

PERANCANGAN TIPOGRAFI BERKARAKTER NUSANTARA DALAM MEDIA, MEMPERKUAT IDENTITAS BUDAYA DAN MENINGKATKAN DAYA SAING BANGSA

Dr. Naomi Haswanto – ITB

naomidkv@yahoo.co.id

Pengantar :

Seminar Nasional dengan topik Desain dan Media yang diselenggarakan oleh Pusat Studi Desain Komunikasi Visual (PSDKV) Universitas Indraprasta PGRI, meminta saya untuk mempresentasikan kegiatan yang berhubungan dengan Tipografi dalam Media. Terhadap TOR yang diberikan panitia, ada 2 permasalahan yang saya catat, yaitu; 1. Bagaimana sebuah hasil penelitian dipresentasikan secara oral dihadapan peserta seminar (maupun internasional) dan terdiseminasi dalam sebuah prosiding tersebut. 2. Bagaimana perguruan tinggi (khususnya bidang DKV) dapat menghasilkan lulusan yang mampu dan paham teknologi serta mampu bersaing dalam dunia global sehingga memiliki potensi dan peluang untuk mampu menembus Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang sudah berjalan sejak tahun 2015 hingga kini. Permasalahan tersebut perlu dijawab sesuai dengan maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam Seminar ini; 1. Publikasi penelitian dan 2. Ajang diskusi dan berbagi ilmu pengetahuan bagi para dosen, peneliti dan praktisi sebagai kontribusi pemikiran guna memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang desain dan media.

Tulisan dibawah mencoba menjawab permasalahan tersebut; pertama dengan menyajikan contoh-contoh penelitian dalam bidang Tipografi (yang pernah saya lakukan dalam peran sebagai dosen DKV dan Tipografi di Prodi Desain Komunikasi Visual – ITB) sebagai salah satu contoh model pengajaran Tipografi. Kedua, bagaimana kurikulum pendidikan dalam bidang keilmuan DKV (secara umum) dan bidang tipografi (secara khusus) memiliki peluang dan potensi untuk diajarkan kepada mahasiswa sehingga mahasiswa memiliki kemampuan kreativitas dan kompetensi untuk mampu menembus Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

PENDAHULUAN

Saya mengerti, mengapa panitia seminar memilih topik media, karena media adalah teknologi masa depan bangsa manusia. Disebutkan oleh Alvin Toffler dalam *The Third Wave* (1980) tentang tiga tahapan gelombang peradaban manusia; Pertama, gelombang masyarakat agraris/pertanian, gelombang kedua industri, dan gelombang ketiga informasi. Dalam tahap ketiga, media teknologi yang makin berkembang membantu manusia untuk memberikan dan mendapatkan informasi dan pengetahuan yang berkembang. Kemajuan dalam bidang Teknologi Informasi tidak bisa dipisahkan dari peradaban manusia dan manusia menjadi tergantung kepada teknologi ini. Informasi menjadi sangat mudah didapatkan dan pemanfaatan teknologi informasi di segala bidang telah membentuk suatu budaya baru. Hal ini terjadi dalam kondisi di Indonesia sekarang, sudah jamak kita melihat setiap orang di perkotaan maupun di segala penjuru, asyik berkecimpung dengan *gadget* dan mendapatkan banyak informasi apa saja secara instan dari seluruh bagian dunia. Informasi begitu mudah diperoleh, seolah-olah dunia sekarang seperti seenggaman tangan.

Menurut Manuel Castells, seorang sosiolog atau filsuf komunikasi mengatakan bahwa masyarakat yang memanfaatkan teknologi informasi ini tumbuh menjadi masyarakat jaringan, struktur sosial yang menjadi ciri masyarakat pada awal abad kedua puluh satu, sebuah struktur sosial yang dibangun di sekitar dan ditentukan oleh jaringan komunikasi digital. Dan komunikasi massa, komunikasi yang berpotensi menjangkau masyarakat pada umumnya, dibentuk dan dikelola oleh hubungan kekuasaan, berakar pada bisnis media dan politik negara, karena daya komunikasi merupakan jantung dari struktur dan dinamika masyarakat.

