

BAB II

DATA DAN ANALISIS

A. Data Objek

1. Komunitas Kota Tua Magelang

a. Sejarah

Sejarah awal sebelum dibentuknya Komunitas Kota Tua Magelang komunitas ini berfokus pada sepeda tua dengan nama Sepeda Tua VOC yang dibentuk pada tahun 2003, dengan seiring berjalannya waktu akhirnya yang tadinya bermula hanya fokus pada sepeda tua saja akhirnya berkembang dan berfokus ke bangunan dan cagar budaya di kota Magelang karena dirasa butuh perhatian lebih agar bangunan tua yang ada di Magelang tidak hilang dan hanya tinggal cerita saja. Komunitas ini sendiri merupakan suatu komunitas dimana bertujuan untuk melestarikan dan menggali sejarah atau cagar budaya di Kota Magelang. Komunitas ini berdiri akhir bulan November 2008 dibentuk oleh 4 pemuda yang memiliki ketertarikan dan kepedulian yang sama dalam hal bangunan tua yaitu, Andri Topo, Bagus Priyana, Dona Do, dan Yudha. Nama Komunitas ini sebenarnya cukup lumayan panjang, yaitu Komunitas Petjinta dan Pelestari Bangoenan Toea di Magelang, yang kemudian diringkas menjadi Kota Toea Magelang, dan sering disingkat menjadi KTM.

Pada awalnya Komunitas ini hanya beranggotakan beberapa orang saja namun pada akhirnya seiring berjalannya waktu banyak orang yang tertarik dan mau ikut ambil bagian di dalam kegiatan Komunitas tersebut ditambah lagi komunitas ini juga memiliki sosial media yang cukup aktif terutama di Facebook, yang tadi awal mulanya hanya beberapa anggota saja yang bergabung namun sekarang sudah mencapai ribuan orang yang ikut bergabung baik secara online maupun offline. Untuk aktivitas offlinenya

sendiri biasanya berupa kegiatan langsung yang diikuti oleh para anggota dengan mengadakan event jalan – jalan disetiap sudut bangunan tua di Magelang, sedangkan untuk aktivitas online berupa diskusi di grup Facebook. Biasanya nanti akan ada salah satu anggota grup yang memposting foto jadul bangunan tua, kemudian peserta lainnya berusaha menganalisis tentang bangunan tersebut, mulai dari lokasinya, fungsinya, pembuatannya, sampai fungsinya di masa sekarang ini. Komunitas ini merupakan salah satu komunitas yang sering mengadakan event – event seperti pameran foto bangunan tua, dan jelajah bangunan tua sebagai agenda utama di komunitas ini dimana agenda tersebut merupakan salah satu hal menarik yang membuat komunitas ini semakin dikenal, karena dengan mengadakan event jelajah bangunan tua akan menjadi lebih asik, menyenangkan, dan tidak membosankan, tentunya sembari jalan – jalan kita juga mempelajari dan mendapat ilmu soal cagar budaya yang ada di Kota Magelang.



Gambar 2.2 Dokumentasi Kegiatan Jelajah Plengkoeng

Sumber : www.liputan6.com



Gambar 3.2 Dokumentasi Jelajah Borobudur

Sumber : <https://magelangonline.com/>

Selain jalan-jalan jelajah tempat sejarah, kegiatan lain yang kerap diadakan oleh komunitas ini adalah pameran sejarah, diskusi, jumpa kerabat Kota Toea, sampai acara bedah buku. Untuk acara-acara diskusi, Komunitas Kota Toea selalu berusaha menghadirkan narasumber yang berkompeten, mulai dari ahli sejarah, pengamat sejarah sampai saksi hidup beberapa tokoh yang terlibat dalam masa sejarah kolonial dulu. Biasanya komunitas ini mengadakan event menyesuaikan dengan hari – hari besar sejarah seperti Hari Kereta Api Nasional, Hari Film Indonesia, Hari Buku dan terkadang juga Hari jadi Kota Magelang biasanya mengadakan Magelang Tempo Doeloe

b. Alamat Kontak

- Telepon / Whatsapp : 087832626269
- Facebook : KOTA TOEA MAGELANG
- Instagram : kotatoea_mgl

