

**PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI PENUNJANG  
TOURISM BRANDING KABUPATEN  
TULUNGAGUNG**



**PERANCANGAN**

Oleh:

**DANIAR AINUN DWITAMA**

**NIM 1812564024**

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

**2025**

**PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI PENUNJANG  
TOURISM BRANDING KABUPATEN  
TULUNGAGUNG**



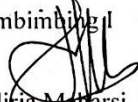
Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa Dan Desain  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai  
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang  
Desain Komunikasi Visual

2025

Tugas Akhir Perancangan berjudul :

**PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI PENUNJANG TOURISM  
BRANDING KABUPATEN TULUNGAGUNG** diajukan oleh Daniar Ainun  
Dwitama, NIM 1812564024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual,  
Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta,  
telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 07  
Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I

  
Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.

NIP 197209092008121001/ NIDN 0009097204

Pembimbing II

  
Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn.

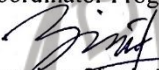
NIP 198106152014041001/ NIDN 0015068106

Cognate

  
Dr. Drs. Isidorus Tyas Sumbo Tinarbuko, M.Sn.

NIP 196604041992031002/ NIDN 0001046616

Koordinator Program Studi

  
Francisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn.

NIP 199002152019032018/ NIDN 0015029006

Ketua Jurusan Desain

  
Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 197301292005011001/ NIDN 0029017304

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

  
Muhammad Sholanuddin, S.Sn., M.T.

NIP 19701019199031001/ NIDN 0019107005

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim, puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'Ala atas segala limpahan rahmat ilmu serta keberkahan-Nya. Oleh karena-Nya perancangan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik, dimana hal tersebut menjadi syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institusi Seni Indonesia Yogyakarta, dengan judul PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI PENUNJANG TOURISM BRANDING KABUPATEN TULUNGAGUNG.

Dalam menempuh pendidikan sarjana, tugas akhir merupakan puncak dari masa studi dengan menerapkan ilmu yang sudah didapatkan semasa pendidikan. Ilmu-ilmu yang sudah diterima kemudian diterapkan dan dituangkan menjadi sebuah perancangan *typeface*. Tujuan dari perancangan *typeface* ini adalah menghasilkan sebuah rancangan *typeface* yang dapat merepresentasikan dan menunjang *tourism branding* Kabupaten Tulungagung. Hasil dari perancangan ini tentunya memiliki banyak kekurangan. Penulis sangat mengharapkan dan terbuka akan segala kritik maupun saran yang membangun demi perbaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat kekurangan, penulis memohon maaf. Semoga bisa menjadi manfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 20 Desember 2024

  
Daniar Ainun Dwitama

1812564024

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terselesaikannya perancangan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir proses pengerjaan, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn, selaku Rektor Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta.
2. Bapak Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Dan Desain (FSRD), ISI Yogyakarta.
3. Bapak Dr. I Gede Arya Sucitra, S.Sn.,M.A, selaku Pembantu Dekan I, FSRD, ISI Yogyakarta.
4. Ibu Yulyta Kodrat Prasetyaningsih, S.T., M.T., selaku Pembantu Dekan II, FSRD, ISI Yogyakarta.
5. Bapak Lutse Lambert Daniel Morin, M. Sn., selaku Pembantu Dekan III, FSRD, ISI Yogyakarta.
6. Bapak Setya Budi Astanto, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Desain, FSRD, ISI Yogyakarta.
7. Ibu Fransisca Sherly Taju, S. Sn., M.Sn., selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memotivasi dalam proses pembuatan perancangan ini.
9. Bapak Kadek Primayudi , S.Sn., M.Sn., selaku Pembimbing II yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan untuk dalam proses pembuatan perancangan ini.
10. Bapak Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn., selaku Dosen Wali yang senantiasa membimbing sejak awal masa perkuliahan.
11. Seluruh Dosen DKV ISI Yogyakarta dan Staff. Terima kasih atas bantuan dan ilmu yang berguna selama proses masa kuliah di kampus Seni ini.
12. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan mendukung apa yang saya lakukan, serta kakak dan keponakan saya yang lucu-lucu.
13. Seluruh Teman-temanku dari Tulungagung yang dari awal perkuliahan saling mendukung dan *survive* selama merantau di Yogyakarta, khususnya

Muhay, Jiji, Pino, Birra, Hahang, Pandu, Sena, Nizar, Rafi, dan yang lainnya.

14. Kawan-kawan “golongan tua” Gigih, Yudha, dan Simbah.

15. Seluruh kawan-kawan Prau Layar Angkatan 2018, DKV ISI Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 Desember 2024

  
Daniar Kunun Dwiutama  
1812564024



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Daniar Ainun Dwitama

NIM : 1812564024

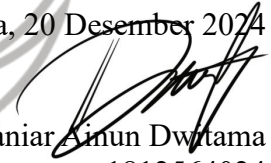
Fakultas : Seni Rupa Dan Desain

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam perancangan saya yang berjudul PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI PENUNJANG TOURISM BRANDING KABUPATEN TULUNGAGUNG, yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Desain dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Karya ini sepenuhnya hasil pemikiran saya dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 20 Desember 2024

  
Daniar Ainun Dwitama  
1812564024

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Daniar Ainun Dwitama

NIM : 1812564024

Fakultas : Seni Rupa Dan Desain

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang desain komunikasi visual, dengan ini saya memberikan karya perancangan saya yang berjudul PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI PENUNJANG TOURISM BRANDING KABUPATEN TULUNGAGUNG, kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam pangkalan data, mendistribusikannya secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk keperluan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Desember 2024

  
Daniar Ainun Dwitama  
1812564024



## ABSTRAK

### PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI PENUNJANG TOURISM BRANDING KABUPATEN TULUNGAGUNG.

Daniar Ainun Dwitama

1812564024

Identitas visual merupakan hal yang mendasar agar sebuah *brand* atau entitas dapat dikenal dengan mudah. Identitas visual tak hanya berupa logo, namun banyak elemen lain yang juga mendukung suatu identitas visual, salah satu contohnya adalah *typeface*. Dengan memiliki *typeface* khusus, sebuah brand atau entitas akan lebih mudah dikenali dan dibedakan. Sebagai daerah yang memiliki banyak potensi di dalamnya, Kabupaten Tulungagung menyadari tentang pentingnya identitas visual ini, terkhusus dalam konteks pariwisata. Pada November 2022 Kabupaten Tulungagung merilis *tourism branding* bernama Tamasya Tulungagung *The Soul of History*. Namun branding ini masih menggunakan *typeface* gratis yang dapat diunduh di internet yang dikhawatirkan *typeface* tersebut dipakai juga di daerah lain sehingga identitasnya kurang dikenal dan tersimpan di ingatan masyarakat. Perancangan ini bertujuan untuk membuat rancangan *typeface* yang terinspirasi dari tradisi di Kabupaten Tulungagung yang diharapkan dapat merepresentasikan dan menunjang *tourism brandingnya*. *Typeface* yang hendak dirancang adalah berjenis *display typeface*. *Typeface* dipilih karena mudah diakses dan diaplikasikan di banyak media apapun. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi secara langsung, membaca literatur terkait, artikel dari internet, dan menyebar kuesioner. Perancangan ini menggunakan metode 5W+1H dalam menganalisis data.

