JURNAL TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *TYPEFACE* SEBAGAI PENUNJANG CITRA *SMART CITY* KOTA DENPASAR

PERANCANGAN

Oleh:
I Kadek Buda Patrayasa
NIM 1712462024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2022

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Tugas Akhir Perancangan berjudul:

PERANCANGAN *TYPEFACE* SEBAGAI PENUNJANG CITRA *SMART CITY* KOTA DENPASAR diajukan oleh I Kadek Buda Patrayasa, NIM 1712462024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 11 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Program Studi DKV

Daku Tunggul Aji, S.S., M.A.
NIP 19870103 201504 1 002 / NIDN 0003018706

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

JURNAL

PERANCANGAN *TYPEFACE* SEBAGAI PENUNJANG CITRA *SMART CITY* KOTA DENPASAR

Oleh: I Kadek Buda Patrayasa

NIM 1712462024

ABSTRAK

Smart City adalah sebuah konsep yang beberapa tahun belakangan menjadi dambaan bagi banyak kota di Indonesia. Tujuan sebuah kota mengadopsi konsep *Smart City* pada dasarnya adalah optimalisasi teknologi yang tersedia untuk dapat memberikan tempat tinggal layak huni bagi masyarakat serta meningkatkan efisiensi pelayanan publik. Kota Denpasar termasuk salah satu kota di Indonesia yang secara resmi sudah menerapkan konsep *Smart City* sejak tahun 2017 silam. Perancangan ini dimaksudkan untuk menunjang citra *Smart City* Kota Denpasar yang selama ini dirasa belum kuat oleh masyarakat melalui solusi Desain Komunikasi Visual berupa *typeface* yang unik, fungsional dan representatif.

Secara garis besar, perancangan ini menggunakan metodologi desain Robin Landa yaitu *orientation, analysis, concept, design & implementation* karena bersifat universal dan komprehensif. Untuk pengumpulan data primer utamanya diperoleh melalui wawancara, dokumen resmi, kuesioner terhadap masyarakat Kota Denpasar serta arsip media komunikasi visual terkait *Denpasar Smart City*. Dalam hal analisis data, digunakan teknik analisis kualitatif deskriptif untuk data transksrip wawancara, analisis matriks sederhana untuk menentukan posisi perancangan serta analisis kuantitatif untuk data kuesioner.

Hasil dari perancangan ini ialah sebuah keluarga *typeface* yang terdiri dari Sewaka Sans dan Sewaka Display. Konsep *Smart City* di Kota Denpasar berpijak pada budaya lokal yaitu *Sewakadarma* dan *Tri Hita Karana* yang membuatnya unik dibanding *Smart City* lain di Indonesia. Karakteristik *typeface* yang dirancang berdasarkan pada filosofi *Tri Hita Karana* bagi Sewaka Sans dan budaya kerja S*ewakadarma* bagi Sewaka Display, di mana Sewaka Display dapat difungsikan sebagai *display type* dan Sewaka Sans sebagai *text type.* Perancangan ini juga menghasilkan beberapa media pendukung seperti spesimen huruf untuk promosi *font* dan buku pedoman identitas visual terkait penggunaan *font* bersama dengan identitas visual Kota Denpasar lainnya.

Kata kunci: *Smart City,* Kota Denpasar, *Typeface,* Sans Serif, Display, *Branding* Kota

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

ABSRACT

I Kadek Buda Patrayasa

Designing Typeface to Support the Smart City Image of Denpasar City.

Smart City is a concept that in recent years has become a dream for many cities in Indonesia. The purpose of a city adopting the Smart City concept is basically optimizing the available technology to be able to provide livable housing for its citizen and increase the efficiency of public services. Denpasar City is one of the cities in Indonesia that has officially implemented the Smart City concept since 2017. The whole design process is intended to support the image of the Smart City of Denpasar City which has been deemed not strong enough by the citizen through Visual Communication Design solutions in the form of unique, functional and representative typefaces.

Broadly speaking, this design uses the Robin Landa design methodology, which are orientation, analysis, concept, design & implementation due to its universality and comprehensiveness. Primary data collection is mainly obtained through interviews, official documents, questionnaires to the people of Denpasar City and archives of visual communication media related to Denpasar Smart City. In terms of data analysis, the used techniques are descriptive qualitative analysis for interview transcripts, simple matrix analysis to determine the design position and quantitative analysis for questionnaire data.

The result of this design is a typeface family consisting of Sewaka Sans and Sewaka Display. The Smart City concept in Denpasar City is based on local culture such as Sewakadarma and Tri Hita Karana which makes it unique compared to other Smart Cities in Indonesia. Therefore, the characteristics of the typeface is based on the philosophy of Tri Hita Karana for Sewaka Sans and the work culture of Sewakadarma for Sewaka Display, where Sewaka Display can be used as a display type and Sewaka Sans as a text type. This design also resulted in several supporting medias such as font specimen of both typefaces for promotion purpose and visual identity book related to the use of the fonts along with other visual identities of Denpasar City.