c. Logo, Visi, dan Misi



Gambar 4.2 Logo Kota Tua Magelang

Sumber : <https://kotatoeamagelang.wordpress.com/>

- **Logo**

Logo yang diambil atau dipakai untuk komunitas kota Tua Magelang sendiri adalah menggunakan ikonik bangunan tua yang ada di Magelang tepatnya di Alun – alun Kota Magelang yaitu adalah *Water Tower*, mengulik sedikit apa itu bangunan water tower serta fungsinya pada masa kolonial. *Water Tower* sendiri merupakan bangunan tua yang didirikan pada masa penjajahan Kolonial Belanda mulai pada tahun 1916 dan selesai dikerjakan sampai pada tahun 1920. Bangunan tua ini berfungsi sebagai penampung air yang mulai beroperasi sejak 2 Mei 1920 sampai sekarang, tepat pada 2 Mei 2020 lalu bangunan tua ini sudah berumur 100 tahun. Dulunya bangunan ini digunakan sebagai tempat untuk penyedia ruang pelayanan, fungsi lainnya dari *water tower* ini terletak pada bagian menara diatas terdapat sentral sirine yang berfungsi untuk menandakan sesuatu, atau sekedar sebagai memberi peringatan akan suatu hal namun fungsi utama bangunan ini tetap untuk memenuhi kebutuhan air bersih warga Kota Magelang. Alasan logo komunitas tersebut menggunakan bangunan *water tower*, karena bangunan tersebut menjadi salah satu ikonik yang ada di Kota Magelang serta menjadi saksi bisu sejarah warga Kota Magelang pada masa penjajahan Kolonial Belanda. Ditambah lagi bangunan tersebut terletak di pusat Alun – alun Kota Magelang.

- **Visi dan Misi**

Visi dan Misi Komunitas Kota Tua Magelang sangatlah singkat jelas dan sederhana yaitu “ Penggalan sejarah lokal (*history*) dan pelestarian cagar budaya (*heritage*) “

- **Fungsi**

Dibentuknya Komunitas Kota Tua Magelang sendiri memiliki tujuan yang sangat positif dan mendukung seperti salah satu tujuan dan fungsi utamanya adalah dengan melestarikan, merawat dan menjaga bangunan tua yang ada di Kota Magelang, serta mengajak warga kota Magelang dari berbagai kalangan dengan senantiasa menjaga keasrian cagar budaya yang ada di Magelang, karena perlahan satu persatu bangunan tua yang ada di Magelang mulai dialihfungsikan untuk pembangunan lainnya, maka dari itu kita sebagai warga Magelang harus menjaga dan melestarikan bangunan tua tersebut serta di sisi lain kita mendapat ilmu dan pengetahuan sejarah bangunan tua di Magelang yang nanti kelak bisa diwariskan ke generasi selanjutnya. Itulah tujuan serta fungsi utama dari dibentuknya Komunitas Kota Tua Magelang.

- **Prestasi Komunitas Kota Toea Magelang**

1. Tahun 2012 diundang diacara pelatihan pembuatan aplikasi smartphone heritage di Surabaya
2. Diliput media National Geographic tahun 2015
3. Diliput media NTR TV tahun 2022
4. Diliput TVRI

B. Analisis Objek dan Target Audience

1. Analisis 5 W + 1 H

1) What / apa yang akan dirancang ?

Merancang maskot untuk Komunitas Kota Tua Magelang untuk menambah sebuah *identity* baru bagi komunitas tersebut

2) Why / mengapa perancangan ini dibuat atau dilakukan ?

Perancangan ini dibuat atau dilakukan dengan tujuan agar menambah daya tarik tersendiri di komunitas tersebut, serta dengan adanya perancangan ini dapat digunakan sesuai dengan kebutuhannya di komunitas tersebut.

3) Who / kepada siapa perancangan ini ditujukan ?

Tentunya kepada masyarakat umum yang ada di Magelang khususnya yang mau ikut terlibat dalam kegiatan yang diadakan di komunitas tersebut mulai dari jelajah bangunan tua, pameran, bedah buku, dan seminar guna untuk memberi kesadaran tentang pelestarian cagar budaya serta mendapatkan ilmu baru.

4) Where / dimana lokasi objek perancangan tersebut ?

Berada di Kota Magelang, dan akan diberikan ke pihak Komunitas sebagai kenangan ataupun nantinya juga akan dipamerkan.

5) When / kapan perancangan ini dilakukan ?