Kata Kunci: identitas visual, Kabupaten Tulungagung, *typeface*.

## **ABSTRACT**

### **TYPEFACE DESIGN AS SUPPORT FOR TOURISM BRANDING OF TULUNGAGUNG REGENCY**

**Daniar Ainun Dwitama**

**1812564024**

*Visual identity is a fundamental element for a brand or entity to be easily recognized. Visual identity is not only represented by a logo, but also by many other elements that support it, one of which is a typeface. By having a distinctive typeface, a brand or entity becomes more easily recognizable and distinguishable. As a region with significant potential, Tulungagung Regency recognizes the importance of visual identity, especially in the context of tourism. In November 2022, Tulungagung Regency launched a tourism branding called Tamasya Tulungagung The Soul of History. However, this branding still utilizes a free typeface that can be downloaded from the internet, raising concerns that the typeface might also be used by other regions, which could weaken its identity and make it less memorable to the public. This design project aims to create a typeface inspired by the traditions of Tulungagung Regency, with the hope of representing and supporting its tourism branding. The typeface to be designed is a display typeface, chosen for its accessibility and versatility in application across various media. Data collection was carried out through interviews, direct observations, literature review, online articles, and distributing questionnaires. The design process utilizes the 5W+1H method to analyze the data.*

**Keywords:** *visual identity, Tulungagung Regency, typeface.*

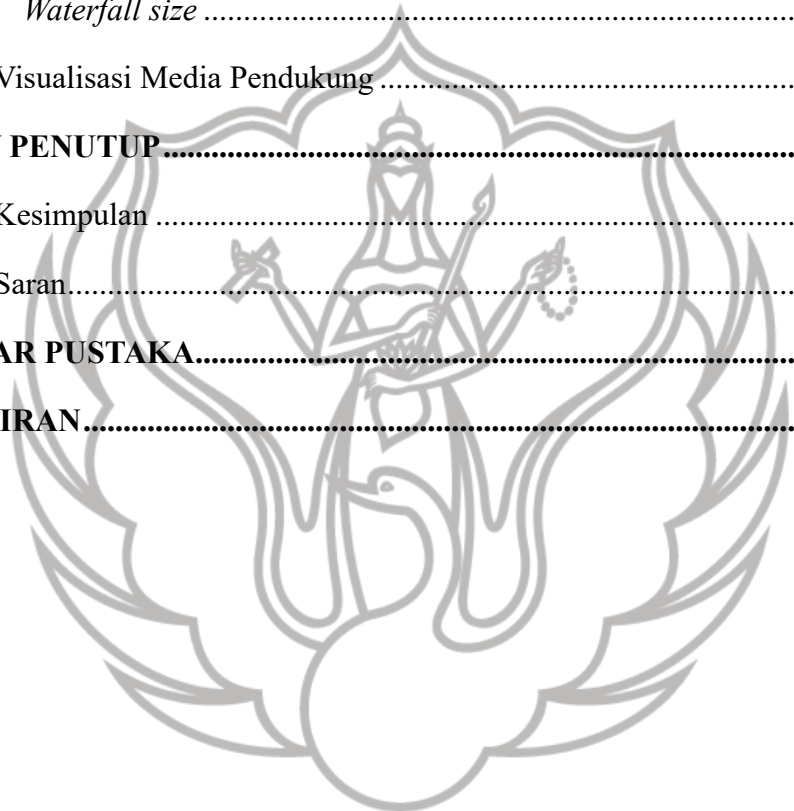
## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Perancangan .....	8
E. Manfaat Perancangan.....	8
F. Definisi Operasional.....	9
1. <i>Typeface</i> .....	9
2. <i>Tourism Branding</i> .....	10
G. Metode Perancangan .....	10
1. Pengumpulan Data .....	10
a. Data Primer.....	10
b. Data Sekunder .....	11
c. Metode Analisis Data .....	11
H. Skematika Perancangan .....	12

<b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>13</b>
A. Data Objek Perancangan .....	13
1. Profil Pariwisata Kabupaten Tulungagung.....	13
2. Perkembangan Pariwisata Kabupaten Tulungagung .....	16
3. Tinjauan Tradisi <i>Tetek Melek</i> Sebagai Rujukan Visual. ....	22
B. Studi Pustaka.....	27
1. Tinjauan Pustaka.....	27
C. Landasan Teori .....	30
1. Tipografi .....	30
2. Anatomi Huruf .....	32
3. Bentuk dasar huruf .....	37
4. Klasifikasi Huruf .....	38
5. Klasifikasi berdasarkan fungsi .....	40
6. <i>Type Family</i> .....	40
7. Sistem Pengukuran dalam Tipografi .....	42
8. <i>Legibility dan Readability</i> .....	43
9. Teori Gestalt .....	43
10. Huruf dalam format digital .....	46
11. Huruf dan Pesan.....	47
12. Eksplorasi Tipografi.....	47
D. Tinjauan <i>Typeface</i> Dengan Muatan budaya. ....	49
E. Tinjauan <i>Typeface</i> sebagai identitas daerah. ....	50
F. Analisis Data .....	53
G. Kesimpulan .....	55
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>57</b>
A. Konsep Media .....	57

