

PERANCANGAN FONT DESIGN DENGAN MENGADAPTASI LAYAR KAPAL PINISI SEBAGAI INSPIRASI DESAIN BERBASIS KEBUDAYAAN MARITIM INDONESIA

Lydia Isaura Fernandes¹, Ganjar Gumilar² dan Idhar Resmadi³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Telkom University, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

isaura@student.telkomuniversity.ac.id¹ ganjarqumilar@telkomuniversity.ac.id² idharresmadi@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Warisan Budaya Tak Benda, kapal Pinisi telah berlayar di Tana Beru, Bira, dan Batulicin di Kabupaten Bulukumba. Pinisi memiliki nilai sosial dan budaya kerja sama yang tinggi, gotong royong, keindahan, dan penghargaan terhadap lingkungan. Kapal Pinisi telah menjadi simbol kebudayaan maritim Indonesia yang masih ada hingga saat ini. Dengan menggunakan desain font yang mengambil bentuk layar kapal Pinisi atau ukiran dengan motif Makassar sebagai inspirasi, desain font tersebut dapat mencerminkan kekayaan budaya maritim Indonesia yang ada di Makassar. Tipografi Latin akan membantu mencerminkan budaya Makassar.

Kata kunci: Kapal Pinisi Makassar, Tipografi, Budaya Maritim, Desain Budaya lokal.

Abstract: *The Intangible Cultural Heritage, the Pinisi ship, has sailed in Tana Beru, Bira, and Batulicin in Bulukumba Regency. The Pinisi embodies high social and cultural values, including cooperation, mutual assistance, beauty, and respect for the environment. The Pinisi ship has become a symbol of Indonesia's maritime culture that still exists today. By using a font design inspired by the shape of the Pinisi's sails or carvings with Makassar motifs, the design can reflect the richness of Indonesia's maritime culture present in Makassar. Latin typography will help to reflect Makassar's culture.*

Keywords: *Pinisi Ship Makassar, Typography, Maritime Culture, Local Cultural Design.*

PENDAHULUAN

Suku Bugis merupakan salah satu suku etnik di Sulawesi selain suku Toraja, Mandar dan Makassar. Dalam A. Rahman Rahim (2011), Thomas Stamford Raffles menyatakan. Kapal Pinisi digunakan dalam perdagangan rempah-rempah di Bugis, sebuah pusat bahari dan perdagangan yang terkenal. Namun, seiring perkembangan zaman, kapal-kapal ini sekarang digunakan untuk mengangkat produk dan berfungsi sebagai objek wisata. Karena perawakannya yang tinggi, sikapnya yang suka berpetualang, sifat penjelajahannya, dan semangatnya yang tinggi, orang-orang di sana sangat bersemangat untuk membuat kapal dari pohon dewa, yang terkenal kuat dan tidak mudah rapuh. Beberapa suku ini berpindah dan bercampur dengan suku-suku lain di berbagai belahan dunia, termasuk Australia dan Afrika, serta Kalimantan, Sumatra, Jawa, Maluku, Papua, dan Tanah Melayu, antara tahun 1667 dan 1777 Masehi.

Pemerintahan Jokowi bertujuan untuk memposisikan Indonesia sebagai pusat maritim global dengan membangun lima pilar utama, termasuk restorasi budaya maritim Indonesia dan memprioritaskan nelayan dalam pengembangan industri perikanan, membangun dan memberikan fasilitas tol serta industri perkapalan dan pariwisata maritim, membuat daftarkegiatan, dan menjadikan Negara Indonesia wajib memiliki pertahanan maritim.

Perekonomian, media, transportasi laut, dan perdagangan adalah bidang dimana negara maritim memiliki keuntungan. Hukum kelautan digunakan untuk menangani masalah ilegal dan membatasi gerakan kapal tanpa izin. Relief yang ditulis dalam bahasa tulis menceritakan kapal Pinisi dengan cara yang unik dan menginspirasi. Relief ini merupakan penghormatan terhadap warisan budaya yang penting dan mempertahankan nilai-nilai dan kearifan yang diwariskan selama perjalanan panjang kapal Pinisi di lautan Nusantara.