Perancangan ini dilakukan atau mulai dibuat setelah melakukan observasi dan wawancara kepada ketua komunitas tersebut, dan tentunya juga mengikuti kegiatan yang diadakan oleh komunitas tersebut

6) How / bagaimana perancangan ini dilakukan ?

Perancangan ini dilakukan dengan cara melalui observasi, wawancara kepada ketua komunitas, dan studi literatur. Serta dilengkapi dengan beberapa foto dokumentasi kegiatan yang sudah dilakukan

2. Analisis SWOT

a) Teori SWOT

Menurut Nurjannah dan Mashuri (2020) Analisis SWOT merupakan identifikasi dari berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi sebuah perusahaan. Metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), serta ancaman (*threats*).

• STRENGTH

- a) Dibentuknya Komunitas Kota Tua Magelang sudah cukup lama dari tahun 2008 yang berawal dari Komunitas Sepeda Tua dan akhirnya berkembang atau dikembangkan menjadi Komunitas Kota Tua Magelang.
- b) Komunitas Kota Tua Magelang merupakan satu – satunya komunitas yang tidak hanya membahas satu zaman saja, karena kebetulan di Magelang memiliki banyak bangunan tua dari berbagai masa serta komunitas tersebut merupakan komunitas tertua yang membahas sejarah di Magelang atau bahkan di Indonesia.
- c) Komunitas ini memiliki cara yang cukup unik dalam melestarikan, memberi ilmu seputar sejarah bangunan tua dengan cara mengajak para peserta dalam ikut berpartisipasi atau mengikuti kegiatan tersebut dengan mengajak jalan - jalan keliling daerah bangunan tua atau biasa disebut “jelajah bangunan tua” jalan jalan yang dimaksud adalah dengan mengendarai sepeda tua dan biasanya dilanjutkan dengan berjalan kaki sehingga ada kesan dan pengalaman tersendiri, ini merupakan salah satu metode yang unik dan menarik dan berbeda dengan komunitass lainnya.

• WEAKNESS

- a) Kurang dan keterbatassannya dana di dalam komunitas tersebut sehingga terkadang harus menutup biaya yang kurang ketika

diselenggarakan acara karena terkadang ada peserta yang tidak datang, tak jarang juga ketika diadakan pameran atau acara tertentu juga dibuat sederhana karena memang dana tersebut berasal dari anggota komunitas itu sendiri dan juga panitia tentunya.

- **OPPORTUNITIES**

- a) Peluang dari Komunitas ini bisa dibilang cukup besar mengingat komunitas ini tidak hanya membahas satu zaman saja ditambahkan juga merupakan komunitas yang sudah terbentuk sangat lama.
- b) Dengan adanya sosial media saat ini yang sangat membantu terutama Facebook yang sudah ada lebih dari ribuan pengikut, menjadikan salah satu komunitas yang perlu kita ikuti karena didalam platfrom tersebut sering diadakan diskusi secara online yang masih lumayan aktif.

- **THREAT**

- a) Aspek yang dapat menjadi ancaman di komunitas tersebut mulai timbul rasa tidak niat atau minat untuk mengikuti lagi kegiatan yang diadakan oleh komunitas itu sendiri, dikarenakan sempat vakum terlalu lama tidak ada agenda atau kegiatan seperti saat ketika masa pandemi covid 19, saat masa pandemi itu kegiatan benar-benar ditiadakan dan tidak ada kegiatan sama sekali sehingga untuk memulai atau mengajak para anggota yang lain lumayan susah karena sudah memiliki kegiatan atau kesibukan masing-masing.

3. Target Audience

- Demografis

Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan

Usia : 25 – 50 keatas

Strata Ekonomi : Menengah Kebawah

Pendidikan :SMP, SMA, Pegawai Negeri, Pegawai Swatsa,

- Geografis
Khususnya masyarakat di Kota Magelang
- Psikografis
Remaja, Dewasa, Orang tua, menyukai kegiatan jalan – jalan dan seputar sejarah dan menyukai budaya atau yang bernuansa *vintage*

4. Consumer Insight

- Remaja dan Orang tua
- Remaja, Dewasa : 25 – 50 tahun
- Orang tua : 50 tahun keatas

C. Refrensi Perancangan

1. Maskot Sea Games 2011



Gambar 5.2 Maskot Sea Games 2011

Sumber : <https://www.republika.co.id/>

Di dalam Buku Kementerian Perdagangan Republik Indonesia Warta Ekspor (SEA GAMES 26th Sebagai Ajanng Unjuk Diri) meluncurkan sebuah maskot Sea Games yang diperkenalkan 25 Aril 2011. Komodo sendiri merupakan kadal besar dan menjadi kebanggaan bagi Indonesia dengan poulasi yang langka dan sedikit menjadikan sebagai hewan yang perlu dilindungi.

MAKNA MASKOT

Karakter maskot yang dibuat berdasarkan konsep yang sudah ditetapkan diberi nama “ Modo dan Modi “ sepasang Komodo dengan memakai pakaian tradisional Indonesia. Modo merupakan Komodo jantan dengan memakai pakain tradisional berwarna yang terdapat pada pakaian tersebut berwarna biru dengan selempang sarung batik. Dan Modi Komodo betina memakai kebaya merah dan selendang kain batik. Filosofi “ Modo “ singkatan dar Komodo itu sendiri sedangkan “Modo – Modi” merupakan modifikasi dari kata “muda – mudi “ atau pemuda – pemudi yang ditujukan bagi remaja di Indonesia.

2. Maksot ISI Padangpanjang



Gambar 6.2 Maskot ISI Padangpanjang

Sumber : JURNAL BAHASA RUPA

Maskot ISI Padangpanjang mengambil khas hewan yang ada di Sumatera Barat. Hewan khas yang terdapat di Sumatera Barat antara lain seperti Harimau, Kerbau, dan Burung Kuau Raja. Diantar hewan tersebut dipilihlah Burung Kuau Raja karena memiliki bentuk yang indah dan menawan, selain memiliki bentuk fisik yang indah berdasarkan pada putusan Menteri Dalam Negeri Nomor 48 Tahun 1989, burung Kuau Raja ditetapkan juga sebagai identias Provinsi Sumatera Barat

MAKNA MASKOT

Karakter maskot yang telah dibuat diberi nama Si Kuaw, kata Si Kuaw sendiri menunjukkan sama jenis hewan yang menjadi sebuah inspirasi atau referensi yaitu burung Kuaw Raja. Kuaw sendiri adalah singkatan dan makan dari Seniman dan Ilmuan seni yang Kreatif, Unggul, Analitis, dan Wibawa. Maskot ini mempresentasikan seniman dan ilmuwan seni ramah yang cerdas dan berbahasa melayu Nusantara.

- **Gaya Desain Art Deco**

Sejarah terciptanya dan terbentuknya Gaya Desain Art Deco berawal dari beberapa seniman, desain serta arsitek ternama dari Perancis yaitu antara lain adalah Hector Guimard, Eugene Grasset, Raoul Lachenal, Paul Follot, Maurice Dufrene dan Emile Decour. Dengan dibentuknya sebuah kolektif La Société des artistes décorateurs. Istilah penyebutan Art Deco sendiri mulai muncul dan dikenal pada kisaran tahun 1928 dan mulai berkembang pesat serta diterima oleh khalayak masyarakat pada tahun 1937 baik dalam dunia desain, arsitektur, bahkan interior (Kinandi, 2018). Gaya Desain Art Deco merupakan gaya desain yang berkembang pada masa perang dunia I hingga perang dunia II (Aulia, Anisa 2021). Gaya desain Art Deco memiliki sifat yang modern akan tetapi memiliki gaya *decorative*, karakteristik yang terdapat pada Gaya Desain Art Deco sendiri tidak hanya pada segi arsitekturnya saja melainkan pada desain lainnya seperti interior, poster, karya seni, hingga produk – produk tertentu.

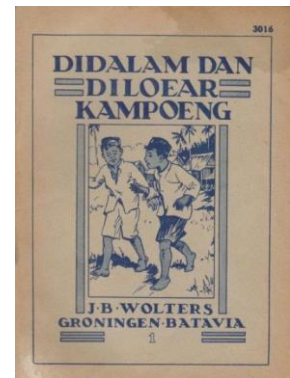
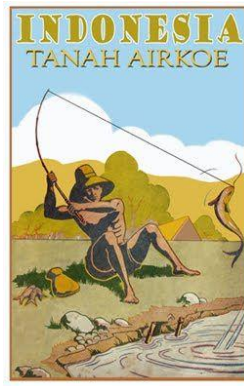
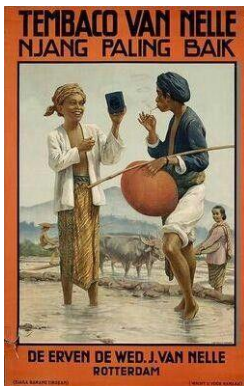


Gambar 7.2 Referensi Perancangan Gaya Desain Art Deco

Sumber: <https://www.chairish.com/> dan <https://www.creativeboom.com/> dan <https://www.behance.net/>

- **Gaya Desain Indies**

Istilah kata *Indies* sendiri berasal dari Hindia – Belanda yang memiliki arti untuk sebutan bagi daerah jajahan Belanda salah satunya di Nusantara Indonesia. Namun sebenarnya kata *Indies* sendiri pada masa colonial memiliki arti yang berbeda yaitu sebagai sebuah penghinaan orang kuliat putih atau orang Eropa terhadap kaum pribumi yang ada di Nusantara tepatnya di daerah Jawa (Riyanto, 2017). Gaya desain *Indies* merupakan gaya desain grafis Indonesia pada tempo dulu, yang dimana gaya desain tersebut terdapat adanya pencampuran gaya desain modern di Eropa yang cukup populer atau berkembang pada awal abad 20 dengan kebudayaan atau tradisi wayang di Jawa (Riyanto, 2005).



Gambar 8.2 Refrensi Perancangan Gaya Desain Indies

Sumber: <https://id.pinterest.com/>

D. Landasan Teori

a) Teori Maskot

- **Maskot**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sendiri maskot adalah orang, binatang, atau bahkan benda yang dibutuhkan oleh kelompok, komunitas, organisasi, brand, atau perusahaan sebagai symbol yang membawakan keberuntungan atau keselamatan.

Menurut Lauwrentius dkk (2015) sebuah maskot dapat dijadikan sebagai alat komunikasi sekaligus bisa menjadi sebuah media promosi yang cukup efektif. Maskot dapat dikatakan efektif apabila dapat mengidentifikasi sebuah brand, kota, perusahaan, atau bahkan komunitas tertentu. Maskot sendiri tidak hanya sebagai media promosi saja namun bisa memberi sebuah solusi ataupun edukasi bagi masyarakat tentang kota, daerah, perusahaan, brand atau komunitas itu sendiri. Maskot sendiri adalah bentuk visual yang dibuat atau diciptakan sebagai sebuah presentasi identitas visual, tujuan dengan dibuatnya maskot adalah guna untuk mengembangkan identitas suatu brand, komunitas, perusahaan, kota atau daerah tertentu untuk memberikan kesan positif dan menarik perhatian audiens (Supriadi, Arianti 2021)

- **Perbedaan Maskot dan Logo**

Maskot dan Logo adalah suatu identitas visual yang memiliki fungsi atau pengertian yang berbeda bahkan juga memiliki kebutuhan yang berbeda juga. Logo bisa dikatakan sebagai sebuah lambang atau simbol yang dibuat dalam bentuk tulisan dan gambar visual yang membantu kepada target audiens untuk mengidentifikasi suatu perusahaan, brand, komunitas, atau produk tertentu. Sedangkan maskot sendiri adalah merupakan bentuk karakter bisa berupa manusia, hewan, objek benda yang diharapkan membawa sebuah keceriaan atau keberuntungan. Di era sekarang logo dan maskot saling berdampingan dan penting di dunia *branding* maupun *marketing*

1. **Perbedaan Logo dan Maskot berdasarkan bentuknya :**

- A. Logo**

- **Wordmark**

Logo yang dibuat dalam bentuk tulisan memakai nama lengkap tanpa adanya singkatan

- **Lettermark**
Memiliki ciri dalam bentuk tulisan namun memuat singkatan dari nama brand tertentu
- **Pictorial Mark**
Jenis logo ini memiliki bentuk berupa icon atau lambang grafis
- **Logo Abstrak**
Untuk jenis logo yang satu ini icon atau lambang grafisnya lebih berbentuk geometris
- **Logo Emblem**
Logo yang berbentuk ikon atau simbol yang dimana terdapat pencampuran font didalamnya
- **Logo Kombinasi**
Merupakan kombinasi antara semua logo berdasarkan bentuknya

B. Maskot

- **Karakter Manusia**
Dibuat dalam bentuk karakter manusia nyata, super hero ataupun karakter fiktif.
- **Karakter Hewan**
Merupakan bentuk maskot yang didasarkan pada karakter hewan guna untuk mempresentasikan nilai yang ada dalam suatu brand, perusahaan, kota, daerah atau komunitas tertentu.
- **Karakter Object**
Biasanya dibuat berdasarkan pada bentuk fisik benda, bangunan atau objek tertentu yang dibuat dalam bentuk karakter yang unik dan berbeda.

2. Berdasarkan Aplikasinya

Untuk logo sendiri dalam pengaplikasiannya berbeda, umumnya logo diaplikasikan ke dalam brosur, banner, x-banner, kartu nama, amplop, spanduk.

Maskot memiliki karakteristik yang kuat karena mengingat maskot dibuat dalam bentuk ilustrasi maka biasanya maskot umumnya diaplikasikan ke berbagai macam media seperti baju, topi, gantungan kunci, dompet, packaging

3. Berdasarkan Fungsi

Logo bertujuan untuk mengidentifikasi sebuah brand yang dimana didalamnya ada visi dan misi, filosofi tertentu serta nilai – nilai sebuah perusahaan tertentu. Sedangkan maskot sebagai pendukung atau penunjang dari visual yang ditampilkan pada logo yang dibuat melalui bentuk karakteristik yang unik.

b) Teori Persepsi Visual

- **Warna**

Warna merupakan sebuah spektrum yang ada di dalam sebuah cahaya sempuran atau putih. Dalam dunia desain warna sendiri bisa diartikan sebagai sebuah pantulan cahaya yang dipengaruhi oleh sebuah zat tertentu seperti pigmen atau tinta. Warna memiliki filosofi yang berbeda sesuai dengan fungsi atau kebutuhan desain itu. Psikologi sebuah warna memiliki interaksi antara persepsi, emosi, suasana, mood, sifat, karakteristik, serta perilaku.

Warna sangat berperan penting di segala aspek kehidupan manusia mulai dari sifat yang paling mendasar sampai yang paling modern yang digunakan saat ini (Rustan, 2019). Warna sendiri mampu mempengaruhi secara psikologis manusia, dalam perancangan ini sendiri fungsi warna mengarah kepada identitas dari objek tertentu.

Warna yang digunakan di dalam perancangan ini mengambil dari seragam pribumi yang bersekolah di Stovia atau Mosvia pada zaman kolonial Belanda dulu, sehingga warna yang digunakan lebih sederhana seperti warna warna *monochrome*, dan di setiap warna tersebut memiliki makna tersendiri :

Menurut Syarif (2018) dalam tugas akhir terdapat berberapa filosofi warna dalam Jawa :

1. Warna Kuning

Warna kuning sendiri dalam filosofi Jawa memiliki makna keluhuruan, kemakmuran, kemuliaan, dan ketentraman. Dalam upacara Jawa sendiri “*slametan*” juga sering disajikan nasi kuning sebagai bagian dari adat Jawa

2. Warna Putih

Arti warna putih sendiri dalam filosfi Jawa adalah melambang kedekatan suatu hal yang ada kaitannya dengan kebersihan maupun kesucian, hubungan antara keduanya tersebut sudah berlangsung sejak lama dalam kebudayaan Jawa sendiri. Dalam pemerintahan kerajaan Jawa ada istilah abdi dalem yang biasa disebut sebagai Pamethakan yang berarti putih, dan biasanya memang pakaian abdi dalem, ningrat, golongan priyai atau orang penting biasanya memakai pakaian berwarna putih.

3. Warna Hitam

Sedangkan arti warna hitam dalam Jawa terutama daerah Jawa Timur (Madura) memaknai sebuah arti warna hitam sebagai sebuah keberanian dan kesederhanaan. Dan juga warna hitam dianggap bijaksana karena bisa memimpin atau memiliki jiwa kepempimpinan, sedangkan untuk kesetaraan artinya semua manusia memiliki kesetaraan yang sama atau derajat yang sama.

