

## PERANCANGAN *TYPEFACE* MANIFESTASI MOTIF HIAS JLAMPRANG PEKALONGAN

Muhammad Alvan Ainul Afifi<sup>1✉</sup> dan Supatmo Supatmo<sup>2✉</sup>

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

### Info Artikel

#### Sejarah Artikel:

Diterima Mei 2023  
Disetujui Oktober 2023  
Dipublikasi November 2023

#### Kata Kunci:

*typeface*, *font*,  
*motif hias Jlamprang*

### Abstrak

Motif hias Jlamprang menjadi salah satu aset yang sudah lama dikenal dan menjadi potensi yang dimiliki Kota Pekalongan. Motif Jlamprang merupakan motif asli Kota Pekalongan, yaitu semacam nitik yang tergolong dalam batik geometris. Namun, generasi muda sekarang ini tidak menyadari bahwa motif tersebut sudah melekat dengan Kota Pekalongan dan menjadi elemen penting. Hal ini sangat wajar, karena pengembangan pemanfaatan dari motif Jlamprang ini tidak diperkuat terutama pada masa modern saat ini. Tujuan dari proyek studi ini untuk menghasilkan karya tipografi berupa rancangan *typeface*, dengan manifestasi bentuk dari motif hias Jlamprang. Perancangan *typeface* ini melalui beberapa tahap, dengan urutan tahap *preliminary plan*, pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Beberapa aspek digunakan dalam menganalisis *typeface* ini seperti aspek teknik, aspek estetis dan aspek pesan. Melalui aspek teknik dengan menggunakan *software* Adobe Illustrator CC 2020 dan Fontlab 8, aspek estetis seperti penggunaan elemen motif hias Jlamprang pada *typeface*, keseimbangan pada anatomi huruf, kesatuan, dan daya tarik pada *typeface*, serta aspek pesan seperti *typeface* sebagai perwujudan motif hias Jlamprang, dan juga untuk memperkenalkan dan memperkuat citra khas Kota Pekalongan melalui media *typeface*. Karya yang dihasilkan dalam proyek studi ini yaitu berupa huruf *display* serta penerapannya pada berbagai media dan *merchandise*. Dari proyek studi ini dapat disimpulkan perancangan *typeface* motif Jlamprang ini sebagai salah satu *font* lokal untuk memperkenalkan budaya daerah Kota Pekalongan.

## PENDAHULUAN

Kekayaan budaya yang terdapat pada suatu daerah di Indonesia memiliki keberagamannya masing-masing. Seperti bentuk rumah adat, tarian tradisional, senjata tradisional, lagu daerah, makanan khas daerah hingga pakaian adat. Batik menjadi salah satu dari keberagaman tersebut. Di Indonesia khususnya pulau Jawa, merupakan penghasil kain batik dengan jumlah pengerajin terbanyak. Beberapa daerah di Jawa Tengah yang terkenal contohnya, seperti: Pekalongan, Solo, Semarang, dan Yogyakarta. Pekalongan terkenal dengan banyaknya pengerajin batik. Sehingga Kota Pekalongan mempunyai julukan yang dapat dikatakan cukup menarik perhatian khalayak, yaitu dengan

menerapkan slogan "Kota Batik Pekalongan. Hal ini tidak terlepas dari sejarah karena perdagangan batik di Kota Pekalongan yang sudah mulai terjadi pada sekitar tahun 1850 dan selama hampir satu abad menjadi sumber penghasilan yang penting (Elliott, 2004:96).

Motif hias Jlamprang menjadi salah satu aset yang sudah lama dikenal dan menjadi potensi yang dimiliki Kota Pekalongan. Motif Jlamprang sendiri merupakan motif asli Kota Pekalongan, yaitu semacam nitik yang tergolong dalam batik geometris. Motif Jlamprang, berdasarkan penjelasan sejarah, banyak dipengaruhi oleh pedagang yang berasal dari India. Menurut Suyani (2013:78) batik pada saat itu banyak



dipengaruhi oleh motif pada kain patola. Karena mahalnnya kain ini maka masyarakat kemudian membuat batik dengan corak yang terinspirasi dari kain patola ini. Batik dengan motif ini kemudian disebut sebagai kain dengan motif Jlamprang.