Komunikasi adalah sebuah kekuatan dengan media sebagai mediumnya. Dimana bentuk kekuatan paling mendasar ini terletak pada kemampuan membentuk pikiran manusia, cara kita merasa dan berpikir dan menentukan cara kita bertindak, baik secara individu maupun kolektif. Dalam hal ini, banyak kasus yang bersinggungan dengan dunia politik yang dapat menjadi contoh kekuatan media dalam membentuk suatu opini masyarakat.

Oleh karena sifat komunikasi dalam media ini memiliki kekuatan dalam mempengaruhi, tentu saja seharusnya secara etika, informasi yang disebarluaskan adalah informasi yang baik. Namun pada kenyataannya, banyak pihak juga memanfaatkan dengan menyebarkan berita-berita yang tidak benar atau Hoax demi tujuan lain. Artinya, selain dampak yang positif dari perkembangan media dan teknologi, tentu saja ada problem baru yang terjadi, kemajuan teknologi informasi yang pesat, ternyata menyisakan dampak bagi masyarakat. Secara tidak sadar masyarakat terdampak oleh informasi yang tidak benar, terkadang masyarakat terprovokasi oleh berita-berita yang hoax. Selain itu masuknya berbagai kebudayaan asing dalam kultur global yang masuk dengan deras melalui berbagai media informasi – komunikasi hal tersebut akan mengancam kemandirian sebuah bangsa dan memecah belah rasa kebangsaan.

Apa peranan yang dapat diberikan oleh kita yang berkecimpung dalam dunia pendidikan dalam menangkalkan ancaman tersebut? Apalagi menurut John Howkins dalam *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2002), menyambung teori Alvin Toffler, disebutkan juga peradaban manusia setelah tahap teknologi informasi bahwa peradaban sekaligus telah memasuki gelombang keempat. Di era peradaban baru ini yang memasuki era ekonomi kreatif, dimana sinergi antara seni/desain, kreativitas, dan teknologi menjadi ciri

utama. Ekonomi kreatif diartikan sebagai segala kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas (kekayaan intelektual), budaya dan warisan budaya maupun lingkungan sebagai tumpuan masa depan. Menurut Howkins, ekonomi kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, penelitian dan pengembangan (R&D), perangkat lunak, game dan permainan, Televisi dan Radio dan Permainan Video. Dalam era ekonomi kreatif ini, akan terjadi pertukaran dan arus bebas (*free flow*) : barang, jasa, investasi, tenaga kerja, dan modal dengan harapan akan prospek dan peluang bagi kerjasama ekonomi antar kawasan dalam skala yang lebih luas, melalui integrasi ekonomi regional kawasan Asia Tenggara, yang bertujuan akan menjadikan kawasan ASEAN yang lebih dinamis dan kompetitif. Tercatat ada enam bidang DKV (periklanan, desain, film, penerbitan, game, TV) yang dapat masuk dalam kelompok ekonomi kreatif ini.

Dalam dunia pendidikan, menjawab tuntutan hal tersebut tidaklah mudah. Perlu adanya penguatan pola berpikir kritis dan penguatan karakteristik berbangsa yang berpijak pada nilai-nilai kemanusiaan. Karena bila tidak disikapi dengan baik, kemajuan dalam berbagai bidang teknologi informasi akan menjadi ancaman, misalnya percepatan perkembangan desain serta teknologi informasi dan komunikasi digital dunia akan berpotensi menciptakan luntarnya identitas berbangsa, munculnya kesenjangan antara tuntutan industri dalam skala ekonomi regional kawasan Asia Tenggara dan Dunia dengan kompetensi mahasiswa di perguruan tinggi (khususnya mahasiswa DKV); maraknya perguruan tinggi yang berafiliasi dengan lembaga-lembaga di luar negeri yang membuka program studi DKV di Indonesia tanpa identitas kebangsaan; diberlakukannya pasar bebas yang menyebabkan maraknya tenaga