Keywords: Smart City, Denpasar City, Typeface, Sans Serif, Display, City Branding

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Pendahuluan

Kota Denpasar adalah salah satu kota di Indonesia yang kini menerapkan konsep *Smart City*. Kota yang menjadi ibukota Provinsi Bali ini mengemban fungsi sebagai pusat pemerintahan, perdagangan, industri, jasa pariwisata, dan lain sebagainya. Kota Denpasar mengadopsi konsep *Smart City* yang sejalan dengan visi Kota Denpasar, yaitu demi mewujudkan masyarakat Kota Denpasar yang unggul, kreatif, inovatif yang didasari oleh budaya lokal. *Smart City* sendiri merujuk kepada konsep kota cerdas yang mampu mengintegrasikan infrastruktur fisik, infrastruktur sosial, dan infrastruktur ekonomi dalam sebuah kawasan dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menciptakan kota yang lebih efisien dan layak huni (Muliarto, 2015:5).

Denpasar secara resmi mulai berbenah menjadi *Smart City* pada tahun 2017 dengan didirikannya ruangan *"Damamaya Denpasar Cyber Monitor (DCM)"* yang memfasilitasi layanan Pengaduan Rakyat Online (PRO) Denpasar, disusul dengan diterbitkannya Rencana Induk Pengembangan *Smart City* Kota Denpasar pada tahun 2018. Seiring perkembangan, *Smart City* sudah menjadi konsep menyeluruh dalam tata kota serta pelayanan publik di Kota Denpasar. Hal ini juga didukung dengan kinerja, mentalitas serta profesionalitas aparatur sipil negara, karena itu *Smart City* yang diterapkan oleh Kota Denpasar tidak hanya sekedar *"digital city"* (Sucitawathi dkk, 2018:14).

Bukti keseriusan Kota Denpasar dalam menggerakkan *Smart City* dapat dilihat dari beragam penghargaan yang diraih oleh pemerintah Kota Denpasar. Salah satunya adalah penghargaan kategori *Best City Smart Economy* dalam acara "*Exhibition, Evaluation and Presidential Lecture:* Gerakan Menuju 100 *Smart City*" pada 2019 lalu berkat berbagai inovasi seperti *Smart Heritage Market*, Damakesmas, PRO Denpasar dan Mobil Konseling Denpasar Ceria (https://bali.antaranews.com/berita/169047/denpasar-sabet-penghargaan-best-city-smart-economy-2019 Diakses 20 Oktober 2020).

Kota Denpasar juga sukses menyabet penghargaan Indeks Kota Cerdas Indonesia (IKCI) dengan peringkat satu di Indonesia pada kategori kota besar dari Litbang Kompas. Atas keberhasilan tersebut, penerapan *Smart City* di Kota Denpasar menjadi daya tarik dunia internasional hingga diundang dalam forum "BRIDGE for Cities 4.0" di Vienna International Centre pada tahun 2019 (https://www.wartaekonomi.co.id/read245615/sukses-kembangkan-smart-city-walikota-denpasar-pidato-di-markas-pbb Diakses 20 Oktober 2020).

Akan tetapi, berbagai pencapaian yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Denpasar dalam mengembangkan *Denpasar Smart City* masih belum selaras dengan rekognisi internal dari masyarakatnya sendiri. Dari hasil kuesioner yang telah dilakukan terhadap 105 masyarakat Kota Denpasar, ditemukan bahwa hanya sebanyak 39% responden yang merasa bahwa Kota Denpasar sudah memiliki citra sebagai *Smart City*, sementara sisanya mengaku belum (33.3%) atau bahkan tidak tahu tentang keberadaan *Smart City* (27.6%). Padahal citra yang dimiliki oleh suatu kota penting dalam memberi pemahaman personal yang unik tentang kota tersebut dalam benak masyarakat (Rahmanto, 2020:45). Komunikasi citra juga berkaitan dengan *branding* kota, yaitu aktivitas yang bertujuan untuk menyampaikan pesan mengenai suatu kota agar publik tertarik untuk berkunjung atau tinggal di kota tersebut (Suprapto, 2020:31).

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Dalam urusan *branding* kota, selama ini Kota Denpasar hanya memiliki identitas visual logo *"The Heart of Bali"* serta warna oranye yang konsisten diterapkan di lintas media komunikasi dan informasi publik. Hal ini juga diakui oleh Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Kota Denpasar melalui wawancara pribadi pada tanggal 4 Februari 2021 bahwa belum ada semacam pedoman yang mengatur kaidah penggunaan identitas visual Kota Denpasar di lintas media, khususnya dalam ranah *Smart City*. Akibatnya, belum terdapat kohesivitas yang terjalin antar media yang satu dengan media lainnya. Hal ini perlu diberi perhatian khusus karena identitas visual pada *branding* kota yang baik akan memudahkan target audiens untuk mengidentifikasi citra dari kota tersebut. Terlebih, *roadmap* dari *Denpasar Smart City* masih akan terus berjalan hingga tahun 2025 (Pemerintah Kota Denpasar, 2019:7).