Akan tetapi, generasi-generasi muda sekarang ini, bahkan tidak menyadari bahwa motif tersebut sudah melekat dengan Kota Pekalongan dan menjadi elemen penting. Hal ini sangat wajar, karena pengembangan pemanfaatan dari motif Jlamprang ini tidak diperkuat terutama pada masa modern saat ini. Sudah seharusnya ada sebuah elemen atau media yang dapat memperkuat motif Jlamprang sebagai salah satu ikon Kota Pekalongan. Jika motif hias Jlamprang ini dapat dimanfaatkan dengan baik, bisa membuat batik khas Kota Pekalongan akan menjadi semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Melalui Desain Komunikasi Visual (DKV) untuk mengenalkan motif hias Jlamprang dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu bentuk pemanfaatan dan pengembangan motif Jlamprang yang dapat dilakukan adalah dengan upaya eksplorasi visual ke dalam *typeface* atau *font*. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk memmanifestasikan motif hias Jlamprang kedalam bentuk *typeface*, dengan memanfaatkan keindahan bentuk motif geometris yang terdapat pada motif Jlamprang. Dengan pendekatan melalui karakter visual pada motif Jlamprang ini, yang dilakukan adalah merujuk pada satu bentuk dan merepresentasikan identitas hasil inovasi bentuk *font* mengacu pada motif Jlamprang.

Pemilihan media *font* pada masa modern sekarang ini dapat menjadi langkah baik yang mampu mengenalkan motif hias Jlamprang yang terdapat di Kota Pekalongan kepada khalayak luas. Dikarenakan mayoritas penggunaan huruf merupakan salah satu cara berkomunikasi melalui tulisan. Kehadiran *typeface* atau *font*, tidak terlepas dari kebutuhan sebagai sumber informasi, komunikasi visual, keperluan mendesain, atau bahkan menulis.

Hasil yang hendak dicapai dari proyek studi "Perancangan *Typeface Font* Manifestasi Motif Hias Jlamprang Pekalongan" ini sebagai berikut.

- (1) Menambah karakter dan jenis huruf yang mengambil motif lokal khususnya dari motif hias Jlamprang asal Kota Pekalongan sebagai manifestasinya.
- (2) Mampu mengenalkan kembali dan memperkuat yang menjadi salah satu ciri khas Kota Pekalongan.
- (3) Pemilihan *font* yang tepat membutuhkan pertimbangan hati-hati tergantung pada tujuan komunikasi Anda, audiens yang dituju, dan konteksnya. Dengan memahami bagaimana *font* dapat memengaruhi persepsi dan respon audiens.

Menurut Gunarta (2013:11) mendefinisikan font atau fount sebagai kumpulan huruf dengan ukuran dan jenis tertentu pada suatu *typeface*. Penggunaan istilah *font* sering disama artikan dengan istilah *typeface*, sedangkan file komputer sebagai font. Unsur keterbacaan visual pada pemilihan *font* merupakan hal yang perlu diperhatikan (Nugrahani, 2015:129) Oleh karena itu, font ini mempunyai pengertian sebagai kombinasi dari jenis huruf dan kualitas lainnya, semacam ukuran, tebal, dan jarak.

Menurut Rustan (2014:32) *typeface* merupakan kumpulan karakter yang mempunyai karakteristik visual yang serupa. Walaupun tidak persis sama, tetapi satu huruf memiliki bagian anatomi yang juga digunakan dalam huruf lainnya, inilah yang memberikan kesan unity dalam sebuah *typeface*. Pemahaman tentang perancangan *typeface* juga harus dilandasi oleh beberapa prinsip dasar yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu desain *typeface*, di antaranya adalah:

- (1) *Legibility*, merupakan ukuran sejauh mana mata manusia dapat dengan mudah untuk membedakan karakter huruf satu dengan karakter huruf lainnya. Hal ini membuat rupa huruf konvensional menjadi relevan untuk digunakan dalam bacaan panjang (Unger, 2018:63).
- (2) *Readability*, berkaitan dengan bagaimana huruf diatur dan disusun oleh perancang huruf atau designer. sementara *typeface* dengan tingkat keterbacaan yang rendah dapat dibuat lebih mudah dibaca dengan pertimbangan yang sama (Strizver, 2014:108).

