Jurnal Kemadha
Vol. 15 No. 1
April 2025
Halaman 49 - 66

Desain *Font* Dekeoratif Adaptasi dari Seni Ukir Surakarta

Aditya Surya Aryuda
e-mail: adhitaryuda8577@gmail.com
Evelyne Henny Lukitasari
Yudi Wibowo
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta

Ringkasan

Seni ukir Surakarta merupakan salah satu peninggalan kebudayaan lokal yang kaya akan nilai seni dan filosofi. Seni ukir Surakarta memiliki ciri khas yang mengambil gubahan motif patran dan ukel pakis yang menjalar dengan bebas dan fleksibel dengan variasi wujud motif cembung dan cekung yang dilengkapi variasi buah dan bunga. Hal ini memungkinkan untuk mengembangkan motif ukir Surakarta mengikuti perkembangan digitalisasi di zaman sekarang dengan menonjolkan ciri khas seni ukir Surakarta yang mudah diingat oleh banyak orang Oleh karena itu, tipografi menjadi salah satu cara untuk mengkomunikasikan ide atau informasi yang dapat mengikuti perkembangan zaman. Perancangan font dekoratif bertujuan untuk menciptakan tipografi yang tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi teks, tetapi juga sebagai elemen desain visual yang menarik. Perancangan desain font adaptasi dari motif ukir Surakarta ini menciptakan sebuah font dekoratif bernama AKSARAKARTA yang ditampilkan menggunakan gaya visual dekoratif patran, memadukan kesederhanaan struktur sans-serif dengan motif ukir Surakarta yang diterapkan secara minimalis pada bagian tertentu huruf, seperti ujung, sambungan, atau garis horizontal yang menciptakan keseimbangan antara modernitas dan estetika, serta diaplikasikan dengan konsep dan beberapa media yang dipilih, sebagai alat promosi untuk memperkenalkan kepada audiens yang lebih luas.

***Kata kunci** – Dekoratif, Font, Huruf, Seni Ukir, Tipografi*

Abstract

Surakarta carving art is one of the local cultural heritages that is rich in artistic and philosophical value. Surakarta carving art has a distinctive characteristic that takes the composition of patran and ukel fern motifs that spread freely and flexibly with variations in the form of convex and concave motifs that are complemented by variations of fruit and flowers. This makes it possible to develop Surakarta carving motifs following the development of digitalization in today's era by highlighting the characteristics of Surakarta carving art that many people easily remember. Therefore, typography is one way to communicate ideas or information that can keep up with the times. The design of decorative fonts aims to create typography that not only functions as a medium for text communication but also as an attractive visual design element. The design of the font adaptation of the Surakarta carving motif creates a decorative font called AKSARAKARTA, which is displayed using a decorative patran visual style, combining the simplicity of the sans-serif structure with the Surakarta carving motif applied minimally to certain parts of the letters, such as the ends, joints, or

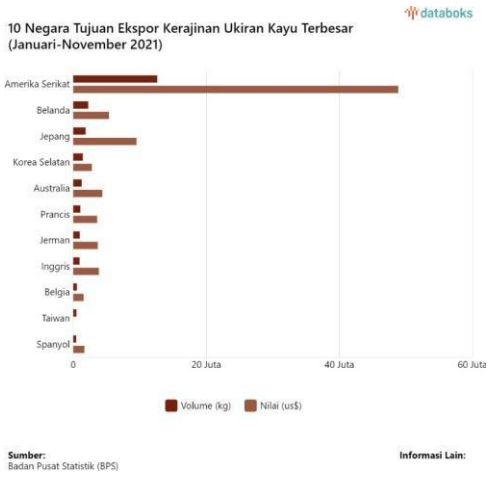
horizontal lines that create a balance between modernity and aesthetics and is applied with the concept and several selected media, as a promotional tool to introduce to a wider audience.

