

**ANALISIS SEMIOTIKA TIPOGRAFI: EKSISTENSI
HELVETICA DALAM KARYA DESAIN**

SKRIPSI

DEDE KURNIAWAN

20180060064



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK KOMPUTER DAN DESAIN
SUKABUMI
SEPTEMBER 2022**

**ANALISIS SEMIOTIKA TIPOGRAFI: EKSISTENSI
HELVETICA DALAM KARYA DESAIN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Desain*

DEDE KURNIAWAN

20180060064



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK KOMPUTER DAN DESAIN
SUKABUMI
SEPTEMBER 2022**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : ANALISIS SEMIOTIKA TIPOGRAFI : EKSISTENSI
HELVETICA DALAM KARYA DESAIN
NAMA : DEDE KURNIAWAN
NIM : 20180060064

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Desain saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 14 Oktober 2022



DEDE KURNIAWAN
20180060064

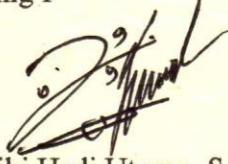
PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : ANALISIS SEMIOTIKA TIPOGRAFI : EKSISTENSI
HELVETICA DALAM KARYA DESAIN
NAMA : DEDE KURNIAWAN
NIM : 20180060064

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 08 November 2022 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Desain (S.Ds)

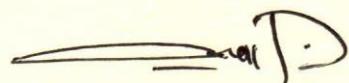
Sukabumi, 08 November 2022

Pembimbing I



Samuel Rihy Hadi Utomo, S.Ds., M.A.
NIDN : 0429069502

Pembimbing II



Agus Darmawan, M.Sn
NIDN : 0431088506

Ketua Penguji



Tulus Rega Wahyuni E, S.Kom.I., M.Sn
NIDN : 0430109501

Ketua Program Studi



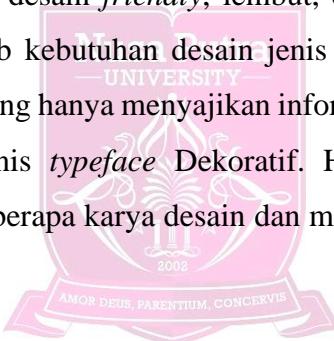
Agus Darmawan, M.Sn
NIDN : 0431088506

Dekan Fakultas Teknik Komputer dan Desain

Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M. Sc, MBA, DBA
NIDN. 0014075205

ABSTRAK

Penelitian ini mencobaa melakukan eksplorasi untuk melihat eksistensi *font* Helvetica dalam beberapa karya desain dengan meminjam perspektif semiotika tipografi yang ditawarkan oleh Theo van Leeuwen. Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *font* Helvetica masih tetap eksis digunakan dalam karya desain karena karakter *font* yang netral, netral dalam artian tidak memihak kedalam salah satu pemaknaan, misal hanya *thin* yang bisa dimaknai sebagai ekslusif, mewah atau *black* yang dimaknai sebagai berani, sombong. karena Helvetica memiliki *weight ultra light* hingga *extra black*. Kemudian *expansion* yang dibuat dan *compressed* (sangat dipersempit), *condensed* (dipersempit), dan *extended* (diperluas). fitur ini biasa digunakan untuk kebutuhan ruang dalam suatu karya desain. Fitur *slope* menunjukkan bahwa *font* Helvetica memiliki jenis *regular* (tegak), *italic* (dimiringkan), dan *curvature* yang mana Helvetica memiliki versi *rounded* yang memungkinkan Helvetica digunakan untuk kebutuhan jenis desain *friendly*, lembut, dan natural. Fitur yang ada dalam *typeface* Helvetica bisa menjawab kebutuhan desain jenis apapun, *font* dengan karakteristik netral, *readability* dan *legibility* yang hanya menyajikan informasi yang jelas dan tanpa ornamen yang dilebih-lebihkan seperti jenis *typeface* Dekoratif. Hal ini kemudian yang membuat Helvetica bisa masuk kedalam beberapa karya desain dan membuat Helvetica itu sendiri masih eksis hingga sekarang.



Katakunci: *Font*, Helvetica, Semiotika, Tipografi, *Typeface*.