- (3) *Visibility*, kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat dalam suatu karya desain komunikasi visual untuk dapat terlihat dengan jelas dalam jarak baca tertentu. Dalam setiap karya desain memiliki suatu target jarak baca, dan huruf-huruf yang digunakan dalam desain tipografi harus dapat terbaca (Wijaya, 1999:53).
- (4) *Clarity* merupakan kemampuan huruf-huruf yang dipakai dalam suatu karya desain sehingga dapat dibaca dan dimengerti oleh target pengamat yang dituju (Sihombing, 2003:50).

Secara umum *typography* merupakan perpaduan ilmu seni dan teknik untuk menata atau menyusun huruf-huruf dengan maksud agar informasi dapat tersampaikan secara visual kepada pembaca. Dalam desain komunikasi visual, tipografi dapat dikatakan sebagai '*visual language*', yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Rustan dalam bukunya yang berjudul Huruf, *Font* dan Tipografi (2014:32) mengemukakan bahwa "*typeface* merupakan sekumpulan karakter yang memiliki kesamaan ciri-ciri visual. Meskipun tidak sama persis, ada bagian anatomi pada huruf yang satu, dipakai lagi pada huruf yang lain juga, inilah yang memberi kesan unity sebuah *typeface*". Dan *font* yang telah dijelaskan sebelumnya oleh Gunarta (2013:11).

Menurut Kusrianto (2007:191) dalam Handriyotopo (2014: 127) mengatakan bahwa suatu huruf tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan gagasan, namun juga memiliki kemampuan untuk menampilkan suatu citra ataupun kesan secara visual. Selain sebagai elemen desain yang dapat menyampaikan pesan, tipografi juga memiliki kandungan nilai fungsional dan nilai estetika. Huruf-huruf memiliki sebuah potensi dalam menerjemahkan unsur tersirat pada sebuah komunikasi verbal yang kemudian dituangkan melalui kombinasi huruf dan bentuk-bentuk visual. Begitulah yang dikemukakan oleh Suprpto (2009:01). "*Font* atau *fount* adalah seperangkat huruf dalam ukuran dan ragam tertentu pada suatu *typeface*". Adapun yang wajib diperhatikan dalam merancang, mengatur, dan mengomposisi suatu tipografi adalah *size*, *leading*, *tracking* dan *kerning*, *measure*, serta *hierarchy* dan *scale*.

Ukuran setiap jenis huruf berbeda satu dengan yang lain. Ada *font* dengan bentuk besar dan lebar, ada juga yang tipis dan kecil. Dua *font* yang berbeda meski diketik dengan ukuran yang sama tidak selalu terlihat berukuran sama.

*Leading* merupakan jarak spasi yang terdapat pada tiap baris tulisan. Ini dimaksudkan agar tulisan mudah dibaca dan disarankan ukuran *leading* lebih besar dibanding ukuran *font*nya.

*Tracking* dan *Kerning* adalah pengaturan jarak antar huruf. *Tracking* mengatur dan mengaplikasikan jarak antar huruf yang sama secara general. Terkadang jarak yang dipukul rata membuat tulisan terlihat timpang, sebagian tampak cukup namun sebagian tampak terlalu dekat atau jauh. Dalam kasus tersebut, *kerning* diperlukan untuk mengatur jarak antar sepasang karakter saja.

*Measure* lebih mengacu kepada pengaturan lebar kolom tulisan. Pengaturan lebar kolom tulisan akan mempengaruhi keterbacaan tulisan. Sebab mata akan mudah lelah jika harus membaca kolom yang panjang secara berulang.

