

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Sejenis

Dalam penelitian ini perlu adanya referensi atau tinjauan penelitian dalam project sejenis yang berfungsi sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang serupa. Berikut adalah tinjauan pustaka sebagai bahan perbandingan dan referensi yaitu :

2.1.1. Mengenali Identitas Visual Institusi Pendidikan Desain di Indonesia: Sebuah Studi Komparatif

Penelitian yang dilakukan oleh Fahminnansih, Utami, dan Erdiana (2022) ini membandingkan identitas visual dari beberapa institusi pendidikan desain di Indonesia, termasuk elemen visual seperti logo, warna, dan terutama tipografi. Mereka menekankan bahwa identitas visual yang dirancang secara konsisten tidak hanya membentuk citra institusi di mata publik, tetapi juga memperkuat kesan profesionalisme dan kredibilitas institusi tersebut. Penelitian ini juga menjelaskan bagaimana peran tipografi sebagai bagian dari sistem identitas dapat meningkatkan daya saing sebuah institusi pendidikan dalam menarik calon mahasiswa serta membedakan diri dari kompetitor lainnya.

2.1.2. Perancangan Identitas Visual Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Esa Unggul

Dalam penelitian ini, Acviansyah dan Mustaqim (2021) merancang ulang identitas visual untuk Program Studi DKV Universitas Esa Unggul. Mereka tidak hanya mendesain ulang logo, tetapi juga mengembangkan sistem visual yang utuh, termasuk pemilihan warna, komposisi grafis, dan tipografi. Salah satu fokus utamanya adalah bagaimana tipografi yang dirancang

atau dipilih secara tepat mampu memperkuat karakter program studi yang modern dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Penelitian ini menunjukkan bahwa tipografi dapat berfungsi sebagai media komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun persepsi publik terhadap nilai dan kepribadian institusi pendidikan tersebut.

2.1.3. Konsistensi Penggunaan Brand Guidelines pada Materi Promosi Universitas Pradita

Harnoko, Utomo, dan Raden (2025) dalam penelitiannya menyoroti pentingnya penerapan *brand guidelines* secara konsisten pada seluruh materi promosi Universitas Pradita. Penelitian ini mengkaji bagaimana elemen-elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi harus diterapkan secara tepat dan seragam agar pesan institusi tersampaikan dengan efektif. Mereka menemukan bahwa ketidakkonsistenan dalam penggunaan elemen visual dapat menyebabkan kebingungan audiens dan melemahkan citra institusi. Selain itu, tipografi yang kuat dan konsisten disebut sebagai salah satu kunci utama dalam memperkuat daya ingat merek. Penelitian ini relevan sebagai pembandingan dalam proyek perancangan *display typeface*, terutama dalam konteks penggunaannya di media promosi seperti *signage*, *merchandise*, dan konten digital.

2.1.4. Perancangan Typeface sebagai Identitas Visual Jurusan Etnomusikologi ISI Yogyakarta

Tugas akhir yang disusun oleh Gigih Putra Santosa (2024) ini merupakan proyek perancangan *typeface* sebagai bentuk penguatan identitas visual Jurusan Etnomusikologi ISI Yogyakarta. Santosa melihat bahwa jurusan tersebut belum memiliki elemen tipografi khas yang dapat mencerminkan kekayaan budaya dan karakter etnomusikologi secara visual.

Melalui proses riset mendalam, observasi lingkungan kampus, serta wawancara dengan pihak jurusan, Santosa merancang sebuah *display typeface* yang dinamai *Etnika YK*. *Typeface* ini difokuskan untuk kebutuhan non-administratif seperti media promosi, konten dokumentasi kegiatan, dan keperluan digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa *typeface* yang dirancang dengan mengacu pada konteks budaya dan karakter institusi dapat memperkuat diferensiasi visual serta membangun identitas yang otentik dan bermakna.

2.2. Landasan Teori

Dalam proses perancangan *display typeface*, terdapat sejumlah aspek penting yang perlu diperhatikan dan dipahami secara menyeluruh. Teori-teori yang relevan berfungsi sebagai dasar pemahaman sekaligus landasan dalam setiap tahapan produksi desain, mulai dari eksplorasi visual, pengembangan karakter huruf, hingga aplikasi media secara konsisten.

