

Desain *Layout* Buku Tipografi untuk Kemasan dengan Metode *Design Thinking*

Yana Erlyana¹, Winnie², Veronica³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas teknologi dan Desain, Universitas Bunda Mulia
Jalan Lodan Raya No 2, Jakarta Utara, Indonesia

email: yerlyana@bundamulia.ac.id¹, winniefaujan@gmail.com², mei.veronica02@gmail.com³

Received : January, 2023

Accepted : July, 2023

Published : August, 2023

Abstract

The appropriate utilization of typography holds substantial significance as it directly influences the visual perception of a brand. Typography serves as a visual manifestation of a brand, wherein the distinctive characteristics of each letter reflect the brand's overall image. Similarly, within the domain of packaging design, typography assumes a critical role in upholding brand identity. Recognizing the urgency of this matter, the present study endeavors to develop an informative compendium that exhibits the application of typography in packaging design through visually captivating presentations, complemented by case studies of well-known brands prevalent in the Indonesian market. Employing the design thinking methodology, which entails problem-solving through product development, this study culminates in the production of a book that showcases typographical content presented in an uncluttered layout, emphasizing the significance of typography while elucidating its contents. The study presents its findings in the form of a book showing typographical content, meticulously designed with a clean layout that highlights the exploration of typography within the book's contents. The significance of this research stems from the demand for comprehensive and visually engaging resources that demonstrate the application of typography in packaging design, aligning with the evolving requirements of the digital economy industry and the educational needs of Visual Communication Design students in Indonesia.

Keywords: *Typography, packaging, book*

Abstrak

Menerapkan tipografi yang tepat merupakan aspek penting karena tipografi memengaruhi kesan visual suatu merek. Tipografi mewakili merek secara visual, sehingga karakter setiap huruf mencerminkan citra merek yang diwakilinya. Begitu juga halnya ketika dilakukan pengembangan desain kemasan, tipografi merupakan salah satu aspek terpenting dalam mempertahankan identitas merek yang dibawa. Melihat adanya urgensi tersebut maka penelitian ini bertujuan merancang sebuah buku informasi yang berisikan tipografi dalam kemasan yang dikemas dengan visualisasi yang menarik dan menyajikan studi kasus merek-merek yang sering ditemukan di pasaran Indonesia. Dengan menggunakan metode design thinking, yang merupakan metode pengembangan suatu produk yang diawali dari upaya dalam menjawab permasalahan yang ada di masyarakat. Hasil dari penelitian ini berupa sebuah buku dengan konten tipografi yang di rancang menggunakan layout yang bersih dengan menekankan permainan tipografi pada penjelasan isi buku. Urgensi penelitian terletak pada kebutuhan akan sumber daya yang komprehensif dan menarik secara visual yang menampilkan penerapan tipografi dalam desain kemasan,

selaras dengan tuntutan perkembangan industri ekonomi digital dan kebutuhan pendidikan mahasiswa DKV di Indonesia.

Kata kunci: *Tipografi, kemasan, buku*

1. PENDAHULUAN

Melihat perkembangan industri yang semakin cepat dengan persaingan yang semakin ketat, membuat para pelaku industri perlu mencari strategi yang tepat dalam mempertahankan merek mereka. Saat merancang komunikasi visual, citra merek dapat ditingkatkan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah menciptakan identitas merek dengan penerapan tipografi yang baik dan tepat [1]. Kemudian, menciptakan identitas merek pada hakekatnya memerlukan integrasi aspek karakter produk dan elemen visual yang mendukung identitas merek tersebut, seperti tipografi, gambar, bentuk dan warna. Kombinasi elemen visual ini menciptakan identitas merek yang diinginkan. Menerapkan tipografi yang tepat merupakan aspek penting karena tipografi memengaruhi kesan visual suatu merek [2]. Tipografi mewakili merek secara visual, sehingga karakter setiap huruf mencerminkan citra merek yang diwakilinya. Selama ini, penggunaan tipografi terbukti menjadi sarana komunikasi yang efektif. Tipografi atau huruf adalah elemen yang digunakan untuk membentuk kalimat seperti halnya elemen titik yang digunakan untuk membentuk garis. Tipografi sendiri telah berkembang melalui proses yang panjang, dan kini semakin banyak huruf baru yang hadir dengan bentuk dan karakternya masing-masing [3]. Tipografi cukup memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan, disiplin seni ini berperan sebagai gambar yang menjadi pusat atau sumber informasi [4]. Tipografi sendiri merupakan sebuah keilmuan yang cukup kompleks untuk dipelajari, karena didalamnya terdapat prinsip hingga elemen tipografi sendiri yang dapat mempengaruhi audiens [5].