1. Tujuan Media.....	57
2. Strategi Media .....	58
3. Program Media .....	60
B. Konsep Kreatif .....	61
1. Tujuan Kreatif.....	61
2. Strategi Kreatif .....	62
C. Program Kreatif.....	67
1. Referensi Visual.....	67
2. Nama Typeface .....	68
3. Character Set .....	69
4. Format Font .....	69
D. Penggunaan Software dalam perancangan.....	69
1. Procreate.....	69
2. Adobe Illustrator CC .....	70
3. Fontlab.....	70
<b>BAB IV VISUALISASI.....</b>	<b>72</b>
A. Studi Visual .....	72
1. Studi Visual pada Tetek Melek.....	72
2. Studi Visual pada ornamen Arca Dwarapala. ....	73
3. Studi visual pada Kanit <i>Typeface</i> .....	75
B. Visualisasi Huruf.....	76
1. Ide Visual Sintesis Huruf berdasar Referensi .....	76
2. Sketsa <i>Typeface</i> hasil dari studi visual .....	77
3. Sketsa <i>Typeface</i> .....	80
4. Uji Huruf .....	84
C. Digitalisasi Huruf.....	85

1. Final <i>Glyph Uppercase</i> .....	85
2. Final <i>Glyph Lowercase</i> .....	86
3. Final <i>Glyph Angka dan Tanda Baca</i> .....	87
4. Final <i>Glyph Uppercase Negatif</i> .....	88
5. Final <i>Glyph Lowercase Negatif</i> .....	89
6. Final <i>Glyph Angka dan Tanda Baca Negatif</i> .....	90
7. Final <i>Glyph Ligature</i> .....	91
8. <i>Waterfall size</i> .....	93
D. Visualisasi Media Pendukung .....	101
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>117</b>
A. Kesimpulan .....	117
B. Saran.....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>124</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Placemaking</i> tipografi 3D .....	5
Gambar 1. 2 Skematika Perancangan.....	12
Gambar 2. 1 Logo Tamasya, Tulungagung <i>The Soul of History</i> .....	18
Gambar 2. 2 Filosofi Logo Tamasya, Tulungagung <i>The Soul of History</i> .....	18
Gambar 2. 3 <i>Typeface</i> Tamasya, Tulungagung <i>The Soul of History</i> .....	19
Gambar 2. 4 <i>Placemaking</i> tipografi di Kabupaten Tulungagung.....	21
Gambar 2. 5 Topeng <i>Tetek Melek</i> .....	24
Gambar 2. 6 <i>Metal Type</i> .....	31
Gambar 2. 7 <i>Capline, median (x-height), Baseline</i> .....	33
Gambar 2. 8 Anatomi .....	33
Gambar 2. 9 Klasifikasi huruf berdasarkan bentuk.....	38
Gambar 2. 10 Contoh huruf <i>Display</i> .....	39
Gambar 2. 11 Contoh huruf <i>Display</i> .....	40
Gambar 2. 12 <i>Type weight</i> .....	41
Gambar 2. 13 <i>Type width</i> .....	42
Gambar 2. 14 Pengukuran dalam tipografi .....	43
Gambar 2. 15 Kaidah <i>Gestalt Surroundedness</i> .....	44
Gambar 2. 16 Kaidah <i>Gestalt Smallness</i> .....	45
Gambar 2. 17 Kaidah <i>Gestalt Simplicity</i> .....	45
Gambar 2. 18 Kaidah <i>Gestalt Closure</i> .....	46
Gambar 2. 19 Marc Marquez di Lombok.....	49
Gambar 2. 20 <i>Typeface</i> Jogjakartype .....	51
Gambar 2. 21 <i>Logotype</i> Plus Jakarta menggunakan <i>typeface</i> Plus Jakarta <i>Sans Display</i> .....	52
Gambar 2. 22 <i>Typeface</i> Plus Jakarta <i>Sans Display</i> .....	53
Gamabr 3. 1 Pelepah daun kelapa sebagai media <i>Tetek Melek</i> .....	64
Gamabr 3. 2 Proses pembuatan <i>Tetek Melek</i> .....	65
Gamabr 3. 3 <i>Tetek Melek</i> dipasang di depan rumah.....	65
Gamabr 3. 4 Wayang Kulit Indonesia <i>Typeface</i> .....	67
Gamabr 3. 5 <i>Brahma Typeface</i> .....	68

Gamabr 3. 6 Proses pengolahan dalam <i>Software Procreate</i> .....	69
Gamabr 3. 7 Proses pengolahan dalam <i>Software Adobe Illustrator</i> .....	70
Gamabr 3. 8 Proses pengolahan dalam <i>Software Fontlab</i> .....	71
Gambar 4. 1 Bentuk bongkokan atau pelepah daun kelapa .....	72
Gambar 4. 2 Bentuk bongkokan Tetek Melek.....	73
Gambar 4. 3 Penyederhanaan bentuk bongkokan Tetek Melek.....	73
Gambar 4. 4 Arca Dwarapala di empat penjuru masuk Kabupaten Tulungagung	74
Gambar 4. 5 Ornamen pada Arca Dwarapala yang dapat dikembangkan dan disederhanakan kedalam typeface.....	75
Gambar 4. 6 Kanit Typeface Regular.....	75
Gambar 4. 7 Sintesis Temeta Typeface .....	77
Gambar 4. 8 Guideline berdasar Kanit Typeface .....	77
Gambar 4. 9 Guideline yang akan diaplikasikan pada Temeta Typeface.....	78
Gambar 4. 10 Basic Shape yang terinspirasi dari repetisi ornamen pada mahkota Arca Dwarapala.....	79
Gambar 4. 11 Pengelompokan huruf berdasarkan basic shapenya .....	79
Gambar 4. 12 Sketsa pada huruf uppercase. Huruf yang berwarna ungu bersifat dapat dirubah atau belum sketsa final .....	81
Gambar 4. 13 Sketsa pada huruf lowercase. Huruf yang berwarna ungu bersifat dapat dirubah atau belum sketsa final .....	82
Gambar 4. 14 Sketsa pada numeric dan karakter spesial. Huruf yang berwarna ungu bersifat dapat dirubah atau belum sketsa final .....	83
Gambar 4. 15 Uji huruf sesuai guidline yang sudah ditentukan .....	84
Gambar 4. 16 Final glyph uppercase.....	85
Gambar 4. 17 Final glyph lowercase.....	86
Gambar 4. 18 Final glyph angka dan tanda baca .....	87
Gambar 4. 19 Final glyph uppercase negatif .....	88
Gambar 4. 20 Final glyph lowerrcase negatif .....	89
Gambar 4. 21 Final glyph angka dan tanda baca negatif.....	90
Gambar 4. 22 Ligature yang mempertemukan huruf T dan huruf yang memiliki stroke memanjang pada Temeta Typeface.....	91
Gambar 4. 23 Ligature yang sering ditemui dibanyak typeface lain pada huruf f, l,	



