

## **BAB III**

### **ANALISIS DATA**

#### **3.1 Data Permasalahan**

Data permasalahan merupakan hasil penelitian yang penulis dapatkan dilapangan dengan cara teknik wawancara, obeservasi, literatur, kuesioner, analisis visual untuk menunjang kelengkapan data sebagai acuan penyelesaian proyek tugas akhir.

##### **3.1.1 Data dan Fakta**

Data dan fakta salah satu bentuk bukti penelitian yang sedang terjadi dan sudah terjadi, data dan fakta dikumpulkan melalau metode wawancara, literatur, kuesioner, observasi, bertujuan sebagai bukti untuk menunjukkan hasil penelitian agar sesuai dengan hasil lapangan dan valid.

##### **3.1.1.1 Observasi, Wawancara, Literatur, Kuesioner, Analisis visual**

Melakukana penelitian menggunakan pendekatan Observasi, Wawancara, Literatur, dan analisis visual untuk mendapatkan sumber secara nyata di lapangan.

#### **1. Observasi**

Observasi dilakukan guna mengamati penerapan Aksara Lampung dan latin kedalam media yang berada diruang publik terutama di daerah perkotaan Bandar Lampung. Penempatan aksara Lampung dan latin pada nama jalan, Gedung pemerintahan dan tugu pebatasan kota. Dirasa belum memberikan suatu karakter

huruf mengenai kota Bandar Lampung dan penerapan aksara Lampung dan latin belum di kemas dengan desain identitas lokal.



Gambar 3.1 Observasi Tempat dan huruf  
( Sumber : Penulis )

## 2. Literatur

Metode literatur dilakukan dengan mengumpulkan data melalui buku Tipografi guna mendapatkan data dan teori-teori seperti sejarah alfabet, jenis-jenis tipografi, pengertian typeface, garis pembentuk huruf, anatomi huruf dan kegunaan tipografi yang terkait dengan perancangan. Artikel dan jurnal guna mendapatkan data pendukung dari sumber yang mengangkat materi yang berhubungan dengan permasalahan.

Adapun buku yang penulis dapatkan yaitu, Tipografi Danton Sihombing, Anatomy Typography Niko, Aksara Lampung.

### 3. Wawancara

Wawancara dilakukan langsung kepada kepala pamong museum Lampung dan masyarakat kota Bandar Lampung guna mendapatkan informasi mengenai Aksara Lampung, pola keseharian masyarakat, mayoritas penduduk yang berada di Bandar Lampung Masyarakat penduduk pribumi atau pendatang dan cara masyarakat mendapatkan informasi tempat yang berada di Bandar Lampung, dan penempatan media yang sudah diimplementasikan dari aksara Lampung. Dari hasil wawancara didapat bahwa : Aksara Lampung saat ini hanya digunakan pada kurikulum lokal yaitu pada sekolah dasar dan sekolah menengah. Dan juga aksara Lampung digunakan sebagai nama jalan dan gedung pemerintahan.



Gambar 3.2 Wawancara Kepala Museum Lampung  
( Sumber : Penulis )

#### 4. Analisis Visual

Analisis visual dilakukan di perkotaan Bandar Lampung, untuk memastikan bahwa Lampung memiliki ciri khas apa saja yang sudah diterapkan pada area perkotaan, mencari jenis dominan bentuk dan mencari karakter aksara Lampung dan latin apakah sesuai dengan identitas daerah.

Di dapat bahwa perkotaan Lampung lebih dominan menggunakan ornamen siger, kain kapal, kain tapis. Untuk penempatan aksara lampung masih kurang digunakan dan penggunaan aksara latin untuk mendukung daerah dirasa masih belum sesuai dengan karakter daerah.



Gambar 3.3 Analisis visual ornamen dan aksara  
( Sumber : Penulis )