kerja asing yang akan bekerja di industri kreatif Indonesia, merupakan hal krusial yang dipertimbangkan masak dalam pengembangan relevansi pendidikan desain di Indonesia dalam mendesain sistem pembelajaran tersebut. Sehingga perlunya posisi pendidikan DKV untuk mampu menjawab permasalahan yang bersinggungan dengan kondisi masyarakat jaringan global dunia yang memanfaatkan teknologi komunikasi dan kekuatan media. Sehingga mahasiswa di perguruan tinggi DKV dapat memiliki kompetensi dan secara percaya diri terlibat aktif dalam era teknologi informasi sekaligus era ekonomi kreatif ini, sehingga memiliki prospek dan peluang bagi kerjasama ekonomi antar kawasan dalam skala yang lebih luas, melalui integrasi ekonomi regional kawasan Asia Tenggara, yang lebih dinamis dan kompetitif.

Kita menyadari hanya melalui pendidikanlah suatu bangsa yang besar dapat dibangun dengan mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Untuk itu melalui pendidikan tinggi bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik/mahasiswa sebagai hal yang penting untuk mewujudkan generasi unggul di masa yang akan datang. Pendidikan seperti apa yang diperlukan bidang DKV? Untuk mencapai tujuan tersebut diantaranya melalui pendidikan yang berkarakter dalam rangka memperkuat identitas bangsa menjadi penting. Dalam mewujudkan cita-cita luhur tersebut, Dosen pendidik sebagai tenaga profesional memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan tujuan pendidikan selaras dengan kebijakan pembangunan yang meletakkan pengembangan sumber daya manusia (SDM) sebagai prioritas pembangunan, maka peran dosen/guru menjadi strategis dalam mempersiapkan SDM yang berkualitas dalam menghadapi era global.

Untuk itu dalam bidang pendidikan DKV, perlu memotivasi kinerja intelektual dan profesional untuk menguatkan eksistensi karakteristik generasi bangsa.

Pendidikan DKV dan Penelitian dalam Bidang Tipografi ‘ala’ DKV – ITB.

Dalam sejarahnya, bidang desain komunikasi visual pada awalnya dikenal sebagai ‘desain grafis’ namun selaras perkembangan zaman yang ditandai oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan paradigma keilmuan desain grafis mengalami perubahan yang ditandai oleh perubahan penamaannya menjadi desain komunikasi visual. Perubahan tersebut disebabkan oleh kajian yang semula dilingkup oleh bidang desain grafis tidak lagi memadai manakala keilmuan desain grafis berkembang dan mulai bersinggungan dengan disiplin keilmuan lain serta faktor perkembangan teknologi yang pesat.

Sebagai disiplin keilmuan desain grafis tidak lagi hanya berkuat dalam ranah estetika semata namun telah berkembang ke dalam kajian komunikasi dan psikologi. Dan sebagai akibat adanya proses irisan keilmuan desain grafis dengan keilmuan komunikasi dan psikologi mengakibatkan adanya keterkaitan dengan permasalahan komunikasi massa yang dipengaruhi media, permasalahan masyarakat yang dipengaruhi faktor lingkungan ke dalam kajian psikobudaya. Situasi persentuhan keilmuan desain grafis dengan disiplin lainnya juga terjadi seperti dengan keilmuan sosiologi, ekonomi dan teknologi informasi. Akibat terjadinya persentuhan disiplin keilmuan desain grafis dengan ilmu lainnya menyebabkan makna desain grafis tidak lagi memadai dengan konten yang diembannya sehingga terjadilah perubahan nama dari desain grafis menjadi “desain komunikasi visual”.