Pengaturan *hierarchy* dan *scale* menjadi penting dalam tipografi. Ini berguna untuk memberitahukan kepada pembaca mana yang harus diberi perhatian lebih dan mana yang tidak. Ukuran bukan merupakan satu-satunya hal dalam *hierarchy* tetapi juga *font*, warna, spasi, tebal, dan gaya juga termasuk.

## METODE BERKARYA

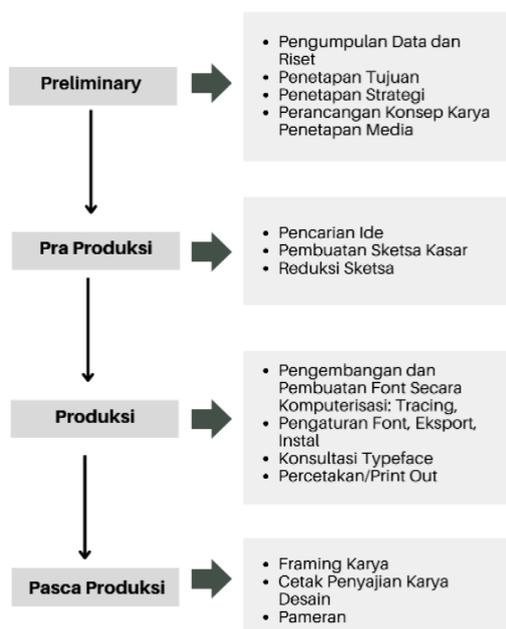
Proses berkarya dalam proyek studi ini terdiri atas beberapa tahapan, yaitu tahap *preliminary plan*, pra produksi, tahap produksi dan pasca produksi. Berikut adalah bagan dari tahap-tahap perancangan *typeface* motif Jlamprang.

Teknik berkarya dalam proses pembuatan perancangan *typeface* motif Jlamprang dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama dilakukan dengan teknik manual yaitu proses perancangan dengan sketsa kasar dengan menggunakan media pensil dan kertas, dalam proses ini akan ditemukan pemilihan sketsa yang tepat dan diinginkan.

Perangkat keras (*hardware*) digunakan sebagai alat bantu dalam merancang karya.

Seperti penggunaan kamera handphone untuk memotret produk dan objek ke lokasi, wifi maupun kuota untuk mencari referensi dari internet dalam memperkaya ide. Laptop digunakan sebagai alat dalam pengolah karya yang didalamnya berisi berbagai perangkat lunak (*software*) untuk membantu proses eksekusi gagasan serta penyempurnaan karya. *Software* tersebut diantaranya Adobe Illustrator CC 2019, Adobe Photoshop CC 2019 dan Fontlab V8. *Software* seperti Photoshop CC 2019, merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk proses editing setelah dihasilkan *typeface* Jlamprang, Adobe Illustrator CC 2019 akan digunakan dalam proses pengolahan gambar serta *layouting* dalam berkarya.

Penggunaan *software* Fontlab V8 merupakan editor *font* terintegrasi dengan Mac dan Windows yang membantu untuk membuat *font* dari awal hingga akhir, dari desain sederhana hingga proyek kompleks. Format keluaran dari perangkat lunak ini berupa *ttf* yang kemudian dapat diinstal pada komputer.



Bagan 1. Tahapan Berkarya

## HASIL PEMBAHASAN

### Jlamprang Typeface Regular

Dalam perancangan Jlamprang *Typeface Regular*, penggunaan elemen motif hias Jlamprang pada visual anatomi huruf

memunculkan kesan modern namun tetap memiliki unsur tradisional. Keseimbangan dalam anatomi huruf yang simetris melalui elemen motif hias yang terlihat oleh mata, menciptakan kesatuan bentuk pada *typeface*. Pada *typeface* ini memiliki pesan yang disampaikan kepada *audience* seperti kepada pelaku digital, antara lain desainer lokal, *typographer* yang berlokasi di Kota Pekalongan, namun tidak menutup kemungkinan jika mencakup lingkup yang lebih luas. Pesan yang ingin disampaikan kepada *audience* adalah bahwa *typeface* ini merupakan perwujudan dari motif hias Jlamprang, dan juga sebagai sarana untuk melestarikan budaya lokal, khususnya berasal dari Kota Pekalongan, kedalam bentuk media *typeface*.