ABSTRACT

This study attempts to explore the existence of the Helvetica font in several design works by borrowing the typographical semiotic perspective offered by Theo van Leeuwen. This study applies qualitative research methods by collecting data from observations, interviews and documentation. The results show that the Helvetica font still exists in design works because of its neutral, neutral character in the sense of not taking sides in any of its meanings, for example only thin which can be interpreted as exclusive, luxurious or black which is interpreted as bold, arrogant. because Helvetica weights ultra light to extra black. Then the expansion is created and compressed (strongly narrowed), compressed (narrowed), and extended (expanded). This feature is commonly used for space requirements in a design work. The slope feature indicates that the Helvetica font has a regular type (upright), italic (italics), and curvature where Helvetica has a rounded version that allows Helvetica to be used for the needs of friendly, soft, and natural types of designs. The features in the Helvetica typeface can answer the design needs of any type, a typeface with neutral, readability and legibility characteristics that only present clear information and without exaggerated ornaments such as Decorative typefaces. This then allowed Helvetica to be included in several design works and made Helvetica itself still exist today.



Keywords: Font, Helvetica, Semiotics, Typography, Typeface.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh keseriusan. Shalawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad beserta keluarganya karena secara tidak langsung tanpa bimbingan beliau penulis tidak dapat belajar dengan baik.

Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Desain Universitas Nusa Putra. Tak lupa penulis berterima kasih sebesar-besarnya atas bantuan dari orang-orang disekitar penulis yang telah membantu dalam penggerjaan Skripsi ini yaitu antara lain :

1. Bapak Dr. Kurniawan,ST., M.Si., MM. Selaku Rektor Universitas Nusa putra Sukabumi
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M. Sc, MBA, DBA selaku Dekan Fakultas Teknik Komputer dan Desain Universitas Nusa Putra Sukabumi
3. Bapak Muhamad Muslih, M.Kom selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan Universitas Nusa Putra
4. Bapak Agus Darmawan, M.Sn selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Mas Samuel Rihi Hadi Utomo, S.Ds., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa menyempatkan waktu, meluangkan tenaga, ide dan pikiran dalam membimbing dan memberikan masukan dimulai dari awal penggerjaan skripsi hingga selesai penggerjaan dengan tepat waktu.
6. Seluruh dosen Desain Komunikasi Visual dan dosen Universitas Nusa Putra yang sudah berjasa memberikan ilmu pengetahuan selama pembelajaran di masa kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua Kakek Nenekku tercinta Yuningsih dan Zaenal Abidin, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan doa yang tiada henti juga kesabaran, keikhlasan dan pengorbanan yang tak terhingga.



8. Ayah dan Mamah yang selalu mensupport baik itu dalam hal finansial maupun material.
9. Sahabatku Nelawati Adila, S.Kom yang selalu membantu dalam hal apapun saat proses penggerjaan skripsi ini terutama dalam proses penyusunan daftar pustaka.
10. Sanak Saudara, Keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Strata satu.
11. Rekan – rekan kelas Desain Komunikasi Visual 2018 yang saling membantu dan kompak ketika penggerjaan skripsi

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.



Sukabumi, 14 Oktober 2022

Penulis



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA , saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dede Kurniawan
NIM : 20180060064
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“ ANALISIS SEMIOTIKA TIPOGRAFI : EKSISTENSI HELVETICA DALAM KARYA DESAIN”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 08 November 2022