Sama halnya ketika membuat desain dalam sebuah kemasan, tipografi merupakan elemen utama dalam penyampaian pesan kepada calon pembeli produk [6]. Tipografi tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi dalam kemasan tetapi tipografi dapat memberikan nilai estetika dalam sebuah kemasan [2]. Sehingga dapat disimpulkan kebutuhan akan penggunaan tipografi yang tepat tentunya akan memberikan nilai tambah bagi sebuah merek

terutama dalam media kemasan [7]. Kemudian melihat adanya kebutuhan buku referensi dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual (Prodi DKV) dan melihat permasalahan yang ada dalam buku-buku desain komunikasi visual yang ada saat ini di pasaran masih didominasi oleh buku-buku import, sehingga dapat dikatakan bahwa buku lokal masih sangat jarang ditemukan [8], maka urgensi penelitian penelitian ini didorong oleh keinginan untuk mempromosikan buku-buku lokal, membangkitkan kebanggaan nasional, dan mengkonsolidasikan pengetahuan impor dengan keahlian penulis. Buku bertujuan untuk menyajikan temuan dan implikasinya dalam bahasa Indonesia untuk meningkatkan aksesibilitas dan pemahaman di antara khalayak Indonesia, khususnya mereka yang berkecimpung dalam Desain Komunikasi Visual. Penelitian dalam bentuk perancangan buku tipografi untuk kemasan ini merupakan sebuah penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya, yang mana dalam penelitian sebelumnya menekankan perlu adanya penambahan buku-buku referensi dengan konten terkait desain komunikasi visual, terutama yang dilengkapi dengan studi kasus tertentu [8]. Sehingga penelitian ini bertujuan merancang sebuah buku tipografi dalam kemasan yang menarik baik secara konten maupun visual dengan dilengkapi studi kasus yang nyata. Ketika mendesain buku nonfiksi yang menarik dan tepat sasaran pasar, harus dilihat dari sudut pandang calon pembaca buku. Menggabungkan elemen visual sesuai dengan segmentasi dilakukan dengan tujuan untuk menangkap minat target pembaca [9]. Dengan demikian nantinya buku ini dapat menjadi salah satu buku referensi yang menarik bagi calon ataupun mahasiswa desain komunikasi visual yang berminat dalam desain grafis terutama tipografi dalam kemasan. Ilmu desain sendiri merupakan salah satu keterampilan kunci dalam pengembangan *industry digital economy*.

Dalam bidang desain komunikasi visual, penting untuk mengelola elemen grafis sesuai dengan media khusus yang digunakan untuk menyampaikan ide kepada individu atau kelompok orang [10]. Dengan demikian

perancangan buku yang akan dibuat harus menggunakan elemen yang tepat guna mengkomunikasikan pesan/isi buku. Kemudian, Rustan dalam bukunya yang berjudul "Layout Dasar dan Penerapannya" [11] menjelaskan adanya beberapa prinsip dasar dalam merancang/menyusun elemen grafis antara lain adalah sebagai *sequence* (urutan), atau biasa disebut juga dengan hirarki adalah prioritas pengurutan membaca dalam suatu tata letak. Tujuan dari prinsip ini adalah mengurangi agar pembaca tidak kesulitan dalam menangkap informasi. Maka dengan prinsip tersebut, pembaca dapat secara otomatis mengurutkan/mengarahkan pandangan mata/urutan membaca sesuai dengan komunikasi yang kita inginkan. Prinsip kedua *emphasis* (penekanan) dapat terbentuk melalui kontras. Prinsip ketiga adalah kontras, dimana pada prinsip ini bertujuan untuk membangun *sequence*, yang mana dapat diartikan kontras menjadi alat bantu menghadirkan prinsip pertama. Ada bermacam-macam cara menciptakan kontras pada sebuah media buku. Pada prinsip ini dapat dilakukan melalui perubahan ukuran, posisi elemen, penggunaan kombinasi warna, pemilihan bentuk, pembuatan konsep yang berlawanan, dan masih banyak lagi.