Sebagai sebuah disiplin keilmuan yang terbangun oleh multi-disiplin keilmuan, maka desain komunikasi visual tidak lagi hanya mengkaji permasalahan yang berhubungan dengan proses perancangan visual guna memenuhi keindahan semata namun telah berkembang menjadi kajian keilmuan dan keprofesian yang didukung oleh disiplin ilmu komunikasi, psikologi, budaya, manajemen dan teknologi. Dalam menjawab permasalahan yang telah dipaparkan dimuka, Desain Komunikasi Visual sebagai salah satu program studi di ITB yang terkait erat dengan perkembangan seni, kultur, sosial, ekonomi dan serta teknologi tidak bisa menghindari atas kemajuan tersebut perlu dengan baik merespons tantangan eksternal ini.

Kesadaran bahwa globalisasi akan merubah tatanan kehidupan termasuk dalam dunia pendidikan menyebabkan perlunya penguatan dan evaluasi kurikulum prodi DKV-ITB, dimana sejak kurikulum tahun 2008 hingga kurikulum 2013 penerapan materi kurikulum dalam *road map*nya menitikberatkan penguatan dalam tradisi nusantara; yaitu budaya visual nusantara. Budaya visual nusantara mengajarkan kesadaran cara pandang mengenai kebanggaan memiliki budaya Indonesia dan kekayaan visual nusantara, yang dipaparkan dari teori Prof. Primadi Tabrani (*Bahasa Rupa*, Kelir, 2005), juga mengenai perbedaan cara pandang orang barat dan orang timur didalam melihat suatu karya seni. Penguatan budaya visual nusantara dalam kurikulum dianggap sebagai identitas budaya yang dapat memberikan pembekalan kepada mahasiswa. Originalitas, inovasi dan pemberdayaan unsur-unsur lokal (sosial, kultur, material dan pengetahuan lokal) yang berkontribusi sebagai Program Akademik Unggulan dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa menjadi ciri khas dan perlu ditingkatkan melalui sistem pembelajaran di berbagai program studi di Indonesia sehingga dapat menghasilkan lulusan yang kreatif

dan inovatif di dalam bidang apapun yang dikerjakannya, namun tetap memiliki integritas dan kecintaan terhadap identitas budaya Indonesia.

Hal tersebut sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Manuel Castells, bahwa identitas budaya adalah identitas atau perasaan menjadi anggota kelompok. Ini adalah bagian dari konsepsi diri dan persepsi diri seseorang dan terkait dengan kewarganegaraan, etnisitas, agama, kelas sosial, generasi, lokalitas atau kelompok sosial apa pun yang memiliki budaya tersendiri. Dengan cara ini, identitas budaya adalah karakteristik individu tetapi juga kelompok anggota kelompok budaya yang identik dengan identitas budaya yang sama. Sebagai "reservoir sejarah," budaya merupakan faktor penting dalam membentuk identitas. Karena salah satu karakteristik utama sebuah budaya adalah "waduk historisnya". Bangsa adalah faktor besar kompleksitas budaya, karena membangun fondasi bagi identitas individu namun mungkin berbeda dengan kenyataan budaya. Identitas budaya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berbeda seperti agama, keturunan, warna kulit, bahasa, kelas, pendidikan, profesi, keterampilan, keluarga dan sikap politik. Faktor-faktor ini berkontribusi terhadap pengembangan identitas seseorang.

Penguatan budaya visual nusantara juga menjadi salah satu muatan pengajaran yang diajarkan dalam mata kuliah tipografi. Tipografi adalah ilmu yang mengajarkan pengetahuan tentang ikhwal huruf/aksara. Tipografi, menurut kamus, adalah seni atau proses pencetakan dengan huruf, --kata-kata akar yang membentuk tipografi adalah *typo* (huruf) dan *grafik* (gambar) -- jadi secara harfiah berarti menggambar dengan huruf. Abjad Latin yang dipelajari di bidang Tipografi tidak hanya berfungsi sekedar sebagai simbol fonetik untuk berkomunikasi menyampaikan pesan dalam media. Inti tipografi adalah menerjemahkan kesetaraan bahasa lisan

ke dalam bentuk cetak. Verbal menjadi setara dengan visual. Integritas bentuk huruf itu bisa menciptakan tingkat *readability dan legibility*, yang merupakan isu sentral dalam tipografi karena huruf dibuat untuk dibaca. Bentuk huruf alfabet memiliki berbagai karakter dengan emosi yang bisa dideskripsikan secara tipografis; setiap simbol mewakili suara tertentu.