Gambar 1. Jlamprang *Typeface Regular*

### Jlamprang Typeface Italic

Dalam perancangan Jlamprang *Typeface Italic*, masih sama seperti pada versi *regular* dengan penggunaan elemen motif hias Jlamprang pada visual anatomi huruf yang memunculkan kesan modern namun tetap memiliki unsur tradisional. Keseimbangan dalam anatomi huruf yang simetris melalui elemen motif hias yang terlihat oleh mata, menciptakan kesatuan bentuk pada *typeface*.

Pesan yang ingin disampaikan kepada *audience* adalah bahwa *typeface* ini merupakan perwujudan dari motif hias Jlamprang, dan juga sebagai sarana untuk melestarikan budaya lokal,

khususnya berasal dari Kota Pekalongan, kedalam bentuk media *typeface*. Melalui media *typeface* ini juga diharapkan mampu memberikan keterangan yang lebih jelas kepada *audience* mengenai nilai atau karakter untuk memperkenalkan dan memperkuat citra khas Kota Pekalongan melalui media *typeface*.



Gambar 2. Jlamprang *Typeface Italic*

### Poster

Terdapat tiga desain poster yang didalamnya memuat informasi yang sama, yaitu sebagai media untuk mempromosikan Jlamprang *Typeface*. Poster pertama menggunakan *background* putih yang di atasnya terdapat desain tipografi yang bertuliskan “WORLD’S CITY OF BATIK” dan juga terdapat keterangan kecil bertuliskan “150 pt” yang merupakan ukuran dari *typeface* yang digunakan. Poster pertama memiliki *background* berwarna putih yang bertuliskan dalam bahasa Inggris “WORLD’S CITY OF BATIK”. Pada poster kedua memiliki warna biru indigo (C:100 M:96 Y:20 K:7) yang mendominasi sebagai *background*, kemudian terdapat desain tipografi bertuliskan “MUSEUM BATIK PEKALONGAN DIDIRIKAN TAHUN 1972” di tengahnya terdapat gambar hitam putih Museum Batik Pekalongan. Untuk poster ketiga memiliki konsep seperti poster pertama, namun dengan ukuran *typeface* yang lebih besar yang bertuliskan “JLAMPRANG TYPEFACE”.



Gambar 3. Poster

### Bookmark

*Bookmark* atau pembatas buku merupakan media promosi berupa *merchandise* produk dari Jlamprang *Typeface*. Sebagai *merchandise*, *bookmark* dirancang sebagai media pendukung dalam pengenalan Jlamprang *Typeface*. Rancangan pembatas buku ini memiliki dimensi 14 cm x 4 cm. Desain pada *bookmark* terbagi menjadi 3 desain yang berbeda, dan memiliki dua muka, yaitu depan dan belakang.

*Bookmark* ini memiliki tiga desain berbeda dengan konsep visual yang sama. Ketiga desain tersebut lebih mengekspos Jlamprang *Typeface* pada bagian depan dengan pemilihan warna yang berbeda. *Layout* atau tata letak pada bagian depan rata kiri dan bagian belakang dengan layout asimetris, namun dengan komposisi yang seimbang. Penggunaan *bookmark* sebagai *merchandise* promosi ini akan membantu memperkenalkan dan meningkatkan kesadaran tentang Jlamprang *Typeface* di kalangan pembaca buku atau orang-orang yang menggunakan *bookmark* ini. Umpan balik yang diharapkan dari media ini saat *bookmark* ini digunakan untuk pembatas buku dapat menarik untuk melihat lebih lama dan mengingatkan seseorang kepada motif hias Jlamprang dan Kota Pekalongan.