Kemudian prinsip *emphasis*/penekanan, dimana dalam prinsip ini menekankan pada salah satu elemen untuk menciptakan keterbacaan yang lebih jelas. Prinsip penekanan dapat dibuat dalam beberapa cara, termasuk dengan memberikan ukuran yang jauh lebih besar daripada elemen tata letak halaman lainnya, pemanfaatan warna yang kontras dengan latar belakang dan elemen lainnya, kemudian penyusunan posisi dan penggunaan bentuk atau gaya yang kontras dengan lingkungan sekitar. Kemudian untuk aspek *balance*, dimana ada 2 macam *balance* (keseimbangan) dalam desain grafis yaitu *Symmetrical Balance* (simetris) dan *Asymmetrical Balance* (asimetris). Keseimbangan simetris dapat dibuktikan dengan tepat secara matematis dan dapat dilihat secara pencerminan. Keseimbangan Asimetris lebih bersifat optikal (terlihat seimbang di mata namun tidak secara perhitungan matematis). Prinsip terakhir adalah *unity*, dimana dalam hal ini menekankan kesatuan dari elemen visual yang terlihat secara fisik dan non-fisik. Elemen non-fisik

biasanya berupa isi pesan atau komunikasi yang dibawa dalam konsep desain buku tersebut.

Pada perancangan buku, *layout* menjadi hal yang utama. Dalam hal ini *layout* didefinisikan sebagai suatu sistem tata letak akan elemen desain pada suatu bidang/media tertentu untuk mendukung konsep dan pesan yang dibawanya [11]. Pada *layout* terdapat 3 elemen dasar, yaitu: (1) Elemen teks, yang mana elemen tersebut mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi dengan lengkap dan tepat, dengan tetap mempertahankan kenyamanan dalam membaca informasi yang ada; (2) Elemen Visual, merupakan semua elemen yang tidak termasuk teks dan terlihat dalam suatu layout, biasanya digunakan untuk mendukung teks ataupun hanya sebagai unsur estetika; (3) *Invisible elements*, atau biasa disebut elemen tidak terlihat, adalah fondasi atau kerangka yang memiliki tujuan menjadi sebuah acuan penempatan semua elemen *layout* lainnya.

Di masa sekarang ada dua bentuk buku yaitu buku cetak dan buku digital. Bentuk dari sebuah buku menentukan cara kita mengakses konten, desainnya mengatur berbagai tanda untuk mewujudkannya dalam objek baru yang disempurnakan jika dibandingkan dengan manuskrip [12]. Perbedaan utama antara buku digital dan buku cetak terletak pada format dan cara aksesnya. Buku digital, juga dikenal sebagai *e-book*, adalah file digital yang dapat diakses dan dibaca menggunakan perangkat elektronik seperti *e-reader*, *tablet*, *smartphone*, atau komputer. Buku digital dapat diunduh atau diakses secara online, menawarkan kemudahan dan portabilitas karena pembaca dapat membawa banyak buku dalam satu perangkat. Di sisi lain, buku cetak adalah salinan fisik yang terbuat dari kertas atau bahan lain yang diikat menjadi satu dengan sampul. Buku cetak berisi lembaran halaman yang cukup banyak, sehingga lebih tebal daripada *booklet*. Perbedaan yang cukup jelas antara buku dengan *booklet* adalah pada sistem penjilidan. Dikarenakan *booklet* hanya memiliki beberapa halaman, maka dapat juga tidak dijilid. Dalam perancangan sebuah buku cetak harus dijilid sedemikian rupa agar lembaran kertasnya tidak berantakan. Fungsi buku adalah untuk menyampaikan informasi berupa cerita, informasi, laporan dan lain-lain.