dan i.....	92
Gambar 4. 24 Ligature huruf Q yang pada Temeta Typeface memiliki stroke memanjang pada ujung terminal, beserta ligature j dan l.....	93
Gambar 4. 25 Waterfall size Temeta Typeface.....	94
Gambar 4. 26 Proses digitalisasi sketsa ke format vector di Adobe Illustrator.....	95
Gambar 4. 27 Konstruksi stroke pada Temeta typeface.....	96
Gambar 4. 28 Panel Font Info pada Software Fontlab.....	97
Gambar 4. 29 Pengaturan panel tinggi huruf.....	97
Gambar 4. 30 Tampilan sketchboard pada software Fontlab.....	98
Gambar 4. 31 Tampilan panel glyph pada software Fontlab.....	98
Gambar 4. 32 Pengaturan sidebearing pada Fontlab.....	99
Gambar 4. 33 Kata “Temeta” sebelum diatur Kerningnya.....	100
Gambar 4. 34 Setelah kata “Temeta” diatur kerningnya.....	100
Gambar 4. 35 Glyph ligature Temeta Typeface.....	101
Gambar 4. 36 Panel feature untuk memberi kode ligature pada glyph.....	101
Gambar 4. 37 Sampul buku spesimen Temeta Typeface.....	102
Gambar 4. 38 blank space dan daftar isi dari buku.....	102
Gambar 4. 39 halaman 01 dan 02 Specimen book.....	102
Gambar 4. 40 halaman 03 dan 04 Specimen book.....	102
Gambar 4. 41 halaman 05 dan 06 Specimen book.....	103
Gambar 4. 42 halaman 07 dan 08 Specimen book.....	103
Gambar 4. 43 halaman 09 dan 10 Specimen book.....	103
Gambar 4. 44 halaman 11 dan 12 Specimen book.....	103
Gambar 4. 45 halaman 13 dan 14 Specimen book.....	104
Gambar 4. 46 halaman 15 dan 16 Specimen book.....	104
Gambar 4. 47 halaman 17 dan 18 Specimen book.....	104
Gambar 4. 48 halaman 19 dan 20 Specimen book.....	104
Gambar 4. 49 halaman 21 dan 22 Specimen book.....	105
Gambar 4. 50 halaman 23 dan 24 Specimen book.....	105
Gambar 4. 51 halaman 25 dan 26 Specimen book.....	105
Gambar 4. 52 halaman 27 dan 28 Specimen book.....	105
Gambar 4. 53 halaman 29 dan 30 Specimen book.....	106

Gambar 4. 54 halaman 31 dan 32 Specimen book.....	106
Gambar 4. 55 halaman 33 dan 34 Specimen book.....	106
Gambar 4. 56 halaman 35 Specimen book.....	106
Gambar 4. 57 Poster 1 Temeta Typeface.....	107
Gambar 4. 58 Poster 2 Temeta Typeface.....	108
Gambar 4. 59 Prototype placemaking tipografi 3d menggunakan Temeta Typeface .....	109
Gambar 4. 60 <i>Mockup</i> placemaking tipografi 3D sesudah dan sebelum menggunakan Temeta <i>Typeface</i> di perempatan rumah sakit lama, Kedungwaru, Tulungagung.....	109
Gambar 4. 61 Mockup placemaking tipografi 3D sesudah dan sebelum menggunakan Temeta Typeface di Taman 0 Km Tulungagung .....	110
Gambar 4. 62 <i>Mockup placemaking</i> tipografi 3D sesudah dan sebelum menggunakan Temeta Typeface di depan kantor Telkom Tulungagung .....	110
Gambar 4. 63 Tanda penunjuk lokasi pariwisata di Kabupaten Tulungagung.....	111
Gambar 4. 64 Tanda penunjuk arah menggunakan Temeta <i>Typeface</i> .....	111
Gambar 4. 65 Logo Tamasya Tulungagung menggunakan Temeta <i>Typeface</i> .....	112
Gambar 4. 66 Logo Tamasya Tulungagung menggunakan Temeta <i>Typeface</i> diaplikasikan pada stationery .....	112
Gambar 4. 67 Logo Tamasya Tulungagung menggunakan Temeta <i>Typeface</i> diaplikasikan pada <i>prototype</i> landing page web Tamasya Tulungagung .....	113
Gambar 4. 68 Desain kaos menggunakan Temeta <i>Typeface</i> .....	113
Gambar 4. 69 Desain stiker menggunakan Temeta <i>Typeface</i> .....	114
Gambar 4. 70 Eksperimen anatomi huruf-huruf pada Temeta <i>Typeface</i> ke dalam ilustrasi gapura .....	115
Gambar 4. 71 Eksperimen anatomi tanda baca “titik” pada Temeta <i>Typeface</i> ke dalam ilustrasi Tetek Melek Eksperimen anatomi tanda baca “titik” pada Temeta <i>Typeface</i> ke dalam ilustrasi Tetek Melek .....	115

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel data wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Tulungagung .. 15



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sektor pariwisata memiliki peran penting sebagai salah satu sumber devisa bagi negara, serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya ikut membantu dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas suatu negara. Dalam lingkup internasional, Indonesia memiliki citra positif yang unggul dengan kekayaan keindahan alam dan berbagai keunikan budaya yang dimiliki. Hal ini tentunya menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara untuk melakukan perjalanan wisata ke Indonesia. Pembangunan pada sektor wisata di setiap daerah juga perlu untuk dikembangkan, sehingga tercipta banyak alternatif destinasi wisata di Indonesia. Hal ini perlu melibatkan elemen masyarakat yang sadar akan potensi wisata di tiap daerahnya, agar kemajuan pariwisata di Indonesia bisa merata.

Kabupaten Tulungagung, sebuah kabupaten penghasil marmer terbesar di Indonesia yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Letak geografis yang strategis dan infrastruktur yang memadai, membuat Kabupaten Tulungagung mudah dijangkau dan dikunjungi. Kabupaten ini terletak kurang lebih 154 km ke arah barat daya dari Kota Surabaya, berbatasan langsung dengan Samudra Hindia dengan memiliki garis pantai yang terbentang sepanjang 51 km, membuat Tulungagung memiliki banyak wisata bahari. Tak hanya itu, di bagian utara terdapat Pegunungan Wilis yang juga menyimpan berbagai pesona alam di dalamnya. Hal ini membuat Kabupaten Tulungagung memiliki kekayaan alam yang berpotensi menjadi destinasi wisata pilihan wisatawan domestik maupun mancanegara. Tak hanya keindahan alam yang ditawarkan, keunikan budaya dan tradisi turun-temurun juga mudah ditemukan di Kabupaten Tulungagung. Banyak sekali tradisi yang masih tetap dilestarikan hingga saat ini. Salah satunya adalah tradisi Tetek Melek.