Yang menyatakan



DEDE KURNIAWAN

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terkait.....	7
2.2 Tipografi	8
2.3 Helvetica.....	21
2.4 Semiotika Tipografi.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
BAB V PENUTUP.....	37
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Contoh desain menggunakan <i>font</i> Helvetica	14
Gambar 1 2 OS X Yosemite <i>font</i> Helvetica	15
Gambar 1 3 <i>Font</i> Helvetica	15
Gambar 2 1 Rancangan huruf A oleh Luca Pacioli dalam buku De Divine Proportioned	21
Gambar 2 2 <i>Font</i> Adobe Jenson	23
Gambar 2 3 <i>Font</i> Times New Roman	24
Gambar 2 4 <i>Font</i> Bodoni	24
Gambar 2 5 <i>Font</i> Neue Swift	24
Gambar 2 6 <i>Font</i> Albertus	25
Gambar 2 7 <i>Font</i> Lehmann	25
Gambar 2 8 <i>Font</i> FF Bau	25
Gambar 2 9 <i>Font</i> Helvetica	26
Gambar 2 10 <i>Font</i> News Gothic	26
Gambar 2 11 <i>Font</i> Futura	27
Gambar 2 12 <i>Font</i> Verdana	27
Gambar 2 13 <i>Font</i> FF Meta	28
Gambar 2 14 <i>Font</i> Giza	28
Gambar 2 15 <i>Font</i> Rockwell	28
Gambar 2 16 <i>Font</i> Adelle	29
Gambar 2 17 <i>Font</i> Bickham Script	30
Gambar 2 18 <i>Font</i> Kocha	30
Gambar 2 19 <i>Font</i> Lovely Bones	34
Gambar 3 1 Tahapan Penelitian	36
Gambar 3 2 <i>Weight</i> <i>Font</i> Helvetica	37
Gambar 3 3 <i>Expansion</i> <i>Font</i> Helvetica	38
Gambar 3 4 <i>Slope/italic</i>	38
Gambar 3 5 <i>Curvature</i> and <i>angular</i>	39
Gambar 3 6 <i>Quickpen font</i>	39
Gambar 3 7 <i>Orientation</i>	40
Gambar 3 8 <i>Font</i> Bison	40
Gambar 3 9 <i>Font</i> Mirosa	41
Gambar 4 2 Slogan Poster Coca-Cola menggunakan <i>font</i> Helvetica	43
Gambar 4 3 Perubahan logo Skype tahun 2003-2012 menggunakan <i>font</i> Helvetica Rounded	44
Gambar 4 4 logo Skype tahun 2003-2012 menggunakan <i>font</i> Helvetica Rounded	44
Gambar 4 5 Event “El millor disseny de l’any” menggunakan <i>font</i> Neue Helvetica Georgian 75 Bold	46

x



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

“Graphic designs are meaningless if they aren’t well-equipped with typography elements has an overwhelming presence, especially in text-based designs. For graphic designers, the use of typefaces is crucial to create a message for viewers or the target audience of a brand... Typography is everywhere. When you see posters, brochures, logos, websites, or anything that has text, to a smaller or larger extent, it involves the use of typography” (Carton, 2020). Atau dengan kata lain kutipan di atas ingin menunjukkan bahwa tipografi merupakan bagian penting dalam desain (Salma, 2021), sejalan dengan yang disampaikan Anggraini dan Nathalia (2014) bahwa tipografi sudah menjadi bagian dalam kehidupan modern. (Anggraini et al., 2014)

Menurut Carter tipografi merupakan cara berkomunikasi secara visual (dalam Maharsi, 2013). Lebih jauh dalam penjelasan Danton, tipografi dipahami sebagai disiplin seni yang berisikan pengetahuan terkait huruf (dalam Maharsi 2013). Atau dengan kata lain, memahami tipografi berarti mengetahui proses kreatif dari penciptaan huruf (mendesain huruf, memilih-memilih huruf dalam sebuah karya desain, menata huruf sebagai bentuk komunikasi dari tampilan yang estetis, menarik, komunikatif, sinergi dengan aspek-aspek lainnya (Maharsi, M.Sn, 2013). Mendukukkan tipografi sebagai karya desain menurut Maharsi (2013) hal ini menjelaskan bahwa ada konsep pada setiap karya tipografi dan harus selaras dengan konsep tersebut. (Maharsi, M.Sn, 2013)

Karya tipografi dapat dilihat pada beragam karya desain baik cetak maupun digital. Karya tipografi dapat ditemui pada *logotype*, poster film, poster konser musik, desain kemasan, video kinetik tipografi, film, animasi, dll. Lebih jauh dalam penuturan Putri (2021) tipografi tidak hanya memberikan kesan kepada pembacanya, tetapi juga untuk menyampaikan informasi dan membuat pembaca nyaman ketika membaca atau melihat teks tersebut (Rustan, 2009). Namun seringkali dalam pengaplikasiannya tipografi (jenis huruf) sering tidak selaras dengan kontennya. Sama halnya dengan penggunaan jenis *font* Times New Roman yang sering digunakan untuk mengesankan formalitas, sehingga kemudian untuk kesan non-formal (kasual) *font* ini tidak dianjurkan untuk digunakan.