Dengan menggabungkan elemen modern dan traditional, negara maritim menjadi fondasi yang kuat untuk memperkuat landscape branding tipografi. Dengan mengeksplorasi dan mengambil keuntungan dari warisan maritim dengan membangun identitas yang kuat dan menarik bagi merek lokal. Penggunaan simbol kapal Pinisi atau elemen laut namun hal ini masih kurang efektif untuk mempromosikan karena masih menggunakan font lama yaitu aksara Lontara hal ini memberikan kesan kuno terutama bagi generasi muda yang terbiasa dengan modernisasi.

Dalam perkembangan era globalisasi, identitas merek harus mudah dipahami oleh khalayak luas karena perubahan dunia digital. Selain itu, kelemahan budaya promosi di Makassar dapat disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam strategi promosi. Brand-brand disana harus mempertimbangkan metode pemasaran yang inovatif seperti penggunaan font dan desain yang lebih umum dan menarik bagi berbagai demografi pasar.

Memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk membagikan cerita, gambar, dan video dapat memperluas jangkauan pesan ke komunitas desainer secara luas. Selain itu, komunitas desainer dapat mengambil inspirasi dari fenomena Pinisi untuk membuat produk pakaian seperti kain batik, aksesoris seperti tas tenun dan syal, tekstil digital atau kain yang dicetak. Produk-produk ini akan meningkatkan ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dicapai dengan memadukan elemen tradisional dengan gaya kontemporer dan pendekatan kontemporer dan pendekatan promosi yang memadukan kreativitas.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2018), penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat dan digunakan untuk mengeksplorasi situasi ilmiah di mana peneliti menggunakan instrumen, prosedur pengumpulan data, dan evaluasi kualitatif yang lebih

menekankan pada makna. Melalui interaksi sosial, sudut pandang individu atau kelompok, dan sikap, metodologi penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mengkarakterisasi peristiwa atau subjek penelitian.

Observasi dilakukan langsung ke Museum La Galigo dan Dermaga Area Popsa untuk mendapatkan informasi terkait kapal-kapal Pinisi sebagai pengumpulan data. Menurut (Sugiyono, 2016) menyatakan bahwa metode pengumpulan data jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden dengan spesifik dan ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti lebih lanjut maka menggunakan wawancara. Wawancara yang pertama dilakukan di kantor Dinas Kebudayaan Kota Makassar dengan Kepala Dinas yang berlokasi di Jl. Balaikota No.11, Baru, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar, Sulawesi. Waktu wawancara di jam 14.00 WITA pada hari senin, 22 April 2024 metode wawancara yang digunakan adalah Terstruktur. Wawancara ini kepada Kepala Dinas Kebudayaan Kota Makassar, di era globalisasi yang semakin pesat perkembangannya, penting untuk memanfaatkan teknologi di bidang media sosial sebagai alat dalam mempromosikan dan memperkenalkan warisan budaya lokal tentang nilai dan makna Pinisi dan dunia Maritim dengan cara ini masyarakat lokal dan internasional 59 dapat mengenal secara langsung identitas budaya kota Makassar. Untuk generasi milenial lebih tertarik dan melestarikan pada budaya modern.

Wawancara kedua dilakukan Dengan perancang desain grafis Izhar Fathurrohim Wijaya bertujuan untuk mendapatkan informasi serta pengalaman beliau dalam dunia tipografi dan font desain. Beliau berpengalaman dalam pembuatan tipografi dari tahun 2017 membuat dan memiliki 3 workshop yang masing-masing memiliki akun instagram yaitu kiwarikolektv, graphic.handler, typedialogue. Untuk workshop kiwarikolektv

dan `graphic.handler` biasanya dilakukan pertemuan secara langsung, sedangkan workshop `typedialogue` berbasis online

Cara penulis mengumpulkan data adalah dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, atau dengan menggunakan kuesioner yang di bagikan kepada Mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan diluar jurusan Desain Komunikasi Visual usia 18-23 tahun berdomisili Bandung secara *online* dengan 54 responden untuk mengetahui pendapat tentang Kapal Pinisi yang berasal dari Makassar, untuk memodifikasi tipografi atau desain huruf dekoratif yang inspirasi dari layar kapal Pinisi karena keunikan dari lengkungan layar dengan membantu mempromosikan kebudayaan lokal terhadap target audiens.