Tetek Melek adalah Tradisi turun-temurun masyarakat Tulungagung

sebagai bentuk tolak bala. Tradisi ini sudah dipercayai dan dilakukan sejak nenek moyang hingga saat ini. Tetek Melek berbentuk topeng berbahan dari pelepah daun kelapa atau masyarakat Tulungagung menyebutnya dengan istilah *bongkok* yang kemudian dilukis atau digambar dengan wajah menyeramkan seperti wajah Buto atau semacamnya. kemudian Tetek Melek ini di pasang di depan atau gerbang masuk rumah. Masyarakat masih melakukan tradisi ini percaya bahwa dengan memasang Tetek Melek dapat menjadi pelindung atau tolak bala bagi keluarga atau lingkungan mereka. Tentunya banyak terjadi pro kontra tentang tradisi ini, namun kembali kepada kepercayaan masing-masing. Tetek Melek ramai diperbincangkan masyarakat Tulungagung kala Pandemi Covid-19 melanda dunia. Setelah diumumkan Presiden Jokowi pada 2 Maret 2020 bahwa virus ini telah masuk ke Indonesia, banyak masyarakat Tulungagung yang memasang Tetek Melek di rumah-rumah mereka, bahkan setelah pandemi dinyatakan secara resmi telah berakhir. Pemasangan Tetek Melek tak hanya dilakukan oleh Masyarakat Tulungagung saja, bahkan Tetek Melek juga dipasang di Pendopo Kabupaten Tulungagung.

Melalui Supriyatno (2020) Bupati Kabupaten Tulungagung Maryoto Birowo mengungkapkan bahwa pemasangan topeng Tetek Melek untuk menghormati budaya warga Tulungagung. Di Kabupaten Tulungagung sendiri terdapat sepasang patung Dwarapala di empat penjuru pintu masuk kota. Patung ini juga memiliki makna sebagai penjaga. Senada dengan hal itu Pratito (2020) melalui proyek arsipnya bahwa Tetek Melek memiliki kemiripan dengan patung Dwarapala yang ada disetiap penjuru gerbang masuk Tulungagung yakni sebagai simbol penjaga.

Namun di sisi lain, banyak perdebatan di sosial media di kalangan masyarakat Tulungagung yang menganggap pemasangan Tetek Melek adalah hal yang sia-sia dan tidak relevan dengan zaman. Terlepas dari perdebatan tentang Tetek Melek sebagai bentuk tola bala, Tetek Melek mengingatkan tentang bagaimana agar selalu mawas diri dan menjadi simbol pengingat tentang terjadinya pagebluk yang melanda. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Nur Kholiq melalui Muttaqin (2020), salah seorang

pembuat Tetek Melek, “Kami membuat tetek melek ini sebetulnya adalah untuk simbol, bukan untuk disembah. Tetek atau teteg berarti tangguh, dan melek artinya terjaga atau waspada, sehingga di tengah wabah virus *Corona* ini kita harus waspada”. Sehingga tradisi ini adalah aset yang sepatutnya dijaga sebagai tradisi dan ciri khas Kabupaten Tulungagung. Berbagai cara tentunya dapat dilakukan guna menjaga tradisi ini agar tetap terjaga, salah satunya adalah mengikuti perkembangan zaman di era digital ini. Tradisi Tetek Melek dapat dijadikan rujukan atau referensi yang dapat ditransformasikan dalam berbagai bentuk produk budaya lainnya.

Dengan berbagai potensi alam dan keunikan budayanya, Pemerintah Kabupaten Tulungagung telah melakukan berbagai upaya guna mengoptimalkan potensi yang ada sehingga mampu bersaing dengan kabupaten atau kota lainnya. Dilansir dari [kabar.tulungagung.go.id](http://kabar.tulungagung.go.id), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung, pemerintah melaunching Aplikasi Pariwisata Terpadu (PARDUTA) pada tanggal 13 Oktober 2022. Aplikasi ini merupakan pengembangan dan pengenalan sebagai bentuk upaya promosi melalui media digital.

Selain itu, pada tanggal 23 November 2022, pemerintah juga meresmikan *tourism branding* dengan nama Tamasya, Tulungagung *The Soul of History*. Dengan dilaunchingnya *tourism branding* ini, Bupati Tulungagung Maryoto Birowo melalui [kabar.tulungagung.go.id](http://kabar.tulungagung.go.id) mengharapkan pariwisata di Tulungagung bisa berbeda dengan daerah lain dan mampu memunculkan ciri khas sehingga mudah dikenal dan diingat. Meskipun demikian setelah hampir satu tahun *tourism branding* dilaunching, citra pariwisata Kabupaten Tulungagung belum memberi dampak yang dirasakan oleh masyarakat. Dari hasil sementara kuesioner yang telah dilakukan terhadap 61 responden yang terbagi menjadi 2 kategori, kategori pertama adalah masyarakat asli Tulungagung sejumlah 46 responden dan kategori kedua masyarakat luar Tulungagung sejumlah 16 responden. Dari responden masyarakat asli Tulungagung hasilnya adalah, 73,9% belum mengetahui tentang *tourism branding* Kabupaten Tulungagung. Sedangkan responden dari Luar Tulungagung, 81,3% juga

belum mengetahui tentang *tourism branding* di Tulungagung. Padahal seperti yang dikatakan oleh Rahmanto (2020:45), citra yang dimiliki oleh suatu kota penting dalam memberi pemahaman personal yang unik tentang kota tersebut dalam benak masyarakat.

Sehubungan dengan ciri khas dari sebuah kota, ada banyak upaya yang dapat dilakukan guna memperkuat *brand image* melalui nilai-nilai atau tradisi lokal dari kota tersebut. Nilai-nilai atau tradisi lokal tersebut dapat ditransformasikan dalam berbagai hal, salah satunya adalah karya *placemaking* tipografi tiga dimensi. Yang dimaksud dengan *placemaking* tipografi tiga dimensi adalah karya desain arsitektur yang biasa digunakan di ruang-ruang publik berwujud tipografi tiga dimensi (3D). Karya tersebut biasanya berupa tulisan atau nama dari suatu wilayah yang menjadi *landmark*, dan dipamerkan di ruang publik yang juga merupakan upaya dalam membranding kota.