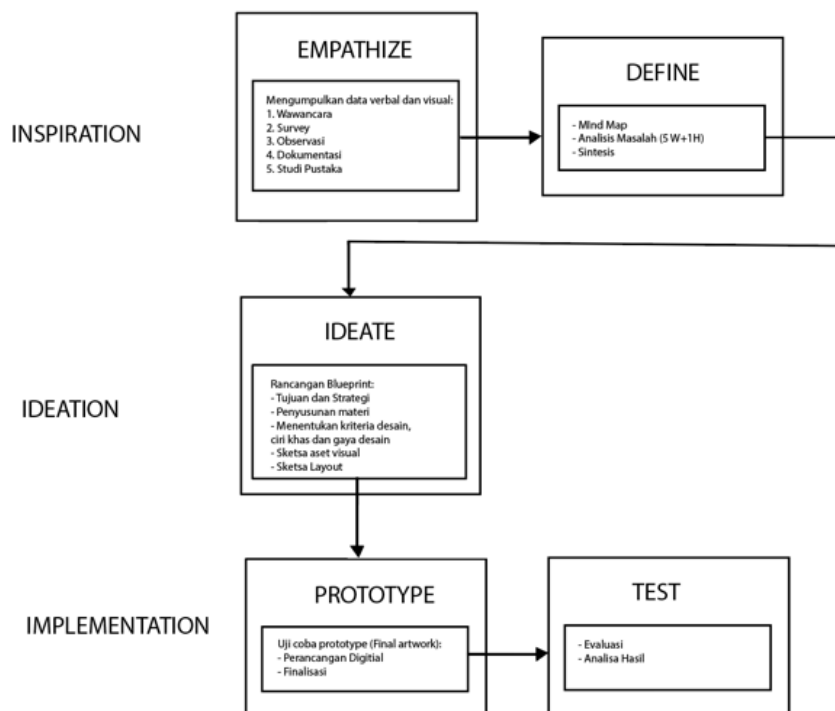
Buku dapat berisi banyak informasi tergantung pada jumlah halaman. Sebagian besar elemen *layout* yang digunakan dalam sebuah buku biasanya berupa teks, hal ini membuat perlu adanya perhatian khusus dalam pemilihan dan pengaturan elemen yang akan digunakan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, umumnya digunakan dalam penelitian desain. Penelitian kualitatif dicirikan oleh sifat artistiknya, karena proses penelitiannya terutama bersifat subyektif dan tidak memiliki pedoman yang bersifat preskriptif. Ini dianggap sebagai metode interpretatif, yang mana interpretasi peneliti terhadap data memiliki signifikansi yang substansial dan mempengaruhi hasil penelitian. Dalam penelitian ini, penulis

berperan sebagai moderator yang bertanggung jawab atas interpretasi dan analisis data. Sehubungan bahwa penelitian ini merupakan penelitian dalam bentuk rancangan, maka penelitian ini akan menggunakan metode *design thinking* dalam pembuatan buku tipografi dalam kemasan yang merupakan objek dari penelitian.

Metode *design thinking* merupakan metode pengembangan suatu produk yang diawali dari upaya menjawab permasalahan yang ada di masyarakat [13]. Salah satu pengembangan metode *design thinking* yang sering digunakan dalam pengembangan rancangan kreatif adalah pendekatan model *five steps design thinking* [14], dalam model ini menjabarkan lima tahap sebagai berikut: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan sistematika perancangan
[Sumber: Penulis, 2023]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Inspiration

Berdasarkan tahapan awal untuk mencari inspirasi dijalankan proses *empathize* dan *define*. Dalam tahapan ini dilakukan wawancara ahli kepada dosen tipografi, *survey* menggunakan kuesioner yang disebar

secara daring kepada masyarakat umum dengan batasan usia 18-25 tahun di wilayah Jakarta sebanyak 120 responden dengan mengikuti teori Sugiyono [15]. Kemudian observasi lapangan pada toko buku dan dokumentasi dengan mengambil foto-foto produk kemasan, yang bertujuan untuk melihat

kebutuhan pasar. Hasil dari observasi lapangan dan dokumentasi, ditemukan bahwa adanya kebutuhan akan buku dengan topik tipografi yang lebih berfokus pada studi kasus karya lokal, pada penelitian ini adalah pemakaian tipografi pada desain kemasan produk lokal. Serta studi pustaka untuk menunjang teori-teori yang diterapkan baik secara isi maupun pada konsep perancangan visual dari buku, ditemukan data-data yang akhirnya dipetakan *mind mapping* dan analisis 5W+1H, dapat disitensikan beberapa poin utama dalam penelitian ini, yaitu:

- Pemanfaatan tipografi dalam sebuah kemasan merupakan kunci penting dalam penggambaran *brand image*.
- Adanya kebutuhan sebuah buku referensi dalam tipografi dengan *study case* khusus mengarah kepada pemanfaatan kemasan.
- Masih jarang ditemukan buku dengan konten dan konsep yang akan diterapkan dalam buku.
- Teori-teori yang cukup dalam mendukung pengembangan sebuah rancangan buku dengan konteks tipografi dalam kemasan.
- Akan dirancang sebuah buku tipografi dikhususkan pada pemanfaatan tipografi dalam sebuah kemasan.
- Buku dibuat sesuai dengan hasil konsep yang dikembangkan melalui proses berpikir secara visual, dan akan dijelaskan dalam proses selanjutnya.

