

PERANCANGAN TYPEFACE UNTUK MENINGKATKAN CITRA BRAND RAWTYPE RIOT

Reza Gamas Firdansyah¹, Inko Sakti Dewanto²

Desain Komunikasi Visual, Insitut Teknologi Nasional Bandung^{1,2}

Email: Rezagamzz@gmail.com

Informasi

Volume : 2
Nomor : 8
Bulan : Agustus
Tahun : 2025
E-ISSN : 3062-9624

Abstract

Visual identity plays a vital role in shaping brand image and competitiveness, especially in the highly dynamic fashion industry. Typography, particularly the font, functions not only as a medium of communication but also as a representation of the brand's character and values. However, many local brands still rely on generic or pirated fonts, leading to weak differentiation, low credibility, and limited consumer engagement. This study focuses on developing an exclusive font for Rawtype Riot, a Bandung-based fashion brand, as a strategic effort to strengthen its visual identity. Using a qualitative approach, the research employed literature review, observation, in-depth interviews, and benchmarking, supported by a SWOT analysis to examine strengths, weaknesses, opportunities, and threats in custom font development. The findings indicate that Rawtype Riot's consistency and progressive character create strong potential to pioneer custom typography within Indonesia's local fashion industry, supported by Bandung's creative ecosystem. The designed typeface, "Rawsome," adopts a modern sans-serif style that is simple, solid, and dynamic, effectively reflecting the brand's identity. The study concludes that exclusive font development enhances visual consistency, builds credibility, and fosters emotional connections with consumers. Moreover, it positions Rawtype Riot as a distinctive and professional brand, reinforcing originality while opening opportunities for broader recognition at both national and global levels.

Keyword: Visual Identity, Typography, Exclusive Font, Branding, Rawtype Riot

Abstrak

Identitas visual memiliki peran penting dalam membentuk citra dan daya saing sebuah brand, terutama dalam industri fashion yang dinamis dan kompetitif. Tipografi, khususnya font, berfungsi tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai representasi karakter dan nilai brand. Namun, banyak brand lokal masih mengandalkan font generik atau bajakan, yang mengakibatkan lemahnya diferensiasi visual, rendahnya kredibilitas, serta terbatasnya keterikatan konsumen. Penelitian ini berfokus pada perancangan font eksklusif untuk Rawtype Riot, sebuah brand fashion asal Bandung, sebagai strategi untuk memperkuat identitas visual. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif melalui studi literatur, observasi, wawancara mendalam, serta benchmarking, dengan dukungan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan font kustom. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi dan karakter progresif Rawtype Riot memberikan potensi kuat untuk menjadi pelopor tipografi kustom di industri fashion lokal, dengan dukungan ekosistem kreatif Bandung. Typeface "Rawsome" yang dirancang mengadopsi gaya sans serif modern yang sederhana, solid, dan dinamis, sehingga mampu merepresentasikan identitas brand secara efektif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan font eksklusif dapat meningkatkan konsistensi visual, membangun kredibilitas, serta memperkuat hubungan emosional dengan konsumen. Selain itu, strategi ini menempatkan Rawtype Riot sebagai brand yang autentik dan profesional, sekaligus membuka peluang pengakuan yang lebih luas di tingkat nasional maupun global.

Kata Kunci: *Identitas Visual, Tipografi, Font Eksklusif, Produk lokal, Rawtype Riot*

A. PENDAHULUAN

Dalam dunia industri kreatif identitas visual memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah brand di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Font menjadi salah satu elemen utama dalam identitas visual karena mampu mengekspresikan karakter, nilai, dan kepribadian brand. Menurut Rustan (2013), font merujuk pada wujud fisik dari sekumpulan huruf, angka, simbol, maupun karakter lain yang memiliki ukuran serta sifat tertentu. Sementara itu, rupa huruf atau typeface dipahami sebagai rancangan desain dari keseluruhan karakter huruf (Vera Waradya et al., 2023). Pemilihan font yang tepat dan selaras dengan karakter brand tidak hanya memperkuat daya tarik visual, tetapi juga menciptakan koneksi emosional dan meninggalkan kesan mendalam bagi konsumen.