Sebelum lebih jauh membahas tentang karya *placemaking* tipografi tiga dimensi, akan lebih baik jika memahami terlebih dahulu tentang apa itu tipografi dan *typeface*. Dalam ranah Desain Komunikasi Visual, ada salah satu elemen penting bernama tipografi. Menurut Danton, melalui Maharsi (2013:3) Tipografi adalah disiplin seni yang mempelajari tentang pengetahuan mengenai huruf. Kemudian di dalam tipografi ada istilah bernama *typeface*. *Typeface* atau rupa huruf adalah sekumpulan huruf dengan bentuk dan proporsi sedemikian rupa yang disimpan dalam sebuah wadah bernama *font* (Felici, 2011:29). Setiap *typeface* memiliki bentuk dan proporsi yang berbeda yang membedakan satu jenis *typeface* dengan yang lainnya. Hal ini menjadikan tiap *typeface* memiliki ciri khusus di dalamnya. Dengan demikian *typeface* dapat menjadi media dalam memperkuat brand image suatu kota. Salah satunya adalah penggunaan satu jenis *typeface* pada karya *placemaking* tiga dimensi.

Di Kabupaten Tulungagung sendiri, karya *placemaking* tipografi sudah banyak diterapkan di sudut-sudut kota yang memiliki potensi wisata atau Kawasan yang menjadi ikon Kabupaten Tulungagung. akan tetapi *typeface* yang dipakai kurang merepresentasikan kawasan tersebut atau

*image* dari Kabupaten Tulungagung itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya karya *placemaking* tipografi yang memakai *typeface* yang umum yang tidak dibuat secara khusus untuk memperkuat *brand image* dari Kabupaten Tulungagung. *Typeface* yang dipakai di beberapa sudut kota juga tidak konsisten menggunakan satu jenis *typeface*, hal ini tentu membuat *brand image* Kabupaten Tulungagung kurang dikenali.

Selain itu, dari hasil wawancara melalui pesan singkat pada tanggal 9 Oktober 2023 dengan narasumber dari bagian promosi pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung, didapatkan bahwa dalam *branding* yang dilakukan oleh pemerintah, *typeface* yang digunakan adalah Kanit *Typeface* yang dapat diunduh gratis melalui internet. sehingga, Kabupaten Tulungagung masih belum memiliki *typeface* yang dirancang khusus. Berikut ini adalah beberapa karya *placemaking* tipografi yang ada di Kabupaten Tulungagung.



Gambar 1. 1 *Placemaking* tipografi 3D  
(Sumber: dokumentasi Daniar Ainun Dwitama, 2023)

Dari Gambar diatas bisa dilihat bagaimana karya-karya *placemaking* tipografi yang ada di Kabupaten Tulungagung masih kurang diperhatikan secara khusus. Sebagai contoh adalah Taman 0 Km Tulungagung yang dibuat sebagai penanda ikon kota. Jenis *typeface* yang digunakan bernama maghrib yang dapat diunduh secara gratis di internet. Sebagai penanda kota dan untuk memperkuat *brand image* Kabupaten Tulungagung akan lebih baik jika *placemaking* tipografi 3D ini menggunakan *typeface* yang khusus dibuat untuk Kabupaten Tulungagung yang dapat merepresentasikan nilai-nilai yang terdapat didalamnya. seperti yang dikatakan oleh Rivers



(2005:53) bahwa dengan memiliki *typeface* yang tepat bagi identitas visualnya, sebuah brand mampu mengkomunikasikan kepada audien soal jenis brand seperti apa mereka sebenarnya dan nilai apa yang mereka junjung.

Dengan demikian, *typeface* khusus Kabupaten Tulungagung dapat diaplikasikan untuk berbagai keperluan seperti pada karya *placemaking* tipografi yang juga merupakan upaya memperkuat *tourism branding* Kabupaten Tulungagung. Kemudian, terkait *placemaking* tipografi juga dilakukan penyebaran kuesioner dan terbagi menjadi 2 kategori juga, 46 responden masyarakat asli Tulungagung dan 16 masyarakat luar Tulungagung. Hasil dari responden masyarakat asli Tulungagung didapatkan, 47,8% menjawab bahwa *placemaking* tipografi di Tulungagung sudah merepresentasikan Kabupaten Tulungagung, sedangkan 45,7% menjawab belum dan 6,5% menjawab tidak tahu. Namun setelah pertanyaan tentang perlukah *placemaking* tipografi di Tulungagung menggunakan *typeface* khusus yang terinspirasi dari tradisi lokal guna memperkuat *brand imagenya*, 97,8% menjawab perlu, dan 2,2% sebaliknya. Sedangkan hasil dari masyarakat luar Tulungagung adalah 50% menjawab bahwa *placemaking* tipografi di Tulungagung belum merepresentasikan Kabupaten Tulungagung, 12,5% menjawab tidak tahu, dan 37,5% menjawab sudah. Kemudian 100% masyarakat luar Tulungagung setuju jika *placemaking* tipografi di Tulungagung menggunakan *typeface* khusus yang terinspirasi dari tradisi lokal.

*Typeface* dipilih sebagai media komunikasi visual yang diharapkan mampu menjawab permasalahan-permasalahan di atas. Karena dengan memiliki *typeface* tersendiri akan membedakan dengan kawasan atau daerah lain, hal ini seperti yang dikemukakan oleh Noordyanto (2016:82) bahwa secara teknis, dimensi estetik huruf sebaiknya tidak bersifat generik dan memakai jenis huruf standar, mengingat juga dipakai di kawasan lain, sehingga harus tampil beda dengan kekhasan dan keunikannya, agar mudah diingat.

Dari pemaparan diatas, Kabupaten Tulungagung belum memiliki jenis *typeface* tersendiri. Tetek Melek sebagai tradisi lokal turun-temurun

yang terdapat di Kabupaten Tulungagung dapat dijadikan referensi atau rujukan visual yang dapat ditransformasikan dalam bentuk *typeface*. Rancangan *typeface* ini dapat melengkapi branding yang sudah dilakukan oleh pemerintah, sehingga diharapkan dapat membantu memberikan *brand image* yang membuat *tourism branding* semakin kuat. Kemudian dari hasil kuesioner yang dibagikan pada masyarakat Tulungagung dan luar Tulungagung menunjukkan, 100% responden setuju jika perancangan *Typeface* ini dilakukan. Selain itu, *typeface* juga dapat diaplikasikan dalam berbagai *platform* seperti pada website, aplikasi, karya *placemaking* tipografi dan lainnya.

Perancangan ini bertujuan untuk merancang *typeface* yang fungsional dan dapat diaplikasikan pada berbagai media. Selain itu, diharapkan *typeface* ini mampu menjadi identitas visual dan merepresentasikan Kabupaten Tulungagung. Dengan menggunakan tradisi Tetek Melek sebagai ide utama yang merupakan sebuah topeng dan dipadukan dengan *typeface* digital yang dapat diplikasikan ke banyak media khususnya dalam ranah pariwisata, diharapkan menjadi kebaruan yang dapat menjadi angin segar dan referensi bagi perancangan *typeface* kedepannya.

Adapun beberapa teori yang digunakan pada perancangan ini. Teori yang menjelaskan tentang prinsip pada tipografi seperti anatomi huruf, bentuk dasar huruf, sistem pengukuran dalam tipografi, *legibility*, dan *readability* dikutip dari buku Huruf, Font, dan Tipografi oleh Suriyanto Rustan. Kemudian penggunaan teori gestalt dalam tipografi yang dikutip dari buku Tipografi Dalam Desain Grafis oleh Danton Sihombing. Karena *typeface* yang dirancang berjenis *display* dan memadukan antara huruf latin dan muatan budaya lokal maka menggunakan teori iluminasi deformasi huruf yang dikutip dalam buku Tipografi: Tiap *Font* memiliki Nyawa dan Arti oleh Indiria Maharsi.

Data dalam perancangan ini diambil melalui berbagai sumber seperti observasi secara langsung, melakukan wawancara, membaca literatur terkait, artikel dari internet, dan menyebar kuesioner. Kemudian data yang

sudah terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis 5W+1H. Pada pencarian data terkait Tradisi Tetek Melek diperoleh dari *zine* yang merupakan proyek pengarsipan yang dilakukan oleh Excris Endy Pratito pada tahun 2020 dengan judul Tetek Melek Sebagai Tolak Bala.

Perancangan ini bagi ilmu Desain Komunikasi Visual dapat menjadi referensi untuk para desainer dalam merancang *typeface* yang menggabungkan antara huruf latin dan muatan budaya lokal sebagai ide, khususnya dalam ranah pariwisata pada suatu daerah.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang *typeface* yang mampu menjadi identitas Kabupaten Tulungagung?

## **C. Batasan Masalah**

Perancangan ini fokus pada pemecahan masalah komunikasi visual melalui *typeface* hingga menjadi *font* digital yang dapat diaplikasikan. *Output* akhir dalam perancangan ini adalah *typeface* huruf digital dan buku spesimen terkait *typeface* yang telah dirancang. Buku spesimen ini diperuntukkan bagi pengguna *typeface* khususnya Pemerintah Kabupaten Tulungagung dalam mengaplikasikan *typeface*.

## **D. Tujuan Perancangan**

Tujuan yang hendak dicapai dalam perancangan ini adalah *typeface* yang fungsional dan menjadi identitas bagi Kabupaten Tulungagung.

## **E. Manfaat Perancangan**

### 1. Manfaat teoretis

Perancangan ini diharapkan mampu menjadi rujukan penelitian dan metodologi terhadap perkembangan ilmu desain komunikasi visual dalam merancang *typeface* dalam ranah *tourism branding*.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi institusi

Dapat digunakan sebagai bahan studi terkait perancangan

*typeface* dalam lingkup branding kota, khususnya dalam ranah pariwisata.

b. Manfaat bagi Pemerintah Kabupaten Tulungagung.

Dari perancangan yang dihasilkan, diharapkan mampu membuat identitas kabupaten Tulungagung lebih mudah dikenali. Sehingga *brand image* yang ingin dicapai melalui tourism brandingnya dapat dicapai dengan optimal.

c. Bagi masyarakat

Perancangan ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan upaya mengenalkan *tourism branding* kepada masyarakat, khususnya masyarakat Tulungagung itu sendiri.

d. Bagi media

Menjadi sumber pemberitaan bagi media untuk dibagikan dan disebarakan sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai *tourism branding* Kabupaten Tulungagung.

e. Bagi industri

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan referensi dalam perkembangan industri desain grafis, khususnya tipografi. Selain itu diharapkan dapat menginspirasi desainer lain dalam perancangan *typeface*.

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional berguna bagi pembaca agar mudah memahami kata-kata yang mungkin asing dalam penulisan ini:

### 1. *Typeface*

*Typeface* atau rupa huruf adalah sekumpulan huruf dengan bentuk dan proporsi sedemikian rupa yang disimpan dalam sebuah wadah bernama font. (Felici, 2011:29). *Typeface* berasal dari gabungan dua kata yaitu *type* yang berarti huruf cetak dan *face* yang berarti wajah. Setiap *typeface* memiliki bentuk dan proporsi yang berbeda yang membedakan satu jenis *typeface* dengan yang lainnya. Hal ini menjadikan tiap *typeface* memiliki ciri khusus di dalamnya. Ada beberapa

klasifikasi dalam *typeface*, hal ini untuk memudahkan orang dalam mengidentifikasi dan memilih jenis *typeface*. Klasifikasi *typeface* diantaranya adalah *Serif*, *Sans Serif*, *Black Letter*, *Script*, *Display*, *Modern*, dan lainnya.

*Typeface* berbeda dengan *font*, *Typeface* merujuk pada desain karakter huruf secara keseluruhan, sedangkan *font* merujuk pada *file* yang berisi karakter huruf dalam sebuah *typeface*. *Font* dapat memiliki berbagai macam gaya, seperti *bold*, *italic*, atau *underline*. Setiap gaya *font* tersebut merupakan variasi dari desain karakter huruf yang sama dalam *typeface* yang sama.

## 2. *Tourism Branding*

*Tourism Branding* merupakan tindakan yang dilakukan untuk menciptakan merk dalam ranah pariwisata. Kegiatan penciptaan merk ini melibatkan profil pariwisata, produk dan layanan, menentukan nama, merancang identitas, hingga menetapkan standarisasi produk. Tujuan akhir dari *tourism branding* adalah memperkenalkan identitas visual suatu merk kepada konsumen. Di dalamnya meliputi banyak hal didalamnya seperti, logo, *tagline*, *typeface*, dan elemen *branding* lainnya. *Tourism branding* merupakan upaya dalam membangun citra pariwisata yang ingin dicapai. *Tourism Branding* dapat dilakukan mulai dari skala objek wisata tertentu, desa, kota, hingga skala nasional.

## G. Metode Perancangan

### 1. Pengumpulan Data

#### a. Data Primer

Pengumpulan data primer ini di dapat dengan melakukan wawancara dengan pihak yang bersangkutan, dalam hal ini dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dan narasumber terkait data yang dibutuhkan seperti sejarawan. Data primer juga dapat

diperoleh dari sumber-sumber literatur. Selain itu, data primer juga didapatkan melalui menyebarkan kuesioner kepada *audience*.

b. Data Sekunder

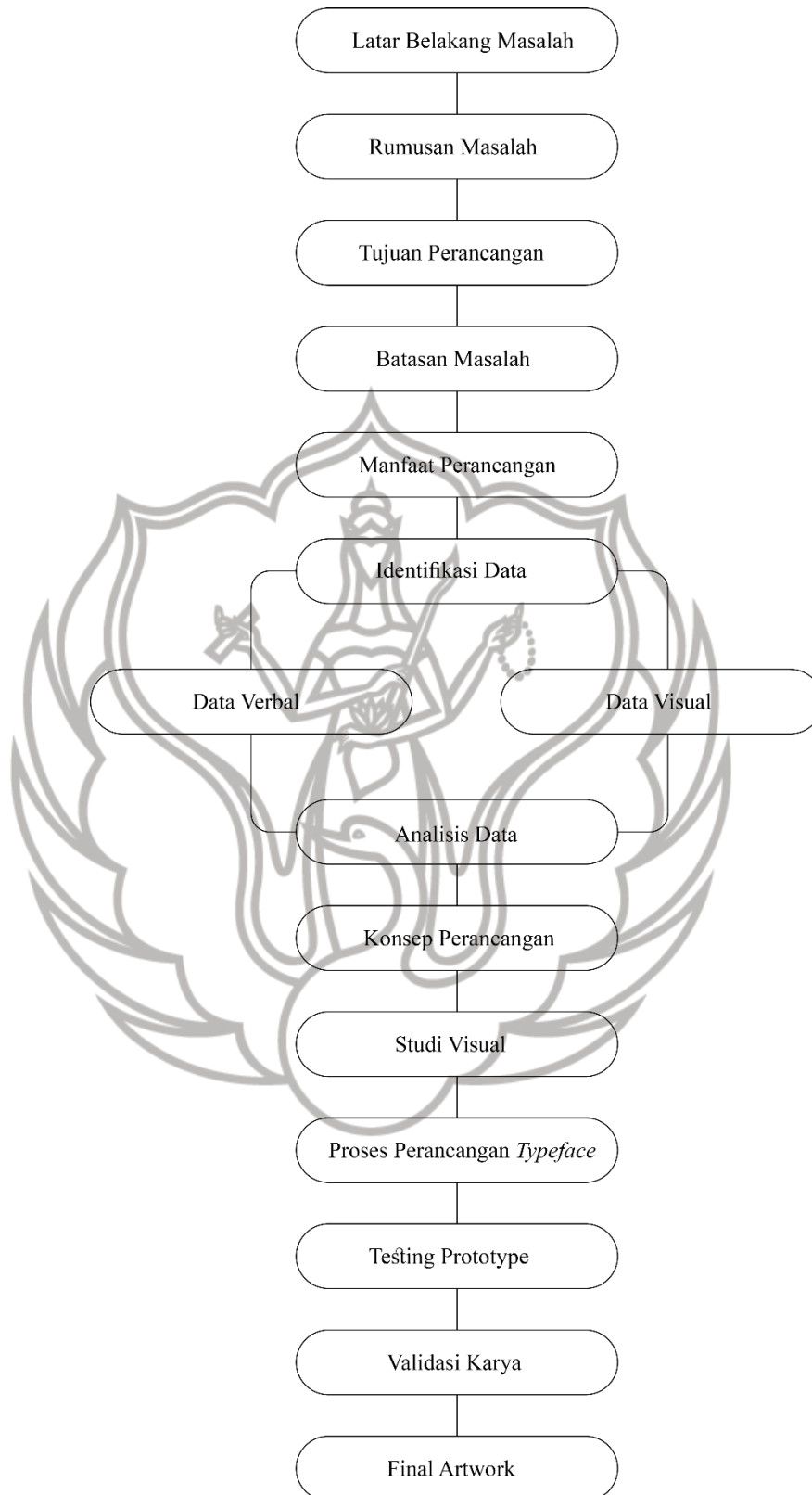
Data sekunder dapat diperoleh melalui literatur-literatur terdahulu seperti jurnal, buku, *ebook*, surat kabar, media online, dan artikel-artikel yang terdapat di internet. Referensi *typeface* juga dibutuhkan guna menambah wawasan dan dijadikan sebagai studi visual.

c. Metode Analisis Data

Dalam proses analisis dan mengolah data untuk merancang pembuatan *typeface*, metode yang digunakan adalah metode analisis 5W + 1H (*What, When, Where, Who, Why, How*). Metode 5W1H banyak digunakan untuk memberikan analisis yang komprehensif dan rumit terhadap isu atau pengetahuan tertentu, misalnya dalam produksi manajemen, pemasaran, dan sebagainya (A. Awal, 2018)

“*What*” untuk menjelaskan mengenai apa yang dirancang, dalam hal ini adalah *typeface* untuk *Tourism Branding* Kabupaten Tulungagung. “*Where*” menjelaskan tempat yaitu di Kabupaten Tulungagung dan “*when*” menjelaskan kapan perancangan ini dilakukan yaitu di tahun 2023 sampai 2024. “*Who*” menjelaskan mengenai siapa subjek yang diteliti, dalam hal ini adalah Pariwisata Kabupaten Tulungagung. Dan “*Why*” menjelaskan tujuan dari perancangan yaitu untuk menunjang *tourism branding* Kabupaten Tulungagung melalui *typeface*. Dan juga “*How*” menjelaskan bagaimana *typeface* tersebut dirancang dan dapat diaplikasikan.

## H. Skematika Perancangan



Gambar 1. 2 Skematika Perancangan