Gambar 4. *Bookmark*

### Kartu Nama

Desain kartu nama ini berbentuk persegi panjang berukuran 9 x 5 cm. Kartu nama tersebut dicetak digital pada dua sisi dengan menggunakan kertas *ivory 260 gsm*. Desain pada bagian depan menampilkan desain tipografi kombinasi, sementara itu untuk desain belakang berisi informasi kontak pribadi. Desain kartu nama ini didominasi dengan warna biru pada kedua sisinya dengan diisi juga motif hias Jlamprang yang dibuat *overlay* sebagai latar belakang.

Pada bagian depan kartu nama warna biru digunakan sebagai latar motif Jlamprang guna menyeimbangkan informasi tulisan yang dominan berwarna putih. Sedangkan warna motif batik Jlamprang yang berwarna putih digunakan untuk latar pada bidang lainnya yang berisikan nama, jabatan dan alamat dengan warna putih sebagai suatu kesatuan.

Kesatuan pada karya ini terbentuk karena penempatan elemen yang saling mendukung serta keseragaman *tone* warna dan kepaduan fungsi dari setiap elemen desain yang ada. Hampir semua unsur-unsur dalam karya ini ditata secara statis dan asimetris, hal ini bertujuan untuk memunculkan kesan dinamis. Kartu nama ini bersifat informatif, karena pada dasarnya kartu nama dibuat untuk memudahkan konsumen ataupun rekan bisnis dalam mendapatkan informasi mengenai identitas perusahaan serta pemilik perusahaan.



Gambar 5. Kartu Nama

### Stiker

Desain stiker dengan menggunakan media stiker berbahan *vinyl* ini dibuat dengan 3 warna dan bentuk yang sama yaitu persegi panjang 9 cm x 2 cm. Daya tarik utama atau *point of interest* dari stiker ini adalah lebih mengekspos visual dari karakter Jlamprang *Typeface*. Pada desain stiker

memiliki *background* yang polos berwarna biru indigo, biru muda, dan putih lalu pada bagian tengah bertuliskan "JLAMPRANG". Sehingga *background* dibuat lebih polos dengan komposisi yang sederhana untuk menyeimbangkan visual dari desain stiker ini. Stiker berfungsi sebagai *merchandise*.

Pesan pada karya stiker ini memiliki sifat informatif karena berisi penerapan dari Jlamprang *Typeface* dengan menonjolkan karakteristiknya. Umpan balik yang diharapkan saat *audience* menerima stiker dan menggunakannya pada suatu benda atau tempat, adalah dapat menimbulkan ketertarikan dan akan lebih mudah mengingat Jlamprang *Typeface*.



Gambar 6. Stiker

### Kaos (T-shirt)

Desain kaos menampilkan satu desain dengan dua pilihan warna, biru dan putih. Komposisi yang terdapat dalam desain kaos yaitu dengan perpaduan antara kata "Jlamprang" dan dikombinasikan dengan ornamen motif hias Jlamprang yang sudah tersusun meringkai. Kesatuan dalam kaos ini terbentuk karena penempatan dan perpaduan antara elemen-elemen yang saling mendukung. Daya tarik dari kaos ini adalah ingin mengekspos visual dari karakter Jlamprang *Typeface* dengan paduan ornamen motif hias Jlamprang. Kaos berwarna cerah dipilih untuk menampilkan kesan minimalis, dan modern, dengan mengekspos anatomi dari *typeface*, sekaligus membuat kaos terlihat lebih menonjol.

Penggunaan kaos ini berfungsi sebagai pakaian yang digunakan untuk keseharian. Melalui desain yang mengusung konsep kombinasi antara penggunaan Jlamprang *Typeface* dan ornamen motif hias Jlamprang,

dapat menginformasikan kepada *audience* yang menggunakan dalam beragam aktivitas menjadi penerima maupun pengantar pesan bagi orang disekitarnya.