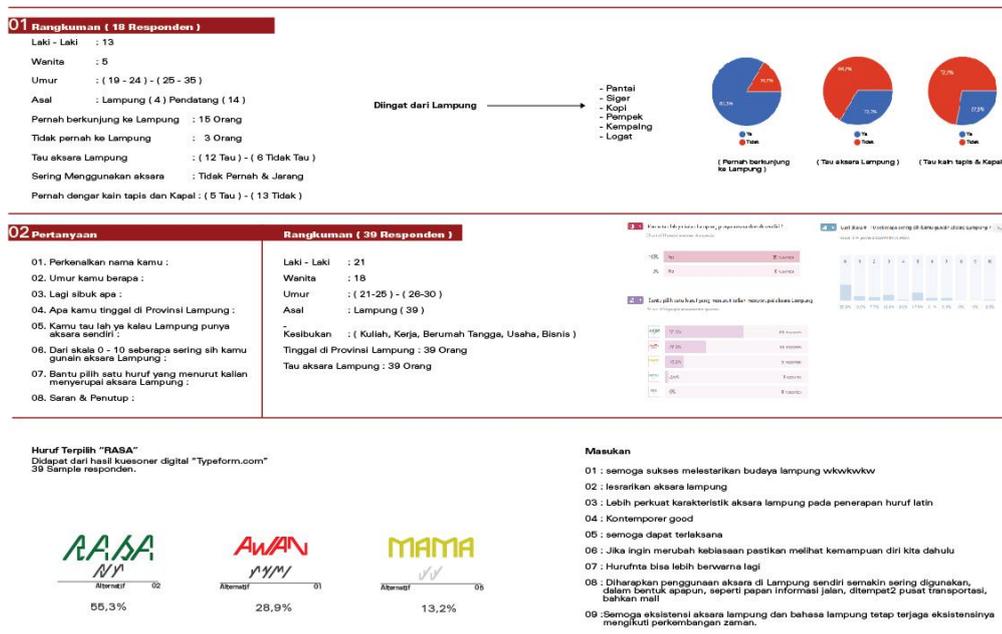
## 5. Kuesioner

Kuesioner dilakukan untuk menunjang kebutuhan informasi dan mendapatkan hasil pilihan dari target sasaran. Dalam penelitian ini kuesioner dilakukan enam kali dengan maksud untuk mendapatkan data dan memilih alternatif huruf yang sudah dibentuk baru yang mencirikan khas daerah Lampung.

### 5.1 Kuesioner 1 dan 2.

Pada kuesioner 1 memberikan pertanyaan pengenalan kepada Target Audience untuk mendapatkan respon berupa data tentang pengetahuan aksara Lampung dan pada kuesioner 2 memberikan tiga alternatif huruf Latin baru yang dirancang sesuai dengan hasil kuesioner sebelumnya.

#### KUESIONER 01 - 02



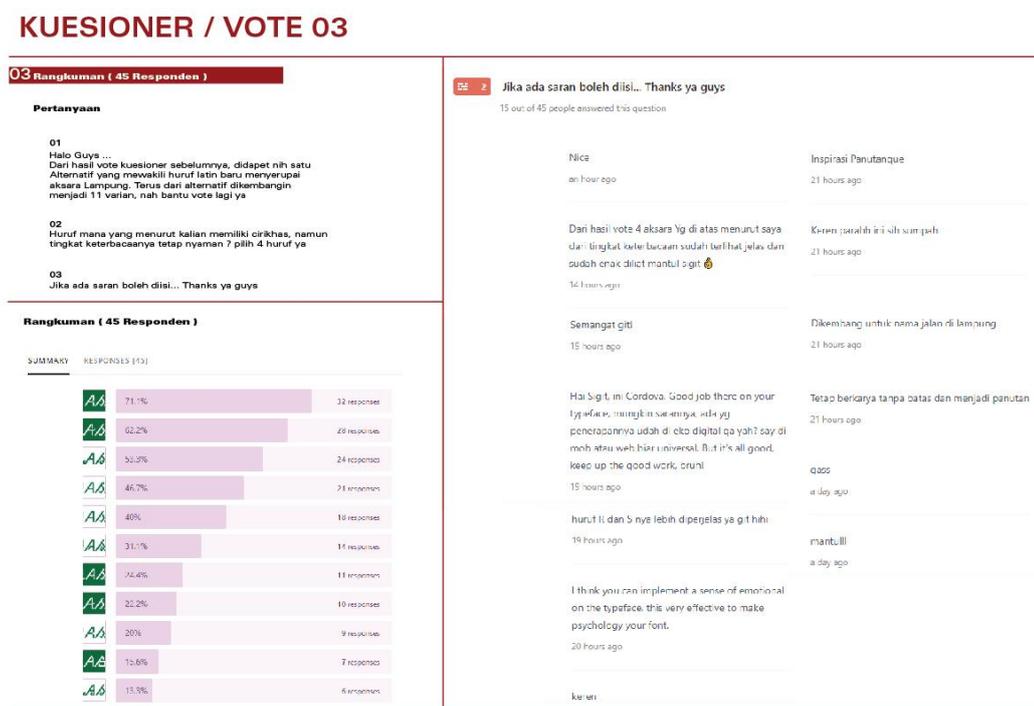
Gambar 3.4 Data Kuesioner 1 - 2  
 ( Sumber : Penulis )

## 5.2 Kuesioner 3

Pada kuesioner 3 memberikan *vote* kepada target *audience* dengan sebelas alternatif huruf baru yang mengadaptasi dari identitas lokal yaitu ornamen, kain tapis, dan aksara. Didapat 1 huruf yang paling tinggi dipilih oleh target *audience*, berikut laporan hasil data kuesioner :