Setelah itu, digunakannya metode analisis ASIAS untuk mempromosikan font dengan menggunakan poster dan banner yang memuat informasi singkat sehingga membuat audiens merasa tertarik mengetahui lebih lanjut mengenai desain typeface, lalu audiens diarahkan untuk penggunaan media sosial untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam mengenal proses kreatif dalam merancang font yang melibatkan estetika dan kreativitas. Dan audiens bisa memberikan penilaian berupa pendapat dan saran untuk desain yang dihasilkan agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Perancangan tipografi ini menggunakan display typeface, yaitu tipografi dengan ukuran yang besar dan khas yang berperan sebagai pusat fokus layout (Raizman, 2003). Empat prinsip utama desain tipografi yaitu legibility, clarity, visibility, dan readability harus dipenuhi oleh tipografi dalam pengaplikasiannya. Dalam merancang sebuah typeface, setiap typeface memiliki sistem pengukuran, satuan pengukuran dalam tipografi berbeda dengan satuan ruang umum.

HASIL DAN DISKUSI

Konsep Pesan

Dalam perancangan desain tipografi hal utama yang diperhatikan sebelum masuk kedalam tahap sketsa dan visual adalah menentukan konsep pesan yang tepat dan sesuai. Pesan yang disampaikan adalah desain font dekoratif yang tepat membawa unsur budaya berfokus pada menciptakan bentuk baru yang mudah dibaca. Dengan dasar literasi, font ini mengembangkan tipografi tradisional yang inovatif melalui modifikasi bentuk terinspirasi dari layar kapal

Kata Kunci: Mengembangkan, Melestarikan

Konsep Kreatif

Untuk menyampaikan pesan melalui font design, dibutuhkan pendekatan kreatif dalam perancangan Type Specimen ada dua konsep kreatif yang akan dilakukan dalam perancangan ini adalah mengadaptasi dan memodifikasi bentuk Pinisi melalui bentuk-bentuk Kapal Pinisi.

Media buku typeface dipilih karena media ini cocok untuk menyampaikan desain huruf dengan tetap membawa budaya penciptaan bentuk baru dan keterbacaan dalam fungsi dan melestarikan kapal Pinisi yang merupakan warisan turun-temurun bagi masyarakat Bugis-Makassar di generasi saat ini dan generasi selanjutnya. Berikut langkah-langkah yang dilakukan yaitu:

1. Memahami elemen-elemen

Desain Pinisi terdiri dari tujuh layar dimana layar utama lebih besar dan layar pendukung yang lebih kecil. Menggunakan referensi visual dengan mengumpulkan beberapa gambar Pinisi dengan fokus detail layar, lambung kapal, dan tiang layar.

2. Membuat Sketsa

Menggunakan bentuk layar, dapat membuat gambar kasar dari beberapa huruf. Salah satunya huruf "A" adalah bentuk layar yang menjulang tinggi dan kemudian dimiringkan seperti layar yang sedang tertiuip angin. Setiap huruf harus memiliki gaya yang konsisten.

3. Digitalisasi

Menggunakan aplikasi Fontlab, Adobe Illustrator atau aplikasi lainnya yang masih berhubungan dengan desain font yang dapat melihat desain huruf secara langsung menjadikannya lebih mudah dibaca. Pilihlah warna yang lebih ceria atau lebih cerah setelah membuat desain font. Makassar dikenal menggunakan warna-warna cerah seperti merah karena matahari terbit di sana meningkatkan semangat jiwa. Biru digunakan untuk mewakili lautan di mana kapal menerjang ombak besar di lautan yang luas.

4. Melakukan Uji Coba

Setelah merancang font harus mendapatkan feedback, tentang apakah font yang digunakan dalam desain sudah sesuai dengan tema font.