Pengajaran tipografi di kelas dengan memanfaatkan budaya visual nusantara, dapat membuat huruf yang memiliki makna lebih kompleks (yang dikategorikan oleh jenis keluarga huruf, *style, case, size, weight, bold, regular, slim, italic, condensed, back slanted* dan sebagainya). Bentuk visual dari huruf tidak hanya menyampaikan pesan dan makna tapi juga nada suara dan perasaan, hierarki dan kepentingan, penjelasan dan kejelasan. Huruf juga memiliki karakter khas dalam bentuk dan visualnya sebagai identitas budaya. Karakter ini bisa digunakan untuk menekankan ekspresi tertentu, identitas budaya, suasana hati untuk kebutuhan penerapan dalam berbagai media yang disesuaikan dengan kebutuhannya (periklanan, situs web, *Logotype, Branding /Identity*, dll.) yang membantu penyampaian pesan dalam komunikasi menjadi lebih efektif. Dalam memanfaatkan pengaplikasian karya tipografi berkarakter nusantara dalam bidang Desain Komunikasi Visual, akan menumbuhkan perasaan identitas budaya sebagai bangsa. Penyebaran komunikasi dalam teknologi informasi yang menjadi kekuatan masyarakat jaringan membantu penyebaran komunikasi ini sehingga terbentuk perasaan menjadi anggota kelompok budaya visual nusantara, sebagai bagian dari konsepsi diri dan persepsi diri seseorang. Hal tersebut sejalan dengan teori Manuel Castells yang menyatakan komunikasi adalah sebuah kekuatan dengan media sebagai mediumnya. Dimana bentuk kekuatan paling mendasar ini terletak pada kemampuan membentuk pikiran manusia,

cara kita merasa dan berpikir dan menentukan cara kita bertindak, baik secara individu maupun kolektif. Penyampaian karya desain dan khususnya tipografi yang berkarakter nusantara akan menjadi identitas budaya bangsa Indonesia. Sebagai contoh kasus, watak budaya bangsa tercermin pada bangsa Jepang dalam sikap 'Gambate' sebagai sikap pantang menyerah atau Bangsa Korea dengan *Korean Wave*-nya yang membuat semua film, karya seni dan desain serta produk Korea menjadi digemari di seluruh dunia.

Secara umum, pendidikan di DKV ITB dalam peminatan Desain Grafis mengajarkan 3 semester dalam pendidikan tipografi, satu semester diberikan penguatan dasar-dasar tipografi/pengetahuan tentang huruf, pada

semester yang kedua diberikan pengetahuan bagaimana tipografi diterapkan/diaplikasikan pada berbagai media (kesesuaian sifat media) dan pada semester yang ketiga diberikan penguatan untuk mampu membuat atau mendesain sendiri bentuk huruf dengan salah satunya mengambil/menggali ide dari kekayaan etnik nusantara. Tujuan dari mata kuliah ini adalah bagaimana mahasiswa memiliki kompetensi dalam menciptakan desain huruf yang unik dan berbasiskan kekayaan visual nusantara. Sifat menggali dan mendalami kekayaan budaya nusantara akan membentuk karakter yang mencintai kekayaan visual dan keragaman nusantara dan menumbuhkan sikap bangga dengan karakter keindonesiaan.



