

INTI SARI

Perancangan ini dilakukan dengan tujuan menciptakan *Typeface* khusus yang bernuansa urban untuk kepentingan media komunikasi visual. Kepopuleran menongkrong di coffee shop diambil sebagai rangsang cipta typeface sehingga memiliki fungsi representasi yang tinggi terhadap budaya menongkrong di coffee shop dan budaya urban.

Typeface ini nantinya akan diterapkan melalui karya visual yang di aplikasikan pada beberapa strategi dan bentuk media, selain itu melalui karya komunikasi visual yang dirancang, diharapkan mampu meningkatkan nilai budaya urban serta daya tarik sendiri bagi para audiens untuk memiliki typeface eksperimental yang memunculkan kekuatan baru di akademisi untuk budaya urban.

Metode yang digunakan dalam perancangan adalah dengan menganalisis data visual audiens coffee shop dengan analisis 5W + 1H serta menggunakan teori semiotikan dan estetika. Perancang typeface melalui eksplorasi proses deformasi, stilasi dan transformasi, sehingga pencarian karakter typeface beserta keunikan dari karakter typeface bisa dipaparkan dalam bentuk typeface dengan jelas. Typeface ini dipublikasikan dengan nama “ Nursairin “ pengaplikasiannya typeface ini, baik digunakan untuk teks yang berukuran besar seperti headline, logo dll.

Kata Kunci : *Typeface, Urban, Eksperimental, Menongkrong, Coffee Shop.*

ABSTRACT

This design was carried out with the aim of creating a special typeface with urban nuances for the benefit of visual communication media. The popularity of hanging out in coffee shops is taken as a typeface creation stimulus so that it has a high representation function of the culture of hanging out in coffee shops and urban culture.

This typeface will later be applied through visual works that are applied to several strategies and forms of media, in addition through visual communication works that are designed, it is hoped that it can increase the value of urban culture as well as its own attraction for the audience to have experimental typefaces that create new strengths in academia. for urban culture.

The method used in the design is to analyze the visual data of the coffee shop audience with 5W + 1H analysis and use the theory of semiotics and aesthetics. The typeface designer goes through the exploration of the process of deformation, stylization and transformation, so that the search for typeface characters along with the uniqueness of the typeface characters can be clearly presented in typeface form. This typeface is published under the name "Nursairin". The application of this typeface is good for large text such as headlines, logos, etc.

Keywords: *Typeface, Urban, Eksperimental, Menongkrong, Coffee Shop.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR.....	iii
HALAMAN SAMPUL PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN.....	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
GLOSARIUM	xx
INTISARI	xxxii
ABSTRACT.....	xxxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN PENCIPTAAN	9
a. Rumusan Penciptaan.....	9
C. TUJUAN PENCIPTAAN DAN MANFAAT PENCIPTAAN	9
1. Tujuan Penciptaan	10
2. Manfaat Penciptaan	10
D. TINJAUAN KARYA	11
1. Typeface Fernanta	11
1. Typeface Hypebeast	13
1. Typeface Kiona.....	14
1. Typeface Humblle Rought.....	15
E. LANDASAN TEORI	16
1. Tinjauan Tentang Psikolog.....	16
a. Psikolog....	17
b. Persepsi Dalam Pandang Filsafat	18
c. Psikologi Persepsi	23

2. Tinjauan Tentang Tipografi	24
a. Sejarah Tipografi	28
b. Klasifikasi Jenis Huruf	39
c. Typeface dan Font	42
d. Anatomi Huruf.....	42
e. Keluarga Huruf (Type Family)	44
f. Sistem Penamaan Huruf (Naming System)	49
g. Sistem Pengukuran dalam Tipografi	50
h. Legibility dan Readability	54
i. Pemilihan dan Pengujian Huruf/ Waterfall Test.....	55
j. Huruf Sebagai Elemen Desain.....	56
k. Citra yang di timbulkan Typeface Eksperimental	57
3. Tinjauan Teori Semiotika dan Estetika.....	59
a. Teori Semiotika	59
b. Teori Estetika	61
4. Tinjauan Khusus	59
a. Coffee Shop / Cafe	61
b. Menongkrong.....	64
5. Tinjauan Khusus Typeface	71
a. Typeface	71
b. Perbedaan Typeface.....	72
c. Font (Typefont).....	72
d. Kategori Typeface	72
6. Tinjauan Khusus Eksperimental/ eksperimen.....	77
a. Pemilihan Jenis Huruf.....	77
b. Permainan Besar Kecilnya & Tebal Tipis Ukuran Huruf	77
c. Slanted	78
d. Blending.....	79
e. Distorsi Huruf	80
f. Grouping	80
g. Repetisi Huruf.....	80
h. Rotasi Huruf.....	81
i. Ruled Line	81
j. Menambah Shape dan Simbol	81

k. Observasi	85
l. Image	86
F. METODE PENCIPTAAN.....	88
1. Persiapan.....	88
a. Ruang Lingkup Perancangan.....	88
1). Geografis	88
2) Demografis	88
3). Psikografis	88
4). Behavior	88
2. Metode Pengumpulan Data	88
a. Observasi	89
b. Wawancara	89
c. Dokumentasi	90
3. Metode Analisis Data	91
a. 5w + 1h	91
b. Teori Estetika.....	92
4. Perwujudan	96
a. 5w + 1h	96
1).Soft Data.....	97
2). Poster.....	97
3). Media Aktivitas	97
b. Media Pendukung	97
1). Poster.....	97
2). Set Characters.....	98
3) Type Speciment.....	98
4) Sticker.....	98
5) T-Shirt	98
6) Cover CD.....	98
7) Video Motion	98
8) Situs Design.....	98
5. Penyajian Karya.....	98

BAB II KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN	99
A. KONSEP PENCIPTAAN.....	99
1. Struktur Perancangan.....	99
B. PROSES PENCIPTAAN	101
1. Sintesa.....	101
a. Penjaringan Ide	102
b. Proses Eksplorasi Bentuk	104
c. Scanning dan Editing.....	104
2. Set Character.....	120
BAB III HASIL DAN ANALISIS KARYA	123
A. Hasil Karya	123
1. Media Utama	123
a. Set Character.....	123
2. Media Pendukung	124
a. Poster	124
b. Set Character.....	126
c. Type Speciment	127
d. Sticker	128
e. Tote bag	129
f. Cover CD	129
g. Video Motion Graphic.....	130
h. Situs Design.....	130
i. T-shirt	131
B. Analisis Karya.....	131
1. Media Utama	131
a. Set Character.....	131
2. Media Pendukung	132
a. Poster	132
b. Set Character.....	132
c. Typespeciment.....	132
d. Sticker	132
e. Tote bag	132
f. Cover CD	132
g. Video Motion Grapchic	132

h. Situs Design.....	132
i. T-shirt	132
BAB IV PENUTUP	133
A. Kesimpulan.....	133
B. Saran.....	133
KEPUSTAKAAN.....	134
LAMPIRAN.....	136

