BAB II

PERANCANGAN TIPOGRAFI PADA *T-SHIRT CLOTHING*

II.1 INDUSTRI *CLOTHING* DAN *DISTRO*

II.1.1 Sejarah *Clothing* dan *Distro*

Berawal dari adanya keberadaan *distro* di kota kembang Bandung, berangkat dari komunitas musik *underground* dan perlengkapan permainan *skateboard. Distro '* Revers ' merupakan *distro* pertama yang berada di jalan Sukasenang yang menjual berbagai *t-shirt* musik dari luar negeri dan perlengkapan skateboard.

Kemudian muncul distro 'Hoobies' yang mengkhususkan diri pada skateboard, serta distro 'Mossy' yang khusus menjual *t-shirt* musik kelompok luar negeri. Perkembangan selanjutnya adalah pada pertengahan tahun 1990 muncul *distro* yang pertama menjual produk dari musik lokal, yaitu *'*Anonim*'* dan 'Riotic' hingga pada puncaknya yaitu pada tahun 1996 sampai dengan tahun 1998 adalah masa dimana *distro* yang menjual produk lokal bermunculan.

Bandung adalah salah satu kota yang terkenal dengan *distro* dan *clothing*, desainer banyak membuat desain *t-shirt* untuk menarik minat pembeli mulai dari desain tipografi hingga desain ilustrasi gambar. Heru Granito (2008) menjelaskan "*Clothing* adalah istilah yang digunakan untuk perusahaan yang memproduksi pakaian jadi dibawah merek dagang sendiri" (h. 8) .

Istilah *clothing* sendiri dikenal pada tahun 1996, *clothing* adalah kata serapan dari bahasa asing yang berarti pakaian, istilah *clothing* ini mulai marak dikenal di Bandung pada tahum 1996 yang digunakan pada industri pakaian. Diawali oleh dendi dan kawan – kawan yang membuat usaha *clothing* 347 *boardreader.com* (kini 347/Eat) di Bandung.

Distro adalah singkatan dari *distribution store*, *distro* dikenal pada tahun 1994 yang awalnya menerima titipan dari *clothing* lokal. Selain menerima titipan dari *clothing* lokal *distro* menjual mercendais dari bend yang di usung *distro* tersebut, seperti *T-shirt*, kaset, poster, papan sketboard, dan lain-lain.



Gambar II.1 Ouval
(http://www.bdgpartyclub.com)
(25 Desember 2013)

Saat ini *clothing* merupakan kategori untuk usaha yang mengeluarkan produk pakaian jadi dengan produksinya yang terbatas. Pakaian jadi ini sebagian besar adalah *t-shirt*, seiring perkembangan kebutuhan dan permintaan pelanggan, produknya pun meluas hingga kecelana, dompet, tas dan aksesoris lainnya. *Clothing company* seperti Ouval, 347/Eat, Two clotes, dan lain-lain jumlah produknya hanya memproduksi sekali pada setiap desainnya.



Gambar II.2 EAT/347
(http://riotpeople.blogspot.com/2012/01/fashion-and-.html)
(25 Desember 2013)

Istilah *clothing* maupun *distro* semakin berkembang menjadi satu kategori tersendiri karena adanya *soul* serta karakter yang mampu membedakan mereka dengan yang lain. Di antaranya adalah adanya konsep yang jelas dari sisi desain, tidak sekedar menjiplak atau mengambil desain dari luar. Kemudian adanya ekslusifitas dari sisi produksi, dimana setiap desain untuk satu produk dirilis

NO	Nama dan tempat	Tahun berdiri	Para pendiri
1	*Distro Rivers* (Bandung)	1994	Richard Mutter, Helvi, dan Dxxt
2	*Distro riotic* (Bandung)	1996	Dadan Ketu dan delapan temanya
3	*Clothing 347 boardrider.co* (kini 347/EAT Bandung)	1996	Dendi dan kawan – kawan
4	*Clothing OUVAL Research* (Bandung)	1997	Arif maskom dan kawan - kawan

Tabel II.1 Para Pelopor Usaha *Distro* dan *Clothing*
(Heru granito. bisnis distro)
(8 Desember 2013)

hanya dalam jumlah terbatas (biasanya antara 50-150 per-desain). Hal inilah yang menjadi salah satu yang membedakan *clothing* dengan produk lain.