Dari hasil wawancara pada tanggal 1 Februari 2021 dengan narasumber dari Bagian Pengelolaan *Smart City* Kota Denpasar, didapatkan pula bahwa "ketunggalan informasi" yang dipublikasikan oleh pihak pemangku *Smart City* belakangan ini menjadi begitu penting dalam berkomunikasi dengan publik akibat mudahnya terjadi multitafsir di era media sosial dewasa ini. Kebutuhan akan informasi tunggal secara langsung membuat teks meliputi presentase besar dalam komunikasi visual *Smart City* Kota Denpasar, karena itulah penggunaan huruf perlu dipertimbangkan secara lebih saksama melalui sistem identitas visual untuk jangka panjang. Hal ini juga ditunjang dengan pendapat Rahmanto (2020:45), bahwa citra dapat terbentuk dari informasi-informasi yang diterima oleh seseorang, sehingga dapat dikonstruksi demi tujuan tertentu.

Desain Komunikasi Visual (DKV) sebagai sarana identifikasi dapat menjadi penengah dalam usaha pembentukan citra karena memilik kemampuan untuk mencerminkan jiwa dari suatu entitas (Anggraini & Nathalia, 2014:15). Dalam ranah Desain Komunikasi Visual, terdapat istilah tipogafi yang didefinisikan sebagai seni merangkai huruf dan kata-kata dengan material visual lainnya untuk memenuhi suatu tuntutan komunikasi (Harkins, 2011:14).

Typeface atau rupa huruf adalah sekumpulan huruf dengan bentuk dan proporsi sedemikian rupa yang disimpan dalam sebuah wadah bernama *font.* (Felici, 2011:29). Menilik pada perkembangan teknologi dalam perancangan huruf dan tren tipografi saat ini, sebuah *typeface* dapat menjadi bentuk identitas visual pendamping yang diperlukan untuk menunjang citra *Smart City* Kota Denpasar. Usulan ini mengacu pada pendapat Rivers (2005:53) bahwa dengan memiliki *typeface* yang tepat bagi identitas visualnya, sebuah *brand* mampu mengkomunikasikan kepada audiens soal jenis *brand* seperti apa mereka sebenarnya dan nilai apa yang mereka junjung. Hal ini tidak hanya berlaku pada logo, namun meliputi aspek tipografi pada seluruh media identitas visual.

Hasil dari kuesioner juga menunjukan bahwa media-media komunikasi visual yang dipublikasikan oleh Pemerintah Kota Denpasar saat ini belum mencerminkan citra Kota Denpasar sebagai *Smart City*. Selain itu, sebanyak 95.2% responden dari masyarakat Kota Denpasar setuju bahwa penggunaan *font* berpengaruh terhadap *branding* komunikasi Pemerintah Kota Denpasar. Dari temuan ini, maka dapat dirumuskan bahwa perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan luaran berupa serangkaian *font* digital yang unik, fungsional serta representatif terhadap citra *Smart City* yang dimiliki oleh Kota Denpasar.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Proses perancangan *typeface* ini akan menggunakan metodologi desain yang tertuang dalam buku *"Graphic Design Solutions (5th Edition)"* karangan Robin Landa (2014:73). Tahapan desain grafis yang dipaparkan meliputi lima fase yaitu *Orientation, Analysis, Concept, Design* dan *Implementation*. Metode perancangan ini dipilih karena bersifat universal dan komprehensif, sehingga dapat dijadikan acuan dalam proses perancangan secara keseluruhan.

Ritme pertumbuhan Kota Denpasar begitu dinamis, sebagaimana yang digambarkan dalam logo "*The Heart of Bali"*. Maka dari itu, *typeface* ini berpotensi menjadi fondasi pengembangan identitas visual Kota Denpasar di masa depan. Keberadaan *typeface* ini nantinya diharapkan mampu melengkapi logo serta warna *branding* Kota Denpasar saat ini sebagai suatu sistem identitas visual. Media *typeface* juga dipilih agar mudah diakses sebagai sumber terbuka *(open source)*. Dengan demikian, hasil dari perancangan ini diharapkan mampu memperkuat citra Kota *Denpasar* sebagai kawasan *Smart City,* baik bagi masyarakatnya sendiri, maupun bagi publik di luar Kota Denpasar.

Hasil dan Pembahasan

Pada fase *Orientation,* penggalian data utamanya didapat melalui melalui dokumen resmi pengembangan Smart City Kota Denpasar, wawancara dengan para pemangku kepentingan dalam pengembangan Smart City, observasi lanjutan melalui kuisioner terhadap masyarakat Kota Denpasar serta beberapa sampel media komunikasi visual terkait *Denpasar Smart City.* Kemudian terdapat pula data sekunder yang Diperolah dari penelitian kepustakaan mengenai topik perancangan dari sumber buku cetak, jurnal penelitian*, e-book* maupun media lainya seperti surat kabar hingga artikel di internet. Selain itu, studi visual dari *typeface* yang sudah ada juga dibutuhkan untuk memperkaya referensi dalam pengerjaan karya. Klasifikasi data yang diperoleh juga dibagi ke dalam data verbal serta data visual.