Gambar 7. Kaos

### **Tote bag**

Desain *tote bag* dirancang untuk digunakan dalam keseharian, seperti membawa barang. Sehingga desain dirancang lebih sederhana dengan menampilkan desain tipografi yang bertuliskan “Jlamprang” dan dikombinasikan dengan ornamen motif hias Jlamprang yang sudah dikomposisikan memberikan sentuhan artistik. *Tote bag* berbahan *canvas* merupakan merchandise dari Jlamprang *Typeface* sebagai media promosi. Penggunaan Jlamprang *Typeface* versi *lowercase* dalam desain *tote bag* dapat mencerminkan keunikan atau memberikan nuansa tradisional yang sesuai dengan ornamen motif hiasnya.

Perpaduan antara desain tipografi dan ornamen motif hias Jlamprang telah dipilih dengan cermat sehingga menghasilkan kesan estetis yang seimbang dan harmonis. *Tote bag* ini tidak hanya menjadi wadah untuk membawa barang dalam kegiatan sehari-hari, tetapi juga menjadi media yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan Jlamprang *Typeface*.



Gambar 8. Tote bag

### **Gantungan Kunci**

Pada gantungan kunci terbagi menjadi 2 desain yang berbeda karena memiliki dua muka, yaitu depan dan belakang. Pada bagian depan menampilkan *uppercase* dari Jlamprang *Typeface* yaitu huruf “J” sebagai inisial, dan bagian belakang menampilkan ornamen motif hias Jlamprang dengan gradasi warna. Melalui gantungan kunci, ingin memperkenalkan penggunaan Jlamprang *Typeface*. Selain itu dengan dimensi yang kecil memudahkan dalam penggunaannya. Gantungan kunci juga merupakan souvenir yang sering dijadikan kenang-kenangan atau hadiah.



Gambar 9. Gantungan Kunci

### **SIMPULAN**

Proyek studi menghasilkan satu set karakter *typeface* lokal berupa Jlamprang *Typeface* dan mengimplementasikan hasil dari *typeface* pada media dan *merchandise*. Sehingga dapat menjangkau target *audience* lebih luas, seperti desainer lokal dan pelaku digital, hingga instansi

pemerintahan, sebagai distribusi dari Jlamprang *Typeface*. Perancangan *typeface* ini sebagai visualisasi bentuk *typeface* dari manifestasi motif hias Jlamprang pekalongan, sehingga menjadikan *typeface* ini di dalamnya mengandung unsur budaya. Dan dengan konsep dan media yang dipilih, hasil perancangan ini menciptakan kesan modern namun tetap memiliki unsur tradisional.

Kombinasi dari teknik manual dan teknik digital dalam proses perancangannya, sehingga menghasilkan suatu karya *typeface* yang maksimal. Hasil dari proyek studi ini adalah Jlamprang *Typeface*, yang berfungsi sebagai *display text*. Terdiri dari *uppercase*, *lowercase*, *number figure*, dan *punctuation mark*. Selain itu, perancangan ini juga menerapkan Jlamprang *Typeface* pada berbagai media dan *merchandise*, seperti poster, pembatas buku (*bookmark*), kartu nama, stiker, *kaos*, *tote bag*, dan gantungan kunci. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan jika *typeface* yang memiliki nilai estetika dan fungsi ini dapat digunakan untuk berbagai kepentingan dalam desain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Elliott, I. M. 2013. *Batik: Fabled Cloth of Java*. Tuttle Publishing.
- Gunarta, A. 2013. *Cara Mudah Membuat Font dengan CorelDraw*. Andi Offset.
- Handriyotopo, H. 2014. Tipografi Dekoratif Kawung Floral Regular. *Acintya*, 6(2).
- Kusrianto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi Offset.
- Nugrahani, R. 2015. Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Rustan, S. 2014. *Huruf, Font, dan Tipografi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sihombing, D. 2003. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Strizver, I. 2013. *Type Rules: The Designer's Guide to Professional Typography*. John Wiley & Sons.
- Suyani, S. 2013. Pengaruh Budaya Asing Terhadap Perkembangan Batik Pekalongan. *Corak: Jurnal Seni Kriya*, 2(1), 78.
- Unger, G. 2018. *Theory of Type Design*. Nai 010.
- Wijaya, P. Y. 1999. Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1), 53.