.5.3 Manfaat Bagi Universitas

Hasil penulisan tugas akhir dapat menjadi bahan referensi yang digunakan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara lainnya terkait dengan studi, tugas mata kuliah, perancangan tugas akhir dan lain sebagainya.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA