

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Komodo merupakan salah satu hewan yang sangat langka di dunia, komodo sendiri seringkali disebut dengan biawak hanya saja dalam skala yang sangat besar. Hewan langka tersebut cukup banyak ditemui di salah satu pulau di Indonesia. Komodo yang biasa disebut dengan biawak komodo adalah spesies kadal terbesar di dunia yang hidup di Pulau Komodo, Rinca, Flores dan Gili Motang di Nusa Tenggara. Oleh penduduk asli Pulau Komodo, biawak komodo biasa disebut dengan nama setempat ora.

Komodo termasuk anggota famili biawak *Varanidae*, dan klad *Toxicofera*, panjang tubuhnya rata-rata 2-3 meter. Ukurannya yang besar ini berhubungan dengan gejala gigantisme pulau, yakni kecenderungan meraksasanya tubuh hewan-hewan tertentu yang hidup di Pulau kecil tertentu terkait dengan tidak adanya hewan karnivora lain di pulau tempat komodo hidup. Komodo menduduki posisi teratas dan mendominasi ekosistem tempatnya hidup. Keunikannya serta jumlahnya yang semakin berkurang membuat IUCN (*International Union for Conservation of Nature*) memasukkan komodo sebagai spesies yang rentan terhadap kepunahan. Indonesia melindungi biawak komodo ini di bawah peraturan pemerintahan dan Taman Nasional Komodo didirikan untuk melindungi mereka beserta habitatnya. (“Biawak Komodo” par.1-3).

Taman Nasional Komodo terdiri dari tiga buah pulau besar yaitu pulau Komodo, pulau Rinca dan pulau Padar serta 26 buah pulau besar/kecil lainnya. Sebanyak 11 buah gunung/bukit yang ada di Taman Nasional Komodo dengan puncak tertinggi yaitu Gunung Satalibo ( $\pm$  735 meter dpl). Keadaan alam yang kering dan gersang menjadikan suatu keunikan tersendiri. Adanya padang savana yang luas, sumber air yang terbatas dan suhu yang cukup panas; ternyata merupakan habitat yang disenangi oleh sejenis binatang purba Komodo (*Varanus komodoensis*). (“Taman Nasional Komodo” par.1-2)

Sebagian besar taman nasional ini merupakan padang savana dengan pohon lontar yang paling mendominasi dan khas. Beberapa tumbuhan yang ada di

Taman Nasional Komodo antara lain rotan, bambu, asam, kepuh, bidara , dan bakau. Selain satwa khas Komodo, terdapat rusa , babi hutan, ajag, kuda liar , kerbau liar; 2 jenis penyu, 10 jenis lumba-lumba, 6 jenis paus dan duyung yang sering terlihat di perairan laut Taman Nasional Komodo.(“Taman Nasional Komodo” par. 3-4)

Potensi kehidupan laut di taman nasional ini tercatat sebanyak 259 jenis karang dan 1.000 jenis ikan seperti barakuda, marlin, ekor kuning, kakap merah, baronang, dan lain-lain. Taman Nasional Komodo merupakan aset nasional yang mendapat dukungan bantuan teknis untuk pengelolaannya secara internasional, dan telah ditetapkan sebagai Situs Warisan Alam Dunia dan Cagar Biosfir oleh UNESCO.(“Taman Nasional Komodo” par. 5-6).

Berdasarkan data survei Balai Taman Nasional Komodo dan Swiss Contact (*an Australian Government initiative*) wisatawan di Taman Nasional Komodo didominasi oleh wisatawan mancanegara. Oleh karena itu, target marketnya menggunakan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik dimana dikhususkan pada mahasiswa desain karena perancangan ini melakukan promosi melalui *Typeface*. *Typeface* akan dibuat menjadi *true type font* yang mana nantinya diaplikasikan pada media promosi seperti web dan media-media promosi lainnya yang mendukung. Dan untuk jangka panjang akan dibuat *event* yang berupa lomba mendesain poster menggunakan *typeface* yang akan dirancang dalam perancangan promosi ini.