Salah satu bentuk karya intelektual yang digunakan untuk membedakan sebuah produk dengan produk lain adalah brand (Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali et al., 2022). Fungsi brand adalah untuk menentukan barang atau jasa dengan tujuan untuk meningkatkan citra suatu produk (Smith Sinaga & Khrisna Sawitri, 2024). Banyak brand lokal masih mengandalkan font generik gratis atau bahkan bajakan, yang menyebabkan lemahnya diferensiasi visual serta hilangnya identitas brand di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Menurut Khair dan Latief (2002) Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian tidak semata-mata dipengaruhi oleh faktor harga, melainkan citra merek juga menjadi salah satu aspek yang berperan signifikan (Widyaratna & Zainuri, 2023). Penelusuran terhadap beberapa proyek serupa, seperti perancangan typeface untuk brand-brand fashion global seperti Supreme atau Stüssy, menunjukkan bagaimana penggunaan font eksklusif dapat memperkuat karakter dan membangun koneksi emosional dengan konsumen.

Rawtype Riot adalah brand lokal asal Bandung yang didirikan pada tahun 2017. Berawal dari sebuah kost-kostan sederhana, brand ini berkembang pesat berkat konsistensinya dalam menciptakan produk-produk fashion yang eksklusif dan edisi terbatas. Komitmen terhadap kualitas dan desain orisinal membuat Rawtype Riot mampu mendirikan headquarter sendiri dan membuka beberapa flagship store di lokasi strategis.

Perancangan ini berfokus pada pengembangan font eksklusif sebagai bagian dari strategi visual brand Rawtype Riot yang berdasarkan dengan prinsip-prinsip tipografi (. Dengan tujuan untuk merancang sebuah typeface yang mampu merepresentasikan semangat dinamis,

progresif, dan nilai-nilai khas Rawtype Riot secara visual, sekaligus menjadikannya elemen distingtif yang meningkatkan konsistensi dalam komunikasi visual brand.

B. METODE PENELITIAN

Perancangan ini menggunakan studi literatur dan metode kualitatif, dengan melakukan wawancara dan observasi, Menurut Sugiyono (2016: 8) Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang memiliki bersifat umum, eksploratif, dan bisa berkembang selama proses penelitian (Kurniansyah et al., 2021). Tahap awal dimulai dengan pengumpulan data melalui studi literatur, studi literatur dilakukan untuk memahami konsep identitas visual, tipografi, dan tren desain di industri fashion urban. Observasi difokuskan pada analisis elemen visual Rawtype Riot yang sudah ada, sementara wawancara mendalam bertujuan memahami visi, misi, dan nilai brand. Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara peneliti menyampaikan pertanyaan secara langsung kepada narasumber untuk mencari informasi (Puspa Dewi et al., 2022). Selain itu, benchmarking terhadap brand lokal dan internasional dilakukan untuk menemukan peluang diferensiasi melalui desain font yang unik dan sesuai karakter brand. Setelah data terkumpul, dilanjutkan dengan analisis dan konseptualisasi guna merumuskan konsep desain font yang mencerminkan karakter Rawtype Riot. Pada tahap ini, dilakukan analisis karakter brand untuk menentukan kata kunci yang mewakili identitas.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Masalah

Masalah Umum

Banyak brand lokal di Bandung belum menyadari pentingnya identitas visual, khususnya dalam pemilihan dan penggunaan font. Hal ini ditunjukkan dengan masih maraknya penggunaan font gratis atau bahkan bajakan, yang mengakibatkan brand sulit dibedakan, kurang menonjol, serta terkesan tidak profesional. Identitas visual yang lemah membuat brand semakin sulit bersaing di pasar, sementara konsumen pun kesulitan untuk mengenali dan mengingat brand tersebut, sehingga berimplikasi pada rendahnya tingkat loyalitas konsumen.

Masalah DKV

Masalah utama yang sering muncul adalah penggunaan font yang tidak sesuai dengan karakter brand. Padahal, font memiliki peran penting dalam menyampaikan nilai, citra, dan identitas brand secara konsisten. Ketika sebuah brand menggunakan font generik atau serupa

dengan kompetitor, hal ini membuat brand sulit dibedakan, sehingga mengurangi kekuatan identitas visualnya dalam membangun daya tarik dan keunikan di mata konsumen.

Sementasi Target

Demografis :

- Usia 25 Tahun – 35 Tahun
- Laki-Laki & Perempuan
- Status Sosial Ekonomi A-B

Geografis :

- Kota Bandung dan Kota Jakarta

Psikografis :

- Brand Owner
- Menghargai kualitas dan originalitas produk
- Pecinta fashion
- Menyukai desain yang menarik.

Teknografis :

- Aktif menggunakan media digital
- Terlibat di platform media social visual seperti Instagram dan TikTok.
- Terbuka terhadap inovasi teknologi dalam desain

Analisis SWOT

Strenght

Rawtype Riot yang kuat di ranah fashion dan budaya urban cocok untuk pengembangan font eksklusif. Font ini menjaga konsistensi visual, memperkuat citra profesional, dan membangun koneksi emosional dengan konsumen.

Opportunities

Kesadaran brand lokal akan pentingnya visual branding mendorong penggunaan font eksklusif sebagai pembeda. Dengan dukungan ekosistem kreatif Bandung, Rawtype Riot berpeluang jadi pelopor font kustom dan memperkuat posisinya di persaingan industri brand.

Weaknesses

Tantangan utamanya adalah minimnya pemahaman teknis soal desain komunikasi visual, terutama peran strategis tipografi dalam branding. Banyak brand lokal dan bahkan desainer belum terbiasa menjadikan font sebagai elemen utama dalam identitas visual mereka.

Threats

Penggunaan font generik atau bajakan dengan alasan efisiensi menjadi tantangan dalam membangun apresiasi terhadap desain orisinal.

Matriks SWOT

Strenght-Opportunities

Rawtype Riot memiliki karakter brand yang kuat dan konsisten, yang dapat dimaksimalkandengan peluang berkembangnya kesadaran visual di kalangan brand lokal. Dengan memanfaatkan ekosistem kreatif Bandung, brand ini bisa menciptakan font eksklusif sebagai identitas visual yang khas dan menjadi pionir dalam pemanfaatan font kustom di dunia fashion lokal.

Strenght-Threats

Dengan kekuatan identitas visual yang kuat, Rawtype Riot dapat menghadapi ancaman seperti penggunaan font bajakan dan rendahnya apresiasi publik terhadap tipografi. Strategi yang tepat adalah membuat font orisinal yang dilindungi HKI, sekaligus memperkuat citra profesional dan etis dalam membangun branding.

Weaknesses-Opportunities

Meskipun terdapat keterbatasan dalam hal pemahaman teknis tentang tipografi dan proses desain font yang kompleks, peluang kolaborasi kreatif di Bandung dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan ini. Selain itu, dengan meningkatnya minat terhadap branding di kalangan pelaku usaha lokal, Rawtype Riot bisa menjadikan proses pembuatan font ini sebagai bagian dari storytelling mereka menunjukkan bahwa brand lokal pun bisa berinovasi dan peduli terhadap identitas visual sepeti font.

Weaknesses-Threats

Kelemahan teknis dan risiko plagiarisme perlu diantisipasi melalui peningkatan kapasitas tim dan perlindungan legal. Dengan cara ini, Rawtype Riot tetap bisa menjaga kualitas font dan menghindari pencurian karya meskipun memiliki keterbatasan sumber daya.

Problem Statement dan Problem Solution

Problem Statement

Masih banyak brand lokal, khusus di industri fashion, yang belum menyadari pentingnya penggunaan font kustom sebagai bagian dari identitas visual. Ketidaksesuaian antara karakter brand dan tipografi yang digunakan membuat brand sulit dibedakan, mengurangi daya tarik visual, dan melemahkan komunikasi nilai brand secara keseluruhan.

Problem Solution

Sebagai brand dengan karakter yang kuat, Rawtype Riot dapat memaksimalkan identitas visualnya melalui eksplorasi dan penggunaan font kustom yang sesuai dengan DNA brand. Langkah ini tidak hanya memperkuat keunikan visual di tengah persaingan industri, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap desain yang orisinal dan profesional, sehingga membangun persepsi brand yang lebih kredibel dan mudah dikenali oleh konsumen.

Tujuan

Tujuan Jangka Pendek

Merancang dan mengembangkan font eksklusif yang mencerminkan karakter dan nilai brand Rawtype Riot. Font ini diharapkan dapat meningkatkan konsistensi visual pada seluruh media promosi dan produk Rawtype Riot, serta memperkuat identitas brand melalui elemen visual yang unik dan autentik. Penggunaan font generik atau bajakan tidak hanya mengurangi kualitas visual, tetapi juga berisiko merusak kredibilitas brand di mata konsumen.

Tujuan Jangka Panjang

Membangun citra Rawtyperiot sebagai brand lokal yang memiliki identitas visual yang kuat dan berbeda. Dengan memiliki font sendiri, Rawtyperiot dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengalaman visual yang khas dan profesional, serta menjadi pelopor di kalangan brand lokal Bandung dalam mengadopsi font eksklusif sebagai bagian dari strategi branding.