Tidak hanya warna, tipografi juga memiliki sifat atau kepribadiannya, yang mana pemilihan huruf ini harus selaras dengan pesan dan entitasnya (Rustan, 2020). Atau apabila merujuk pada media dimana karya tipografi tersebut dapat dilihat, jenis huruf *sans serif* karena mengesankan kesederhanaan, lugas, kekinian dan futuristik maka jenis huruf ini lebih sering ditemui penggunaannya pada kebutuhan digital (layar komputer). Atau dengan kata lain, setiap huruf atau *font* memiliki karakteristik dalam penggunaannya, akan tetapi harus selaras dengan konsep dan produk yang direpresentasikannya. Kekuatan dalam tipografi seperti yang dikatakan Mia Cinneli “*what you want to say and how you want to say, you can make conscious deliberate decisions about the medium of your message not just from the word you choose but from the type you choose*”. Dengan tipografi bisa lebih menguatkan pesan yang ingin disampaikan. (Cinneli, 2016)

Pada tahun 1950-an merupakan periode yang menarik dalam perkembangan desain grafis. Pada periode pasca perang itu setelah bencana perang dunia kedua, ada perasaan idealisme yang nyata diantara banyaknya desainer di seluruh dunia, lebih spesifiknya di eropa. Bawa desain adalah bagian dari kebutuhan untuk merekonstruksi kembali, untuk membuat segalanya lebih terbuka, membuat mereka berjalan lebih lancar, lebih demokratis. Ada rasa tanggung jawab sosial yang nyata dari para desainer, dan inilah periode ketika modernis muncul, mulai dipecah, dirasionalisasi, disusun ulang. Pada masa inilah Swiss Style lahir dan masa ini pula Helvetica diciptakan pada tahun 1957, dimana ada kebutuhan tipografi rasional yang diterapkan pada semua jenis informasi kontemporer baik itu *sign system* maupun *corporate identity* dan merepresentasikan ekspresi visual dunia modern kepada publik dengan *legibility* dan *readibility* yang jelas.

Eksistensi berasal dari bahasa latin *existere*. Eksistensi berarti keberadaan, berada dan hadir. Namun eksistensi tidak berhenti pada fakta hadir/ada, tetapi keberadaan/adanya itu secara konsisten dapat terlihat dalam beberapa karya. Tipografi sebagai karya desain tidak semata berbicara mengenai anatomi huruf atau bentuknya tetapi juga tentang kesan dan pesan apa yang ingin disampaikan. Berdasarkan postingan feed Instagram dengan nama akun @hrifandi_ yang di *posting* pada bulan September 2022 bahwa *font* Helvetica ini banyak digunakan dalam kebutuhan Desain, dengan karakteristik netral yang terwujud dari penggunaanya yang luas selama lebih dari setengah abad. Penggunaanya dari mulai identitas *corporate*, logo brand terkenal, fashion, film, informasi nilai gizi, sampai stasiun bawah tanah kota New York semua menggunakan *font* Helvetica, saking populernya font ini sampe dibikin film. Sifat netral ini menghasilkan tingkat keterbacaan yang tinggi,

sehingga membuat font ini “tidak terlihat”. Membuat logo, warna, fotografi dan aspek visual lain dalam satu kesatuan desain menjadi lebih bersinar. Helvetica lahir dengan nama awal adalah Die Neue Haas Grotesk saat Eduard Hoffmann sebagai perancang Helvetica ingin membuat versi modern dari Azkidenz Grotesk yang pada dasarnya *sans serif* Jerman abad ke-19 tradisional, lalu Max Miedinger yang menggambarnya. Kemudian pada tahun 1960an namanya diubah menjadi Helvetia, adalah nama latin dari Swiss akan tetapi Eduard Hoffmann tidak setuju dan menambahkan huruf C kemudian menjadi Helvetica. Dibuat di Former Site of The Haas Typefoundry, Munchenstein, Swiss.

Helvetica merupakan salah satu *font* dari klasifikasi *typeface Neo-Groestque Sans* yang memiliki karakter netral, modern, sederhana, jelas dan fungsional. Yang masih eksis dalam karya desain lebih dari setengah abad, seperti dalam penggunaan poster film, *logotype*, *corporate branding*, *sign system*, cover buku dan berbagai karya desain lainnya. berikut beberapa desain dari dulu hingga sekarang yang menggunakan *font* Helvetica :