2.2.1. Tipografi dan Perancangan Huruf

Tipografi adalah elemen kunci dalam desain komunikasi visual, sebab secara esensial menyampaikan pesan melalui bentuk dan tata huruf yang terstruktur. Dalam konteks *display typeface*, huruf dirancang khusus untuk penggunaan pada judul atau elemen visual utama, sehingga memerlukan estetika yang khas sekaligus tetap mempertahankan keterbacaan tinggi. Studi oleh Fais, Avisena & Majid (2024) menegaskan bahwa tipografi yang disesuaikan dengan preferensi visual Generasi Z dapat memperkuat persepsi pesan dalam iklan digital, yang juga berlaku dalam pengembangan *typeface* untuk *branding* pendidikan modern (Fais, Avisena, & Majid, 2024).

2.2.2. Identitas Visual dan Branding Institusi

Identitas visual merupakan bagian dari strategi *branding* institusi yang mencakup elemen visual seperti logo, warna, dan jenis huruf. Konsistensi dalam penggunaan elemen-elemen ini dapat memperkuat citra profesional dan membangun kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut (Islam, 2019), identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai aspek estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis yang dapat membentuk persepsi audiens. Ketika elemen visual digunakan secara konsisten dalam berbagai media, hal ini dapat memperkuat kesan profesional, meningkatkan daya ingat merek, dan membangun kepercayaan terhadap institusi.

Dalam konteks institusi pendidikan, penerapan identitas visual memiliki peran strategis dalam membangun citra lembaga di mata calon mahasiswa, mitra, dan masyarakat umum. Tipografi, sebagai salah satu komponen visual yang paling sering digunakan, memiliki pengaruh besar terhadap cara pesan disampaikan secara visual. Jenis huruf tertentu dapat mencerminkan karakter formal, inovatif, atau kreatif dari institusi tersebut. Oleh karena itu, pengembangan huruf khusus atau custom typeface yang mewakili nilai dan karakter program studi merupakan langkah penting untuk membangun identitas visual yang kuat, profesional, dan mudah dikenali.

2.2.3. Gaya Desain *Retro-Futuristic*

Gaya retro-futuristik merupakan pendekatan visual yang menggabungkan unsur estetika dari masa lalu, khususnya era 1960–1980-an, dengan representasi imajinatif tentang masa depan. Gaya ini biasanya memanfaatkan bentuk geometris, warna-warna mencolok seperti toska, oranye, atau perak metalik, serta elemen visual yang terinspirasi dari teknologi, antariksa,

dan estetika analog. Menurut Fazli dan Kartikasari (2025), gaya retro-futuristik tidak hanya bersifat dekoratif, tetapi juga mampu membentuk persepsi inovatif dan progresif dalam sebuah karya desain. Visual ini dianggap efektif dalam menarik perhatian generasi muda, khususnya Generasi Z, karena menawarkan pendekatan desain yang berani, eksperimental, dan unik secara visual.

2.2.4. Semiotika Visual: Huruf sebagai Tanda Makna

Dalam perspektif semiotika visual, huruf tidak hanya berfungsi sebagai simbol linguistik, tetapi juga sebagai tanda yang memuat makna mendalam—baik denotatif maupun konotatif—yang membentuk persepsi dan narasi visual sebuah institusi. Pendekatan semiotika Roland Barthes menekankan bahwa huruf sebagai elemen visual dalam desain komunikasi membawa makna yang dikonstruksi melalui konvensi dan interpretasi audiens. Misalnya, bentuk huruf yang rapi dan geometris dapat diasosiasikan dengan profesionalisme, sementara bentuk yang eksperimental menciptakan kesan kreativitas tinggi (Ernawati, 2019).

Ernawati (2019) dalam penelitiannya mengenai karya desain visual menunjukkan bahwa tanda visual, termasuk huruf, mengandung lapisan makna yang berlapis: dari makna literal hingga simbolik yang dihasilkan dari konteks penerapan desain. Pendekatan ini relevan dalam perancangan *display typeface* sebagai identitas visual, karena setiap bentuk huruf turut menyampaikan karakter dan nilai institusi melalui bahasa visual yang dibangun secara konsisten.