3.2 Ideation

Dalam tahapan *ideation*, terdapat rancangan *blueprint* dari ide awal yang ditemukan pada tahapan sebelumnya. Dimulai dari penyusunan tujuan dan strategi, penyusunan materi, penentuan ciri khas dan gaya desain, sketsa aset visual dan sketsa layout.

Adapun tujuan dan strategi dalam rancangan buku ini adalah merancang sebuah buku referensi yang membahas tentang pengenalan dasar – dasar tipografi dan memberitahukan bahwa belajar tipografi itu tidaklah sulit, asal paham akan dasarnya maka hal tersebut akan menjadi sesuatu yang mudah untuk dikerjakan. Dalam buku dilengkapi dengan kasus-kasus penggunaan tipografi dalam kemasan.

Strategi yang dilakukan dalam rancangan ini menggunakan pendekatan emosional dengan pemanfaatan warna. Elliot dan Maier (2012)

mengusulkan teori dampak warna pada fungsi psikologis. Menurut teori warna dalam konteks mereka, warna membawa makna, dan ini memiliki pengaruh langsung dan otomatis pada proses kognitif, termasuk perhatian [16], [17]. pengaruh warna yang konsisten pada evaluasi emosional mendukung gagasan bahwa warna dapat menyampaikan kualitas emosional tertentu, termasuk keramahan atau permusuhan. Asosiasi emosional ini memainkan peran penting dalam memengaruhi persepsi, perilaku, dan respons manusia dalam berbagai konteks. Jadi, dalam perancangan buku ini memasukan warna yang disusun dengan mood pada gambar 2, yaitu warna mengarah nuansa *vintage* agar terasa lebih dekat dengan target pembacanya [18].



Gambar 2. Mood warna dalam buku
[Sumber: Penulis, 2023]

Untuk isi buku disusun mulai dari pengenalan tipografi yang terdiri dari definisi tipografi, sejarah tipografi dan fungsi dari tipografi. Kemudian dilanjutkan pada pengenalan anatomi hingga *workbook*. Pada bab selanjutnya akan dituliskan penggunaan tipografi dalam kemasan mulai dari format, prinsip, metode dan implementasi tipografi. Pada akhir bab akan disertakan juga tips mengembangkan tipografi, berikut tampilan daftar isi buku pada gambar 3.

01. Pengenalan Tipografi	
Apakah Tipografi?	10
Sejarah Tipografi	14
Fungsi dan Tujuan	36
Klasifikasi Tipografi	40
02. Mengenal Anatomi Huruf	
Apakah Anatomi Huruf?	56
Klasifikasi Anatomi	76
Workbook	84
03. Penggunaan Tipografi Dalam Kemasan	
Format Tipografi	104
Prinsip Tipografi	112
Implementasi Tipografi	116
04. Tips Mengembangkan Tipografi	
Tips Memilih Font	120
Tips Mengembangkan Tipografi	126

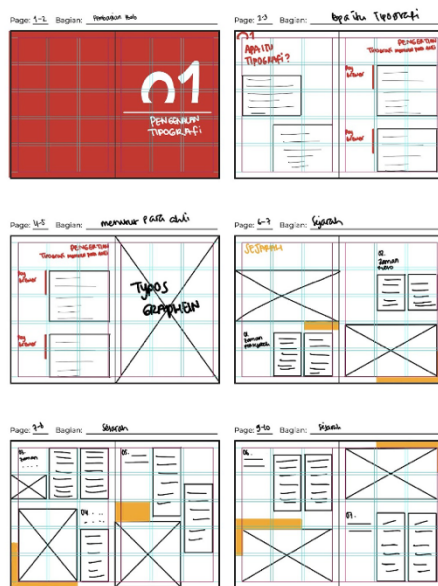
Gambar 3. Halaman after isi dalam buku

[Sumber: Penulis, 2023]

Gaya desain yang digunakan dalam rancangan buku lebih cenderung minimalis yang memberikan kesan *clear*. Adapun gaya desain terlihat pada *moodboard* pada gambar 4. Dalam tata letak, rancangan visual buku menggunakan *multiple column grid system* seperti contoh pada gambar 5, yang bertujuan untuk mempermudah arah baca dan memberikan referensi yang lebih jelas.