Gambar 1,2 dan 3 Merupakan contoh tipografi yang merupakan kreasi desain baru yang bersumberkan kekayaan visual nusantara karya mahasiswa DKV ITB dalam media poster, yang dipamerkan di acara Dubai Design Week 2017

Di era teknologi informasi ini, kreasi desain baru selalu diimpikan. Kekayaan visual nusantara dari Indonesia bisa menjadi sumber ide yang tak terbatas dalam mengembangkan tipografi digital. Mahasiswa bisa mendesain alfabet Latin dengan bercirikan huruf yang berkarakter nusantara dengan menangkap unsur-

unsur tradisional dari huruf-hurufnya. Dengan kelimpahan sumber dayanya pada kekayaan budaya visual nusantara di Indonesia, kesempatan untuk menciptakan ide baru dengan berkolaborasi dan memadukan budaya visual nusantara ke dalam alfabet Latin terbuka luas. Studi ini dapat dikembangkan untuk menciptakan tipografi yang menarik karena masing-masing budaya visual nusantara berasal dari keberbedaan berdasarkan kondisi geografis, konteks lokal dan budaya lokal, yang unik satu sama lain. Dalam

menciptakan tipe huruf, akurasi dan ketelitian yang baru adalah sikap yang harus dimiliki oleh mahasiswa yang memungkinkan mereka untuk menangkap identitas karakter budaya visual lokal. Terdapat berbagai aplikasi / softwares untuk merancang, membuat dan mempublikasikan Desain Font baru (*font generating*) dalam bentuk .TTF atau .OTF seperti: Macromedia Fontographer, Pyrus Fontmaker, Hight Logic Font

Creator dan Studio Fontlab. Perancangan pembuatan font baru yang berhasil, karya-karya ini akan memperkaya kosakata tipografi yang ada dan bisa diterapkan untuk merancang karya dalam berbagai Media yang sesuai dalam teknologi informasi. Temuan ini bisa memperkaya bidang komunikasi visual saat ini dan bisa menjadi aset budaya sebuah Negara.



Gambar 2. Contoh Rancangan Aplikasi Font pada Media,
(Karya Fionita Ratu, Ivanna dan Rika Yuliana, mahasiswa DKV-ITB angkatan 2014)

Penerapan dari sistem pembelajaran yang secara khusus memperhatikan peningkatan kreativitas mahasiswa ditujukan untuk menghasilkan lulusan yang kreatif dan adaptif dengan bekal kompetensi yang tinggi mencakup keilmuan desain dan penerapannya serta praktek profesi desain, yang pada ujungnya akan bermuara pada peningkatan industri kreatif Indonesia, mampu berkompetensi di kancah global dan berdampak pada pertumbuhan laju ekonomi yang baik bagi Indonesia.

Hal ini juga menjawab permasalahan *outcomes* lulusan untuk selalu siap terlibat menjadi pelaku dalam industri kreatif. *Outcomes* lulusan yang memiliki pengetahuan (*knowledge*) dalam bidang keahlian utama (DKV) yang mampu mengaplikasikan, mengevaluasi dan mengkaji. Pengetahuan mengenai metodologi penelitian dan perancangan sehingga selalu mampu memecahkan masalah (DKV) dan berfikir kritis. Serta pengetahuan yang

mendukung keilmuan (DKV). Selain itu Keterampilan (*skill* menggambar dan merancang) serta mengolah gambar melalui teknologi digital dan analog atau bahkan penggabungan diantaranya. Selain itu memiliki sikap (*attitude*) atau beretika yang baik dalam Etika berprofesi, Etika berkomunikasi, Etika berkarya, Etika bermasyarakat.

Dengan melihat salah satu model pembelajaran tipografi diatas diharapkan; pengembangan model pembelajaran tipografi dengan mengintegrasikan Budaya Lokal dapat menjadi peluang dan tantangan. bagi Desain Komunikasi Visual untuk perlunya penciptaan Industri kreatif yang mendidik, berbasis Desain dan Media dan dapat berkembang dalam kancah global (konteks MEA).