Pada fase *Analysis*, teknik analisis data dilakukan dengan metode analisis kualitatif deskriptif yang bersumber dari transkrip wawancara serta dokumen resmi terkait pengembangan *Smart City* di Kota Denpasar untuk mendapatkan karakter visual yang tepat dalam menggambarkan *Denpasar Smart City* dari *typeface* yang dirancang.

Terdapat pula metode analisis kuantitatif yang digunakan untuk menghitung hasil kuisioner tentang tingkat kesadaran masyarakat terhadap keberadaan *Smart City* di Kota Denpasar beserta media komunikasi visual yang menyertainya. Dalam meninjau karya *typeface* yang yang sudah ada, digunakan teknis analisis komparatif dalam wujud matriks sederhana untuk mengetahui posisi perancangan.

Berdasarkan kajian data yang diperoleh mengenai *Denpasar Smart City*, dapat disimpulkan bahwa Kota Denpasar berdiri sebagai *Smart City* yang memiliki tujuan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri, tangguh serta berbudaya. Teknologi penunjang dalam Denpasar *Smart City* dianggap sebagai sarana, sementara inti sesungguhnya ada pada pemajuan manusia, budaya dan efisiensi pelayanan publik. Sebagai *"The Heart of Bali",* Kota Denpasar menjadikan budaya Bali sebagai "nafas" dari pembangunan *Smart City* melalui *Sewakadarma* dan *Tri Hita Karana.*

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Terminologi *Sewakadarma* berasal dari kata "*Sewaka"* yang berarti "melayani adalah kewajiban". S*ewakadarma* secara eksplisit hanya diterapkan di lingkup Kota Denpasar dan tidak dijumpai di daerah lain di Bali. Kemudian, *Tri Hita Karana* adalah sebuah filosofi kehidupan masyarakat Bali yang secara etimologis memiliki arti "tiga penyebab kebahagian atau kesejahteraan manusia". Dalam penerapannya, konsep *Tri Hita Karana* sudah meresap ke dalam berbagai dimensi *Smart City* sekaligus sebagai *Sustainable Development Goals (SDGs)* dalam pengembangan *Smart City* di Kota Denpasar.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Sewakadarma* dan *Tri Hita Karana* merupakan cerminan langsung dari spirit pembangunan *Denpasar Smart City* sekaligus sebagai nilai pembeda dengan daerah lainnya. Hal ini menjadikan kedua wawasan budaya ini berpotensi menjadi bahan utama dalam memberi muatan budaya dalam *typeface* yang dirancang.

Dari hasil kuesioner, ditemukan fakta bahwa responden dari kalangan masyarakat Kota Denpasar masih banyak yang merasa bahwa citra *Smart City* yang dimiliki oleh Kota Denpasar belum cukup kuat. Bahkan masih ada sebagaian responden yang belum mengetahui tentang keberadaan *Smart City*, meskipun kerap mencari informasi publik mengenai Kota Denpasar serta memperhatikan tampilan desain dari media informasi publik tersebut. Ini artinya citra *Smart City* yang dimiliki oleh Kota Denpasar belum secara maksimal direpresentasikan melalui media komunikasi visual yang dipublikasikan oleh Pemerintah Kota Denpasar selama ini.

Mengacu pada studi pustaka dari karya *typeface* yang telah ada, posisi perancangan ada pada penguatan citra untuk sebuah *Smart City* dan lingkup kawasan di Kota Denpasar, sehingga termasuk sebuah kebaruan karena belum pernah dilakukan sebelumnya. Karya *typeface* yang ditinjau sama-sama menyatakan bahwa dengan identitas visual yang terorganisir secara jelas, *branding* kota akan lebih maksimal dengan adanya *typeface* yang mampu mencerminkan kawasan tersebut.

Seluruh karya *typeface* yang ditinjau juga menghasilkan luaran berupa spesimen huruf dan pedoman identitas visual atau salah satunya, sehingga dapat dirumuskan paduan media dalam perancangan ini yang terdiri dari media utama berupa *font* serta media pendukung berupa spesimen huruf dan buku pedoman identitas visual. Untuk spesimen huruf terdiri dari beberapa jenis media yakni buku, poster dan AR *(augmented reality)* yang diakses melalui sebuah *leaflet.* Karya *Typeface* yang dirancang utamanya ditujukan bagi aparatur Pemerintah Kota Denpasar yang berada di rentang usia 19-40 tahun, sementara untuk target audiens sekunder ialah masyarakat Kota Denpasar di rentang usia 17-40 tahun yang memiliki minat dalam budaya visual.