Gambar 4. Moodboard gaya desain dalam buku
[Sumber : Penulis, 2023]



Gambar 5. Sketsa tata letak dalam buku
[Sumber: Penulis, 2023]

Melalui proses pembuatan sketsa tata letak peneliti dapat mengalokasikan porsi konten sebuah buku. Dengan demikian, pembaca dapat terlibat secara visual dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang desain dan kontennya. Sehingga hasil desain tata letak buku akan lebih sesuai dengan prinsip-prinsip tata letak buku, yaitu adanya konsistensi dan keseimbangan. Konsistensi

dalam buku ini ditujukan pada pemanfaatan dalam elemen yang digunakan baik tipografi, skema warna, gaya pemformatan, dan elemen visual keseluruhan di seluruh buku ini. Konsistensi menciptakan rasa persatuan dan membantu pembaca menavigasi konten dengan lebih mudah. Lalu, prinsip keseimbangan, dimana hal tersebut dapat dicapai melalui pengaturan elemen yang simetris, asimetris, atau radial, tergantung pada dampak estetika dan visual yang diinginkan.

3.3 Implementation

Pada tahapan *implementation* di dalamnya terdapat proses pengembangan konsep secara digital hingga proses pengujian akhir dalam bentuk evaluasi untuk memberikan hasil akhir yang lebih sesuai dengan tujuan perancangan.

Implementasi pengetahuan tentang tipografi pada kemasan melibatkan penggunaan elemen tipografi yang disengaja dan strategis untuk meningkatkan aspek visual dan komunikatif dari desain kemasan. Tipografi memainkan peran penting dalam menyampaikan identitas merek, informasi produk, dan membuat kemasan yang menarik secara visual yang menarik perhatian konsumen. Untuk menerapkan tipografi secara efektif pada kemasan, beberapa faktor perlu dipertimbangkan. Pertama, pemilihan tipografi yang tepat sangat penting, karena tipografi yang berbeda memiliki kepribadian yang berbeda dan membangkitkan emosi tertentu. Memilih jenis huruf yang selaras dengan citra merek dan audiens target sangat penting.

Kedua, hierarki dan organisasi elemen tipografi sangat penting untuk komunikasi yang jelas. Judul, subjudul, dan teks isi harus diatur dalam hierarki yang memandu perhatian pembaca dan memungkinkan pengambilan informasi dengan mudah. Informasi penting seperti nama produk, fitur, dan instruksi harus ditekankan dengan tepat. Selain itu, tipografi harus dapat dibaca dan dipahami, bahkan dalam ukuran kecil atau dalam kondisi pencetakan yang menantang. Memperhatikan faktor-faktor seperti spasi huruf, spasi baris, dan ukuran font memastikan teks tetap jelas dan dapat diakses oleh konsumen.

Warna, kontras, dan tata letak juga memainkan peran penting dalam penerapan tipografi pada kemasan. Pilihan warna harus melengkapi

identitas visual merek dan membangkitkan respons emosional yang diinginkan. Kontras antara teks dan latar belakang meningkatkan keterbacaan, sementara tata letak yang estetik memastikan komposisi elemen tipografi yang harmonis.

Perancangan digital dilakukan menggunakan *software* Adobe InDesign dan Adobe Illustrator. Buku diberi judul “*Typography in Packaging*” dan terlihat pada gambar 6 dan 7, dimana desain pada cover diberikan ilustrasi box yang mewakili kemasan dan sketsa-sketsa huruf sebagai perwakilan tipografi. Penggunaan warna menyesuaikan pengembangan dari mood warna yang di susun sejak awal.



Gambar 6. Penampang cover buku
[Sumber: Penulis, 2023]



Gambar 7. Mockup buku
[Sumber: Penulis, 2023]

Buku ini dirancang dengan ukuran 14,8 x 21 cm (A5), agar mempermudah buku dipegang saat dibaca. Pada bagian desain isi buku terlihat pada gambar 7, tetap mengikuti *moodboard* yang telah dibangun dengan *style* yang minimalis. Pada setiap halaman pemisah bab

akan diberikan *blocking* warna yang berbeda. Kemudian pada setiap bab akan ada halaman dengan permainan tata letak tipografi.