Keyword *– Decorative, Font, Carving Art, Typography*

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia terkenal akan keragaman kerajinan seninya, termasuk kerajinan ukiran kayu. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat Amerika Serikat menjadi negara tujuan ekspor kerajinan ukiran kayu terbesar Indonesia. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), volume ekspor kerajinan ukiran kayu Tanah Air sebanyak 27,38 juta kilogram (kg) pada Januari hingga November 2021. Volume ekspornya meningkat 5,67% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya sebesar 25,91 juta kg. Sementara, nilai ekspor kerajinan ukiran kayu pada Januari hingga November 2021 tercatat sebesar US$ 100,1 juta. Nilai ekspornya naik 17,17% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yang sebesar US$ 85,43 juta. Negara-negara di kawasan Eropa merupakan pasar terbesar ekspor kerajinan ukiran kayu Indonesia. Amerika Serikat menempati urutan teratas negara tujuan ekspor kerajinan ukiran kayu terbesar, yaitu mencapai 12,6 juta kg (US$ 48,8 juta). Belanda berada di urutan berikutnya dengan volume ekspor sebanyak 2,26 juta kg (US$ 5,37 juta). Kemudian, ekspor kerajinan ukiran kayu ke Jepang sebanyak 1,86 juta kg (US$ 9,5 juta). Volume ekspor kerajinan ukiran kayu ke Korea Selatan sebanyak 1,43 juta kg (US$ 2,8 juta). Adapun, volume ekspornya ke Australia dan Prancis masing-masing sebesar 1,28 juta kg (US$ 4,38 juta) dan 1,06 juta kg (US$ 3,6 juta) (sumber: databoks.katadata.co.id).



Nilai ekspor Surakarta pada periode 2020-2023 menunjukkan tren fluktuatif. Komoditas terbesar penyumbang ekspor pada 2022 yakni mebel serta seni ukir kayu sebesar 39,77%. Secara umum, ekspor 2020 mengalami penurunan 23,83%. Ekspor 2021 terkontraksi sebesar 18,16 %. Sedangkan pada 2022 mengalami peningkatan lebih dari 2

kali lipat dibandingkan pada 2021. Badan Pusat Statistik Kota Solo dalam publikasi Indikator Eknomi Kota Surakarta 2022 mencatat freight on board (FOB) ekspor atau harga beli yang didapatkan penjual di Solo per 2022 tertinggi yakni mebel kayu sebesar US$22,363 juta, dan mengalami penurunan pada 2023 sebesar 11% yang disebabkan kondisi geopolitik dan perekonomian global (sumber: bisnis.solopos.com). Dapat disimpulkan bahwa seni ukir Surakarta masih memiliki daya tarik yang kuat di kalangan Masyarakat Indonesia dan internasional, serta memiliki potensi untuk dikembangkan sehingga mampu membantu pertumbuhan ekonomi di Surakarta. Akan tetapi, Jepara yang memiliki julukan sebagai *The World Carving Center* atau kota ukir dunia memiliki nilai ekspor 8 sampai 10 kali lipat lebih banyak jika dibandingkan dengan nilai ekspor seni ukir Surakarta di tahun yang sama. Selain itu, pada tahun 2023 tercatat angka ekspor industri mebel ukir Jepara mencapai US$307 juta dalam satu tahun (sumber: bupatijepara.id).

Seni ukir Surakarta memiliki motif dengan ciri khasnya sendiri, akan tetapi tidak ada strategi yang jelas untuk memperkuat identitasnya agar lebih kompetitif dibanding seni ukir Jepara. Seni ukir Surakarta masih berfokus pada produk konvensional, sementara era digital membuka peluang besar bagi ekspansi ke media lain. Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan inovasi dan pemasaran terhadap seni ukir Surakarta supaya mampu bersaing dan meningkatkan nilai jual di pasar yang semakin kompetitif. Jika tidak ada inovasi dan strategi pemasaran baru, seni ukir Surakarta akan semakin tertinggal dan warisan budaya ini akan semakin dilupakan, terutama oleh generasi muda. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan mengikuti perkembangan digitalisasi di zaman sekarang dengan menonjolkan ciri khas seni ukir

Surakarta yang mudah diingat oleh banyak orang.