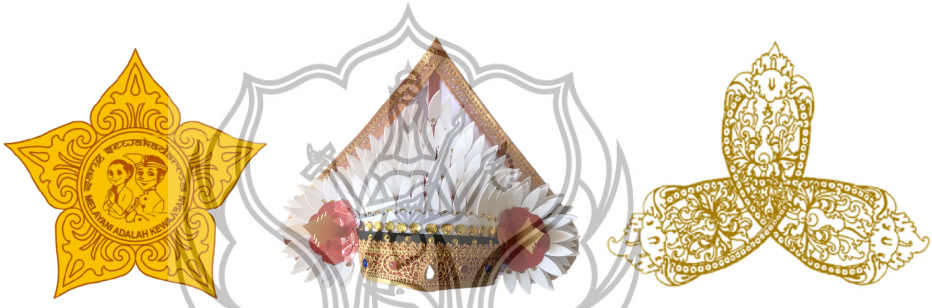
Dalam tahap *Concept,* strategi kreatif dalam perancangan ini dirumuskan menjadi konsep verbal dan visual. Untuk konsep verbal, bahasa verbal yang digunakan pada berbagai media yang menerapkan *typeface* hasil perancangan ini adalah bahasa yang Indonesia yang baku dan formal namun efektif serta mudah dipahami agar dapat mencakup rentang audiens yang cukup luas di berbagai jenis media. Jenis konten verbal yang disajikan menggunakan *typeface* ini juga dapat berkisar antara informasi budaya, fasilitas atau layanan, aktivitas pemerintah, himbauan, acara, informasi darurat dan lain sebagainya.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Konsep visual yang diusung dalam merancang *typeface* ini menggunakan pendekatan yang modern, menyenangkan dan simpel dengan selipan aksen budaya. Sebagai suatu *typeface* yang perlu mengakomodasi kebutuhan komunikasi dan informasi publik Kota Denpasar, maka fungsionalitas dan fleksibilitas perlu lebih diutamakan dalam proses perancangan.

Jenis huruf yang dirancang terdiri dari *typeface* jenis *Sans Serif* dan juga *typeface* jenis *Display.* Fungsi *typeface* jenis *Sans Serif* adalah sebagai *sub-headline* dan *text type* yang lebih menonjolkan aspek modern, cerdas serta dinamis. Kemudian, *typeface* jenis *Display* lebih menekankan pada kepribadian huruf secara fisik yang direpresentasikan lewat aksen budaya serta difungsikan sebagai *display type*.

Perumusan karakter visual dari huruf-huruf *Sans Serif* dan *Display* dalam perancangan dicapai melalui proses stilasi dari studi visual yang beriorientasi pada ikon Kota Denpasar yakni Tari Baris, sudut lencana *Sewakadarma* dan simbol *Tri Hita Karana*. Dalam menentukan bentuk huruf yang dirancang, digunakan acuan prinsip-prinsip tipografi seperti *legibility* dan *readability* guna memaksimalkan keterbacaan.



Gambar 1. (Dari kiri) lencana *Sewakadarma, gelungan* Tari Baris & simbol *Tri Hita Karana* sebagai muatan budaya yang diselipkan
(Sumber: Perwali Denpasar Nomor 38 Tahun 2018, facebook.com & kmhd.ukm.ugm.ac.id)

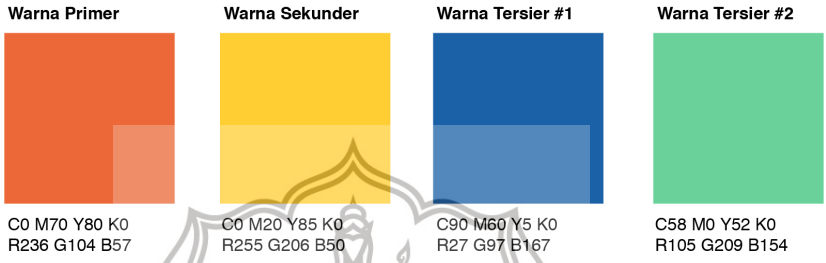
Typeface yang dirancang diberi nama "Sewaka Sans" dan "Sewaka Display". Nama ini diambil dari filosofi *"Sewakadarma"* yang menjadi spirit pembangunan *Denpasar Smart City*. Selain mengandung muatan budaya, nama ini juga merepresentasikan bagaimana *Smart City* di Kota Denpasar berorientasi pada pelayanan publik.

Untuk dapat memberi kesan utuh dan menghindari kompleksitas visual antar huruf, dibutuhkan peran *gestalt* guna membangun logika-logika visual pada karya *typeface.* Kaidah *gestalt* yang dijadikan sebagai acuan dalam menciptakan persepsi visual ialah *perceptual grouping* yang mengharuskan huruf-huruf untuk dapat terlihat ringkas *(simplicity),* seimbang antara bidang positif-negatif *(closure)* dan pengaturan jarak antar huruf *(proximity),* memiliki kesamaan karakteristik antar satu dengan lainnya *(similarity),* serta jelas dalam arah keterbacannya *(continuation)* (Sihombing, 2015:191). Kaidah ini diterapkan agar tiap huruf dalam *typeface* dapat dilihat sebagai satu kesatuan dari segi karakter visual. Sementara dalam ranah antar *typeface*, Sewaka Display dapat menggunakan Sewaka Sans sebagai fondasi bentuk pada sebagian huruf untuk mempererat jalinan antar keluarga huruf.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

