

BAB I PENDAHULUAN

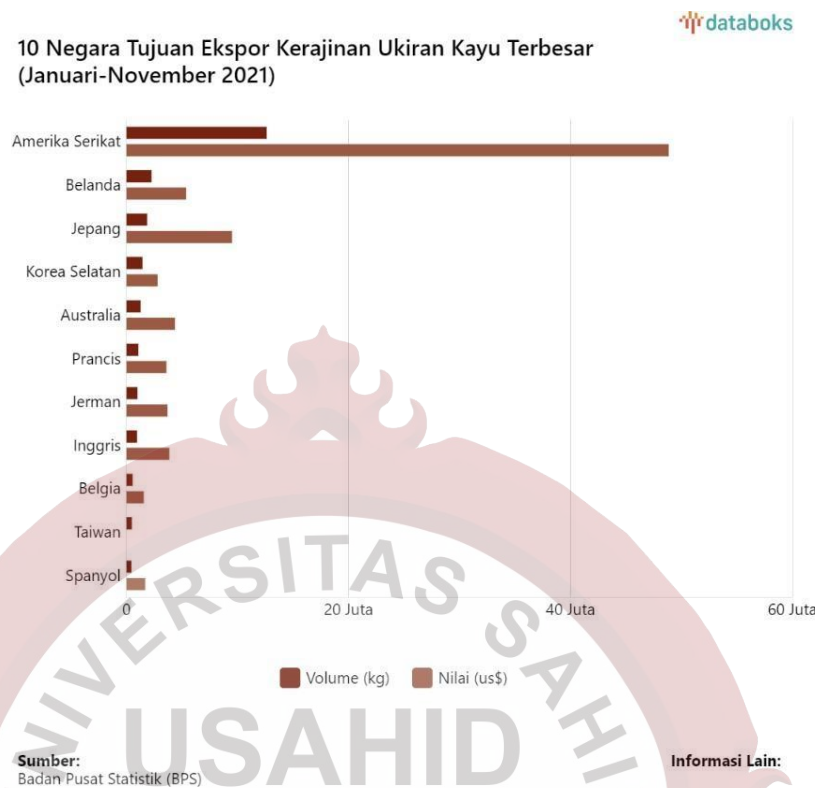
A. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari banyak pulau dan memiliki berbagai macam suku bangsa, bahasa, adat istiadat atau yang sering kita sebut kebudayaan. Keanekaragaman budaya yang terdapat di Indonesia merupakan suatu bukti bahwa Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya. Kebudayaan daerah merupakan faktor utama berdirinya kebudayaan yang lebih global, yang biasa kita sebut dengan kebudayaan nasional. Maka atas dasar itulah segala bentuk kebudayaan daerah akan sangat berpengaruh terhadap budaya nasional, begitu pula sebaliknya kebudayaan nasional yang bersumber dari kebudayaan daerah, akan sangat berpengaruh pula terhadap kebudayaan daerah dan kebudayaan lokal. Kebudayaan merupakan suatu kekayaan yang sangat bernilai karena selain merupakan ciri khas dari suatu daerah juga menjadi lambang dari kepribadian suatu bangsa atau daerah, maka dari itu menjaga, memelihara dan melestarikan budaya merupakan kewajiban dari setiap individu, dengan kata lain kebudayaan merupakan kekayaan yang harus dijaga dan dilestarikan oleh setiap suku bangsa. (Asiva Noor Rachmayani, 2015)

Indonesia memiliki banyak macam peninggalan budaya seni tradisional, seperti seni tari, seni musik, seni lukis, seni ukir, dan masih banyak lagi. Salah satu peninggalan budaya Indonesia yang dikenal dunia adalah seni ukir. Seni ukir atau mengukir ialah menggoreskan atau memahat huruf-huruf dan gambar pada

kayu atau logam sehingga menghasilkan bentuk timbul dan cekung atau datar sesuai dengan rencana gambar. Ukiran pada batu, kayu, tulang, atau tembaga ialah bentuk pahatan pada teknik pahat yang sifatnya keruwikan dan mementingkan bentuk timbul-timbul (bulat), cekung-cekung atau krawing dan datar.

Indonesia terkenal akan keragaman kerajinan seninya, termasuk kerajinan ukiran kayu. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat Amerika Serikat menjadi negara tujuan ekspor kerajinan ukiran kayu terbesar Indonesia. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), volume ekspor kerajinan ukiran kayu Tanah Air sebanyak 27,38 juta kilogram (kg) pada Januari hingga November 2021. Volume ekspornya meningkat 5,67% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya sebesar 25,91 juta kg. Sementara, nilai ekspor kerajinan ukiran kayu pada Januari hingga November 2021 tercatat sebesar US\$ 100,1 juta. Nilai ekspornya naik 17,17% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yang sebesar US\$ 85,43 juta. Negara-negara di kawasan Eropa merupakan pasar terbesar ekspor kerajinan ukiran kayu Indonesia. Amerika Serikat menempati urutan teratas negara tujuan ekspor kerajinan ukiran kayu terbesar, yaitu mencapai 12,6 juta kg (US\$ 48,8 juta). Belanda berada di urutan berikutnya dengan volume ekspor sebanyak 2,26 juta kg (US\$ 5,37 juta). Kemudian, ekspor kerajinan ukiran kayu ke Jepang sebanyak 1,86 juta kg (US\$ 9,5 juta). Volume ekspor kerajinan ukiran kayu ke Korea Selatan sebanyak 1,43 juta kg (US\$ 2,8 juta). Adapun, volume ekspornya ke Australia dan Prancis masing-masing sebesar 1,28 juta kg (US\$ 4,38 juta) dan 1,06 juta kg (US\$ 3,6 juta) (sumber: databoks.katadata.co.id).



Gambar 01. Nilai Ekspor Seni Ukir ke Berbagai Negara

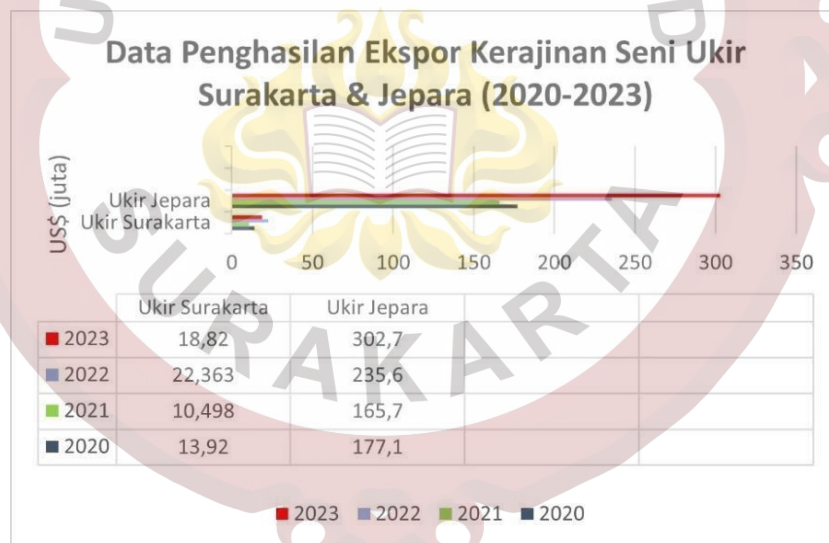
Sumber (<https://databoks.katadata.co.id/>, 2024)

Seni ukir yang terdapat di Indonesia memiliki corak masing-masing, maka gaya dan iramanya berbeda-beda satu sama lain. Seni ukir di luar Jawa kebanyakan mengenakan motif-motif ukir corak geometris, seperti Sulawesi, Kalimantan, dan Papua, kebanyakan menggunakan perpaduan antara garis, bidang dan juga titik yang terorganisir dengan baik. Sedangkan seni ukir Jawa menggunakan motif-motif tradisional yang kaya akan simbolisme, seperti motif wayang, motif tumbuhan, hewan, atau bahkan motif yang terkait dengan kepercayaan dan filosofi Jawa, seperti yang terdapat pada motif seni ukir Surakarta.

Motif Surakarta memiliki bentuk kemiripan dengan motif Jepara dan Pekalongan yang memiliki bentuk cembung dan cekung serta runcing dan bulat, dan memiliki alur ukel yang arahnya bebas. Motif ragam hias Surakarta mempunyai bentuk ukiran daun yang melengkung berirama seperti simbol yang terdapat pada masyarakatnya yaitu masyarakat yang santun, ramah, bersahabat dan mempunyai kandungan makna penghormatan kepada orang lain. Motif ragam hias Surakarta juga menggambarkan tipikal masyarakat terutama kalangan wanita yang digambarkan dengan lengkungan yang lemah gemulai, berdedikasi pada lingkungan, dan dipenuhi kesantunan wataknya. Motif ragam hias gaya Surakarta dapat dimasukkan dalam kategori motif ukiran yang mempunyai bentuk stilasi daun campuran. Campuran dimaksudkan dengan stilasi daun yang ada di motif ragam hias Surakarta menghasilkan perpaduan antara bentuk cekung dan cembung yang menyebar di semua alur relung-relung motif, secara visual lebih menggambarkan gerak yang dinamis dan sesekali mempunyai gerak yang bersifat atraktif. (Rahayu Adi Prabowo, 2021).

Nilai ekspor Surakarta pada periode 2020-2023 menunjukkan tren fluktuatif. Komoditas terbesar penyumbang ekspor pada 2022 yakni mebel serta seni ukir kayu sebesar 39,77%. Secara umum, ekspor 2020 mengalami penurunan 23,83%. Ekspor 2021 berkontraksi sebesar 18,16 %. Sedangkan pada 2022 mengalami peningkatan lebih dari 2 kali lipat dibandingkan pada 2021. Badan Pusat Statistik Kota Solo dalam publikasi Indikator Ekonomi Kota Surakarta 2022 mencatat freight on board (FOB) ekspor atau harga beli yang didapatkan penjual di Solo per 2022 tertinggi yakni mebel kayu sebesar US\$22,363 juta, dan mengalami

penurunan pada 2023 sebesar 11% yang disebabkan kondisi geopolitik dan perekonomian global (sumber: bisnis.solopos.com). Dapat disimpulkan bahwa seni ukir Surakarta masih memiliki daya tarik yang kuat di kalangan masyarakat Indonesia dan internasional, serta memiliki potensi untuk dikembangkan sehingga mampu membantu pertumbuhan ekonomi di Surakarta. Akan tetapi, Jepara yang memiliki julukan sebagai *The World Carving Center* atau kota ukir dunia memiliki nilai ekspor 8 sampai 10 kali lipat lebih banyak jika dibandingkan dengan nilai ekspor seni ukir Surakarta di tahun yang sama. Selain itu, pada tahun 2023 tercatat angka ekspor industri mebel ukir Jepara mencapai US\$307 juta dalam satu tahun (sumber: bupatijepara.id).



Gambar 02. Data Eskpor Seni Ukir Surakarta & Jepara (2020-202023)

Sumber: (Aditya Surya Aryuda, 2024)

Data menunjukkan bahwa Surakarta memiliki kontribusi ekspor mebel dan ukir yang selalu meningkat di setiap tahunnya. Meskipun demikian, perkembangan seni ukir Surakarta masih dirasa belum optimal, dikarenakan

motif Jawa yang diminati oleh masyarakat masih didominasi oleh motif ukir Jepara. Beberapa alasannya adalah karena ukir Jepara sudah dikenal terlebih dahulu oleh masyarakat mulai dari abad 19 sampai Jepara mendapat julukan *The World Carving Center* atau kota ukir dunia dan memiliki target pasar yang lebih luas.

Seni ukir Surakarta memiliki motif dengan ciri khasnya sendiri, akan tetapi tidak ada strategi yang jelas untuk memperkuat identitasnya agar lebih kompetitif dibanding seni ukir Jepara. Seni ukir Surakarta masih berfokus pada produk konvensional, sementara era digital membuka peluang besar bagi ekspansi ke media lain. Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan inovasi dan pemasaran terhadap seni ukir Surakarta supaya mampu bersaing dan meningkatkan nilai jual di pasar yang semakin kompetitif. Jika tidak ada inovasi dan strategi pemasaran baru, seni ukir Surakarta akan semakin tertinggal dan warisan budaya ini akan semakin dilupakan, terutama oleh generasi muda. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan mengikuti perkembangan digitalisasi di zaman sekarang dengan menonjolkan ciri khas seni ukir Surakarta yang mudah diingat oleh banyak orang. Orang-orang saling berlomba-lomba menciptakan ide dan kreatifitas baru yang selalu mengikuti perkembangan tren, salah satunya yaitu melalui *visual branding* atau *visual identity* yang bertujuan untuk menjadikan suatu produk lebih menarik dan menonjolkan keunikannya. Dari masalah dan kekosongan yang ada, perancangan *font* dirasa menjadi salah satu ide kreatif dan inovatif yang dapat dikembangkan dengan mengadaptasi dari motif ukir Surakarta. Di era digital, *font* menjadi salah satu elemen yang sangat

penting dalam komunikasi visual karena *font* mudah untuk disampaikan kepada masyarakat dengan jelas dan efektif, serta fleksibel untuk diaplikasikan di berbagai media, baik digital maupun cetak.

Perkembangan tipografi/*font* di Indonesia dapat dilihat dari warisan aksara nusantara, diantaranya yaitu aksara Jawa, aksara Sunda, aksara Batak, aksara Bali dan lain-lain. Sistem penulisan dengan aksara ini sudah sangat maju dengan set karakter yang sudah terdapat angka dan tanda-tanda baca seperti kita temui pada aksara Jawa. Pada perkembangannya tipografi asli Indonesia atau aksara Indonesia perlahan-lahan mulai ditinggalkan. Seiring dengan asimilasi kebudayaan dan diperkenalkannya penulisan dengan huruf latin atau Roman yang telah menjadi standar dunia internasional, yang dibawa ke Indonesia oleh para pedagang dan penjajah. Indonesia pun mau tak mau harus mengikuti standarisasi ini jika ingin berkomunikasi dengan khalayak dunia.

Manusia telah mengupayakan berbagai cara terbaik untuk dapat berkomunikasi lewat tulisan. Perkembangan teknologi juga telah mempengaruhi dunia desain dan tipografi di Indonesia, dengan ditemukannya huruf digital atau yang sering kita sebut dengan "*font*". Banyaknya pemilihan *font* dalam tipografi menjadikan munculnya pengelompokan jenis pada huruf. Pengelompokan jenis *font* ini disesuaikan dengan karakter hurufnya. Surianto Rustan dalam bukunya yang berjudul Hurufontipografi mengelompokkan *font* menjadi 6 *typeface* yaitu Tradisional, Modern, Slab Serif, San Serif, Script dan Dekoratif. Setiap *typeface* memiliki arti, ciri khas dan karakternya masing-masing. Dari pengelompokan 6 *typeface* ini melahirkan ratusan bahkan ribuan nama-nama *font* yang tercipta dari

designer Indonesia maupun *designer* Internasional. Akan tetapi lahirnya *font-font* yang baru tetap berpedoman pada salah satu dari 6 *typeface*. Salah satu *typeface* yang mampu memberikan penanaman karakter yang kuat adalah dekoratif. *Typeface* yang mampu memberikan penanaman karakter yang kuat bagi pembaca. *Typeface* yang muncul dari *typeface* dekoratif ini masing-masing juga memiliki makna sendiri. Sehingga mayoritas *type designer* menciptakan *typeface* dekoratif sebagai wujud apresiasi diri.

Typeface dekoratif adalah jenis huruf yang sering digunakan untuk judul, hiasan pada kata atau kalimat yang berfungsi mempertegas dan menarik perhatian pembaca. Selain itu jenis huruf ini juga memiliki sifat halus, sopan dan akrab. Perlu diperhatikan, jenis huruf dekoratif ini cenderung lebih bervariasi, bergaya dan memberikan kesan yang berbeda-beda karena setiap *font* dekoratif memiliki ciri khas masing-masing sesuai dengan pedoman atau latar belakang yang diambil. Maka dari itu, pentingnya *type designer* menentukan setiap titik, garis dan lengkungan disetiap huruf yang akan dirancang agar mampu menghadirkan ciri khas setiap hurufnya. Sehingga dapat melahirkan karakter gaya *font* yang kuat dan mampu memberikan ketertarikan membaca (Merangin, 2018).

Pada era digitalisasi sekarang ini *software-software* untuk membuat tipografi sudah semakin canggih, seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, *FontCreator*, Corel Draw, dan masih banyak lagi. Dukungan teknologi dan media yang melimpah membuat para desainer *font* dapat mengeksplorasi dan bereksperimen bentuk-bentuk huruf baru tanpa mengenal batas. Kemajuan teknologi telah memungkinkan desainer untuk menciptakan dan mendistribusikan *font* digital

dengan lebih mudah. Selain itu, perpustakaan *font* digital yang tersedia secara online semakin luas, memberikan lebih banyak opsi kepada desainer dalam memilih dan menggunakan tipografi. Tidak sedikit juga desainer di Indonesia yang bereksperimen dalam perancangan *font* yang diadaptasi dari budaya di Indonesia, contohnya *font* Jawadwipa Adisastra yang diadaptasi dari Aksara Jawa yang didesain oleh Adien Gunarta, *font* Dayaknese yang terinspirasi dari Talawang atau tameng atau perisai Suku Dayak yang didesain oleh Devi Novitasari, dan *font* Khatulistiwa yang terinspirasi dari pohon-pohonan tropis yang tumbuh di daerah khatulistiwa yang dirancang oleh Bejeletter. Hampir semua hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya. Hadirnya tipografi dalam sebuah media terapan visual merupakan faktor yang membedakan antara desain grafis dan media ekspresi visual lainnya.

Tipografi memiliki peran yang sangat penting dalam desain branding. Perkembangan ini terlihat dari peningkatan penggunaan tipografi khusus untuk merek tertentu. Secara keseluruhan, perkembangan dalam dunia tipografi mencerminkan kemajuan teknologi, kebutuhan desain yang beragam, dan tren desain grafis yang terus berkembang. Tipografi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai elemen desain yang kuat untuk menciptakan identitas visual yang unik dan memikat.

Dari beberapa penjelasan di atas, perancangan *font* dekoratif yang terinspirasi dari motif ukir Surakarta merupakan inovasi baru yang tidak hanya meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap seni ukir Surakarta, tetapi juga

menjadi aset visual branding yang mampu mendongkrak nilai jual secara signifikan. Selain itu, inisiatif ini bertujuan untuk melestarikan dan menumbuhkan kecintaan terhadap seni ukir, sekaligus memperkuat identitas budaya Jawa khususnya Surakarta. Dengan demikian, *font* ini dapat menarik minat baik dari masyarakat lokal maupun internasional, sekaligus menjaga warisan budaya tetap relevan di era modern.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Latar Belakang di atas, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perancangan *font* dekoratif dengan adaptasi dari ukir Surakarta sebagai aset *visual branding* untuk mendorong nilai jual ukir Surakarta ?
2. Bagaimana merancang desain *font* dekoratif dengan adaptasi dari ukir Surakarta ?

C. TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat konsep perancangan *font* dekoratif dengan adaptasi dari ukir Surakarta sebagai aset *visual branding* untuk mendorong nilai jual seni ukir Surakarta.
2. Merancang desain *font* dekoratif dengan adaptasi dari ukir Surakarta.

D. MANFAAT PERANCANGAN

1. Bagi Penulis

Mempraktekan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah serta menumbuhkan kembangkan ide dan kreatifitas diri dengan merancang *font* dekoratif dengan adaptasi dari motif ukir Surakarta, serta guna memenuhi salah satu persyaratan kelulusan strata satu (S1) program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Sahid Surakarta.

2. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi, acuan dan evaluasi mahasiswa lainnya.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai referensi *typeface* pada desain komunikasi visual bagi komunitas, lembaga atau event organizer dalam mengadakan sebuah acara. Menjadikan elemen visual tipografi ini ikonik dalam berbagai media yang berkaitan dengan kebudayaan.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Perancangan karya ilmiah ini didasari kajian studi kepustakaan, dengan demikian hal tersebut dimaksud untuk dapat membantu dalam proses merancang karya, maka perancangan karya ilmiah ini diambil dari beberapa referensi tugas akhir dan juga jurnal yang berkaitan dengan tugas akhir ini dan agar dapat menyelesaikan pengkaryaan dan study dengan maksimal.

Roy Bayu Putra, Mahasiswa Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret dalam Tugas Akhir berjudul “Perancangan *Font* Baru Dengan Mengadaptasi Dari Motif Batik Parang” menjelaskan bagaimana cara mengadaptasi sebuah *font* dengan sumber ide kebudayaan Indonesia yaitu batik Parang sehingga terciptanya sebuah *font*

dekoratif baru. Adapun penciptaan *font* baru itu tidak hanya sekedar menciptakan, perlu adanya upaya-upaya melestarikan budaya dan sejarah sehingga bermanfaat dan mampu menumbuhkan kecintaan terhadap nilai kelestarian dari sumber ide apa yang diangkat dalam perancangan *font* dekoratif (Sebelas & Surakarta, 2010).

Manfaat jurnal tersebut sebagai upaya untuk melestarikan dan menumbuhkan kecintaan pada kebudayaan Indonesia yang ada dan memotifasi agar selalu menggali potensi-potensi kekayaan budaya Indonesia, dan mengembangkannya menjadi sesuatu yang baru. Adapaun perbedaan pada perancangan yang akan dibuat yaitu bersumber ide dari motif ukir Surakarta yang tak terlepas dari sejarah kebudayaan Indonesia.

Diambil dari jurnal yang berjudul “Perancangan Typeface Bertemakan Simbol Ikan Sura dan Buaya Kota Surabaya” menjelaskan bagaimana merancang *typeface* yang bertemakan simbol ikan sura dan buaya Kota Surabaya sebagai gagasannya, dengan tujuan untuk semakin memperkenalkan Kota Surabaya kepada masyarakat lokal maupun internasional melalui tipografi dan untuk memperkaya bentuk *typeface* di Indonesia. Tipografi merupakan bagian dari disiplin ilmu desain komunikasi visual. Pada masa urban, bentuk-bentuk tipografi mengalami perkembangan secara variatif yang sebagian besar dapat ditemui di sepanjang jalan bahkan di setiap gang-gang. Dimana Sebagian bentuk tipografi tersebut bukanlah jenis tipografi yang dihasilkan melalui proses komputerisasi atau berasal dari jenis huruf (*typeface*) yang sudah ada, melainkan bentuk tipografi yang dihasilkan oleh masyarakat sekitar dengan cara manual

(Putra, 2016).

Manfaat jurnal tersebut adalah perancangan *typeface* dengan menggunakan simbol atau ikon sebuah kota sebagai gagasannya untuk memperkenalkan budaya nasional merupakan suatu perwujudan dari perkembangan dunia tipografi yang pesat dan berkembang serta kemudahan untuk menciptakan *typeface* secara individu. Adapaun perbedaan pada perancangan yang akan dibuat yaitu tidak hanya memperkenalkan *typeface* sebagai simbol kota atau memperkenalkan budaya nasional, tetapi juga sebagai aset visual yang dapat mendorong nilai jual suatu produk, seperti ukir Surakarta.

Diambil dari jurnal yang berjudul “Fasad Candi Borobudur Sebagai Ide Perancangan Desain Tipografi Untuk Aset Visual Branding Kabupaten Magelang” menjelaskan perlu adanya desain huruf atau tipografi khas sebagai aset desain yang dapat mengemas visual brand Kabupaten Magelang menjadi lebih lengkap. Melalui visual branding yang lebih khas dan sesuai maka promosi Kabupaten Magelang sebagai daerah pariwisata akan lebih terangkat seperti daerah pariwisata Candi Borobudur. Seperti halnya bahwa aset visual branding dapat digunakan pada iklan serta promosi dalam bentuk cetak maupun digital (Hafiyah & Pratama, 2022).

Manfaat jurnal tersebut adalah menambah wawasan dan konsep desain perancangan *font* dari sumber ide adaptasi yang tepat serta dengan pendekatan style dekoratif dapat melahirkan karakter gaya *font* yang kuat dan mampu memberikan ketertarikan membaca.

Jurnal dengan judul Perancangan “Perancangan Desain Maskot Kabupaten

Situbondo Dengan Pendekatan Design Thinking” menjelaskan bagaimana membangun identitas Kabupaten Situbondo melalui visual branding dengan menciptakan sebuah maskot agar masyarakat Situbondo dan luar Situbondo mudah mengingat Kabupaten Situbondo beserta isinya. Maskot dapat menjadi alat komunikasi sekaligus proses yang dapat menjadi suatu media promosi yang efektif dalam konteks “awareness” atau kesadaran untuk jangka pendek, dan “loyalty” untuk jangka panjang. Salah satu penerapan penguatan brand awareness adalah adanya maskot sebagai suatu representasi visual terhadap instansi, lembaga maupun perusahaan. Selain itu, peran maskot menjadi esensial sebagai suatu alat komunikasi yang membawa misi tertentu, bahkan maskot juga mempunyai peran sebagai salah satu media promosi yang strategis (Abdurrohman et al., 2023).

Manfaat jurnal tersebut yaitu menambah ide kreatif melalui visual branding dengan mengikuti perkembangan zaman digitalisasi untuk menarik perhatian *audiens* terhadap suatu brand atau tempat supaya mudah diingat. Selain pembuatan maskot, adapun perbedaan pada perancangan yang akan dibuat yaitu melalui perancangan *font* dekoratif adaptasi dari seni ukir Surakarta yang dapat menjadi solusi dalam peningkatan daya tarik masyarakat terhadap seni ukir Surakarta dan sebagai aset visual branding yang mampu mendorong nilai jual jauh lebih tinggi dari sebelumnya.

F. METODE PERANCANGAN

Perancangan menggunakan metode *visual design*, yaitu sebuah disiplin ilmu yang mempelajari beberapa konsep ilmu komunikasi yang diaplikasikan melalui visual dan elemen-elemen seperti warna, typografi, dan gambar. Ilmu ini adalah gabungan dari interface dan *graphic design*, jadi visual desain yang bertanggung jawab dalam membuat sebuah tampilan menjadi estetik dan komunikatif. Tujuan dari visual design adalah agar orang tertarik untuk melihat suatu produk atau brand melalui penglihatan mata dengan menonjolkan aspek estetik.