Orang-orang saling berlomba-lomba menciptakan ide dan kreatifitas baru yang selalu mengikuti perkembangan tren, salah satunya yaitu melalui *visual branding* atau *visual identity* yang bertujuan untuk menjadikan suatu produk lebih menarik dan menonjolkan keunikannya. Dari masalah dan kekosongan yang ada, perancangan *font* dirasa menjadi salah satu ide kreatif dan inovatif yang dapat dikembangkan dengan mengadaptasi dari motif ukir Surakarta. Di era digital, *font* menjadi salah satu elemen yang sangat penting dalam komunikasi visual karena *font* mudah untuk disampaikan kepada masyarakat dengan jelas dan efektif, serta fleksibel untuk diaplikasikan di berbagai media, baik digital maupun cetak.

Dari fenomena-feniomena yang telah disebutkan, tujuan utama perancangan *font* dekoratif adaptasi dari motif ukir Surakarta yaitu tidak hanya meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap seni ukir Surakarta, tetapi juga menjadi aset visual branding yang mampu mendongkrak nilai jual secara signifikan. Selain itu, inisiatif ini bertujuan untuk melestarikan dan menumbuhkan kecintaan terhadap seni ukir, sekaligus memperkuat identitas budaya Jawa khususnya Surakarta.

Rumusan Masalah dari perancangan atau penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perancangan *font* dekoratif dengan adaptasi dari ukir Surakarta sebagai aset *visual branding* untuk mendorong nilai jual ukir Surakarta ?
2. Bagaimana merancang desain *font* dekoratif dengan adaptasi dari ukir Surakarta ?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka perancangan atau penelitian ini memiliki tujuan

1. Membuat konsep perancangan *font* dekoratif dengan adaptasi dari ukir Surakarta.
2. Merancang desain *font* dekoratif dengan adaptasi dari ukir Surakarta.

B. PEMBAHASAN

1. Tinjauan Pustaka

Jurnal penelitian yang berjudul "Perancangan *Font* Baru Dengan Mengadaptasi Dari Motif Batik Parang" menjelaskan bagaimana cara mengadaptasi sebuah font dengan sumber ide kebudayaan Indonesia yaitu batik Parang sehingga terciptanya sebuah font dekoratif baru. Adapun penciptaan font baru itu tidak hanya sekedar menciptakan, perlu adanya upaya-upaya melestarikan budaya dan sejarah sehingga bermanfaat dan mampu menumbuhkan kecintaan terhadap nilai kelestarian dari sumber ide apa yang diangkat dalam perancangan font dekoratif (Roy Bayu Putra, Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa UNS, 2010).

Manfaat jurnal tersebut sebagai upaya untuk melestarikan dan menumbuhkan kecintaan pada kebudayaan Indonesia yang ada dan memotifasi agar selalu menggali potensi-potensi kekayaan budaya Indonesia, dan mengembangkannya menjadi sesuatu yang baru. Adapaun perbedaan pada perancangan yang akan dibuat yaitu bersumber ide dari motif ukir Surakarta yang tak terlepas dari sejarah kebudayaan Indonesia.

Jurnal penelitian yang berjudul "Perancangan *Typeface* Bertemakan Simbol Ikan Sura dan Buaya Kota Surabaya" menjelaskan bagaimana merancang *typeface* yang bertemakan simbol ikan sura dan buaya Kota Surabaya sebagai gagasannya, dengan tujuan untuk semakin memperkenalkan Kota Surabaya kepada masyarakat lokal maupun internasional melalui tipografi dan untuk memperkaya bentuk *typeface* di Indonesia. Tipografi merupakan bagian dari disiplin ilmu desain komunikasi visual. Pada masa urban, bentuk-bentuk tipografi mengalami perkembangan secara variatif yang sebagian besar dapat ditemui di sepanjang jalan bahkan di setiap gang-gang. Dimana Sebagian bentuk tipografi tersebut bukanlah jenis tipografi yang dihasilkan melalui proses komputerisasi atau

berasal dari jenis huruf (*typeface*) yang sudah ada, melainkan bentuk tipografi yang dihasilkan oleh masyarakat sekitar dengan cara manual (Dimas Putra Daniswara, Program Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya 2016).

Manfaat jurnal tersebut adalah perancangan *typeface* dengan menggunakan simbol atau ikon sebuah kota sebagai gagasannya untuk memperkenalkan budaya nasional merupakan suatu perwujudan dari perkembangan dunia tipografi yang pesat dan berkembang serta kemudahan untuk menciptakan *typeface* secara individu. Adapaun perbedaan pada perancangan yang akan dibuat yaitu tidak hanya memperkenalkan *typeface* sebagai simbol kota atau memperkenalkan budaya nasional, tetapi juga sebagai aset visual yang dapat mendorong nilai jual suatu produk, seperti ukir Surakarta.