### 5.2.1 Data kuesioner 3

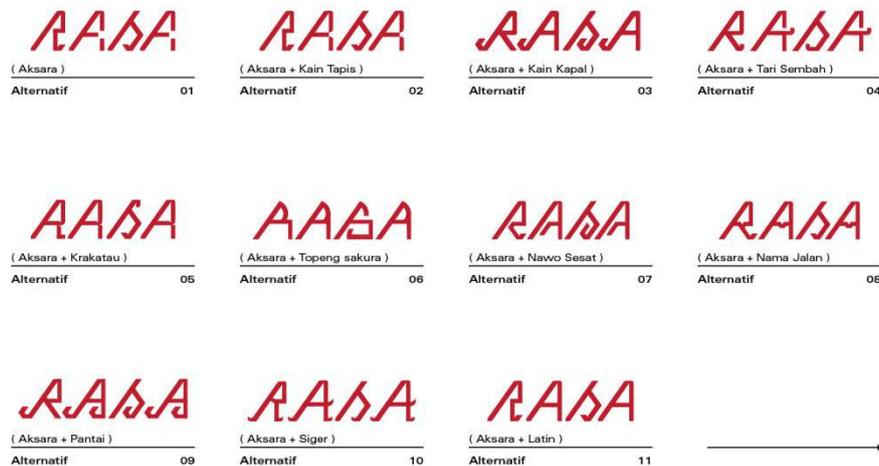
Pada kuesioner *vote* yang ke tiga memberikan hasil *vote* tertinggi dan mendapat *feedback* dari target sasaran.



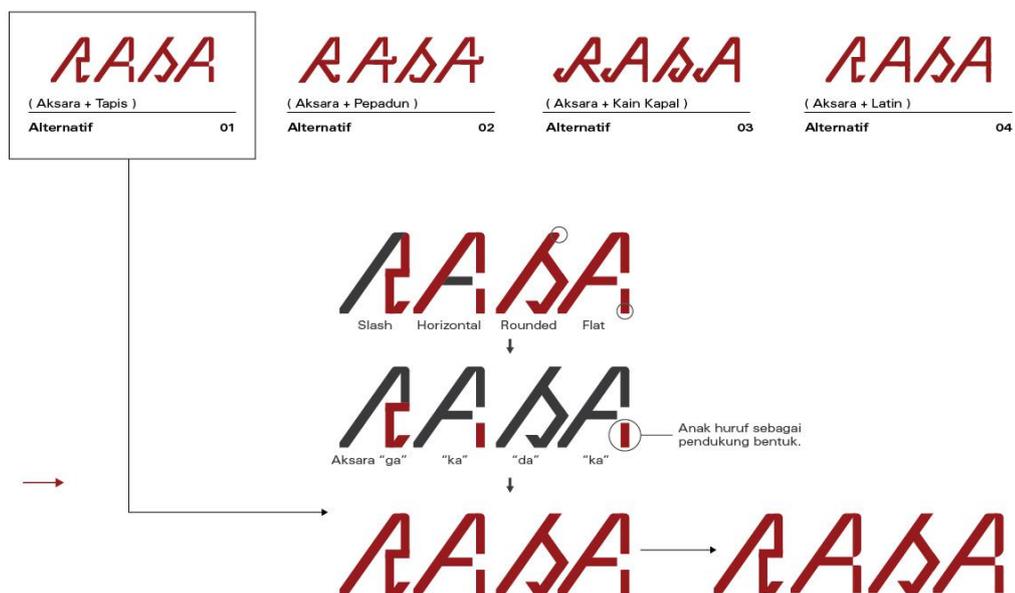
Gambar 3.5 Data Kuesioner 3  
( Sumber : Penulis )

## 5.2.2 Alternatif Typefaces

Memberikan sebelas alternatif typefaces dan mendapatkan satu huruf baru yang paling banyak dipilih target sasaran, yaitu :



### FINAL VOTE TYPEFACES



Gambar 3.6 hasil vote dari kuesioner  
( Sumber : Penulis )

### 5.3 Kuesioner 4

Pada kuesioner empat memberikan tiga alternatif *typefaces* dan lokasi penempatan *typefaces* baru , serta meminta saran dari Target *Audience* mengenai huruf yang sudah dibuat dengan karakteristik Kota Bandar Lampung.

#### 5.3.1 Responden

Mendapat responden berjumlah 31 orang dan dan memberikan saran 28 orang, dengan target audience berdomisili di Kota Bandar Lampung.

##### Target sasaran

Wilayah : Kota Bandar Lampung

Usia : 20 - 40th

Jenis kelamin : L & P

Aktifitas : Mahasiswa, Pekerja, Pengusaha, Karyawan, Pegawai.