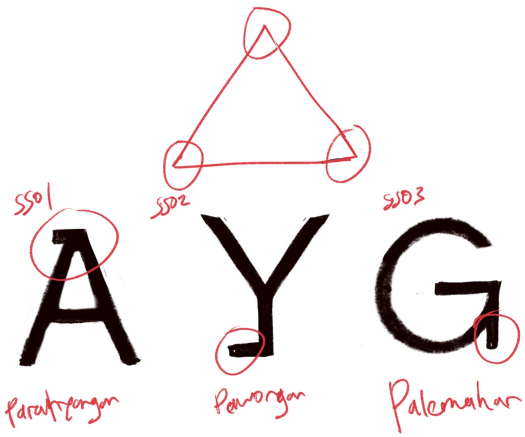
Keluarga huruf "Sewaka" terdiri dari huruf jenis *Sans Serif* bernama "Sewaka Sans" dan juga huruf jenis *Display* bernama "Sewaka Display". Untuk Sewaka Sans dibekali varian *weight* mulai dari *Regular, SemiBold, Bold* dan *ExtraBold* dengan masing-masing *weight* memiliki variasi kemiringannya tersendiri atau *Italic*. Sementara itu, pada "Sewaka Display" hanya memiliki satu varian *weight* yaitu *Regular* tanpa variasi kemiringan.

Typeface ini dapat mengkombinasikan warna-warna *branding* kota Denpasar guna memperkuat kohesivitas antar media. Namun, Pemerintah Kota Denpasar belum memiliki pedoman identitas visual yang baku dalam menentukan warna *branding* "Kota Denpasar" secara terperinci, sehingga perlu dirumuskan kembali warna-warna yang digunakan dengan berlandaskan pada berbagai identitas kota Denpasar yang telah ada hingga menghasilkan *palette* warna sebagai berikut:



Gambar 2. *Palette* warna yang dirumuskan
(Sumber: dokumentasi I Kadek Bda Patrayasa, 2021

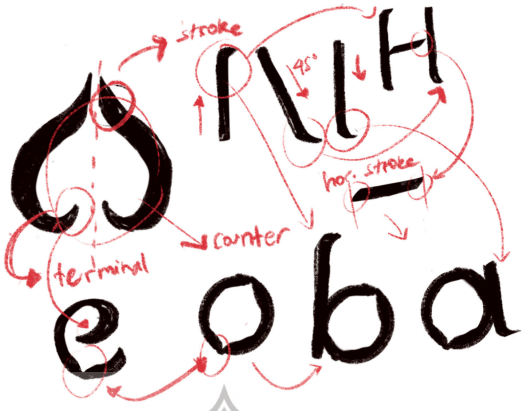
Fase *Design* kemudian dimulai dengan melalukan eksplorasi bebas dari data visual untuk mendapatkan konfigurasi bentuk huruf sebelum masuk ke sketsa dan digitalisasi *typeface*. Pada Sewaka Sans menerapkan nilai-nilai yang terdapat pada simbol Tri Hita Karana melalui *alternate glyphs*. *Alternate glyphs* tersebut merespon posisi dari masing-masing bagian Tri Hita Karana yaitu *Parahyangan* (atas), *Pawongan* (kiri bawah) dan *Palemahan* (kanan bawah) dalam simbol *Trisula*. Huruf yang dipilih untuk diberi versi alternatifnya adalah huruf yang memungkinkan untuk dirubah bentuk komponennya tanpa mempengaruhi legibilitasnya, sehingga tidak semua huruf memiliki bentuk alternatif. Hal ini juga dipertimbangkan agar kesatuan huruf tetap terjaga.



Gambar 3. Skema transformasi *alternate glyphs* Sewaka Sans
(Sumber: (Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Typeface Sewaka Display menggunakan hasil stilasi bentuk dari *gelungan* Tari Baris dan juga sudut lencana Sang *Sewakadarma* sebagai selipan unsur budaya, baik pada bentuk dasar *stroke*, *counter* maupun *terminal.* Stilasi yang menjadi bentuk dasar *stroke* dan *counter Sewaka Display* dipilih dengan mempertimbangkan kemudahan huruf untuk dibaca dan diaplikasikan ke berbagai media sembari tetap membawa denyut budaya.



Gambar 4. Skema bentuk dasar *stroke* dan *counter* Sewaka Display
(Sumber: (Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

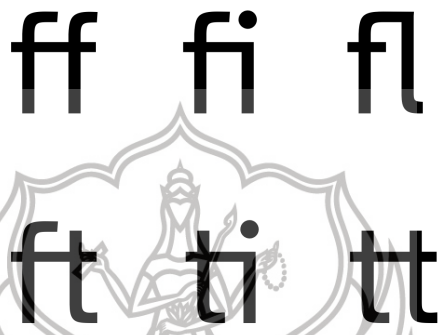
Konfigurasi huruf kemudian menjadi sketsa dan berlanjut ke proses digitalisasi melalui *font* dalam aplikasi Glyphs. Digitalisasi dilakukan dengan cara *drawing* atau menggambar ulang sketsa dengan *tools* yang tersedia di aplikasi Glyphs seperti *Draw, Pencil* dan *Primitives.* Proses Drawing terus dilanjutkan hingga *Lowercase, Uppercase, Numeral, Punctuation, Symbol, Alternate Glyphs* dan *Ligature* selesai dibuat.