Jurnal penelitian yang berjudul "Fasad Candi Borobudur Sebagai Ide Perancangan Desain Tipografi Untuk Aset Visual Branding Kabupaten Magelang" menjelaskan perlu adanya desain huruf atau tipografi khas sebagai aset desain yang dapat mengemas visual brand Kabupaten Magelang menjadi lebih lengkap. Melalui visual branding yang lebih khas dan sesuai maka promosi Kabupaten Magelang sebagai daerah pariwisata akan lebih terangkat seperti daerah pariwisata Candi Borobudur. Seperti halnya bahwa aset visual branding dapat digunakan pada iklan serta promosi dalam bentuk cetak maupun digital (Hafiyan & Pratama, 2022).

Manfaat jurnal tersebut adalah menambah wawasan dan konsep desain perancangan font dari sumber ide adaptasi yang tepat serta dengan pendekatan style dekoratif dapat melahirkan karakter gaya font yang kuat dan mampu memberikan ketertarikan membaca.

Jurnal penelitian yang berjudul "Perancangan Desain Maskot Kabupaten Situbondo Dengan Pendekatan Design Thinking" menjelaskan bagaimana membangun identitas Kabupaten Situbondo melalui visual branding dengan menciptakan sebuah maskot agar masyarakat Situbondo dan luar Situbondo mudah mengingat Kabupaten Situbondo beserta isinya. Maskot dapat menjadi alat komunikasi sekaligus proses yang dapat menjadi suatu media promosi yang efektif dalam konteks "awareness" atau kesadaran untuk jangka pendek, dan "loyalty" untuk jangka panjang. Salah satu satu penerapan penguatan brand awareness adalah adanya maskot sebagai suatu representasi visual terhadap instansi, lembaga maupun perusahaan. Selain itu, peran maskot menjadi esensial sebagai suatu alat komunikasi yang membawa misi tertentu, bahkan maskot juga mempunyai peran sebagai salah satu media promosi yang strategis (Abdurrohman et al., 2023).

Manfaat jurnal tersebut yaitu menambah ide kreatif melalui visual branding dengan mengikuti perkembangan zaman ditigalisasi untuk menarik perhatian audiens terhadap suatu brand atau tempat supaya mudah diingat. Selain pembuatan maskot, adapaun perbedaan pada perancangan yang akan dibuat yaitu melalui perancangan font dekoratif adaptasi dari seni ukir Surakarta yang dapat menjadi solusi dalam peningkatan daya tarik masyarakat terhadap seni ukir Surakarta dan sebagai aset visual branding yang mampu mendorong nilai jual jauh lebih tinggi dari sebelumnya.

2. Metode

1. Ide

Ide perancangan *font* ini adalah pengembangan inovasi dan pemasaran terhadap seni ukir Surakarta dengan mengikuti perkembangan digitalisasi di zaman sekarang yaitu dengan mengadaptasi motif seni ukir Surakarta sebagai bentuk *font* baru serta mengangkat nilai sejarah kebudayaan di Indonesia. *Typeface* yang dipilih adalah *typeface* dekoratif karena merupakan *typeface* yang komunikatif dan ekspresif.

2. Survey/Observasi

   Observasi merupakan sebuah proses pengamatan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data, untuk mengembangkan sebuah proses perancangan suatu karya desain yang nantinya akan di gunakan dalam perancangan desain *font* dekoratif adaptasi dari motif ukir Surakarta. Pengamatan yang dilakukan penulis melalui beberapa sumber referensi seperti buku, jurnal, skripsi, tugas akhir. Selain itu juga melakukan wawancara pada narasumber yang ahli pada bidangnya dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk mendapat jawaban yang akan dipakai sebagai sumber data pada penelitian tugas akhir ini.

3. Brief

   Bertujuan sebagai aset visual dan media promosi yang dapat menunjang nilai penjualan dan mengangkat nilai sejarah seni ukir kepada masyarakat lokal maupun internasional. Disesuaikan dengan kebanyakan *type designer* yang mayoritas memilih *typeface* dekoratif karena *typeface* ini memiliki makna dan ciri khas sesuai dengan pesan apa yang akan diangkat *type designernya* dalam penciptaan sebuah *font*.