---

##### Jumlah

Responden : **31**

##### Vote Alternatif huruf :

- 01. **17 responses**
- 02. **10 responses**
- 03. **04 responses**

##### Vote Penempatan huruf pada media utama :

- 01. **15 responses**
- 02. **09 responses**
- 03. **07 responses**

##### Vote Huruf kecil yng dijadikan produk aksesoris :

- 01. **17 responses**
- 02. **08 responses**
- 03. **06 responses**

Saran : **28 responses**

Gambar 3.7 Jumlah Responden  
( Sumber : Penulis )

### 5.3.2 Tiga Alternatif

Memberikan tiga alternatif desain huruf baru dan mendapatkan hasil *vote* sebagai berikut :

**BANDAR LAMPUNG**

54.8%

**BANDAR LAMPUNG**

32.3%

**BANDAR LAMPUNG**

12.9%



Gambar 3.8 Alternatif huruf  
( Sumber : Penulis )

### 5.3.3 Penempatan huruf pada media

Memberikan tiga alternatif penempatan huruf baru yang sesuai dengan hasil pilihan target audience yaitu sebagai berikut :



48.4%



29%



22.6%

Gambar 3.9 Penempatan huruf pada media  
( Sumber : Penulis )

### 5.3.4 Saran Target Audience

Mendapatkan saran dan komentar dari target *audience* yaitu sebagai berikut :

Huruf miring karena dari aksara ya ? Kalau hurufnya lurus tapi landasan dari aksaranya tetep ada bisa ga mas sigit ? Trimaksh	Dijadiin logo buat Brand Lokal Helau nih git
Kreatif dan terus bermanfaat, huruf sudah okee	Kota berkembang, kota budaya, kota wisata, kota nyaman. Buat tulisan i Love Lampung git wikwik
Makin kaya kreator Lampung, sukses Brooo	Cukup mendobrak, bener Lampung belum ada huruf sendiri & yg sadar tentang huruf di Lampung sedikit kecuali para desainer . Selamat Git
Ambil peluang, gercepp git biar gakk di ambil	Gimana menanggapi respon kebanyakan orang lampung itu keras, cuek, ga peduli, dan bodo amat. Dari huruf yg udah dibuat agar diaorang tuh bisa tau
Bnykk lampu-lampu di pohon kota, sama gelantungan dijalan, suka buat yg ga jelas pemerintah lampung makin banyak atribut. Nih mending buat sesuatu yg baru dari huruf kan unikk.	Aksara Lampung merupakan warisan budaya yg ga bisa digangu gugat, tapi dengan terbentuknya huruf latin yg mengadaptasi dari kasaraLampung cukup mewakili untuk masyarakat sadar bahwa lampung punya aksara
Buat huruf yg kuat yud sama tebelin biar tahan banting, tau sendiri kiyay kiyay lampung suka ngerusak iseng hahaha	Bisa diajukan sebagai program pemkot Balam nih git. Bisa di letakan Lungsir / Bunderan gajah.
Kak di jadiin baju geh	Semoga terealisasikan Lampung punya model huruf latin sendiri. By kk Febry
Dijadiin Logo Hari Kopi bagus tu... kan barubdiresmiin bulan november kemarin sama pak herman. Lampung menjadikan hari kopi setiap jumat & wajibbb .	Gak sia sia lo pak kuliah per desainin bawa daerah sendiri ! Lanjukan untuk sang bumi ruwa jurai
Kapan huruf di letakin di lampung gittt ? Mau liat hasilnya pasti yahutt	Lampung Ragom Gawi yayyy
Kirain semua huruf sama aja taunya punya karakter ya ? Kereeen	Hurufnya bisa di download ga nih gitsss ?
Huruf terus ditambah gambar makin ikonik kota kita. Maancing mania mantapp git	semoga aksara lampung makin banyak yg kenal dan tau
Lapah-lapah mid pantai	kereenn
seruit bangik temon yay	Segera direalisasikan
Lebih perkuat lagi karakter dari sudut, kemiringan, dan ketebalan git	Dengan terbentukny huruf baru bisa mewakili daerah

Gambar 3.10 hasil Komentar dan saran dari kuesioner

( Sumber : Penulis )

## 5.4 Kuesioner 5

Pada kuesioner lima memberikan tiga alternatif dan empat varian *typefaces*, dan menanyakan lokasi keberadaan rumah Target sasaran bertujuan untuk memastikan peletakan huruf agar sesuai dengan keberadaan target didapat hasil *vote* sebagai berikut :

### 5.4.1 Responden

Berikut data dari hasil 24 responden :

**Target sasaran**

Wilayah : Kota Bandar Lampung

Usia : 20 - 40th

Jenis kelamin : L & P

Aktifitas : Mahasiswa, Pekerja, Pengusaha, Karyawan, Pegawai.