Tabel 01. Bagan Metode Perancangan
Sumber (Tugas Akhir Tsaniyyah Najwan, 2022)

1. Ide

Ide perancangan *font* ini adalah pengembangan inovasi dan pemasaran terhadap seni ukir Surakarta dengan mengikuti perkembangan digitalisasi di zaman sekarang yaitu dengan mengadaptasi motif seni ukir Surakarta sebagai bentuk *font* baru serta mengangkat nilai sejarah kebudayaan di Indonesia. Typeface yang dipilih adalah *typeface* dekoratif karena merupakan *typeface* yang komunikatif dan ekspresif.

2. Survey/Observasi

- a. Observasi / survey pada lapangan mengenai objek yang akan di teliti, dengan melakukan sebuah wawancara pada narasumber yang ahli pada bidangnya dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk mendapat jawaban yang akan dipakai sebagai sumber data pada penelitian tugas akhir ini.

- b. Literasi buku yang terkait dan membahas penelitian tugas akhir ini sebagai penguat teori sebuah karya.
- c. Pustaka sebagai teknik pengumpulan data tertulis seperti buku, jurnal, tugas akhir, skripsi dan thesis yang terdapat di perpustakaan maupun website.
- d. Dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menyimpan gambar dari hasil foto sendiri maupun mengambil dari internet.

3. Brief

Bertujuan sebagai aset visual dan media promosi yang dapat menunjang nilai penjualan dan mengangkat nilai sejarah seni ukir kepada masyarakat lokal maupun internasional. Disesuaikan dengan kebanyakan *type designer* yang mayoritas memilih *typeface* dekoratif karena *typeface* ini memiliki makna dan ciri khas sesuai dengan pesan apa yang akan diangkat *type designer*nya dalam penciptaan sebuah *font*.

4. Creative Brief

Merupakan sebuah struktur rancangan yang akan dilakukan melalui strategi visual dengan memilih cara-cara yang tepat untuk mewujudkan ide ke bentuk visual sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan.

- a. Sketsa, akan dibuat secara digital sebagai sketsa awal menggunakan xp-pen pada aplikasi Adobe Illustrator dengan guideline kemudian akan di tracing
- b. Desain *font* yang berbentuk *shape* akan dieskpor pada layanan online *Calligraph.com* untuk mengubah desain *shape* menjadi bentuk *font* dengan format ttf, supaya dapat digunakan.
- c. *Font* Dekoratif yang akan di buat pada tugas akhir ini menyesuaikan dari

segmentasi yang ada serta aspek lainnya dari hasil observasi yang telah dilakukan.

- d. *Font* Dekoratif pada tugas akhir ini nantinya akan diaplikasikan sebagai ikonik pada sebuah media cetak maupun media sosial yang berkaitan dengan kebudayaan.

5. Final Desain

Setelah seluruh hasil riset dan data data terkumpul dengan lengkap, maka perancangan *font* dekoratif akan dimulai. Final desain nantinya akan dijadikan sebagai aset visual branding yang diaplikasikan melalui media cetak seperti poster/banner dan media sosial yang merupakan eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan konsep yang telah disusun dari tahapan sebelumnya.

6. Evaluasi

Setiap karya yang sudah tercipta, tidak lepas dari evaluasi dari karya tersebut. Maka dari itu harapannya kritik dan saran dari pihak dosen pembimbing, type designer dan juga pembaca agar dapat menjadi bahan evaluasi pada penciptaan karya kedepannya.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Terdiri dari beberapa bab dimana antar bab saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

Bab I

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

Bab II

Berisi informasi-informasi lengkap mengenai objek yang dibahas dalam tugas akhir, seperti sejarah singkat dan analisa SWOT terhadap objek.

Bab III

Berisi tentang konsep perancangan karya yang akan dibuat berupa analisa data, USP, ESP, *positioning*, analisa *font dekoratif*, strategi kreatif, konsep teknis, *moodboard* dan media plan.

Bab IV

Membahas mengenai perwujudan karya yang dibuat serta penjelasan *mock up* yang akan direalisasikan.

Bab V

Berisi kesimpulan dan saran dari penelitian dan pembuatan karya yang telah dilakukan penulis untuk institusi maupun dosen pengajar.