Model Komunikasi

Laswell Model

- **Who**

Rawtype Riot adalah brand lokal asal Bandung yang didirikan pada tahun 2017, bermula dari sebuah kost-kostan yang sederhana, namun kini telah berkembang menjadi salah satu brand yang cukup dikenal di industri fashion.

- **Say What**

“Stay Rawsome”

- **To Whom**

Laki-laki dan Perempuan usia dewasa 25-35 tahun. Berprofesi sebagai pegawai brand owner, desainer, fashion enthusiast, dan pekerja kreatif di bidang visual, dengan kelas sosial menengah ketas (SES A - B)

- **In Which Channel**

Dengan di Buatnya eksklusif font rawtype Riot ini diharap bisa menjadi lebih meningkatkan citra brand Rawtyperiot untuk terus berkembang secara global dan di kenal oleh semua kalangan.

With What Effect

- **Think**

Target audience diharapkan melihat Rawtype Riot sebagai brand yang punya karakter kuat, unik, dan tetap autentik di tengah tren fashion yang terus berubah. Bagi mereka, Rawtype Riot bukan sekadar brand, tapi imbol keberanian untuk jadi diri sendiri dan terus berkarya dengan percaya diri.

- **Feel**

Mereka merasa bangga dan terinspirasi, dengan menggunakan produk local yang berkualitas serta mewaliki semangat mereka untuk tetap kreatif, dan terus berkembang

- **Do**

Setelah terinspirasi, mereka terdorong untuk membeli, memakai, membagikan di media sosial, merekomendasikan ke teman, dan menjadi loyal terhadap Rawtype Riot

Message Planning

- **What To Say**

“STAY RAWesome” Sebuah ajakan untuk tetap autentik, terus berkarya dengan jujur, dan percaya bahwa menjadi “raw” adalah sesuatu yang “awesome”.

- **How To Say**

Menyampaikan informasi tentang brand Rawtype Riot secara kreatif melalui buku type specimen menampilkan desain huruf typeface khusus, yang dibuat untuk menggambarkan karakter dan gaya khas brand, dengan proses perancangan yang melibatkan pengamatan terhadap bentuk huruf, gaya desain visual, serta elemen grafis dan fashion Rawtype Riot, hingga menghasilkan huruf yang menarik secara visual dan berfungsi sebagai font digital khusus untuk digunakan sebagai header di berbagai media komunikasi cetak maupun digital

Hasil Perancangan

Tone and Manner

Tone warna untuk Rawsome Font mengusung kesan yang timeless tidak terpengaruh oleh tren atau waktu, sehingga tetap relevan, menarik, dan bernilai dari masa ke masa

 Amethyst Purple R:102 G:51 B:152 C:20 M:40 Y:0 K:40	 Honey R:225 G:179 B:5 C:0 M:30 Y:98 K:0
 Black R:0 G:0 B:0 C:0 M:0 Y:0 K:100	 White R:255 G:255 B:255 C:0 M:0 Y:0 K:0

Gambar 1. Tone and Manner

Creative Approach

Font eksklusif Rawtype Riot kini mengusung gaya sans serif modern yang simpel dan minimalis. Bentuk hurufnya tampil sederhana namun solid, dengan proporsi seimbang dan garis tegas yang mencerminkan ketegasan serta kepercayaan diri. Salah satu ciri khasnya adalah aksentiring ke atas di beberapa huruf yang memberi nuansa dinamis dan mencerminkan semangat untuk terus berkembang. Desain ini merepresentasikan visi Rawtype Riot yang progresif, menjadikannya tetap relevan dalam berbagai kolaborasi lokal maupun internasional. Dengan struktur yang proporsional dan rapi, typeface ini cocok untuk berbagai kebutuhan mulai dari media cetak, apparel, hingga branding. Perpaduan gaya klasik dan kesederhanaan modern menjadikan font ini tangguh, profesional, dan timeless

Nama Typeface

Rawsome merupakan permainan kata dari “raw” yang merujuk pada RawtypeRiot, dan “awesome” yang mencerminkan karakter desain yang berani, solid, dan mencolok meski tetap minimalis. Typeface ini dirancang untuk merepresentasikan identitas brand yang aktif, progresif, dan dinamis.