Jumlah	Tinggal di daerah
Responden : <b>24</b>	Tanjung Karang Sukabumi Imam Bonjol Gajah Mada Dr. Harun Sukarame Waydadi Teluk Betung Pahoman Dokter Susilo Kedaton Pahoman Gunung Sari Kedaiaman Lungsir Saburai Kaliawi Wayhalim Waykandis Umbul Kapuk Bambu Kuning Pasar Tugu
Vote variant 01	
01. <b>06 responses</b>	
02. <b>02 responses</b>	
03. <b>04 responses</b>	
04. <b>12 responses</b>	
Vote variant 02	
01. <b>07 responses</b>	
02. <b>02 responses</b>	
03. <b>15 responses</b>	
04. <b>00 responses</b>	
Vote variant 03	
01. <b>05 responses</b>	
02. <b>02 responses</b>	
03. <b>03 responses</b>	
04. <b>14 responses</b>	

Gambar 3.11 hasil data responden  
( Sumber : Penulis )

### 5.4.2 Alternati dan Variant 1

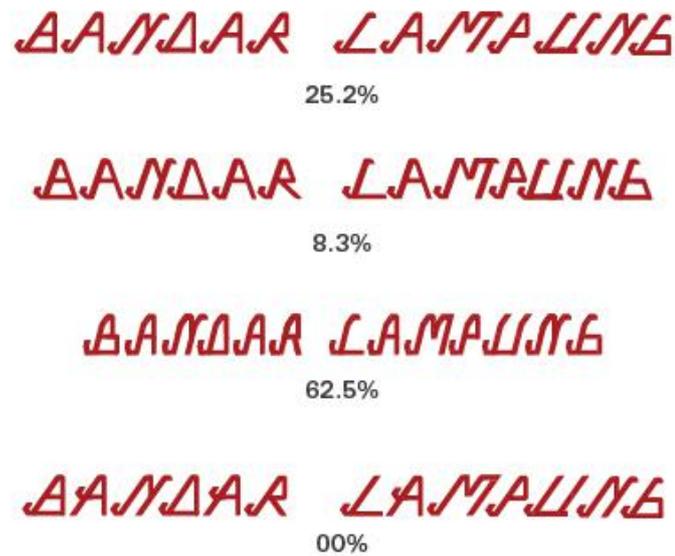
Berikut alternatif satu dan empat varian, didapat respon yaitu :



Gambar 3.12 Alternatif dan varian 1  
( Sumber : Penulis )

### 5.4.3 Alternati dan Variant 2

Berikut alternatif dua dan empat varian, didapat respon yaitu :



Gambar 3.13 Alternatif dan varian 2  
( Sumber : Penulis )

### 5.4.4 Alternati dan Variant 3

Berikut alternatif tiga dan empat varian, didapat respon yaitu :



Gambar 3.14 Alternatif dan varian 3  
( Sumber : Penulis )

### 5.5 Kuesioner 6

Pada kuesioner enam, merupakan final *vote* eksperimen *typefaces* dan memberikan dua alternatif mendapatkan 30 orang respon sebagai berikut :

A

( 23.3% ) / 07 Responses

BANDAR LAMPUNG  
 ✓ M / B N / N ✓

B

( 76.7% ) / 23 Responses

BANDAR LAMPUNG  
 ✓ M / B N / N ✓

Gambar 3.15 hasil hasil final vote dari kuesioner  
 ( Sumber : Penulis )

### 3.1.1.2 Kajian Proyek sejenis

Kajian proyek sejenis sudah pernah dilakukan di beberapa kota besar di Indonesia, sebagai acuan bahwa setiap daerah benar memiliki ciri khas masing-masing yang dapat menjadi pembeda melalui penciptaan huruf.

Tabel 3.1, Data proyek sejenis

(Sumber: Penulis)

Nama Perancangan	Jogjakartype
Nama Perancang	Arwan Susanto.
Agency	Locomotive.
Daerah	Yogyakarta
Tahun	2015
Pesan dalam perancangan	Merancang typeface yang diambil dari visual Aksara Jawa yang di rancang menjadi sebuah huruf alfabet untuk menjadikan Logo Branding jogja.
Media Utama	Tipografi atau font

Efek dan Dampak	<p>Melestarikan dan mengembangkan produk budaya Aksara Jawa melalui font.</p> <p>Dapat digunakan masyarakat luas.</p>
Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Berbasis digital.</li><li>• Tidak berbayar</li></ul>
Kekurangan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tidak diterapkan kedalam media-media ruang publik.</li><li>• Karakter font bold</li><li>• Free download, bisa disalah gunakan.</li></ul>



Gambar :3.16 Jogjakartype

(sumber : <https://locomotype.com>)