4. Creative Brief

   Merupakan sebuah struktur rancangan yang akan dilakukan melalui strategi visual dengan memilih cara

cara yang tepat untuk mewujudkan ide ke bentuk visual sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan.

a. Sketsa, akan dibuat secara digital sebagai sketsa awal menggunakan xp-pen pada aplikasi Adobe Illustrator dengan guidline kemudian akan di tracing
b. Desain font yang berbentuk shape akan dieskpor pada layanan online Calligraph.com untuk mengubah desain shape menjadi bentuk font dengan format ttf, supaya dapat digunakan.
c. Font Dekoratif yang akan di buat pada tugas akhir ini menyesuaikan dari segmentasi yang ada serta aspek lainnya dari hasil observasi yang telah dilakukan.
d. Font Dekoratif pada tugas akhir ini nantinya akan diaplikasikan sebagai ikonik pada sebuah media cetak maupun media sosial yang berkaitan dengan kebudayaan.

5. Final Desain

   Setelah seluruh hasil riset dan data data terkumpul dengan lengkap, maka perancangan font dekoratif akan dimulai. Final desain nantinya akan dijadikan sebagai aset visual branding yang diaplikasikan melalui media cetak seperti poster/banner dan media sosial yang merupakan eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan konsep yang telah disusun dari tahapan sebelumnya.

6. Evaluasi

   Setiap karya yang sudah tercipta, tidak lepas dari evaluasi dari karya tersebut. Maka dari itu harapannya kritik dan saran dari pihak dosen pembimbing, type designer dan juga pembaca agar dapat menjadi bahan evalusai pada penciptaan karya kedepannya

3. Hasil Perancangan Atau Penelitian

Analisa data

1. Segmentasi

a. Demografi

Jenis kelamin laki-laki dan perempuan, usia 18 - 35 Tahun, pendidikan Sekolah Menengah Atas/Sekolah Menengah Kejuruan - pekerja, tingkat ekonomi atau pendapatan semua kalangan ekonomi, dan agama semua Agama

b. Psikografi

Masyarakat yang bekerja di bidang kreatif dan memiliki jiwa muda, mengapresiasi dan mengikuti dengan baik perkembangan dunia kreatif, mengerti dan memahami aspek-aspek desain dan memiliki pemahaman terhadap seni pemilihan huruf dalam tipografi.

c. Geografis

Untuk seluruh masyarakat Indonesia khususnya daerah Surakarta yang mempunyai *barcode* yang dibagikan di beberapa media yang kemudian dapat digunakan untuk mengakses *Font* Ukir Surakarta, karena file *font* berbentuk format *ZIP*.

d. Behavior

Behavior dalam perancangan ini yaitu masyarakat yang bekerja di bidang kreatif yang ingin memberi kesan kuat dalam desainnya untuk memvisualkan suatu komunikasi dalam rancangan desain yang menggunakan elemenelemen desain bertemakan kebudayaan.

2. *Unique Selling Point* (USP)

Font dekoratif ini adalah jenis *font* yang memiliki bentuk dan ciri khas kuat mengadaptasi dari gubahan motif patran dan ukel pakis yang menjalar dengan bebas dan fleksibel pada seni ukir Surakarta, sehingga dapat menarik perhatian para audien atau pembaca.

3. ***Emotional Selling Proposition* (ESP)**

Cara komunikasi untuk menarik emosi target audien yaitu dengan cara:

Melalui perancangan *font* dekoratif yang diadaptasi dari motif ukir Surakarta dapat membangkitkan rasa nostalgia, dan rasa hormat pengguna *font* terhadap tradisi budaya

lokal, sehingga membuat mereka lebih memperhatikan lagi budaya lokal yang ada di sekitar. Bagi pekerja kreatif atau siapa pun yang menggunakan *font* ini, akan merasakan kepuasan dalam merancang desain karena detail dan keindahan motif ukir Surakarta yang sangat khas dapat menciptakan kesan estetik. Selain itu, pekerja kreatif yang menggunakan *font* ini secara tidak langsung dapat mempromosikan nilai budaya tersebut melalui desain visual yang dibagikan di media sosial, memperkenalkan keindahan tradisi kepada audiens yang lebih luas.