Gambar 2. Nama Typeface

Referensi Visual



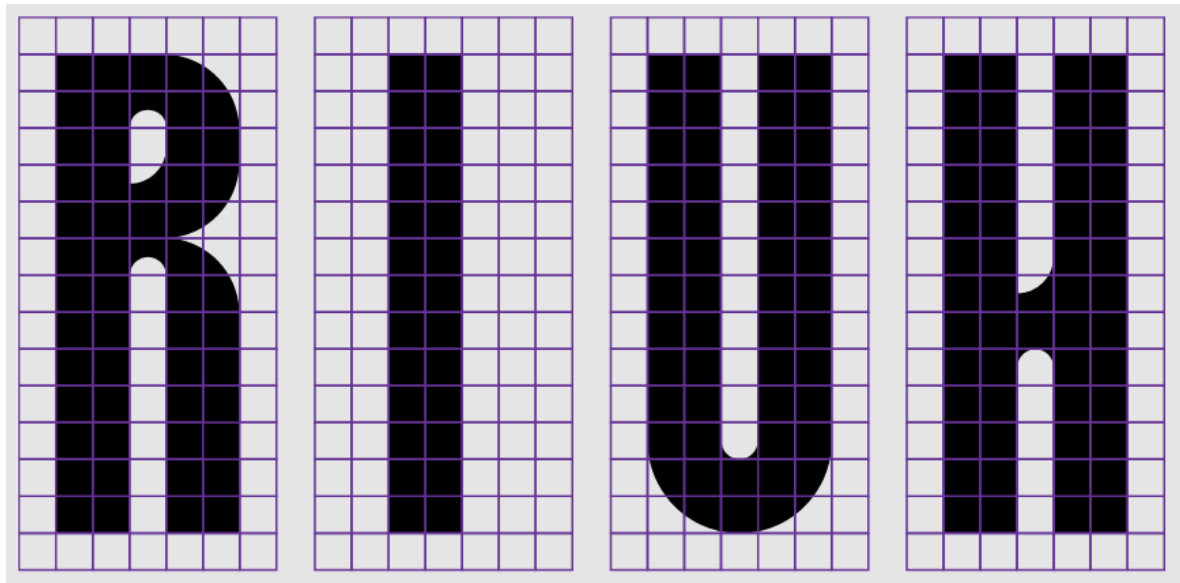
Gambar 3. Referensi

Sketsa



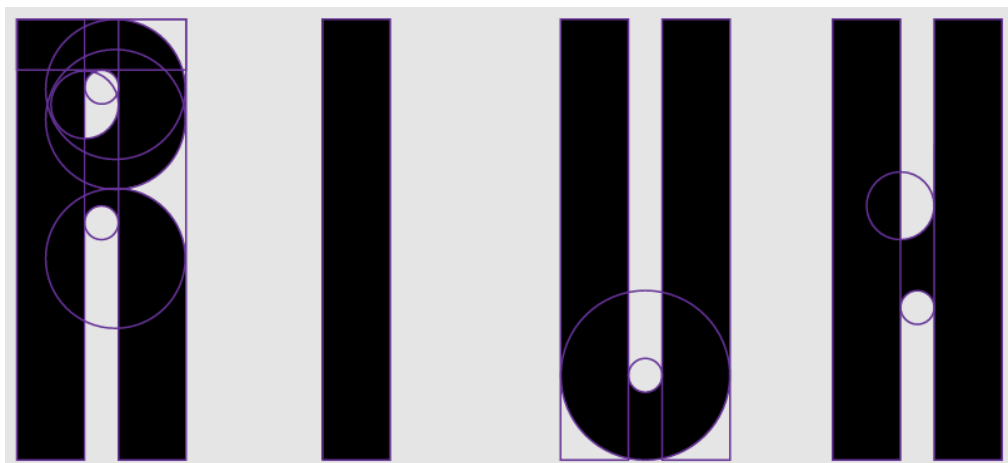
Gambar 4. Sketsa manual dan digital

Grid Huruf



Gambar 5. Grid

Konstruksi Huruf

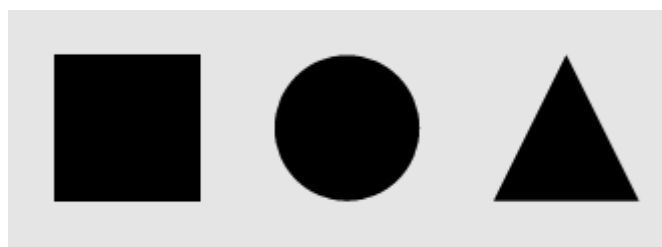


Gambar 6. Konstruksi huruf

Final Font Regular



Gambar 7. Font regular

Final Font Medium**Gambar 8. Font medium****Final Font Bold****Gambar 9. Font Bold****Bentuk Dasar Huruf Karakter****Gambar 10. Bentuk dasar**