Gambar :3.17 Jogjakartype

(sumber : <https://locomotype.com>)

Tabel 3.2 Data proyek sejenis

(Sumber: Penulis)

Nama Perancangan	Sunda Type
Nama Perancang	Andi Rahmat
Agency	Nusae
Daerah	Bandung
Tahun	2007
Pesan dalam perancangan	Merancang typeface yang diambil dari visual Aksara Sunda yang di rancang menjadi sebuah huruf alfabet untuk menjadikan taman Gazibu Bandung
Media Utama	Tipografi atau font
Efek dan Dampak	Melestarikan dan mengembangkan produk budaya Aksara Sunda melalui font. Dapat digunakan masyarakat luas. Digunakan sebagai nama taman yang berada di pusat kota Bandung

Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Berbasis digital.</li><li>• Tidak berbayar</li></ul>
Kekurangan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Belum diterapkan terlalu luas kedalam media-media ruang publik</li><li>• Karakter font bold</li><li>• Free download, bisa disalah gunakan.</li></ul>



Gambar :3.18 Sundatype

(sumber : Penulis)

### 3.1.2 Analisis Permasalahan

Analisis permasalahan merupakan hal yang sanga penting dalam melakukan penelitian untuk mengetahui permasalahan yang sedang di teliti dan mendapatkan solusi. Analisis permasalahan menggunakan SWOT dan 5W + 1H.

#### 3.1.2.1 SWOT

Secara penjelasan umum SWOT adalah metode pengkajian atau analisa tentang kekuatan, kekurangan, kelemahan, peluang, dan sasaran dengan mengetahui segala sesuatu promosi, segala sesuatu tentang sasaran serta sesuatu tentan peluang. Untuk pemecahan masalah beberapa hal yang perlu dipikirkan, yaitu:

##### A. *Strength* (kekuatan)

- 1) Daerah Lampung memiliki aksara sendiri bernama HAD Lampung.
- 2) Aksara Lampung merupakan salah satu identitas budaya kota Bandar Lampung.
- 3) Aksara Lampung alat komunikasi berbentuk tulisan yang memiliki cirikhas.
- 4) Memiliki ornamen Kain Tapis dan kain Kapal

##### B. *Weakness* (kelemahan)

- 1) Belum adanya huruf latin yang mengangkat karakter dari aksara Lampung untuk memperkuat informasi melalui huruf sebagai karakter identitas daerah.
- 2) Banyak huruf latin berjenis san serief di perkotaan Bandar Lampung sehingga tidak menimbulkan Karakter cirikhas dari daerah sekitar yaitu huruf latin yang menyererupai idenitas Lampung.

- 3) Penggunaan huruf pada tugu selamat datang di Provinsi Lampung kurang sesuai dengan karakter daerah Lampung.
- 4) Banyak elemen bentuk pada ornamen kota Bandar Lampung membuat huruf kurang menjadi perhatian, sehingga terjadinya ketidak seimbangan.
- 5) Masyarakat Bandar Lampung mayoritas tidak mengerti aksara Lampung dikarenakan penduduk kota adalah pendatang dari pulau Jawa, sehingga dengan adanya penciptaan aksara latin dapat menjadi reminding identitas daerah melalui huruf.
- 6) Penerapan kedalam media informasi universal dari aksara belum di kemas dengan desain yang baik.

#### **C. *Opportunity* (peluang)**

Dengan adanya aksara daerah bisa mengambil karakteristik aksara Lampung untuk menjadi alfabet latin agar tercipta citra dan identitas daerah Lampung dan informasi mengenai kota Bandar Lampung.

#### **D. *Threat* (ancaman)**

Timbulnya penduplikasian dengan desain yang sama untuk kepentingan komersil, di jual pada website font.

### 3.1.2.2 5W + 1H

#### A. *What*

Perancangan apa yang dibuat?

Perancangan Typefaces huruf latin yang mengadaptasi dari aksara Lampung.

Sebagai wujud alikuturasi budaya yang akan membentuk identitas daerah melalui huruf.

#### B. *Where*

Dimana Typeface akan diterapkan?

Dimana Typeface akan di publikasikan?

- 1) Typeface akan di terapkan pada media yang sering masyarakat kunjungi atau di lewati ketika berada di Bandar Lampung.
- 2) Penerapan Typefaces diletakan pada area pariwisata dan area kedatangan seperti Bandara, Pelabuhan, stasiun, dan terminal di Provinsi Lampung.

#### C. *When*

Kapan Typeface akan dipublis?

Kapan Media Akan dipublis?

Setelah selesai proses memenuhi persyaratan yang terkait, dengan dinas kota Bandar Lampung dan dinas Kebudayaan kota Bandar Lampung.

**D. Who**

Siapa yang akan mendapat informasi dari typeface ini?