II.2 TIPOGRAFI

II.2.1 Sejarah Tipografi

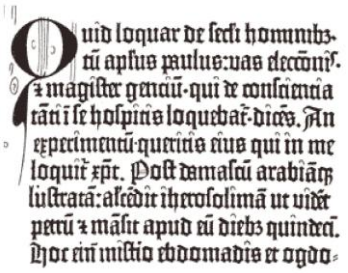
Sejarah perkembangan tipografi didunia diawali dari penggunaan *pictograph* oleh bangasa Viking Norwegia dan *hieroglipth* oleh bangsa Mesir pada abad 1300 SM. Berkembang pada masa kejayaan Romawi dan Yunani.

Bangsa Yunani dan Roma mengembangkan sistem komunikasi yang disebut dengan *alphabet* yang dirangkai menjadi tulisan latin. Awalnya 21 huruf (A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, V, X) Huruf Y dan Z merupakan akomodasi kata Yunani. Abad Pertengahan J, U, W. Keseluruhan jumlah *alphabet* 26.

Sistem huruf dan penuliasan berkembang setelah terjadi revolusi industri, dengan di temukannya teknologi mesin cetak pertama kali oleh Johannes Gensflesch Zum Gutenberg di jerman (1398-1468). Teknologi mesin cetak Gutenberg juga melatar belakangi munculnya sistem tipografi modern yang lebih sempurna dan variatif dibandingkan awal ditemukannya sistem *alphabet*.



Gambar II.3 Johannes Gutenberg
(http://www.foxitsoftware.com Forevaluationonly.)
(5 Desember 2013)



Gambar II.4 Jenis huruf Textura Blackletter
(http://www.foxitsoftware.com For evaluationonly.)
(5 Desember 2013)

Tipografi adalah seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca yang maksimal dengan panduan jarak antar baris (Adi Kusrianto, 2007 : 79)

Dalam tipografi dikenal istilah *typeface* dan *font*, *Typeface* yaitu sekumpulan karakter yang memiliki kesamaan ciri - ciri visual (Huruf Font Dan tipografi : 32). *Font* yaitu bentuk fisik atau karakter yang dimaksudkan guna membentuk sebuah *typeface* (*Ebook The Fundamental Of Typography :*56).

II.2.2 Klasifikasi *Type Face*

a. Huruf tanpa kait(*sans serif*)

Kata *sans* berasal dari bahasa perancis yang artinya tanpa. *Sans serif* dapat diartikan tanpa serif / kail. Huruf *sans serif* hanya berbentuk batang dan tangkainya saja.

Contoh : Arial dan Avant Garde

b. Huruf berkait(*serif*)

Huruf *serief* merupakan huruf berkait atau memiliki kait pada ujungnya.

Contoh : Times New Roman

c. *Egyptian*

Yaitu jenis huruf yang memiliki ciri *serif* yang berbentuk seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang di timbulkan adalah kokoh, kuat, kekar, dan stabil.

Contoh : Century Expanded

d. Huruf tulis (*Script*)

Huruf yang saling terkait seperti tulisan tangan.

Contoh : Brush Script, Mistral dan Shelley

e. Huruf dekoratif

Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk - bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen atau garis – garis dekoratif. Kesan yang di miliki adalah dekoratif dan ornamental.

Contoh : Augsburger

f. Karater huruf

Karakter *fonts* yaitu secara luas merupakan bentuk kesatuan karakter atau kode yang dikemas sebagai *font*.

Pada tahun 1984 *Adobe Systems* merilis *PostScript Font* Tahun 1991 Apple Computer dan Microsoft Corporations mengeluarkan *TrueType Font*. *Postscript Font* dan *TrueType Font* adalah huruf elektronik atau yang disebut *font*. Huruf digital sesungguhnya berupa bahasa *computer* yang berfungsi menerjemahkan kode-kode untuk menghasilkan tampilan bentuk huruf yang sempurna baik di layar monitor maupun pada saat pencetakan. Saat ini dapat ditemukan beragam jenis huruf digital yang digunakan dalam program computer.