Gambar 7. Contoh beberapa isi buku
[Sumber: Penulis, 2023]

Setelah perancangan secara digital selesai, dibuat *prototype* cetak dengan bahan HVS 100 Gsm. *Prototype* cetak dibuat untuk menilai apakah ukuran dari *font* yang digunakan cukup memiliki nilai keterbacaan dan kejelasan yang tinggi, seperti terlihat pada gambar 8. Dalam penelitian sejenis lainnya juga menekan nilai keterbacaan harus diutamakan dalam sebuah rancangan buku [19]. Serta semua elemen visual lainnya yang digunakan sudah sesuai konsep dan mendukung isi buku. Hasil yang didapatkan melalui evaluasi yang dilakukan dengan pengadaan *focus group discussion* dengan mengundang dosen dan mahasiswa desain komunikasi visual Universitas Bunda Mulia, ditemukan bahwa buku dapat menjadi referensi bagi keilmuan tipografi terutama dalam pemanfaatnya pada sebuah kemasan. Kemudian secara sisi desain dinilai memiliki alur yang baik dan secara visual menarik perhatian untuk dibaca.



Gambar 8. *Prototype* cetak buku
[Sumber: Penulis, 2023]

Secara keseluruhan hasil perancangan menghasilkan sebuah buku dengan konten mengenai tipografi dan kemasan yang dikemas dengan baik menggunakan prinsip-prinsip pada desain buku dengan menjaga nilai-nilai keseimbangan sehingga menegaskan kesatuan desain antar setiap halaman dalam buku. Pemanfaatan *multiple column grid system* yang baik dapat berkontribusi besar untuk menciptakan tata letak buku yang kohesif dan ramah pembaca. Dengan membagi halaman menjadi beberapa kolom, isi buku dapat diatur

secara terstruktur, meningkatkan keterbacaan bagi pembaca sasaran.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan perancangan buku dengan judul "*Typography in Packaging*" ditemukan bahwa seluruh proses/ tahapan dalam metode *design thinking* sangat berperan dalam pengembangan dari awal hingga akhir perancangan. Pada tahap awal dalam penentuan inspirasi pengembangan buku, seluruh metode pengumpulan data memiliki peranan yang cukup baik dalam menentukan

tahapan selanjutnya. Terutama dalam metode pengumpulan data melalui studi pustaka, dimana metode tersebut berkontribusi pada kesimpulan dengan mengkontekstualisasikan penelitian, mengidentifikasi kesenjangan, menginformasikan pertanyaan penelitian, mendukung kerangka teori. Dengan menggabungkan dan membangun pengetahuan yang ada, penelitian ini berkontribusi pada pembaruan dan pengembangan lapangan, menghasilkan kesimpulan yang lebih kuat dan komprehensif. Sehingga dapat dilihat bahwa perbedaan buku tipografi dalam penelitian ini berbeda dengan buku tipografi pada umumnya karena pada perancangan buku ini lebih spesifik pada penggunaan tipografi dalam kemasan. Dalam penelitian ini mendapati bahwa karakteristik fisik buku, teks, keterbacaan, dan kejelasan adalah aspek yang mempengaruhi fungsi komunikatif, tetapi makna dan keefektifannya sangat bergantung pada masalah desain yang dibangun di atas tipografi, area teks dan tata letak.