Gambar 5. Sewaka Sans beserta *alternate glyphs*
(Sumber: (Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
.:,;'(!?)"+-*/=

Gambar 6. Sewaka Display
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)



Gambar 7. Keenam *ligature* Sewaka Sans
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

Setelah proses *drawing* selesai, dilanjutkan dengan membuat variasi *weight* serta *italic* pada Sewaka Sans. Proses ini dilakukan secara semi otomatis karena sebagian proses dikomputasi oleh komputer, namun tetap memerlukan penyesuaian manual untuk mencapai hasil yang optimal.

Sewaka Sans Regular
Sewaka Sans SemiBold
Sewaka Sans Bold
Sewaka Sans ExtraBold
Sewaka Sans Italic
Sewaka Sans SemiBold Italic
Sewaka Sans Bold Italic
Sewaka Sans ExtraBold Italic

Gambar 8. Variasi *weight* dari Sewaka Sans
(Sumber: (Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Fase *Design* kemudian diakhiri dengan proses *exporting* menjadi *font* berformat OTF yang siap digunakan sebagai media utama. Setelah media utama selesai, maka dilanjutkan ke fase *Implementation* yakni perancangan media pendukung berupa spesimen huruf dan buku pedoman identitas visual di mana *typeface* diaplikasikan.

Spesimen huruf Sewaka Sans dimuat dalam buku berukuran 25 x 18 cm, sementara Sewaka Display dalam buku berukuran ukuran dan 11 x 15 cm, sehingga terdapat dua buku spesimen yang berbeda ukuran. Selain berbentuk buku, terdapat juga spesimen huruf berwujud poster ukuran A3 dan juga spesimen *augmented reality (AR)* yang dimuat dalam *leaflet* untuk dipindai dengan aplikasi Artivive. Versi cetak dari berbagai media spesimen ini kemudian dikemas dalam satu paket menggunakan *pocket folder.*

Gambar 9. *Mockup* Buku Spesimen Sewaka Sans
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

Gambar 10. *Mockup* Buku Spesimen Sewaka Display
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

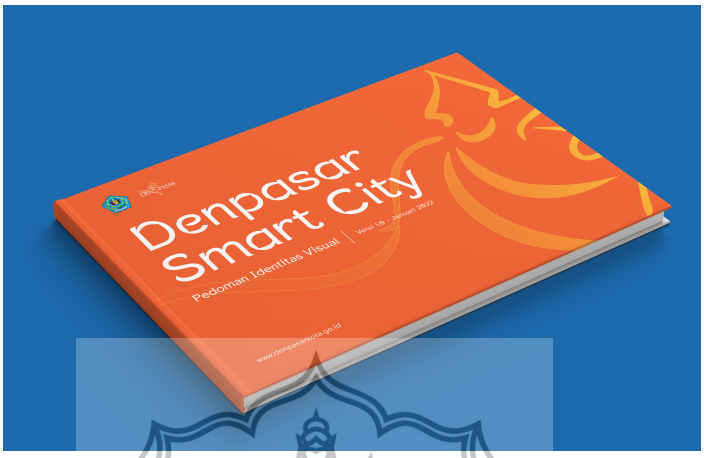
Gambar 11. *Mockup* Buku Spesimen Sewaka Display
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

Gambar 12. *Mockup* AR *(augmented reality)*
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

Gambar 13. Mockup *Packaging* Spesimen Huruf
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Media pendukung berikutnya ialah buku yang berisikan panduan mengenai penggunaan *typeface* bersama dengan identitas visual Kota Denpasar seperti logo dan warna yang lebih menekankan pada konteks *Denpasar Smart City*. Buku pedoman identitas visual ini dirancang dalam ukuran A4 dan diperuntukkan bagi pihak yang bertanggung jawab atas komunikasi publik Kota Denpasar, seperti Humas Pemerintah Kota Denpasar, Bidang KIP Dinas Kominfos dan juga Radio Publik Kota Denpasar.



Gambar 14. *Mockup* Buku Pedoman Identitas Visual
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

Gambar 15. *Mockup* Buku Pedoman Identitas Visual
(Sumber: dokumentasi I Kadek Buda Patrayasa, 2021)

Kesimpulan

Banyak kota di Indonesia seakan tengah berlomba untuk bertransformasi menjadi *Smart City*, salah satunya adalah Kota Denpasar. Meski demikian, *branding* Kota Denpasar sebagai sebuah *Smart City* belum disadari sepenuhnya oleh masyarakatnya, sekalipun Pemerintah Kota Denpasar sebagai fasilitator dan regulator terbilang serius dalam membangun *Denpasar Smart City* ke arah yang lebih baik.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Oleh sebab itu, *city branding* Kota Denpasar sebagai *Smart City* perlu ditunjang melalui perancangan komunikasi visual, di mana penulis menawarkan perancangan *typeface* sebagai solusi. Hasilnya adalah sebuah keluarga *typeface* yang terdiri dari Sewaka Sans dengan 8 variasi *typeface*, yakni 4 variasi *weight* dan 4 variasi *italic,* serta Sewaka Display dengan satu varian yakni Regular. Keluarga *typeface* ini menawarkan unsur kebaruan dalam khazanah ilmu Desain Komunikasi Visual karena belum terdapat perancangan *typeface* yang berangkat dari permasalahan *Smart City* di Indonesia.