Mengimbangi kemajuan jaman penggunaan desain tipografi dalam sebuah karya desain dapat memperkuat keberhasilan karya tersebut dalam berkomunikasi, namun dapat juga menjatuhkan kualitas desain apabila tidak dipergunakan dengan tepat. Melihat begitu besarnya pengaruh desain tipografi di dalam suatu karya desain komunikasi visual, maka sangatlah penting bagi para desainer untuk mengerti tentang tipografi dan bagaimana cara menggunakannya dalam suatu karya desain dengan baik dan benar.

Kepekaan seorang desainer, yang pada waktu menggunakan elemen tipografi juga berfungsi sebagai seorang pembuat tipografi, terhadap bentuk dan penggunaan tipografi sangatlah diperlukan. Kebebasan dalam menggunakan elemen tipografi, yang melanggar prinsip pokok dari desain tipografi dapat mengurangi kemampuan sebuah desain untuk berkomunikasi. Di lain pihak, kehadiran desain tipografi yang tidak senada dengan *image* atau gambar dan arah desain yang dituju, meskipun sesuai dengan prinsip tipografi yang ada juga akan mengganggu keseimbangan dalam sebuah desain.

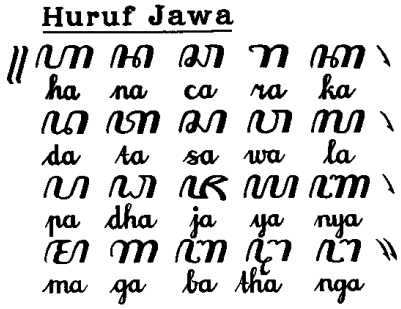
II.2.3 Perkembangan Tipografi Di Indonesia

a. Sebelum masa penjajahan belanda

Sejarah tipografi di Indonesia sebelum kedatangan bangsa barat dimulai dari penggunaan berbagai aksara dimasing – masing daerah di Indonesia, seperti aksara Sunda, Jawa, Bali, Bugis, dan Batak.

1) Aksara Jawa

Aksara Jawa hanacaraka termasuk kedalam kelompok turunan aksara sangsekerta yang berasal dari Hindustan. Huruf ini di bawa oleh Raja Aji saka yang datang ke Jawa pada tahun 78 masehi. Huruf yang diperkenalkan pada waktu itu bukan huruf tapi suku kata, yang terdiri atas suku kata : ha, na, ca, ra, ka, ga, ta, ma, nga, ba, sa, wa, la, pa, da, ja, ya, nya. Aksara ini dapat dirangkaikan menjadi suatu kaliamat untuk memudahkan membacanya.



Gambar II.5 Huruf Jawa
(http://damarweb.blogspot.com/huruf-jawa-aksara-jawa-belajar-menulis.html)
(11 Desember 2013)

2) Aksara Bali

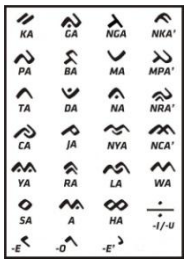
Aksara Bali berkembang dari huruf pallawa yang dikenal dengan nama huruf bali kuno. Huruf ini berkembang pada abad 19. Sistem yang digunakan yaitu sistem peraturan artinya satu tanda mewakili satu suku kata yang diambil dari huruf awal suku kata dimaksud. Tiap suku kata dibentuk dari satu satu konsonan dan satu fokal.



Gambar II.6 Huruf Bali
(http://www.eonet.ne.jp/~limadaki/uangkuno/coin/gobog-cara-baca.html)
(11 Desember 2013)

3) Aksara Bugis

Suku Bugis merupakan suku yang berada di Sumatera Selatan suku Bugis mengembangkan dialek yang dikenal dengan "aksara lontara Bugis". Aksara ini telah ada abad 12 sejak melebarnya pengaruh hindu di Indonesia. Aksara Bugis berjumlah 23 huruf yang semuanya disusun dengan berdasarkan aturan tersendiri. Kata *lontara* berasal dari kata Bugis yang berarti daun lontar karena awalnya ditulis dalam daun lontar dan cara membacanya dari kiri ke kanan.