- **Tipografi**

Tipografi berdasarkan konteks pembahasan seputar keilmuan di masa sekarang ini sudah mengalami perkembangan dan kemajuan yang cukup pesat. Secara umum Tipografi sendiri adalah teknik dalam memilih dan menyusun sebuah huruf untuk keperluan atau sesuai dengan kebutuhan media yang ditentukan agar terlihat lebih menarik, nyaman untuk dipandang dan memiliki filosofi atau makna tersendiri (Maharsi, 2013). Dalam membuat tipografi sendiri setidaknya kita bisa mengatur layout serta font yang sesuai dengan identitas brand atau nilai – nilai yang ada dalam brand, perusahaan, atau komunitas yang akan kita buat sehingga akan mudah, nyaman serta menarik untuk dibaca.

Menurut Rustan 2010 secara umum ada beberapa jenis klarifikasi huruf sebagai berikut :

1. *Serif*

Font *Serif* sendiri diperkirakan berasal dari bangsa Romawi merupakan tambahan khusus atau tertentu pada sebuah huruf yang berbentuk kait pada sebuah *terminal*. Tidak semua jenis *typeface* salah satunya seperti Time New Roman yang sampai saat hanya ada bentuk *serif*, namun ada juga jenis *typeface* yang dibuat versi *san – serif* sehingga tidak hanya satu jenis font saja



This is a
serif
font.

Gambar 9.2 Jenis Font Serif
Sumber : <https://glints.com/id/lowongan/huruf-serif-adalah/>

2. *San – serif*

Font *San – serif* awal pertama kali muncul sekitar abad 18 sekitar tahun 1816, typeface jenis ini disebut dengan istilah grotesk / grotesque yang berarti : aneh. Jenis font ini mulai populer abad 20, dimulai dengan para desainer mencari bentuk baru yang mewakili sikap penolakan. Gerakan ini disebut Modern Art Movement yaitu menghapus hiasan atau dekorasi yang terlalu berlebihan.



This is a
sans serif
font.

Gambar 10.2 Jenis Font San – Serif
Sumber : <https://www.postprepress.com.au/>

3. *Script*

Font *Scirpt* dibuat seperti menyerupai model tulisan tangan, ada juga yang seperti goresan kuas ataupun pen kaligrafi, biasanya font jenis script huruf kecilnya saling menyambung font ini dirancang untuk memadukan huruf besar – kecil.



A B C D E F G H I J K L M
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (! @ # \$ % ? [*

Gambar 11.2 Jenis Font Script
Sumber : <http://legionfonts.com/fonts/shelleyltstd-script>

4. *Decorative*

Font *Decorative* pertama kali muncul sekitar abad 19 dan semakin berkembang dan banyak karena teknologi untuk membuat huruf yang murah. Saat itu jenis font *decorative* sangat dibutuhkan dalam dunia periklanan, font ini dibuat dalam ukuran besar serta diberi ornament agar tampak lebih indah



Gambar 12.2 Contoh Font Decorative

Sumber : <https://www.dafontfree.co/>

- **Ilustrasi**

Ilustrasi sendiri sebenarnya berasal dari bahasa latin yaitu *illustrate* yang juga memiliki arti menerangi atau memurnikan. Ilustrasi adalah sesuatu yang dibuat, dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi yang disampaikan atau dibuat dalam bentuk visual. Menurut museum ilustrasi nasional yang berlokasi di Rhode Island USA, ilustrasi diartikan sebagai sebuah penggabungan ekspresi diri sendiri atau secara personal dengan visual untuk menyampaikan sebuah ide atau sebuah gagasan tertentu (Witabora, 2012).

Menurut Rifai (2019) dalam tugas akhir ilustrasi juga memiliki beberapa macam fungsi secara khusus antara lain :

1) Fungsi Deskriptif

Fungsi ini memberikan penjelasan secara ringkas sehingga dapat dipahami secara cepat

2) Fungsi Ekspresif

Menyampaikan ide, pendapat, dan gagasan namun dalam bentuk gambar atau visual

3) Fungsi Kualitatif

Menyampaikan sebuah informasi dalam bentuk grafik, table, symbol

4) Fungsi Analitis

Penyampaian informasi dilakukan menggunakan untuk menjelaskan secara rinci atau detail

Pada perancangan maskot untuk Komunitas Kota Tua Magelang ini menggunakan Fungsi Deskriptif, karena fungsi tersebut mewakili sebuah gambar visual menjadi lebih cepat, ringkas serta mudah dipahami.