Masyarakat yang berada di Bandar Lampung, semua lapisan masyarakat lampung dan wisatawan yang berkunjung khususnya umur 20 sampai 40 tahun laki-laki dan perempuan.

**E. Why**

Mengapa Typeface harus dibuat?

Agar menjadikan identitas kota Bandar Lampung.

**F. How**

Bagaimana perancangan media yang akan dibuat?

Perancangan dibuat berupa Typeface yang Mengambil karakteristik dari Aksara Lampung untuk menjadi Alfabet Latin.

**3.2 Data Target**

Untuk mendapatkan siapa target dari hasil eksperimen huruf baru, sangat perlu mendapatkan data target melalui analisis dan *consumer journey*.

**3.2.1 Analisis Target**

Target perancangan *Typeface* Aksara Lampung dikategorikankan berdasarkan 3 jenis yaitu geografis, demografis dan Psikografis.

Geografis : Kota Bandar lampung.

Demografis : Remaja akhir usia 20 sampai Dewasa akhir usia 40 tahun,  
laki-laki dan wanita. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa,  
Karyawan, Pegawai, dan semua lapisan masyarakat.

Psikografis : Masyarakat Bandar Lampung yang sering berkeliling kota,  
Masyarakat Lampung yang sering melewati perbatasan  
kabupaten dan wisatawan yang berkunjung ke Bandar  
Lampung.

### **3.2.2 Consumer Journey**

Consumer Journey merupakan sebuah presentasi visual yang menggambarkan hubungan interaksi antara konsumen dengan organisasi atau *brand* tertentu. Tak hanya bidang marketing, consumer journey bisa membantu menggali *insight* target dalam kegiatan tertentu.

Dalam mendapatkan data untuk consumer journey, sample yang digunakan sesuai dengan target sasaran yang di tentukan. Berikut sample yang di ambil :

Nama : Devika Tryza Ayodhya

Umur : 22 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Devika merupakan gadis muda yang sedang menyelesaikan tesis di Universitas Lampung, dalam kesehariannya selain hari libur yaitu berkuliah, hangout bareng teman-temannya, dan melintasi area perkotaan.

Tabel 3.3, *Consumer Jouner* Devika Tryza Ayodhya

<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b><i>Touch Point</i></b>	<b><i>Point of Contact</i></b>
05.00 - 06.00	Bangun Tidur	Kamar	Hp, Kasur, Lemari, Lampu
06.00 -06.30	Mandi	Kamar Mandi	Handuk, Sabun, Sikat gigi, Shampo
06.30 - 07.00	Bersih-bersih kamar	Kamar	Kasur, Buku, Pakaian, Bedak
07.00 - 07.30	Membaca buku dan sarapan	Dapur	Kursi, meja, ac, sendok, piring
07.30 - 10.00	Menyicil tugas kampus	Rumah	Pulpen, Buku, Laptop
10.00 - 11.00	Persiapan berangkat aktifitas	Rumah	Tas, Kunci mobil, Buku
11.00 - 12.00	Brangkat menuju kampus	Jalan	Mobil, motor, halte, sign, informasi jalan,
12.00 - 13.00	Makan siang	Warung makan	Meja kasir, minuman,

			makanan, piring, sendok
13.00 - 15.00	Kuliah	Kampus	Papan tulis, spidol, lepton, buku
15.00 - 17.00	Hangout	Mall	Parkiran, ac, lampu, caffe, pakaian, promosi
17.00 - 18.00	Pulang kerumah	Jalan	Motor, mobil, informasi jalan, lalulintas, ikon kota, keramaian
18.00 - 19.00	Mandi	Kamar mandi	Handuk, Sabun, Sikat gigi, pembersih muka
19.00 - 20.00	Istirahat	Ruang tamu	Tv, ac, remot, kursi, karpet
21.00 - 22.00	Persiapan untuk besok	Kamar	Buku, Pulpen, Hp, Meja, Kursi, Kasur

Nama : Aditya Nugraha

Umur : 23 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa dan Part time

Adit merupakan seorang pemuda yang sedang menyelesaikan perkuliahan dan juga pekerja dalam bidang apparel produk lokal. Aktifitas dalam hari kerja yaitu mulai belajar, mendesain sampai bermain bersama teman sebaya.