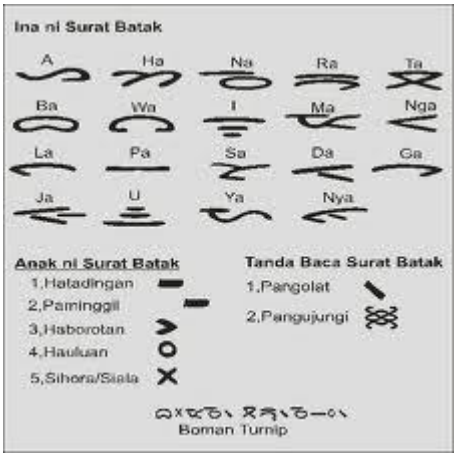


Gambar II.7 Huruf Bugis
(http://laogipre.blogspot.com/)
(11 Desember 2013)

4) Aksara Batak

Suku batak adalah salah satu suku yang berada di kawasan tanah tinggi Sumatra Utara dan berpusat di danau Toba. Sistem penulisan aksara Batak toba sudah ada sejak abad 13, diperkirakan aksara tesebut berasal

dari aksara Jawa kuno, melalui aksara Sumatra kuno. Aksara ini bersifat teratur artinya tanda untuk menggambarkan satu suku kata/silaba atau silabis.



Gambar II.8 Huruf Batak

(http://yasirmaster.blogspot.com aksara-kuno-asli.html)

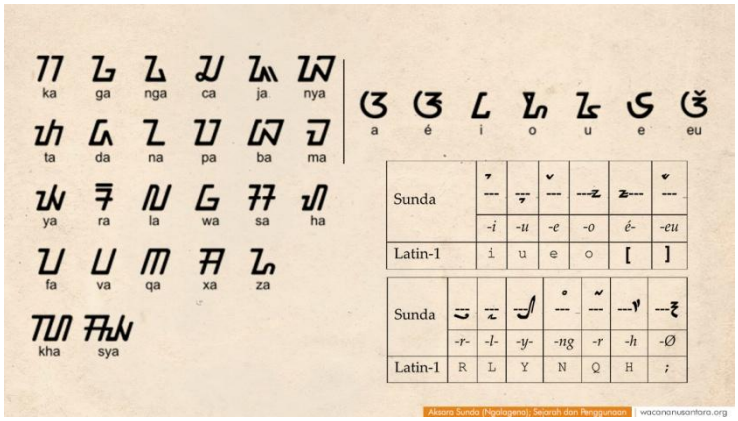
(11 Desember 2013)

Setiap aksara - aksara tersebut digunakan untuk masing-masing daerah asalnya sajah sehingga dalam komunikasi mengalami kendala antara daerah satu dengan daerah lainnya.

5) Aksara sunda

Aksara Sunda berjumlah 32 buah. Terdiri atas 7 aksara swara atau vokal (a, é, i, o, u, e, dan eu) dan 23 aksara ngalagena atau konsonan (ka-ga-nga, ca-ja-nya, ta-da-na, pa-ba-ma, ya-ra-la, wa-sa-ha, fa-va-qa-xa-za). Aksara fa, va, qa, xa, dan za merupakan aksara-aksara baru. Dipakai untuk mengonversi bunyi aksara Latin. Secara grafis, aksara Sunda berbentuk persegi dengan ketajaman yang mencolok, hanya sebagian yang berbentuk bundar.