Gambar 1 1 Contoh desain menggunakan font Helvetica

sumber: Google.com



Gambar 1 2 OS X Yosemite font Helvetica

sumber: Macpoin.com



Gambar 1 3 font Helvetica

sumber: Myfonts.com

Sejak kemunculannya hingga sampai pembuatan esai ini pada oktober 2022, jenis *font* Helvetica menunjukkan eksistensinya pada beberapa karya desain. Melihat eksistensi *font* Helvetica pada beberapa karya desain seolah ingin menjelaskan bahwa *font* ini dalam penggunaannya memiliki beberapa kesan, makna dan atau pesan yang secara umum selaras dengan konsep atau produk. Mengetahui eksistensi dan sifat netral dari *font* ini tentu ada makna atau arti dan pesan yang disampaikan pada *font* ini dalam beberapa karya desain maka analisis semiotika tipografi dapat membantu (Utomo & Maharani, 2022) untuk mengetahui makna, kesan dan atau pesan dalam suatu karya tipografi. Oleh karena itu, esai ini akan berusaha mengeksplorasi *font* Helvetica dengan menggunakan analisis semiotika tipografi untuk mengetahui alasan eksistensi dari *font* Helvetica.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat pentingnya tipografi dalam berbagai karya desain tentu memiliki kesan dan pesan yang didapatkan dan juga eksistensi dari *font* Helvetica, maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini antara lain;

1. Bagaimana visualisasi Helvetica dalam beberapa karya?
2. Apa arti atau makna dan pesan dari *font* Helvetica dalam beberapa karya desain?

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari permasalahan, penulis membuat beberapa batasan masalah yaitu

1. Penelitian ini membahas mengenai *font* Helvetica pada 3 periode waktu (1969, 2003, 2021) penggunaan *font* Helvetica dalam karya desain grafis
2. Pengaplikasian *font* Helvetica pada desain logo dan poster film
3. Menganalisis *font* Helvetica menggunakan teori Theo van Leeuwen yang digunakan hanya *Expansion*, *Slope*, dan *Regularity* saja

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, diantaranya



1. Agar dapat mengetahui mengapa *font* Helvetica masih eksis dalam dunia desain grafis
2. Agar dapat membantu para desainer dalam memahami makna dan fungsi *font* Helvetica
3. Bisa lebih memahami fungsi dan kegunaan suatu *font* tersebut

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Sebagai sarana dalam menerapkan ilmu mengenai tipografi
2. Menambah wawasan dalam bidang tipografi khususnya untuk penulis
3. Menganalisis dan membedah *font* Helvetica itu sendiri

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penelitian bisa berjalan dengan sempurna maka dibuatlah sistematika penulisan dibawah ini

BAB I PENDAHULUAN : Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, bagaimana rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : Bab ini membahas mengenai penelitian yang terkait dengan penelitian, landasan teori yang menjelaskan beberapa teori pada topik penelitian, dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN : Bab ini menjelaskan mengenai metode-metode yang akan digunakan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN : Bab ini menjelaskan hasil dan pembahasan yang sudah didapat.

BAB V PENUTUP : Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang diambil dari pembahasan diatas dan saran yang diberikan penulis sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kita tidak bisa mengabaikan tipografi adalah segalanya. Ketika rambu lalulintas, Majalah, *Cover CD* Album, tas keranjang minimarket, poster, teks buku, chat whatsapp sehari hari, ataupun sebuah *coding* komputer yang begitu kompleks untuk menjalankan suatu program menggunakan element tipografi. Semua hal itu melibatkan tipografi. Hal yang menyenangkan dalam tipografi adalah tidak ada yang diluar batas, orang orang bisa mencintai manuskrip langka, logo, ataupun coretan graffiti dijalanan. Semua tulisan yang dibaca telah dibentuk oleh tangan, karena suatu pemikiran yang mendalam bahwa setiap huruf yang dipakai ada seseorang atau sekelompok orang di suatu tempat ada yang membuat dan menggambarnya kemudian merilisnya ke seluruh dunia. Tipografi sekarang mencapai titik dimana semua orang memiliki *typeface* favoritnya masing masing dan bisa memilih dalam ponsel maupun komputer yang ada membuat semua orang paham apa yang bisa dilakukan tipografi.

Ada begitu banyak beragam klasifikasi *typeface* yang terdapat dalam tipografi, salah satu klasifikasi *typeface* yang popular di zaman sekarang adalah sans serif, ada begitu banyak *font* yang masuk kedalam klasifikasi ini. Salah satu *font* yang masih eksis lebih dari setengah abad adalah Helvetica, Helvetica adalah *font* dari klasifikasi *typeface* Neo-Grotesque Sans yang diciptakan oleh Eduard Hoffman dan Max Miedinger di Swiss pada tahun 1957 dengan nama asli Die Neue Haas Grotesk yang kemudian berubah nama menjadi Helvetica yang berarti Swiss akan tetapi Eduard menambahkan huruf C menjadi Helvetica. Helvetica adalah jenis huruf yang dihasilkan oleh keinginan untuk memiliki keterbacaan yang lebih baik. Ini adalah modern type yang sangat jelas. Dengan *weight* yang tersedia mulai dari Extra Light (100) hingga Extra Black (900). kemudian dengan jenis *expansion* tersedia dalam jenis *condensed*, *compressed*, dan *extended*. Tersedia dalam versi *regular* (tegak) dan *italic* (miring) dan *rounded*. Yang mana hal ini juga yang membuat *font* ini masih eksis digunakan dalam kebutuhan desain apapun mulai untuk kebutuhan desain huruf micro, kebutuhan desain bacaan atau Text dan kebutuhan Headline atau Display, yang menjadikan *font* ini masih eksis selama setengah abad.