Tabel 3.4, *Consumer Jouner* Aditya Nugraha

<b>Waktu</b>	<b>Kegiatan</b>	<b><i>Touch Point</i></b>	<b><i>Point of Contact</i></b>
05.00 - 06.00	Bangun Tidur	Kamar	Hp, Kasur, Lemari, Lampu
06.00 -06.30	Mandi	Kamar Mandi	Handuk, Sabun, Sikat gigi, Shampo
06.30 - 07.00	Bersih-bersih toko	Toko kecil dirumah	Sapu, lap pel, kaca, keset
07.00 - 07.30	Membuka jurnah harian	Meja kerja	Kursi, meja, ac, nota
07.30 - 08.00	Membuka toko	Toko kecil dirumah	Papan info buka, leptop, kasir, pakaian, topi

08.00 - 10.00	Mendesain untuk keperluan artikel	Toko kecil dirumah	Leptop, buku, pena, kertas, kain, kuota, Hp, Refrensi, berita
10.00 - 10.30	Brangkat menuju kampus	Jalan	Mobil, motor, halte, sign, informasi jalan,sepeda
10.30 - 12.00	Kampus	kelas	Papan tulis, spidol, leptop, buku
12.00 - 13.00	Makan siang	Kantin	Meja, Kursi, Sendok, Piring, dompet
13.00 - 14.00	Pulang dan stay di Toko	Jalan	Alun-alun, lampu merah, lalulintas
17.00 - 18.00	Tutup Toko	Store	Ac, leptop, kursi, meja, hp, online
18.00 - 19.00	Mandi	Kamar mandi	Handuk, Sabun, Sikat gigi, pembersih muka

19.00 - 20.00	Istirahat	Ruang tamu	Tv, ac, remot, kursi, karpet
21.00 - 22.00	Persiapan untuk besok	Kamar	Buku, Pulpen, Hp, Meja, Kursi, Kasur

### 3.2.3 Study Indikator Target

Studi indikator target bertujuan untuk mengenali produk yang digunakan target sasaran dalam keseharian, berikut indikator yang didapat:

#### Study Visual

##### Handphone



##### Kendaraan



##### Televisi



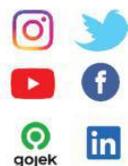
##### Tempat Nongkrong



##### Jalan yang dilewati



##### Aplikasi sosial



##### Minuman dan makanan



##### Alat Mandi



##### Bawaan Barang



Target memiliki kendaraan pribadi dan target memiliki aktifitas keluar rumah melewati jalan perkotaan, dan membawa aksesoris hetsset untuk hiburan, pena dan buku untuk mencatat.

Gambar :3.19 Study indikator

(sumber : Penulis)

### 3.2.4 Positioning

Desain *Typeface* aksara Lampung dirancang mengambil karakteristik Aksara Lampung guna memberikan identitas Kota Bandar Lampung, dan berisi informasi tulisan mengenai kota Bandar Lampung untuk daya tarik target sasaran dan memudahkan dalam mengetahui informasi mengenai kota Bandar Lampung. Disini peran adaptasi *Typeface* latin dan aksara Lampung sebagai identitas Kota Bandar Lampung dan informasi melalui bentuk tulisan.

### 3.2.5 Referensi Visual

Referensi visual digunakan sebagai acuan untuk mendapatkan bentuk huruf yang mengangkat citra dan karakter daerah sekitar, agar dapat menciptakan sesuai dengan konsep yang akan dibentuk.



Gambar :3.20 Referensi Visual

(sumber : Penulis)

### 3.2.6 Bagan Preferensi Visual

Bagan preferensi visual merupakan bagian data visual berupa warna, bentuk, dan motif untuk membentuk visual huruf baru berdasarkan bagan yang sudah dikumpulkan.



Gambar :3.21 Bagan Visual

(sumber : Penulis)

### 3.2.7 Insight

Kawasan daerah Lampung saat ini menjadi salah satu pusat pariwisata, alam, budaya, dan juga merupakan pintu gerbang Sumatera dimana posisi di ujung selatan pulau Sumatera, saat ini kota Bandar Lampung salah satu kota di Sumatera yang sedang berkembang. Diharapkan dengan perancangan typefaces huruf latin yang mengadaptasi dari aksara Lampung dapat mencerminkan daerah sekitar dan dapat menimbulkan citra identitas daerah, dan dapat menarik para masyarakat Kota Bandar Lampung dan pengunjung untuk mengenal daerah Lampung, dan dapat membeli produk-produk daerah Lampung.

### 3.3 Kesimpulan/*What To Say*

Kekuatan pesan ini akan digunakan sebagai kata kunci dari penggunaan *typefaces* latin yang mengadaptasi dari aksara lampung sebagai alikuturasi untuk meningkatkan citra daerah melalui tulisan dengan gaya huruf latin baru yang disesuaikan dengan karakteristik identitas visual sekitar. Dalam huruf menuliskan Motto kota bandar lampung yaitu Ragom yang berarti masyarakat yang beragam dan gawi masyarakat yang bekerjasama bergotong royong untuk kemakmuran bersama. Sebagai kekuatan pesan yang akan disampaikan dalam tulisan maka diperoleh *what to say* :

***"Kota Bandar Lampung, Ragom Gawi"***