Proses perancangan sempat menjumpai beberapa kendala, dimulai dari tahap penggalian data mengenai *Smart City* ke Dinas Kominfostatistik Kota Denpasar yang sempat terhalangi oleh protokol kesehatan COVID-19 dan proses perizinan yang berbelit. Kendala lainnya dijumpai saat proses ideasi perancangan. Sebagai *Sans Serif*, Sewaka Sans tentunya harus mengutamakan fleksibilitas dan keterbacaan dalam ukuran kecil, sehingga memberi keunikan pada Sewaka Sans adalah sebuah tantangan tersendiri yang akhirnya dapat terjawab. Kemudian pada Sewaka Display, menerjemahakan bentuk stilasi ke dalam wujud huruf dengan pendekatan yang berbeda dengan huruf bernafaskan budaya Indonesia lainnya sembari tetap mudah diaplikasikan, merupakan hal yang sulit. Namun, pahitnya kendala tersebut akhirnya berbuah manis bagi penulis karena perancangan ini dapat menghasilkan beberapa *novelties* lainnya yakni pengolahan stilasi dari perpaduan bentuk lencana *Sewakadarma* dan Gelungan Tari Baris menjadi *stroke & counter* huruf serta penerjemahan konsep Tri Hita Karana menjadi *alternate glyphs.*

Daftar Pustaka

_____2018. "Peraturan Walikota Denpasar Nomor 38 Tahun 2018 Tentang Budaya Kerja *Sewakadarma"*. Walikota Denpasar.

_____2019. "Paparan *Denpasar Smart City* dalam acara '*Monitoring* dan Evaluasi 100 *Smart City* Indonesia' di Balai Sudirman, Jakarta". Pemerintah Kota Denpasar.

Anggraini, L. & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar dan Panduan untuk Pemula.* Bandung: Nuansa Cendekia.

Anholt, Simon. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan.

Felici, James. (2011). *The Complete Manual of Typography: Second Edition*. California: Adobe Press.

Harkins, Michael. (2011). *Basics Typography 02: Using Type.* West Sussex: AVA Publishing SA.

Landa, Robin. (2014). *Graphic Design Solutions: 5th Edition*. Massachusetts: CENGAGE Learning.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Muliarto, Hendro. (2015). *Konsep Smart City: Smart Mobility*. Bandung: SAPPK – MPWK ITB.

Rahmanto, Andre. (2020). *City Branding: Strategi Komunikasi dalam Memasarkan Potensi Daerah.* Malang: Intrans Publishing.

Rivers, Charlotte. (2005). *Type Specific: Designing Custom Fonts for Function and Identity*. Switzerland: RotoVision..

Sihombing, Danton. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Luthfi, Adhiimsyah & Widyaningrat, Aldila. (2018). "Konsep *City Branding*: Sebuah Pendekatan *'The City Brand Hexagon'* Pada Pembentukan Identitas Kota". *UNEJ: e-Proceeding. Vol. 3, No. 1 Desember 2018*, h. 315 — 323.

Sucitawatchi, D., Joniarta, W., & Dewi, Y. (2018). "Konsep *'Smart City'* dan Tata Kelola Pemerintahan di Kota Denpasar". *Public Inspiration: Jurnal Administrasi Publik. Vol. 3, No. 1 Juli 2018*, h. 9 — 15.

Suprapto, Ratno. (2020). "Analisa Tipografi dalam Identitas Visual *City Branding* Kota Bandung". *Jurnal Adat. Vol. 2, No. 1 Januari 2020*, h. 31 — 38.

Narasumber

Rama, Dewa Ngakan Ketut (37 th), Kepala Seksi Pengembangan Aplikasi Bidang Pengelolaan *Smart City* Diskominfos Kota Denpasar, wawancara tanggal 1 Februari 2021, di Kantor Dinas Kominfos Kota Denpasar.

Wahyudi, Gede Wirakusuma (47 th), Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik Diskominfos Kota Denpasar, wawancara tanggal 4 Februari 2021, di Kantor Dinas Kominfos Kota Denpasar.

Tautan

https://bali.antaranews.com/berita/169047/denpasar-sabet-penghargaan-best-city-smart-economy-2019. Diakses Pada 20 Oktober 2020 Pukul 09:00 WIB.

https://www.wartaekonomi.co.id/read245615/sukses-kembangkan-smart-city-walikota-denpasar-pidato-di-markas-pbb. Diakses Pada 20 Oktober 2020 Pukul 09:30 WIB.

https://www.facebook.com/395795443902343/posts/1095033653978515/. Diakses Pada 19 Oktober 2021 Pukul 12:45 WIB.

https://kmhd.ukm.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1447/2020/07/tri-hita-karana.jpg. Diakses Pada 20 Oktober 2021 Pukul 09:05 WIB.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta