

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN TYPEFACE MOTIF BATIK ECO MANGROVE



Disusun oleh :

DIMAS SARAS ADITYO

0851010055

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN ”
JAWA TIMUR
2013**

**PERANCANGAN TYPEFACE MOTIF BATIK ECO
MANGROVE**

TUGAS AKHIR

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh
Gelar Sarjana Teknik (S-1)**

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Diajukan Oleh :

DIMAS SARAS ADITYO

(0851010055)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK SIPIL & PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

JAWA TIMUR

2013

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN TYPEFACE MOTIF BATIK ECO MANGROVE

Dipersiapkan dan disusun oleh

DIMAS SARAS ADITYO

0851010055

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada tanggal : 11 Desember 2013

Pembimbing I

Penguji I

Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn

NPT. 3 8511 13 0353 1

Pembimbing II

Aryo Bayu W, ST.,M.Med.Kom

NPT. 3 8312 10 0304 1

Penguji II

Radityo, ST

Ketua Jurusan

Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn

NPT. 3 8106 13 0361 1

Koordinator

Heru Subiyantoro, ST., MT

NPT. 3 7102 96 0061 1

Aditya Rahman Y, ST., M.Med.Kom

NPT. 3 8109 10 0303 1

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)
Tanggal :

Dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Ir. Naniek Ratni Juliardi AR, M.Kes

NIP. 19590729 198603 2 00 1

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam Naskah perancangan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam nara sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila terjadi di dalam naskah Tugas Akhir ini terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 11 Desember 2013

Dimas Saras Adityo

ABSTRAK

Typeface batik mangrove ini di gunakan untuk memperkenalkan batik mangrove dan menambah koleksi *typeface* khas Indonesia yang masih sedikit. Batik mangrove merupakan salah satu batik kebanggaan masyarakat kota Surabaya. Meskipun batik mangrove telah cukup lama berkembang, namun keberadaannya kurang dikenal oleh masyarakat.

Batik mangrove merupakan satu-satunya batik di Indonesia yang sistem pewarnaannya menggunakan tanaman bakau atau bisa di sebut alami dan motifnya mewakili pesisir kota Surabaya. Upaya yang di lakukan untuk mempromosikan batik, khususnya batik mangrove, yaitu dengan membuat *typeface*. Motif Batik mangrove khas Surabaya di gunakan sebagai elemen *typeface*. Daya tarik dari motif batik mangrove di harapkan dapat kenal oleh masyarakat melalui *typeface* yang memiliki karakter budaya Indonesia

Konsep utama dalam perancangan ini mengambil ciri khas dari batik mangrove, motif yang di ambil adalah ekosistem mangrove. Karena motif tersebut menjadi motif yang paling menarik untuk di ambil dan motif ini juga bisa di bilang motif utama pada batik mangrove yang ada. Motif yang di ambil ini merupakan motif keseluruhan dari satu kain batik mangrove.

Konsep desain *Typeface* Motif Ekosistem Mangrove diharapkan mampu mengajak seluruh mahasiswa dan masyarakat yang senang dengan dunia tipografi agar menjadi sebuah inspirasi untuk membuat *typeface* baru

Kata Kunci: *Typeface*, Huruf, Budaya Indonesia, Bakau, Motif *Eco Mangrove*

ABSTRACT

Batik mangrove Typeface is used to introduce batik mangrove and increase collection of typical Indonesian typeface which is still slightly. Batik mangrove is one of the surabaya society pride. Although mangrove batik has grown long enough, but its presence is less known by the public.

Batik mangrove is the only batik in indonesia which coloration system uses mangrove or it is called natural and the motif represent coastal of surabaya city. The effort made to promote batik, especially batik mangrove, is by create typeface. The motif of batik mangrove typical of surabaya is used as the element of typeface. The attractive of batik mangrove motif is expected can be known by the public through a typeface that has the character of Indonesian cultur.

The main concept in this design is taking from the characteristic of batik mangrove. The motive taken is mangrove ecosystem. The motive becomes the most interesting motive and it is also called the main motive of the existing batik mangrove. It is the whole motive of the batik mangrove cloth.

The concept of typeface design mangrove ecosystem motive is expected to invite all students and society who love and concern in typography in order to be an inspiration to create new typeface.

Keywords: *Typeface, Letter, Indonesian Culture, Mangrove, Motive Eco Mangrove*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan berkahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Laporan tugas akhir ini disusun berdasarkan Tugas akhir yang dilakukan dengan judul "Perancangan typeface motif batik eco mangrove". Dalam penyusunan laporan ini, penulis banyak menerima bantuan baik moril maupun materil yang tidak pernah lepas dengan adanya banyak dukungan dari beberapa pihak. Atas bantuan dan dukungan tersebut, penulis benar-benar mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT beserta Rasul-rasulnya atas limpahan rahmat, hidayah, serta kekuatan untuk menyelesaikan perancangan ini.
2. Bapak Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing utama yang selalu memberi semangat penulis untuk menjalani proses Tugas Akhir Sebagai bentuk penyelesaian dalam pendidikan yang bergelar S1.
3. Bapak Radityo, ST selaku dosen pembimbing kedua yang selalu memberikan referensi dan menyemangati penulis dalam proses Tugas Akhir dan mengajari penulis bagaimana percaya diri dalam berpresentasi.
4. Bapak Heru Subiyantoro, ST., MT. Selaku Kepala Prodi Desain Komunikasi Visual.
5. Seluruh Dosen Desain Komunikasi Visual UPN "Veteran" Jawa Timur dan seluruh staff pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Ibu Ir. Naniek Ratni JAR., M.Kes. Selaku Dekan Fakultas Teknik Sipil & Perencanaan UPN "Veteran" Jawa Timur.
7. Orang tua dan keluarga besar penulis yang memberikan bantuan dalam bentuk do'a, materi dan selalu menyemangati penulis dalam proses pendidikan di UPN "Veteran" Jawa Timur.
8. Sahabat-sahabat saya Fahmi, Hyayank, Pbol, Fariq, Nico, dan Khurnia yang selalu memberi bantuan semangat, moril disaat genting selama proses Tugas Akhir.

9. Kawan-kawan Desain Komunikasi Visual Septian, Ryandito, Angga, Arco, Dery, Odi, Yoya, Remy, Satria, Rian, Suhendi, Sakti, Ganesha, Radit, Lutfi, Deny'10 dan semua kawan-kawan angkatan 2007, 2008, 2009, 2010, 2012 yang telah mendukung dalam proses Tugas Akhir ini sampai selesai.
10. Kawan-kawan alumni Prodes ITS Udin, Adhon, Redit, Enok, Kemal, Huda, dan Gigih yang selalu memberi pendapat dan dukungan selama proses Tugas Akhir ini.
11. Pihak Bu Lulut "Batik Seru", Cido, Primer, Pak Jun Kantin, para staf warung kopi Saudara, Mbak Nar, Warkop Bintoro, Dikin, staf Earweaks dan semua pihak yang membantu kelancaran Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun bagi penulis sangat diharapkan. Semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 11 Desember 2013

penyusun

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
Bab I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Perancangan	3
1.5. Manfaat Perancangan	4
1.6. Skema Perancangan	6
Bab II STUDI EKSISTING DAN PUSTAKA	
2.1. Tipografi	7
2.1.1. Sejarah Tipografi	7
2.1.2. Permulaan munculnya Alfabet	9
2.1.3. Penemuan mesin cetak	9
2.2. Jenis Huruf.....	11
2.2.1. Menurut Kesejarahanya	12
1. Black Letter.....	12
2. Humanist.....	13
3. Old Style	14
4. Script er cursive.....	14
5. Transitional	15
6. Modern.....	15
7. Slab serif	15

8. Decorative (Display type).....	16
2.2.2. Fungsi.....	17
1. Display type	17
2. Text type.....	17
2.2.3. Karakteristik	18
1. Roman (huruf tegak).....	18
2. Italic (huruf miring)	18
3. Bold (huruf tebal)	18
2.2.4. Menurut Sifat.....	19
1. <i>Type as Text</i>	19
2. <i>Type as Information delivery</i>	19
3. <i>Type as Image</i>	19
2.3. Anatomi Huruf.....	20
2.4. Type Format.....	21
1. Postscript	22
2. Truetype	22
3. Opentype	23
2.5. Sistem Pengukuran dalam tipografi	24
1. Pica	24
2. Point.....	24
3. Em.....	24
4. Unit	24
5. Line spacing	24
6. X-height	24
2.6. Prinsip Dasar Tipografi	26
2.7. Gestalt	27
1. Similarity.....	28
2. Continuation.....	29
3. Proximity.....	29
4. Closure	29
2.8. BATIK.....	30
2.8.1. Sejarah Batik di Surabaya.....	30

2.8.2. Jenis Batik Berdasarkan Tekniknya	31
1. Batik Tulis	31
2. Batik Cap	31
3. Batik Lukis	31
2.8.3. Motif Batik di Surabaya	31
1. Motif semanggi.....	31
2. Motif Cheng Ho	32
3. Motif Sawunggaling.....	32
4. Batik Mangrove	33
2.9. Studi Komparator.....	34
1. Typeface Motif Batik Parang Curiga.....	34
2. Typeface Nusantara - Garutan Adiwijaya	35
2.9.1 Studi Kompetitor.....	36
1. A-Z of Archipelago.....	36

Bab III METODE PERANCANGAN

3.1. Definisi Operasional Judul	38
3.1.1. Typeface.....	38
3.1.2. Motif Batik Eco Mangrove	38
3.2. Teknik Pengumpulan data	38
3.2.1. Data Primer	38
3.2.2. Data Sekunder	40
3.3. Analisis Data	41
3.3.1. Analisis TOWS Matrik.....	41
3.3.2. Analisis 5W +1H.....	41
3.4. Consumer Insight	47
3.5. Consumer Journey.....	48
3.6. Point Of Contact	49
3.7. Kerangka Berpikir	51

Bab IV KONSEP DESAIN

4.1. Sintesa	52
4.2. Perumusan Konsep (Keyword)	53

4.2.1. Definisi Konsep Keyword	53
4.3. Penjabaran konsep	54
4.3.1. Penjaringan Ide	54
4.3.2. Bentuk Perwajahan Huruf	55
4.3.2.1. Huruf Acuan.....	55
4.3.2.2. Anatomi.....	56
4.3.2.3. Studi bentuk	56
4.3.2.4. Ukuran Huruf	61
4.3.2.5. Fungsi Huruf	61
4.3.2.6. Sifat Huruf.....	61
4.4. Aplikasi Typeface.....	61

Bab V IMPLEMENTASI DESAIN

5.1. Output Primer	63
5.1.1. Typeface eco Mangrove	63
5.1.2. Desain uppercase	64
5.1.3. Desain lowercase	66
5.1.4. Desain numerical	68
5.1.5. Desain punctuation.....	70
5.2. Media promosi.....	72
5.2.1. Kartu Nama	72
5.2.2. Sign System.....	72
5.2.3. Shoping Bag	73
5.2.4. X-Banner	74
5.3. Output Pendukung.....	75
5.3.1. Poster.....	75
5.3.2. Gimick.....	80

Bab VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan	82
6.2. Saran	82

KEPUSTAKAAN
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Johann Gensfleisch zum Gutenberg	10
Gambar 2.2 Mesin Cetak.....	10
Gambar 2.3 Serif dan San Serif.....	12
Gambar 2.4 Black Letter	13
Gambar 2.5 Humanist	13
Gambar 2.6 Old Style	14
Gambar 2.7 Script er cursive	14
Gambar 2.8 Transitional.....	15
Gambar 2.9 Modern.....	15
Gambar 2.10 Slab serif.....	16
Gambar 2.11 Display type.....	16
Gambar 2.12 Display type.....	17
Gambar 2.13 Text type.....	17
Gambar 2.14 Roman	18
Gambar 2.15 Italic (huruf miring)	18
Gambar 2.16 Bold (huruf tebal)	18
Gambar 2.17 Type as text	19
Gambar 2.18 Type as Information delivery	19
Gambar 2.19 Type as image.....	20
Gambar 2.20 Anatomi Huruf.....	20
Gambar 2.21 Format Postscript	22
Gambar 2.22 Format Truetype	23
Gambar 2.23 Format Opentype	23
Gambar 2.24 X-height.....	24
Gambar 2.25 Legibility	26
Gambar 2.26 Figure and Ground.....	28
Gambar 2.27 Similarity.....	28
Gambar 2.28 Continuation	29
Gambar 2.29 Proximity.....	29
Gambar 2.30 Closure	29
Gambar 2.31 Motif Semanggi	32

Gambar 2.32 Motif Cheng Ho.....	32
Gambar 2.33 Motif Sawunggaling	33
Gambar 2.34 34 Motif batik mangrove.....	34
Gambar 2.35 Typeface Motif Batik <i>Parang Curiga</i>	35
Gambar 2.36 <i>Typeface Nusantara-Garutan Adiwijaya</i>	36
Gambar 2.37 A-Z of Archipelago.....	36
Gambar 4.1. Motif ekosistem mangrove	55
Gambar 4.2 Typeface Hackman	56
Gambar 4.3 Sketsa Desain uppercase	56
Gambar 4.4 Desain uppercase	57
Gambar 4.5 Sketsa Desain lowercase	58
Gambar 4.6 Desain lowercase	58
Gambar 4.7 Sketsa Desain numerical	59
Gambar 4.8 Desain Numerical	59
Gambar 4.9 Sketsa Desain punctuation	60
Gambar 4.10 Desain punctuation	60
Gambar 4.11 Contoh ukuran huruf.....	61
Gambar 5.1. Poster Typeface eco Mangrove	63
Gambar 5.2 Desain typeface uppercase	64
Gambar 5.3 Motif typeface uppercase	65
Gambar 5.4 Desain typeface lowercase	66
Gambar 5.5 Motif typeface lowercase	67
Gambar 5.6 Desain typeface numerical	68
Gambar 5.7 Motif Typeface numerical.....	69
Gambar 5.8 Desain typeface punctuation	70
Gambar 5.9 Motif Typeface punctuation	71
Gambar 5.10 Kartu nama	72
Gambar 5.11 Sign system	73
Gambar 5.12 Shoping bag.....	73
Gambar 5.13 X-banner.....	74

Gambar 5.14 Anatomi huruf	75
Gambar 5.15 anatomi huruf.....	76
Gambar 5.16 Motif bunga <i>Rhizophoraceae</i> dan elemen tanah	76
Gambar 5.17 Font candara 24point.....	77
Gambar 5.18 Poster desain lowercase	77
Gambar 5.19 Poster desain numerical dan punctuation.....	78
Gambar 5.20 walterfall test	79
Gambar 5.21 Poster typeface eco mangrove	80
Gambar 5.22 Kaos	80
Gambar 5.23 Post Card	81
Gambar 5.24 Sticker	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan.....	6
Tabel 3.1 Analisis TOWS Matrik.....	41
Tabel 3.2 Costumer journey	48
Tabel 3.3 Kerangka Berpikir	51
Tabel 4.1 Perumusan Konsep "Keyword"	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seni batik merupakan hasil kebudayaan bangsa Indonesia yang tinggi nilainya. Karena itu sudah selayaknya ditingkatkan dan dikembangkan"(Widodo, 1983:1). Batik merupakan ekspresi budaya yang memiliki makna simbolis yang unik dan nilai estetika yang tinggi bagi masyarakat Indonesia. Keunikan yang indah itu merupakan salah satu pembentuk karakter bangsa Indonesia yang membedakan kita dengan bangsa lain sehingga dapat menjadi identitas dan jati diri bangsa. Corak dan motif batik Indonesia sendiri sangat banyak, ada yang merupakan motif asli dari nenek moyang bangsa kita dan ada juga yang merupakan akulturasi dengan bangsa lain.

Batik di Indonesia, memiliki ciri khas dan pola yang berbeda-beda sesuai dengan kearifan kelokalannya sehingga menjadi identitas di masing-masing daerah. Diantaranya adalah batik Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Madura, dan Sidoarjo. Dari beberapa daerah itu, belurn ada identitas khusus yang menunjukkan eksistensi batik Surabaya (ZONABIS,2011,jawatimuran.com). Batik di Surabaya memang belum pernah terdengar. Kalaupun ada mungkin tidak banyak yang mengetahuinya. Artinya batik Surabaya belum di kenal oleh masyarakat luas khususnya warga kota Surabaya sendiri, padahal motif batik Surabaya sangatlah berbeda dan tampil lebih berani di bandingkan motif-motif yang ada selama ini.

Batik surabaya memiliki ciri khas seperti, motif Kembang Semanggi, Ayam Jago dalam legenda Sawunggaling, motif mangrove, perahu khas Surabaya, serta ikan Sura dan Buaya (ZONABIS,2011,jawatimuran.com). Perbedaan ini menandakan bahwa batik khas Surabaya memiliki identitas yang beragam di masing-masing motif batiknya, salah satunya yang paling di promosikan di nasional dan internasional adalah batik mangrove

Desain batik mangrove khas Surabaya memiliki konsep warna yang kuat dan berani seperti gambaran orang Surabaya yang berani dan kuat(ZONABIS , 2009, jawatimuran.com). Sesuai pernyataan di atas, perbedaan batik mangrove terdapat pada desain dan pewarnaan batik khas Surabaya yang tidak kalah

menarik dari batik-batik kota lain, itu terlihat dari filosofi yang di terapkan ke desain batik khas Surabaya tersebut.

Menurut Widji selaku divisi promosi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengatakan bahwa Batik mangrove ini adalah satu-satunya batik di Indonesia yang sistem pewarnaannya menggunakan tanaman bakau atau bisa di sebut alami dan motifnya mewakili pesisir kota Surabaya

Proses pembuatan batik mangrove memang berbeda dengan batik-batik pada umumnya. Batik Mangrove proses pembuatannya dan bahan bakunya berasal dari tumbuhan mangrove, yang kemudian corak desainnya juga berbentuk mangrove. Proses pewarnaan batik mangrove dikerjakan dengan alami. Semua proses di kerjakan dengan pendekatan *ecodesign*, yaitu suatu pendekatan desain produk pada pelestarian ekosistem dan mengurangi dampak kerusakan lingkungan. Hal ini lah yang membuat *value* batik mangrove sangat di perhatikan dan memiliki tempat untuk di promosikan

Menurut Widji selaku divisi promosi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mengatakan bahwa Apabila ada pameran kesenian di dalam negeri maupun luar negeri batik ini selalu kami ikut sertakan.

Batik mangrove ini sendiri juga salah satu batik kebanggaan kota Surabaya, ini bisa di lihat bahwa pemerintah kota Surabaya selalu mengikut sertakan batik ini dalam pameran-pameran kesenian di dalam negeri maupun luar negeri.

Batik berhasil menjadi sebuah komoditas yang sukses di pasar global, maka nilai kesenian dan kebudayaan Batik yang klasik dan antik pun meninggi.(Andika Putra, 2012, kompasiana.com). Namun dikarenakan sosialisasi dan pemasaran batik mangrove yang dirasa kurang baik khususnya kepada warga Surabaya, umumnya masyarakat luas. Dikarenakan batik mangrove tidak lebih dulu ada di dibandingkan motif batik lainnya di Indonesia. Belum mengenalnya masyarakat mengenai motif mangrove itu sendiri, sehingga menyebabkan pengembangan motif mangrove tidak dapat maksimal.

Untuk mempromosikan batik, khususnya batik mangrove, salah satu caranya adalah dengan membuat typeface. typeface sendiri mampu atau bisa di rancang dengan berbagai konsep. Salah satunya adalah memadukan motif batik

dan huruf . “Penggunaan huruf dan *typeface* yang tepat sangat penting sebagai sarana untuk mengekspresikan kepribadian sebuah *brand*. Tipografi merupakan salah satu kunci untuk *brand communication* karena memiliki kekuatan yang mempengaruhi secara visual.” (*Video Brand New Conference: Matteo Bologna*).

Typeface adalah rancangan karakter dari sekumpulan huruf. *Typeface* merupakan "perwajahan" yang membentuk karakteristik suatu kumpulan huruf sehingga membedakannya dengan jenis huruf yang lain. (Ajir,2011, *desainstudio.com*). *Typeface* yang baik mengarah kepada keterbacaan, dan kemenarikan, dan desain huruf yang tertentu dapat menciptakan gaya (*style*) dan karakter atau menjadi karakteristik subjek yang diiklankan.

Seorang desainer harus jeli dalam memilih typeface yang sesuai dengan citra yang akan ditampilkan karena sekarang huruf tidak lagi menjadi pelengkap dari sebuah karya desain melainkan telah menjadi sajian utama komunikasi grafis yang bisa berbentuk katalog, brosur, atau buku(Rustan, 2011:123). Semakin banyak jenis huruf baru bermunculan, gaya desain pun memiliki karakter masing-masing, namun tipografi yang ada di Indonesia dan yang memiliki karakter Indonesia masih sedikit.

Menurut Suryanto rustan mengatakan bahwa typeface yang menggunakan unsur-unsur khas Indonesia harus lebih di perbanyak, agar dapat di komersilkan ke typefoundry internasional.

Oleh karena itu dalam tugas akhir ini, perancang mencoba mengangkat fenomena batik mangrove sebagai sarana komunikasi visual bercitra budaya bangsa yang membutuhkan sebuah promosi. Penyelesaian permasalahan ini nantinya berupa typeface yang berlatar belakang kesenian khas Surabaya yaitu motif batik mangrove, yang nantinya dapat memperkaya tipografi di indonesia dan dapat mempromosikan motif Batik mangrove khas Surabaya.

Dengan adanya perancangan ini maka typeface yang diciptakan tidak hanya sekedar memvisualkan motif batik saja, namun juga mampu di gunakan oleh khalayak luas sehingga dapat sekaligus mendukung pelestarian kesenian khas Surabaya

I.2. Identifikasi Masalah

Dari latar Belakang diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Masih banyaknya masyarakat Surabaya yang tidak mengerti tentang batik mangrove
- Butuhnya typeface yang mempunyai ciri khas di setiap kota di indonesia termasuk kota Surabaya.
- Butuhnya sebuah typeface sebagai sarana promosi batik, khususnya batik mangrove

I.3. Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang typeface batik mangrove khas Surabaya?

I.4. Tujuan Perancangan

- Menjadikan typeface baru yang dapat memperkaya tipografi di indonesia dengan motif Batik mangrove khas Surabaya.
- Mengaplikasikan tipografi tersebut dalam media informasi yang komunikatif sebagai media promosi batik mangrove.
- Menambah jenis huruf baru yang nantinya dapat diperkenalkan sebagai jenis baru dengan motif batik mangrove yang dapat digunakan oleh masyarakat luas .

I.5. Manfaat Perancangan

- **Bagi masyarakat**
 - Memperkenalkan seni budaya Batik khas Surabaya melalui media typeface kepada masyarakat Surabaya sendiri maupun luar Surabaya sehingga nilai-nilai kesenian khas Surabaya dapat lebih di perhatikan dan diketahui oleh masyarakat.
- **Bagi mahasiswa**
 - Untuk menambah koleksi typeface nusantara
 - Sebagai refrensi jenis huruf baru dalam jenis-jenis huruf yang sudah ada.

- **Bagi akademik**
 - Untuk menambah bahan referensi dalam dunia tipografi bagi mahasiswa untuk mengerjakan tugas akhir.

I.6. Skema Perancangan

Tabel 1.1 Skema Perancangan