Dengan karakter yang bersifat netral, minimalis, sederhana, berani, fungsionalitas, dan objektif. Dari hasil analisis tiga periode waktu yang sudah ditulis dalam esai ini, menandakan bahwa *font* Helvetica masih tetap eksis tak termakan oleh zaman, membuat *font* ini banyak digunakan dalam kebutuhan desain apapun dan menjadikan sebuah pioneer maupun inspirasi bagi *font font* yang muncul setelahnya, bahkan Gary Hustwit seorang sutradara membuat film documenter yang membahas *font* Helvetica ini dengan judul film Helvetica. (Hustwit, 2007)

Kekurangan dari esai ini, penulis belum sepenuhnya memahami tipografi mohon maaf bila mana terdapat beberapa kesalahan yang disengaja maupun tidak, karena keterbatasan literatur yang ada.

5.2 Saran

1. Kepada penelitian lain disarankan untuk melakukan penelitian dengan studi pustaka yang lebih mendalam, memperbanyak referensi yang berkaitan dengan penelitian dimasa yang akan datang.
2. ada begitu banyak *font* yang eksis dari kemunculannya hingga sekarang seperti adobe jenson, times new roman, atau bahkan futura sebagai *font* yang fresh dengan teknik pembuatan menggunakan geometris dasar sebagai *font* inspiratif di ujung klasifikasi terbaru dalam dunia tipografi.
3. Semoga perkembangan klasifikasi typeface tidak berhenti pada geometric sans saja, semoga ada perkembangan lebih lanjut atau adalagi klasifikasi baru yang muncul di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Lia, & Natalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Aulia.
- Cinneli, M. (2016). *The Power Of Typography*. Retrieved April 20, 2016, from https://www.youtube.com/watch?v=C_RzDqgGcao
- Gema, A. (2021). Analisis Penggunaan Tipografi Spasial Sans Serif Dalam Ruang Publik Taman Tematik Kota Bandung. *Semarang : Andharupa*. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/3804>
- Hong, G.-H. (2016). *Script Font*. London : Laurence King Publishing.
- Hustwit, G. (2007). *Helvetica*. United States : Swiss Dots Veer. 80 mins.
- Knuth, D. E. (1979). *Mathematical Typography*. New York : American Mathematical Society.
- Kress, G., & Leeuwen, T. Van. (1996). *The Grammar of Visual Design*. London, Routledge.
- Leeuwen, T. Van. (2006). *Towards A Semiotics Of Typography*. Amsterdam : John Benjamin Publishing.
- Maharsi, M.Sn, I. (2013). *Tipografi Tiap Font Memiliki Nyawa Dan Arti*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- McLean, R. (2000). *Manual of Typography*. London, Thames and Hudson.
- Noth, W. (1995). *Handbook of Semiotics*. Blommington and Indianapolis : Indiana University Press.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, J., & Lubis, H. (2007). *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sihombing MFA, D. (2017). *Tipografi Dalam Desain Grafis* (J. : P. G. P. Utama (ed.)).

- Sjaerodji, Y. S., & Indrawati, D. (2022). Semiotic Analysis Of Typography in Apple Virtual. *Bandung : Lire Jurnal*.
<https://lirejournal.ubb.ac.id/index.php/LRJ/article/view/136>
- Stephen, C. (2012). *The Anatomy of Type*. New York : Harper Design.
- Todd, D., & DeCotes, M. (n.d.). *Picking The Right Font : Serif VS. Sans Serif*.
<https://www.adobe.com/creativecloud/design/discover/serif-vs-sans-serif.html>
- Utomo, S., & Maharani, A. (2022). Analisis Semiotika Tipografi Pada Logotype Produk Skincare Lokal Untuk Pria Indonesia: Menjadi Lebih Lakik(?).
Surabaya : Seminar Nasional Desain 2022.
<http://repository.upnjatim.ac.id/10101/>