Seperti halnya terlihat pada tahapan pengembangan ide hingga digitalisasi, kemampuan pemanfaatan *software* Adobe InDesign dan Illustrator tidak menjadi hal utama dalam pengembangan desain. Akan tetapi pada tahapan ini lebih menekankan pada kemampuan *creative thinking* dimana penerjemahan teks ke dalam visual dinilai lebih utama. Lalu pada pembuatan *prototype* buku sangat membantu evaluasi akhir dari desain yang dibuat. Sehingga penelitian ini memiliki implikasi dalam menghasilkan buku referensi tipografi yang didesain dengan menerapkan prinsip-prinsip desain dengan konsisten dan penuh komitmen, dan juga dengan penerapan tipografi yang baik tentunya, mengingat buku ini membahas mengenai tipografi dan sesuai kebutuhan.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat menjadi sebuah referensi penelitian sejenis lainnya di masa yang akan datang dan terkait limitasi penelitian yang hanya membahas tipografi pada kemasan secara dasar, maka saran untuk penelitian selanjutnya dapat lebih dibuat kearah yang lebih maju/ *advanced*.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih penulis sampaikan sebesar-besarnya kepada tim pengabdian kepada masyarakat dan mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Bunda Mulia atas bantuan, dukungan, petunjuk serta dorongan, baik secara moril maupun spiritual. Selain itu, ucapan terimakasih sebesar-besarnya atas bantuan pendanaan hibah internal Universitas Bunda Mulia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Murtono, "Penguatan Citra Merek Batik Dengan Tipografi Vernacular," *Acintya*, vol. 6, no. 2, pp. 114–125, 2014.
- [2] M. Pradika, I. W. Swandi, and I. W. Mudra, "Kajian Ilustrasi, Tipografi, dan Warna dalam Membentuk Estetika pada Desain Kemasan Pod Cokelat Edisi Dark Chocolate Bali," *Prabangkara J. Seni Rupa dan Desain*, vol. 24, no. 2, pp. 59–63, 2020, [Online]. Available: <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/prabangkara/article/view/1215>.
- [3] D. Sihombing, *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia, 2015.
- [4] R. Carina, "Penggunaan Huruf Dekoratif Dalam Tipografi Kinetis," *J. Dimens. DKV Seni Rupa dan Desain*, vol. 4, no. 1, p. 17, Apr. 2019, doi: 10.25105/jdd.v4i1.4558.
- [5] Y. Erlyana and Y. Hansen, "Tinjauan Tipografi Pada Poster Film Horor Indonesia Garapan Rizal Mantovani (Analisa Dengan Prinsip Pokok Tipografi)," *J. RupaRupa*, vol. 3, no. 1, pp. 17–28, 2014.
- [6] Y. Erlyana and Ressiani, *Basic of Packaging: Belajar Kemas Kemasan*, 1st ed. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020.
- [7] Y. Erlyana, "Analisis Peranan Desain Kemasan Terhadap Brand Identity Dari Sebuah Produk Makanan Lokal Indonesia Dengan Studi Kasus: Produk Oleh-Oleh Khas Betawi 'Mpo Romlah,'" in *National Conference of Creative Industry*, Sep. 2018, no. September, pp. 1079–1097, doi: 10.30813/ncci.v0i0.1316.
- [8] Y. Erlyana and R. Ressiani, "Perancangan Buku Desain Kemasan 'Basic of Packaging,'" *ANDHARUPA J.*

- Desain Komun. Vis. Multimed.*, vol. 6, no. 02, pp. 160–172, Aug. 2020, doi: 10.33633/andharupa.v6i02.3390.
- [9] Y. Erlyana, "Perancangan Buku Informasi Tentang Jamu Sebagai Bentuk Pelestarian Warisan Budaya Indonesia," *NARADA, J. Desain dan Seni, FDSK-UMB.*, vol. 5, no. 2, pp. 99–110, 2018, [Online]. Available: <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/narada/article/view/4046>.
 - [10] A. Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset, 2009.
 - [11] S. Rustan, *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018.
 - [12] A. C. Silva and M. M. Borges, "Hybrid publishing design methods for technical books," *Electron. Libr.*, vol. 34, no. 6, pp. 915–926, Nov. 2016, doi: 10.1108/EL-02-2016-0035.
 - [13] T. Brown and J. Wyatt, "Design Thinking for Social Innovation," *Dev. Outreach*, vol. 12, no. 1, pp. 29–43, Jul. 2010, doi: 10.1596/1020-797X_12_1_29.
 - [14] Y. Yulius and E. Pratama, "Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual," *Besaung J. Seni Desain dan Budaya*, vol. 6, no. 2, pp. 111–116, 2021, doi: 10.36982/jsdb.v6i2.1720.
 - [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Mixed Meth. Bandung: Alfabeta Bandung, 2016.
 - [16] A. J. Elliot and M. A. Maier, "Color-in-Context Theory," in *Advances in Experimental Social Psychology*, 1st ed., vol. 45, Elsevier Inc., 2012, pp. 61–125.
 - [17] M. Kuniecki, J. Pilarczyk, and S. Wichary, "The color red attracts attention in an emotional context. An ERP study," *Front. Hum. Neurosci.*, vol. 9, no. APR, pp. 1–14, Apr. 2015, doi: 10.3389/fnhum.2015.00212.
 - [18] L. Eiseman, *The Complete Color Harmony, Pantone Edition: Expert Color Information for Professional Results*. UK: Rockport Publishers, 2017.
 - [19] L. Wongso and Y. Erlyana, "Perancangan Light Novel Sitti Nurbaya dengan Ilustrasi Cat air," vol. 3, pp. 26–37, 2019.