Huruf pada Rawsome Font dirancang dengan pendekatan geometris yang mengutamakan kesan tegas dan presisi, menggabungkan bentuk dasar seperti kotak, lingkaran dan segitiga. Pengayaan huruf diambil dari karakteristik desain industrial yang minimalis dan kuat, dengan aksan geometris yang menonjolkan dinamika dan ketegasan.

Bentuk Dasar Huruf	Huruf Latin	Huruf Rawsome
▲	A	A
●	C O	C O
■	I J H T K	I J H T K
■	E F L Z	E F L Z
▲ ●	X Y	X Y
■ ●	B R P G D S U Q	B R P C D S U Q
■ ▲	V W M N	V W M N

Gambar 11. Tabel Bentuk dasar

Perancangan Buku

Font Judul

RAWSOME

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
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
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

Gambar 12. Rawsome typeface

Font Text

Avenir LT

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
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

Gambar 12. Avenir typeface

Ilustrasi



**Gambar 12. Ilustrasi
Pengaplikasian Media**



Gambar 13. Cover book



Gambar 14. Hoodie



Gambar 15. Tshirt



Gambar 16. Promo Banner Store



Gambar 17. Poster



Gambar 18. Thank Card



Gambar 19. Sticker



Gambar 20. Id card dan lanyard



Gambar 21. Website homepage

D. KESIMPULAN

Identitas visual merupakan aspek fundamental dalam membangun citra dan daya saing brand, khususnya di industri fashion yang memiliki tingkat kompetisi tinggi. Font, sebagai elemen utama tipografi, tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi visual, melainkan juga sebagai representasi karakter, nilai, dan kepribadian brand. Sebagian besar brand lokal masih menggunakan font generik atau bajakan, sehingga mengakibatkan lemahnya diferensiasi visual, rendahnya kredibilitas, serta menurunnya tingkat keterikatan konsumen terhadap brand.

Rawtype Riot sebagai brand lokal asal Bandung memiliki potensi strategis untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui pengembangan font eksklusif. Berdasarkan hasil analisis kualitatif melalui studi literatur, observasi, wawancara, serta benchmarking, diketahui bahwa perancangan typeface kustom dapat memperkuat konsistensi identitas visual dan membangun koneksi emosional dengan konsumen.

Dengan demikian, pengembangan font eksklusif pada Rawtype Riot diarahkan pada dua sasaran utama, yaitu jangka pendek untuk menciptakan konsistensi visual yang sesuai dengan brand, serta jangka panjang untuk membangun citra autentik dan profesional yang mampu membedakan Rawtype Riot di antara kompetitor. Strategi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kredibilitas dan loyalitas konsumen, tetapi juga menjadikan Rawtype Riot sebagai pelopor dalam pemanfaatan tipografi kustom di kalangan brand lokal, sekaligus memperkuat posisinya pada tingkat nasional maupun global.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Kurniansyah, M. A., Agus, E., & Oemar, B. (2021). Perancangan Identitas Visual Dan Penerapannya Dalam Media Promosi Museum Anjuk Ladang. *Jurnal Barik*, 3(1), 97–110.
- Puspa Dewi, N. N., Udayana, A. A. G. B., & Swendra, Cokorda, G. R. (2022). Perancangan Font dan Desain Preview Font Two Hand di Alit Desain Studio. *ISI Denpasar Institutional Repository*, 12. <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/4796>
- Smith Sinaga, A., & Khrisna Sawitri, D. (2024). Meningkatkan Citra Merek Melalui Desain dan Identitas Visual. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 279–287. <https://www.jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/7635/6465>
- Vera Waradya, Elda Franzia Jasjfi, & Achmad Syarif. (2023). Pengembangan Desain Font Digital Berdasarkan Gambar Huruf Karya Drs Suyadi. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 6(1), 33–44. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v6i1.18721>

Widyaratna, L., & Zainuri, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved Di Thriftshop. Journal of Comprehensive Science (JCS), 2(4), 941–948. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i4.300>