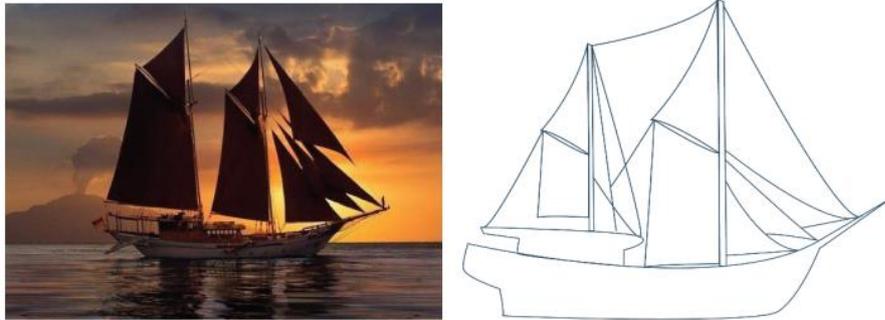
5. Finalisasi dan Perancangan

Setelah uji huruf selesai, huruf dapat diubah ke format TTF atau OTF dari aplikasi yang digunakan. Kemudian font dapat digunakan dalam Microsoft, Adobe Illustrator, atau media desain dengan memilih jenis font yang telah dirancang. Dapat digunakan untuk poster, infografis, atau media branding.

Kata Kunci: Adaptasi, Modifikasi

Konsep Visual

Perancangan Tipografi ini menggunakan konsep visual yang disesuaikan dengan penggunaan referensi visual kapal Pinisi bagian yang digunakan adalah bagian layar, tiang dan bagian lambung atau bada kapal.



Gambar 1 Kapal Pinisi sebagai referensi desain huruf

(Sumber: Lydia Isaura Fernandes 2024)

Tipografi Dalam perancangan ini menggunakan tipografi dukungan yaitu Helvetica yang digunakan untuk penambahan teks pada buku yang akan dirancang.

Helvetica Neue 25 Ultra Light
Helvetica Neue 35 Thin
Helvetica Neue 45 Light
Helvetica Neue 55 Roman
Helvetica Neue 65 Medium
Helvetica Neue 75 Bold
Helvetica Neue 85 Heavy
Helvetica Neue 95 Black

Gambar 2 Tipografi Helvetica

(Sumber: Befont 2024)

Warna yang dipilih dalam perancangan ini adalah warna merah karena Makassar selalu menggunakan warna yang terang cerah seperti matahari yang terbit, membuat jiwa menjadi lebih bersemangat. Sedangkan warna biru digambarkan seperti lautan dimana kapal menerjang ombak yang besar di

lautan luas. Dan penggunaan warna krem agar desain buku terlihat lebih netral dan menampilkan desain ilustrasi atau font lebih jelas.



Gambar 3 Palet Warna

(Sumber: Lydia Isaura Fernandes 2024)

Hasil Perancangan

Layar Pinisi Type

Dalam perancangan font terdiri dari character set yaitu uppercase, lowercase, angka dan simbol yang dibuat di aplikasi Fontlab 8 adalah aplikasi editor font populer Fontographer dan Typetool. Bertujuan untuk melihat desain font lebih mudah untuk dilihat dan dibaca. Jenis huruf yang di desain adalah huruf display atau dekoratif yang terinspirasi dari layar Kapal Pinisi yang juga berfokus pada nilai dan makna dari Pinisi. Dalam font ini menggunakan warna yang terang seperti biru, merah dan krem.



1234567890

.,:;“”~
? ! () &

Gambar 4 Uppercase, Lowercase, Numbers, Symbols
(Sumber: Lydia Isaura Fernandes 2024)