Menurut Sihombing (2), Huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja memberikan suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Huruf atau disebut juga *Typeface* merupakan salah satu elemen terpenting dalam Desain Grafis karena huruf merupakan sebuah bentuk yang *universal* untuk menghantarkan bentuk visual menjadi sebuah bentuk bahasa.

Menurut Danton Sihombing, MFA.(2001), asumsi tentang peneliti dan subjek :

Dalam sejarah perkembangan tipografi pada abad 3100 SM dimulai dari penggunaan *pictograph* oleh bangsa Mesir yang berupa simbol-simbol yang menggambarkan sebuah objek. Kemajuan teknologi selanjutnya terjadi pada tahun 1984 ketika Adobe Systems merilis *PostScript Font* dan di tahun 1991 Apple Computer dan Microsoft Corporation mengeluarkan *TrueType Font*. *PostScript Font* dan *TrueType Font* adalah huruf elektronik atau yang sering disebut *font*. Huruf digital sesungguhnya berupa bahasa kode-kode untuk menghasilkan tampilan bentuk huruf yang sempurna baik di layar monitor maupun pada saat pencetakan. Hadirnya beragam jenis personal komputer dan perangkat lunak yang semakin canggih, serta ditambah dengan meningkatnya apresiasi dari para perancang grafis dan masyarakat umum, merupakan penyebab terjadinya lonjakan kebutuhan terhadap huruf digital (9).

Situasi ini membawa dampak juga di Indonesia terutama pada para desainer grafisnya. Seperti banyaknya penggunaan *Software Adobe Photoshop, Fontographer, Corel Draw*, dsb. dikalangan Desainer Grafis Indonesia. Secara umum, *software* yang digunakan untuk membuat huruf digital yaitu *Fontographer*. Banyak desainer grafis Indonesia menggunakan *software* ini untuk memproduksi huruf untuk kepentingan iklan, web, media cetak, perfilman dan memperkenalkan budaya nusantara.

Dalam sejarahnya, munculnya desain dan gaya huruf dipengaruhi oleh perkembangan atau kemajuan budaya suatu daerah tertentu. Hal ini didukung adanya aksara Jawa yang mewakili kebudayaan Jawa, aksara Bali yang mewakili budaya Bali dan Aksara Sunda yang mewakili budaya Sunda. Ditinjau secara konseptual, Gaya huruf tidak hanya dipengaruhi dengan budaya daerah tertentu tetapi dapat juga dipengaruhi oleh masalah yang terjadi dalam masyarakat di daerah tertentu sehingga dapat mempengaruhi gaya desain sebuah huruf. Seperti halnya Taman Nasional Komodo, di Nusa Tenggara Timur yang dipilih oleh *New 7 Wonders of Nature* yang merupakan sebuah kontes yang diselenggarakan oleh

*New Open World Foundation* dan bekerjasama dengan *The United Nation Office for Partnerships* yang berpusat di Swiss.

Kontes ini diselenggarakan pada tahun 2008, perwakilan dari Indonesia mencakup Taman Nasional Komodo, Gunung Krakatau, dan Danau Toba. Pada saat memasuki tahap kedua Taman Nasional Komodo masuk dalam 261 nominasi, sedangkan Danau Toba dan Gunung Krakatau tereliminasi. Kriteria penilaian *7 Wonders of Nature*, yaitu dengan melakukan *voting*, sehingga bila banyak yang memberi *voting* pada Taman Nasional Komodo, maka persentasenya pun akan bertambah begitu pula dengan sebaliknya. *Voting* ini menunjukkan tingkat kepopuleran Taman Nasional Komodo bukan lagi di tingkat se-ASEAN melainkan di tingkat Dunia.

Oleh karena itu, dibutuhkan promosi yang efektif untuk mempengaruhi masyarakat domestik dan juga masyarakat mancanegara. *Voting* pada Taman Nasional Komodo dapat dilakukan melalui *website* yang telah tersedia yaitu [www.new7wonders.com](http://www.new7wonders.com). Perancangan ini menjadi bagian dari promosi Taman Nasional Komodo yang berada di Pulau Komodo sebagai finalis *New 7 Wonders of Nature*. Media promosi yang digunakan yaitu *Typeface* yang nantinya akan menggunakan karakter Taman Nasional Komodo. Taman Nasional Komodo memiliki banyak potensi baik darat maupun laut sehingga dibutuhkan kecermatan dalam menemukan karakter Taman Nasional Komodo. *Typeface* tidak dapat berdiri sendiri, oleh karena itu diperlukan aplikasi media pendukung yang tepat dan efektif sehingga dapat mempromosikan serta memasarkan *Typeface* pada *Target Market* guna mendukung Perancangan Promosi Taman Nasional Komodo Sebagai Bagian Dari *7 Wonders Of Nature* Melalui *Typeface*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah yang harus dipecahkan adalah :

- Bagaimana merancang *Typeface* beserta aplikasi medianya yang tepat untuk mendukung promosi Taman Nasional Komodo sebagai bagian dari *7 Wonders of Nature*?

### 1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka batasan masalahnya yaitu:

- Objek yang diteliti adalah Taman Nasional Komodo.
- Target *audience* meliputi:
  - a. Demografis
    - jenis kelamin : pria & wanita
    - usia : 23 - 40 tahun
    - siklus hidup berkeluarga : menikah /belum menikah
    - kalangan : profesional
    - status ekonomi sosial : A,B+,B
    - profesi : Dosen desain
    - agama : semua agama
    - kewarganegaraan : WNI
  - b. Geografis
    - wilayah : Seluruh Dunia
    - ukuran kota : kota besar
    - kepadatan : perkotaan, pinggiran kota
  - c. Psikografis
    - kepribadian : mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi, memiliki rasa cinta terhadap alam, dan berjiwa petualang.
  - d. *Behaviour*
    - sikap : ramah, supel, *up to date*, peduli akan kegiatan alam.
- Target Market meliputi :
  - a. Demografis
    - jenis kelamin : pria & wanita
    - usia : 20-50 tahun
    - siklus hidup berkeluarga : menikah /belum menikah
    - kalangan : profesional

- status ekonomi sosial : A,B+,B
- profesi : Mahasiswa Desain
- agama : semua agama
- kewarganegaraan : WNI
- b. Geografis
  - wilayah : Seluruh Dunia
  - ukuran kota : kota besar
  - kepadatan : perkotaan, pinggiran kota
- c. Psikografis
  - kepribadian : mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi, memiliki rasa cinta terhadap alam, dan berjiwa petualang.
- d. Behaviour
  - sikap : ramah, supel, *up to date*, peduli akan kegiatan alam.
- Pokok masalah yang dianalisa *Typeface* yang menggunakan karakter Taman Nasional Komodo yang memiliki ikon komodo.
- *Typeface* yang dirancang yaitu terdiri dari *uppercase* (huruf besar), *lowercase* (huruf kecil), angka 0 sampai dengan 9, *Foreign Accents*, *Fractions* dan *Punctuation marks*.
- Lokasi penelitian Taman Nasional Komodo
- Waktu penelitian April 2010.

#### **1.4. Tujuan Perancangan**

- Merancang *Typeface* beserta aplikasi media yang tepat untuk mendukung promosi Taman Nasional Komodo sebagai *7 Wonders of Nature*.

#### **1.5. Manfaat Perancangan**

##### **1.5.1. Bagi Taman Nasional Komodo**

- Dapat melakukan *Brand Awareness* kepada masyarakat domestik dan masyarakat mancanegara yang belum mengenal atau mengetahui Taman Nasional Komodo.

- Dapat meningkatkan pengunjung Taman Nasional Komodo baik dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.
- Dapat meningkatkan devisa Negara Indonesia.

#### **1.5.2. Bagi Mahasiswa Desain**

- Memberikan pandangan dan pengertian akan pentingnya mengenal keanekaragaman hayati khususnya di Taman Nasional Komodo kemudian ikut berpartisipasi dalam mendukung Taman Nasional Komodo sebagai bagian *New 7 Wonders of Nature*.
- Mampu mengintegrasikan dan mengapresiasi promosi Taman Nasional Komodo sebagai wujud partisipasi.

#### **1.5.3. Bagi Perancang**

- Mampu mengaplikasikan *Typeface* berkarakter Taman Nasional Komodo yang tepat pada perancangan promosi Taman Nasional Komodo sebagai bagian dari *7 Wonders of Nature* melalui *Typeface*.
- Mampu menarik perhatian masyarakat sehingga dapat membantu terwujudnya Taman Nasional Komodo sebagai *7 Wonders of Nature*.
- Menjadi Portfolio untuk perancang secara pribadi dan dapat mengapresiasi kreativitas secara tepat sehingga dapat menghasilkan sebuah karya.

#### **1.5.4. Bagi Keilmuan Desain Komunikasi Visual**

- Memberikan pandangan dan cara berpikir secara konseptual mengenai strategi kreatif yang akan dilakukan pada perancangan promosi Taman Nasional Komodo sebagai bagian dari *7 Wonders of Nature* melalui *Typeface*.

## **1.6. Metode Perancangan**

### **1.6.1. Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1. Data Primer**

##### **- Observasi**

Metode ini dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung yang bertujuan untuk dapat mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan perancangan ini, seperti strategi pemasarannya, promosi yang telah dilakukan selama beberapa tahun terakhir, perlunya media promosi lain untuk mempromosikan Taman Nasional Komodo seperti *Typeface* yang menggunakan elemen-elemen yang terdapat pada Taman Nasional Komodo itu sendiri, dan sebagainya. Dengan metode observasi ini, diharapkan dapat mengetahui siapa sumber informasinya hingga mendapatkan data secara jelas mengenai *Target Market* serta kondisi dipasaran.

##### **- Wawancara**

Metode wawancara ini digunakan supaya dapat berkomunikasi langsung dengan subjek atau *sample* yang terkait dengan perancangan ini. Informannya yaitu pengelola Balai Taman Nasional Komodo dan Swiss Contact. Dalam wawancara ini, informan dapat membantu memberikan informasi mengenai promosi-promosi yang telah dilakukan terhadap Taman Nasional Komodo serta kendala-kendala yang mereka dapatkan selama beberapa tahun terakhir ini untuk menjaga dan melestarikan Taman Nasional Komodo.

##### **- Kuisisioner**

Metode ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk meneliti pendapat dari *Target Market* yang dapat mendukung perancangan ini.

### **1.6.1.2. Data Sekunder**

#### **- Media cetak**

Metode ini dapat membantu menambah informasi yang diperlukan dalam perancangan promosi ini, dimana penulis memperoleh data dari Buku, Jurnal, majalah, atau surat kabar yang berkaitan dengan perancangan ini. Data atau informasi yang dipakai antara lain tentang Taman Nasional Komodo, *Typeface*, Promosi dan sebagainya.

#### **- Internet**

Metode ini digunakan penulis untuk menemukan data atau informasi yang *up to date*. Melalui Internet, penulis dapat menemukan informasi baru mengenai Taman Nasional Komodo serta hal-hal lain yang berkaitan perancangan sehingga perancangan ini dapat menjadi maksimal.

#### **- Dokumentasi**

Pengumpulan data ini digunakan digunakan untuk mendapatkan data berupa foto atau audio visual yang mendukung perancangan ini. Diharapkan metode ini dapat menambah sumber inspirasi penulis untuk perancangan ini, misalnya mengenai jenis-jenis komodo, keadaan Taman Nasional Komodo dan sebagainya.