Aksara swara adalah tulisan yang melambangkan bunyi vokal mandiri yang dapat berperan sebagai sebuah suku kata. Bisa menempati posisi awal, tengah, maupun akhir sebuah kata. Berikut tabel aksara swara Sunda:



Gambar II.9 Aksara sunda

(http://yasirmaster.blogspot.com aksara-kuno-asli.html)

(11 Desember 2013)

Sedangkan aksara ngalagena adalah tulisan yang secara silabis (dapat berdiri sendiri sebagai suku kata) dianggap dapat melambangkan bunyi fonem konsonan dan dapat berperan sebagai sebuah kata maupun sukukata. Bisa menempati posisi awal, tengah, maupun akhir sebuah kata. Setiap konsonan diberi tanda *pamaeh* agar bunyi ngalagena-nya mati. Dengan begitu, aksara Sunda ini bersifat silabik, karena tulisannya dapat mewakili sebuah kata dan sukukata.

b. Masa penjajahan Belanda

Masuknya bangsa Belanda ke Indonesia membawa banyak perubahan pada sistem penulisan huruf. Bangsa Belanda memperkenalkan sistem penulisan huruf sesuai dengan sistem penulisan huruf Roma. Sistem penulisan huruf Roma dapat dengan mudah di terima oleh masyarakat Indonesia sebagai penulisan yang baru karena sifatnya lebih *general*, dan dapat di gunakan sebai alat komunikasi secara luas.

Tipografi pada masa penjajahan Belanda awal mulanya digunakan dalam penyiaran berita dan iklan dalam persaingan perdangan oleh bangsa Belanda, pada tahun 1621, Jan Pieterszoon Coen seorang gubernur jenderal Hindia Belanda mengirimkan lembaran informasi kepemerintahan di Ambon dengan judul *Memorie De Nouvelles.*

Era perang Indonesia melawan penjajahan Jepang tipografi banyak juga digunakan dalam iklan propaganda namun keberadaannya dalam desain saat itu menggunakan bentuk sederhana karena lebih menitik beratkan pada fungsi sebagai informasi dan propaganda untuk berjuang melawan penjajahan.

c. Era komputer grafis

Perkembangan tipografi setelah era perkembangan komputer tidak jauh beda dengan perkembangan tipografi modern di dunia. Perkembangan tipografi moderen di Indonesia didukung oleh kesadaran desainer untuk memakai desain *font* secara ekslusif dalam desainnya. Sehingga tipografinya tidak asal mengambil dari komputer atau *font* yang sudah ada. Meski hingga kini belum ada perusahaan di Indonesia yang mengkhususkan diri dalam pembuatan *font,* namun banyak perusahaan desain lokal Indonesia maupun desainer yang secara pribadi membuat sendiri *font* nya secara eksklusif.

Contoh : UNKL/347, Inkara desain, dan lain-lain

II.3 Permasalahan Dan Solusi

Melihat permasalahan yang di uraikan di bab I hampir semua industri *Cloting* memiliki desain tipografi pada setiap edisi pakaiannya, tetapi jarang sekali bahkan tidak ada yang mengangkat tipografi lokal seperti aksara sunda. Aksara *kaganga* yang mulai tersisihkan oleh perkembangan teknologi, dan budaya, dapat dipahami dan di mengerti melalui *t-shirt clothing*. Aksara sunda adalah warisan budaya yang patut di lestarikan dan dipahami setiap warganya, agar daerah tanah pasundan memiliki keunikannya sendiri.

Alangkah baiknya apabila membuat desain T-shirt dengan tema sunda dan membuat tipografi yang terinspirasi dariaksara sunda yang mendukung aksara sunda tersebut untuk dibaca, dan dapat di gunakan pada setiap desain *t-shirt clothig, gimmick* dan pernak-pernik indusri *clothing.* Selain digunakan menjadi desain *t-shirt* pembuatan tipografi ini bertujuan memperkaya desain tipografi lokal dan mengingatkan bahwa Indonesia memiliki tipografi yang unik.

II.4 Target Audiance

Target audiens dari perancangan ini dapat dikategorikan sebagai berikut :

- Geografis

  Negara : Indonesia

  Provinsi : Jawa Barat

  Kota : Bandung

- Demografis

  Gender : Pria dan Wanita

  Usia : 14-25 tahun

  Pekerjaan : Pelajar, dan Mahasiswa

  Pendidikan : Pelajar, Mahasiswa S-1

  Ekonomi : Menengah keatas

- Psikografis

  Sosialisasi ditujukan kepada mereka para konsumen dalam kategori pelajar dan mahasiswa yang aktif, dinamis, terbuka, konsumtif, sadar akan trend dan memiliki banyak aktifitas.