4. Positioning

Positioning dalam perancangan font adalah cara mendefinisikan bagaimana sebuah font dirancang, dipersepsikan, dan digunakan oleh target audiens untuk memenuhi kebutuhan tertentu dalam desain visual. Font tidak hanya sekedar kumpulan huruf yang digunakan untuk merangkai kata atau kalimat, tetapi juga elemen penting yang mencerminkan identitas, emosi, dan fungsi dalam penyampaiannya. Perancangan font ini ditampilkan menggunakan gaya visual Art Nouveau. Art Nouveau adalah gaya seni dan desain yang berkembang pada akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20 (sekitar 1890–1910). Gaya ini dikenal dengan garis-garis organik, bentuk melengkung, serta ornamen dekoratif yang terinspirasi dari alam, seperti bunga, daun, dan sulur-suluran, dipadukan dengan kesederhanaan struktur sans-serif dengan motif ukir Surakarta yang diterapkan secara minimalis pada bagian tertentu huruf, seperti ujung, sambungan, atau garis horizontal yang menciptakan keseimbangan antara modernitas dan estetika. Tujuan utamanya adalah untuk menawarkan visual yang unik dan menarik kepada audiens, sesuai dengan kebutuhan mereka dalam menciptakan desain yang tidak hanya bersifat informatif tapi mempunyai kekuatan untuk memvisualkan dalam rancangan desain yang baik dengan tema kebudayaan.

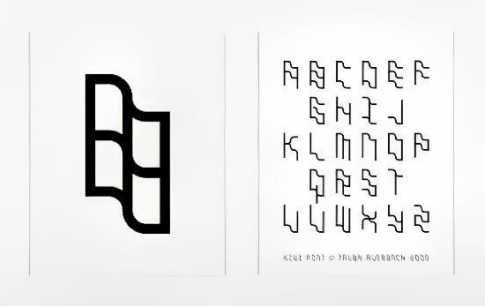
Strategi Kreatif

a. Konsep Visual

1. Layout

Perancangan font dekoratif ini merupakan proses kreatif yang

melibatkan eksplorasi bentuk dan elemen visual unik untuk menciptakan tipe huruf yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki daya tarik estetis. Dengan mengusung tema kebudayaan, desain ini menonjolkan elemen visual berupa motif ukir Surakarta yang ditampilkan melalui Type Specimen Layout. Type Specimen Layout adalah desain visual yang digunakan untuk menampilkan karakteristik visual, gaya, dan fungsi sebuah jenis font. Layout ini biasanya digunakan untuk memperlihatkan bagaimana suatu font bekerja dalam berbagai konteks, seperti dalam teks pendek, panjang, dan beragam ukuran. Dengan sifatnya yang mampu mengeksplorasi potensi estetika dan fungsi, Type Specimen Layout sangat efektif digunakan dalam perancangan font dekoratif ini.



2. Warna

Warna yang digunakan dalam media perancangan *font* AKSARAKARTA yaitu warna *vintage*. Warna-warna *vintage* adalah palet warna yang terinspirasi oleh estetika masa lampau, sering kali mencerminkan nilai-nilai budaya dan tren dari era tertentu. Palet warna ini memiliki hubungan erat dengan kebudayaan karena memuat simbolisme, sejarah, serta kenangan kolektif yang diwariskan dari generasi ke generasi. Selain menghadirkan estetika klasik, warna-warna *vintage* juga berfungsi sebagai penghubung emosional ke masa lalu. Contoh warna yang digunakan pada perancangan karakter ini adalah sebagai berikut:

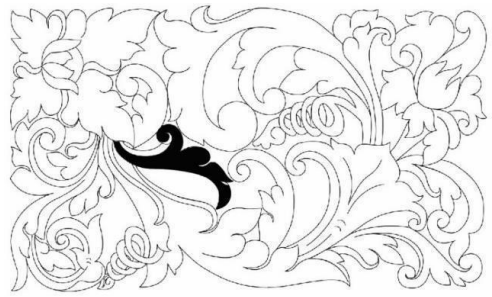
3. Tipografi

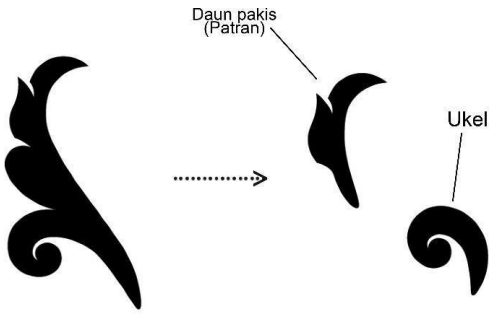
Tipografi yang digunakan pada media yaitu *font* AKSARAKARTA, termasuk jenis *font* dekoratif yang merupakan media utama dalam Tugas Akhir ini. Jenis *font* ini digunakan karena memiliki sifat mampu memberikan kesan *estetis* dan

berbeda pada audien. Sehingga harapannya dengan menggunakan *font* yang *estetis* dan berbeda ini mampu menarik minat baca audien.

4. Desain Motif Adaptasi

Motif ukir Surakarta apabila dilihat sekilas mempunyai bentuk yang serupa dengan motif ukir Jawa lainnya, namun sebenarnya berbeda. Yang membedakan motif ukir Surakarta yaitu pada gubahan motif patran dan ukel pakis yang menjalar dengan bebas dan fleksibel. Motif inilah yang akan dijadikan sebagai desain adaptasi pada perancangan *font* dekoratif ini.





b. Konsep Verbal

1. *Headline*

Headline adalah elemen strategi verbal yang dirancang untuk menarik perhatian dan membangkitkan rasa ingin tahu audiens. Sebagai komunikasi verbal pertama yang dibaca, *headline* memiliki peran penting dalam memikat minat khalayak untuk melanjutkan ke *subheadline*. Oleh karena itu, *headline* harus singkat, jelas, dan langsung pada inti pesan. Dalam perancangan ini, *headline* yang digunakan adalah "AKSARAKARTA," yang diambil langsung dari nama perancangan *font* dekoratif tersebut, sehingga lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat.

2. *Subheadline*

Subheadline adalah penjelasan lebih lanjut mengenai *headline*, *subheadline* biasanya lebih panjang dari *headline* dan lebih membantu audien atau pembaca memahami isi dalam sebuah media informasi. *Subheadline* yang akan digunakan adalah "Surakarta Carved *Font*", merupakan penjelasan/informasi bahwa *font* tersebut terinspirasi dari motif ukir Surakarta.

4. Body Copy

Body Copy adalah adalah bagian dari iklan yang berisi teks atau informasi tentang produk atau layanan yang diiklankan. Dalam perancangan ini *bodycopy* yang digunakan adalah *set character font* Aksarakarta, yang tujuannya untuk memberi informasi dari bentuk visual *font* dekoratif itu sendiri.

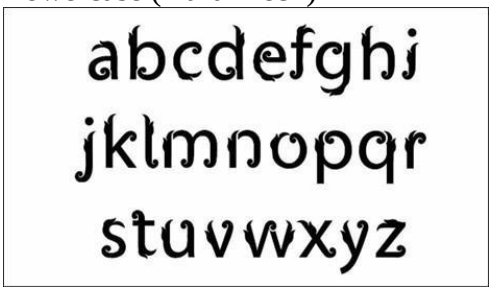
Perancangan Karya

a. Media Utama

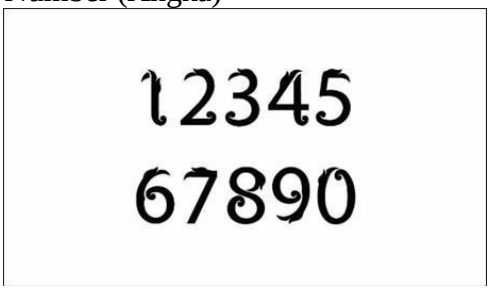
Media utama yang digunakan dalam perancangan desain *font* dekoratif adaptasi dari motif ukir Surakarta ini yaitu *set character font* AKSARAKARTA yang terdiri dari *uppercase* (huruf besar) A-Z, *lowercase* (huruf kecil) a-z, angka 0-1, dan tanda baca.