### **1.6.2. Metode Analisa Data**

#### **1.6.2.1. Metode Kualitatif**

Menurut Sugiyono , metode kualitatif adalah:

Penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*. (1)

Analisa secara kualitatif ini bersifat induktif yang berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dan kemudian dapat dikonstruksikan menjadi sebuah hipotesis atau teori. melalui data yang didapatkan kita bisa membuat deskripsi mengenai

hubungan antara fenomena yang diselidiki dengan proses penciptaan atau pengembangan *typeface* sebagai bentuk promosi yang dilakukan.

#### **1.6.2.2. Analisa SWOT**

- *Strength*

Mengkaji kekuatan yang ada pada promosi Taman Nasional Komodo sebagai bagian dari *7 Wonders of Nature* melalui *Typeface*.

- *Weakness*

Mengkaji kelemahan yang ada pada promosi Taman Nasional Komodo sebagai bagian dari *7 Wonders of Nature* melalui *Typeface*.

- *Opportunity*

Mengkaji kesempatan yang ada pada promosi Taman Nasional Komodo sebagai bagian dari *7 Wonders of Nature* melalui *Typeface*.

- *Threatness*

Mengkaji ancaman yang ada pada promosi Taman Nasional Komodo sebagai bagian dari *7 Wonders of Nature* melalui *Typeface*.

#### **1.7. Konsep Perancangan**

Menggunakan strategi kreatif yang tepat dan juga membuat *Typeface* dengan menggunakan karakter Taman Nasional Komodo yang terdiri dari berbagai potensi alam baik darat maupun laut. Biawak Komodo merupakan bagian dari Pulau dan Taman Nasional Komodo, sehingga karakter Biawak Komodo sangat erat hubungannya dengan keduanya selain itu karakter hewan laut dan terumbu karang di laut mempengaruhi karakter Taman Nasional Komodo. Oleh karena itu, karakter Taman Nasional Komodo digunakan untuk memperkenalkan serta menarik perhatian dari wisatawan domestik. Salah satu aplikasi media promosi tersebut yaitu *Typeface*. *Typeface* tersebut mengkombinasi antara *Alphabet* dengan Karakter Taman Nasional Komodo tersebut. *Typeface* ini akan dibuat *set character* meliputi *uppercase*, *lowercase*, Angka 0-9, *Foreign Accent*, *fractions*, dan *punctuation marks*.

## **1.8. Definisi Operasional**

### **1.8.1. Promosi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) promosi adalah perkenalan atau memperkenalkan dalam rangka memajukan usaha yang bersifat persuasif.

### **1.8.2. Taman Nasional**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), Taman Nasional adalah Kawasan pelestarian alam yang dikelola, dimanfaatkan untuk kegiatan ilmu pengetahuan, pendidikan, dan pelatihan serta rekreasi dan pariwisata.

### **1.8.3. Komodo**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), Komodo adalah Biawak besar yang panjangnya dapat mencapai 5 m dengan berat sekitar 150 kg, ekornya pipih, kepalanya bermoncong, lidahnya panjang bercabang diujungnya dengan warna kuning kemerah-merahan, terdapat di Pulau Komodo, Nusa Tenggara Timur.

### **1.8.4. *Wonder* / Keajaiban**

Menurut Kamus *Oxford Learner's pocket* (2003), *Wonder* adalah Suatu benda atau kualitas dalam sesuatu yang memenuhimu dengan kejutan dan kekaguman. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), Keajaiban adalah keanehan, keganjilan.

### **1.8.5. *Nature* / Alam**

Menurut Kamus *Oxford Learner's pocket* (2003), *Nature* adalah Semua jenis tanaman-tanaman, binatang-binatang, dan benda-benda yang ada di dunia dan bukan dibuat oleh manusia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), Alam adalah lingkungan kehidupan segala sesuatu yang termasuk dalam satu lingkungan dan dianggap sebagai satu keutuhan.

#### **1.8.6. *Typeface***

Adalah desain untuk satu set printer atau tampilan *font*, masing-masing untuk satu set karakter, dalam beberapa ukuran tertentu. (“*Typeface.*” Par. 1).

## 1.9. Skematika Perancangan

Tabel 1.1. Skematika Perancangan