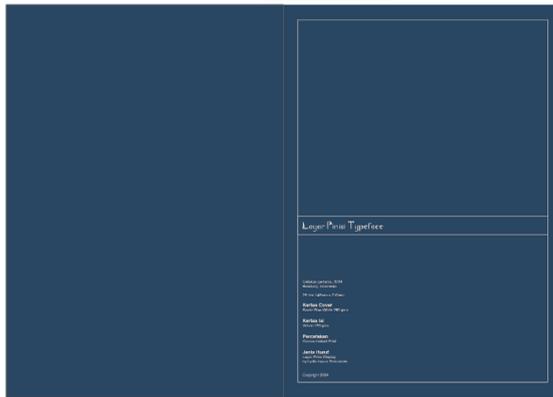
Media Utama

Type Spiceman Book

Halaman Depan



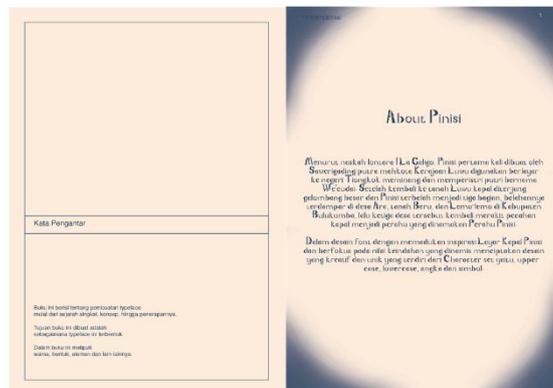
Halaman Sekunder dan Pencipta Buku



Daftar isi



Halaman Kata Pengantar dan Tentang Pinisi



Hal 1-2

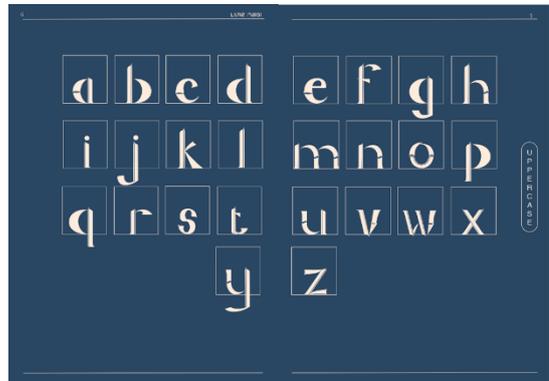


Lydia Isaura Fernandes, Ganjar Gumilar , Idhar Resmadi
PERANCANGAN FONT DESIGN DENGAN MENGADAPTASI LAYAR KAPAL PINISI MAKASSAR SEBAGAI INSPIRASI
DESAIN BERBASIS KEBUDAYAAN MARITIM INDONESIA

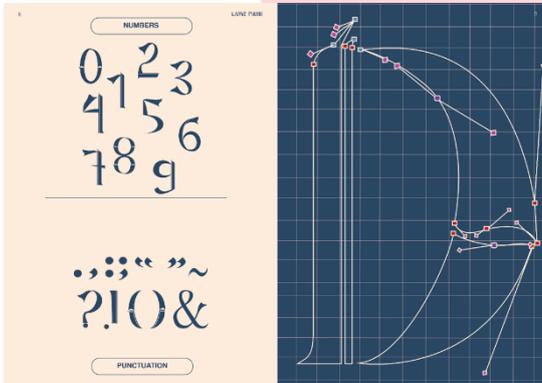
Hal 3-4



Hal 5-6



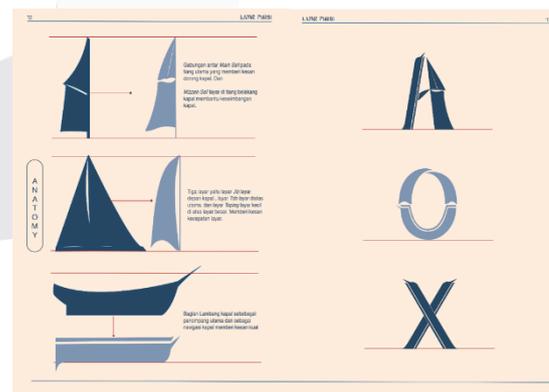
Hal 7-8



Hal 9-10



Hal 11-12



Hal 13-14



Hal 15-16



Hal 17-18



Hal 19-20



Hal 21-22



Cover Belakang



Media Pendukung



Gambar 5 Baju Kaos dan Totebag
(Sumber: Lydia Isaura Fernandes 2024)



Gambar 6 Sticker dan Ticket
(Sumber: Lydia Isaura Fernandes 2024)



Gambar 7 Poster
(Sumber: Lydia Isaura Fernandes 2024)



Gambar 8 X-Banner dan Infografis

(Sumber: Lydia Isaura Fernandes 2024)



Gambar 9 Feeds Instagram

(Sumber: Lydia Isaura Fernandes 2024)

KESIMPULAN

Bagian Berdasarkan penelitian “Perancangan Tipografi Dengan Mengadaptasi Layar Kapal Pinisi Makassar Sebagai Inspirasi Desain Berbasis Kebudayaan Maritim Di Indonesia” yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa minimnya edukasi tentang potensi kapal Pinisi sebagai budaya maritim Indonesia menjadi karya desain, dengan hadirnya tipografi Pinisi menjadi

media edukasi tentang budaya karena hasil data wawancara bentuk-bentuk budaya pesisir bisa digantikan dengan aset visual pengembangan tipografi.

Dengan hadirnya tipografi ini menjadi media promosi yang menciptakan identitas lokal kapal Pinisi dari suku Bugis dan Makassar. Visual yang digunakan dapat memberikan kesan yang kuat serta dengan adanya ide desain tipografi berbasis maritim ini dapat menciptakan edukasi, mendorong edukasi, mengaplikasikan branding dan promosi, dan merancang ide desain tipografi berbasis kebudayaan maritim.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, D. J. (2021, Juli 23). Melihat perkembangan kapal Pinisi dan budaya maritim di Nusantara. Good News from Indonesia. Diakses pada 22 Maret 2024, dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/07/23/melihat-perkembangan-kapal-pinisi-dan-budaya-maritim-di-nusantara>
- Basri, D. M. (2023). Pengantar ilmu kemaritiman. Bandung: Widina Media Utama.
- Burhanuddin, S., dkk. (2003). Sejarah maritim Indonesia: Menelusuri jiwa bahari Indonesia dalam proses integrasi bangsa (Sejak jaman prasejarah hingga abad XVII). Pusat Riset Wilayah Laut dan Sumberdaya Non-Hayati Badan Riset Kelautan dan Perikanan Departemen Kelautan dan Perikanan.
- Danton, S. (2001). Tipografi dalam desain grafis. Jakarta: Gramedia.
- Gould, A. (2018, Desember 12). Sumber daya pengajaran desain: Jenis buku spesimen. Diakses dari

<https://teachingresource.aiga.org/project/type-specimen-book/>

Heller, S., & Ilic, M. (2012). Stop, think, go, do: How typography and graphic design influence behavior. Rock Publishers.

Hudah, K. (2023, Januari 29). Batik Toraja. Dari Mengenal Batik Toraja (batikprabuseno.com).

Ikhwan, S. (2020). Kapal Pinisi: Warisan berharga kebudayaan maritim Sulawesi Selatan. Diakses pada 21 Maret 2024, dari https://www.academia.edu/43107496/Kapal_Pinisi_Warisan_Berharga_Kebudayaan_Maritim_Sulawesi_Selatan

Kel, S. S. (2019). Pentingnya penanaman budaya maritim sejak dini sebagai bentuk kewaspadaan nasional dalam mewujudkan Indonesia sebagai poros maritim dunia. Jurnal ..., 5(2).

Lubis, H. A. R. (2024, April 22). Definisi, peran, elemen dan jenis-jenisnya. Diakses dari <https://dibimbing.id/blog/detail/tipografi-definisi-peran-elemen-dan-jenisnya>

Oktalia, A. (2012, Februari 21). Kreasikan tipografi dari budaya Nusantara. Diakses dari <https://news.okezone.com/read/2012/02/21/373/579361/kreasikan-tipografi-dari-budaya-nusantara>

Rizkia, U. A. (2022, November 6). Aksara Lontara: Sejarah, huruf, hingga cara baca. Diakses dari <https://www.detik.com>

Aziz, M. A. (2022, Oktober 10). Pinisi sebagai identitas budaya laut masyarakat Sulawesi Selatan. Diakses dari <https://kumparan.com>

Iswanto, R. (2023, Juli). Perancangan buku ajar tipografi. Visual Communication Design, Universitas Ciputra Citraland CBD Boulevard, Surabaya. Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, 23(2), 123-129. <https://doi.org/10.9744/dkv.v23i2.25672>

Doxa Digital. (2023, November 9). Mengenal jenis tipografi untuk content marketing. Diakses dari <https://www.doxadigital.com/social-media/mengenal-ragam-jenis-tipografi-untuk-desain-content-marketing/>