1. Uppercase (Huruf besar)

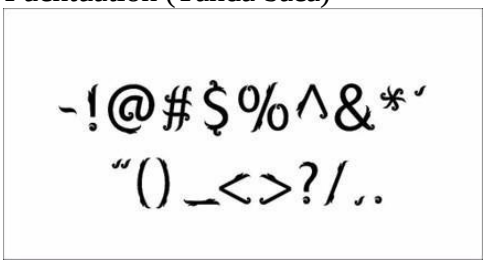
2. Lowercase (Huruf kecil)



3. Number (Angka)



4. Pucntuation (Tanda baca)



b. Media Pendukung

1. Tshirt

2. Poster

3. Totebag

4. Pin

5. Stiker

6. Roll Banner

5. PENUTUP

Pada dasarnya tipografi sendiri menjadi salah satu cara untuk mengkomunikasikan ide atau informasi yang dapat mengikuti perkembangan zaman. Perancangan *font* dekoratif bertujuan untuk menciptakan tipografi yang tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi teks, tetapi juga sebagai elemen desain visual yang menarik dan memperkaya pengalaman estetika. *Font* dekoratif sering kali mengutamakan aspek artistik dengan penekanan pada bentuk, ornamen, dan detail yang khas, sehingga menciptakan kesan unik dan kuat dalam konteks desain, sehingga sangat cocok jika diadaptasi dari motif ukir Surakarta.

Motif ukir Surakarta memiliki nilai estetika dan budaya yang mendalam, yang mencerminkan kekayaan seni tradisional Jawa. Ciri khasnya terletak pada detail rumit, penggunaan garis melengkung, dan ornamen yang kaya, yang tidak hanya menghias, tetapi juga menyampaikan simbolisme dan filosofi tertentu. Motif ukir ini telah menjadi bagian integral dari identitas budaya Surakarta dan merupakan manifestasi dari keindahan yang menggambarkan nilai spiritual dan sosial dalam kehidupan masyarakat Jawa.

Dalam perancangan desain *font* adaptasi dari motif ukir Surakarta ini menciptakan sebuah *font* dekoratif bernama AKSARAKARTA yang ditampilkan menggunakan gaya visual *dekoratif patran*, memadukan kesederhanaan struktur *sans-serif* dengan motif ukir Surakarta yang diterapkan secara minimalis pada bagian tertentu huruf, seperti ujung, sambungan, atau garis horizontal yang menciptakan keseimbangan antara modernitas dan estetika, serta diaplikasikan dengan konsep dan beberapa media yang dipilih, sebagai alat promosi untuk memperkenalkan kepada audiens yang lebih luas.

Daftar Pustaka

Abdurrohman, A., Aditya, A., & Nurfitri, R. (2023). Perancangan Desain Maskot Kabupaten Situbondo Dengan Pendekatan Design Thinking. MAVIS : Jurnal Desain Komunikasi Visual, 5(01), 38–46. https://doi.org/10.32664/mavis.v5i01.757

Daniswara, D. P., & Aryanto, H. (2016). Perancangan *Typeface* Bertemakan Simbol Ikan Sura dan Buaya Kota Surabaya. Jurnal Pendidikan Seni Rupa, 4(2), 351-359.

Hafiyan, R. M. R., & Pratama, N. E. (2022). Fasad Candi Borobudur Sebagai Ide

Perancangan Desain Tipografi Untuk Aset Visual Branding Kabupaten Magelang. Narada : Jurnal Desain Dan Seni, 9(3), 377–396. https://doi.org/10.22441/narada.2022.v9.i3.010

NAJWAN, T., Lukitasari, E. H., & Wibowo, Y. (2022). Font Dekoratif dengan Sumber Ide Perancangan Ornamen Geometri Istana Al Hambra (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).

Putra, R. B. (2010). Perancangan Font Baru Dengan Mengadaptasi Dari Motif Batik Parang.

Rahayu Adi Prabowo. (2021). MOTIF TRADISI GAYA SURAKARTA Eksistensi Dan Pengembangannya Pada Ukir Kayu. Jurnal Budaya Nusantara, 4(2), 276–286. https://doi.org/10.36456/b.nusantara.vol4.no2.a4057