Siapkah lulusan perguruan tinggi dari keilmuan Desain Komunikasi Visual menghadapi perdagangan bebas yang dimulai sejak dari MEA 2015 ini?

PENUTUP

1. Pengembangan Model Pembelajaran Tipografi dalam bidang Desain Komunikasi Visual yang dituangkan dalam sebuah kurikulum yang kuat dalam Ruh keilmuan yang paling dasar yang dapat mengikat bidang Desain dan Teknologi Media. Penguatan di dalam konsep pendidikan dan sistemnya dengan mengintegrasikan Budaya Lokal diperlukan sebagai dasar penguatan karakter berbangsa. Sehingga tercapai Penguatan Identitas Budaya Lokal bagi Kebermaknaan Multikultural dalam Membentuk Karakter berbangsa.
2. Penguatan dan *refreshing* keilmuan Dosen sebagai SDM sebagai mediator ilmu kepada mahasiswa sangat diperlukan sehingga mahasiswa selalu memperoleh ilmu yang selalu segar. Selain itu hal yang paling penting, para pengajar akan menguatkan ruh pendidikan dalam membangun karakter bangsa dalam memperkokoh nilai-nilai yang hilang atau bergeser. Para pengajar akan memberikan makna kembali atas identitas-identitas yang telah hilang.
3. Dengan Identitas budaya visual keindonesiaan yang kuat, Estetika dan kreativitas yang menjadi basic pada pendidikan Tipografi dalam bidang Desain Komunikasi Visual memiliki daya saing dalam bidang ekonomi. Ekonomi kreatif yang merupakan aktivitas ekonomi berbasis ilmu pengetahuan (*knowledge-based economy*). Produktivitas yang tinggi mencerminkan daya saing tinggi dan daya saing tinggi berpotensi menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Kreativitas akan menjadi aktivitas ekonomi, yang menggantikan fokus sebelumnya pada informasi. Dengan menempatkan kreativitas dalam paradigma pendidikan, kreativitas pun akan menggantikan abad informasi sebagai fokus dominan ekonomi global karena Ekonomi kreatif berkembang berdasarkan aset kreatif yang berpotensi membantu pertumbuhan ekonomi.
4. Perguruan tinggi dalam bidang Desain Komunikasi Visual dapat mempersiapkan *outcomes* mahasiswanya untuk siap menghadapi tantangan global. Dengan mempersiapkan dan meningkatkan standar dan kompetensi mahasiswa yang kelak menjadi Designer/Tipografer atau *entrepreneurship* yang bergerak di sektor industri kreatif maka perguruan tinggi tidak gamang dan siap menghadapi peningkatan Ekonomi kreatif, sehingga mampu meningkatkan Industri kreatif yang langsung merupakan pemasukan bagi masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan yang dalam waktu bersamaan juga membantu mempromosikan keragaman sosial-budaya serta mengembangkan sumber daya manusia. Kemudian Ekonomi Kreatif juga mampu menguatkan aspek-aspek ekonomi, kebudayaan dan sosial yang mampu berinteraksi baik dengan teknologi, kegiatan intelektual serta tujuan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex W. White, *Thinking in Type, The Practical Philosophy of Typography*, Allworth Press, NY, 2005
- Alvin Toffler, *The Third Wave*, BANTAM, 1984

John Howkins, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Penguin Global, 2002

Manuel Castells, *Communication Power*, OUP Oxford, 2009

Naomi Haswanto, *Pengembangan Bahasa, Sastra, Seni, Budaya Dan Pembelajarannya dalam Membentuk Karakter dan Industri*

Kreatif, Sebuah Contoh Kasus Budaya Visual Nusantara Sebagai Basic Pendidikan Desain Komunikasi Visual ITB Dalam Menjawab Perubahan Pasar Bebas Dunia, Semirata FBS UNJ, Jakarta 15-17 September 2015

Primadi Tabrani, *Bahasa Rupa*, Kelir, 2005