

Analisis Peran Tipografi dalam Membangun *City Branding* Jakarta: Studi Kasus Plus Jakarta Sans

Qinthara Yasyfa Dasha¹, Inko Sakti Dewanto²

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional^{1,2}

Email: qinthara.yasyfa@mhs.itenas.ac.id¹, inkosakti@itenas.ac.id²

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 9 Bulan : September Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<p><i>City branding</i> adalah strategi penting dalam membangun identitas kota yang kuat, terutama di era digital. Tipografi sebagai elemen desain visual berperan besar dalam merepresentasikan nilai dan karakter sebuah kota. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran tipografi dalam <i>city branding</i> Jakarta dengan fokus pada Plus Jakarta Sans, font sans-serif geometris yang dirancang khusus untuk mendukung identitas visual kota. Metodologi yang digunakan mencakup analisis visual dan studi literatur. Penelitian ini menegaskan bahwa tipografi adalah elemen penting dalam membangun <i>city branding</i> yang kuat, relevan, dan kompetitif di tingkat global.</p>

Keyword: tipografi, *city branding*, Plus Jakarta Sans, Jakarta.

A. PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, kota-kota di seluruh dunia berlomba untuk membangun identitas yang kuat melalui berbagai media visual. Teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat dan wisatawan memandang sebuah kota, di mana kehadiran online dan elemen visual menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan dan nilai-nilai kota. Salah satu elemen visual yang paling berpengaruh dalam era digital adalah tipografi. Sebagai elemen desain yang digunakan di berbagai platform, mulai dari website hingga signage jalan, tipografi memainkan peran penting dalam menyampaikan karakter dan visi kota.

City branding adalah proses menunjukkan identitas kota yang unik dan keunggulan yang dimiliki untuk membedakannya dari kota lain. Ini bertujuan untuk menarik wisatawan dan membangun citra kota yang kuat (Zahrah, 2023). Beberapa kota di dunia telah berhasil membangun identitas visual yang kuat melalui elemen branding, termasuk tipografi.

Contohnya; **London** dengan *Johnston Sans*, font ikonik yang digunakan di seluruh sistem transportasi London, menciptakan kesan konsistensi dan keandalan, dan **New York City** dengan penggunaan *Helvetica NYC*, yang mencerminkan modernitas dan kesederhanaan dalam elemen signage dan komunikasi publiknya. Keberhasilan kota-kota ini menunjukkan bahwa tipografi bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga elemen strategis dalam menciptakan citra kota yang mudah dikenali.

+Jakarta adalah upaya untuk menciptakan sebuah kota kolaborasi yang keras, padat, beragam, semarak, kontras, dan kompetitif (6616 Studio, 2020). Branding +Jakarta Karya 6616 Studio bertujuan untuk menghidupkan setiap potongan gambar tersebut dengan memicu warga Jakarta untuk bergerak maju, mewujudkan mimpi bersama, dan berkolaborasi tanpa batas. Simbol "+" menunjukkan penambahan atau nilai positif, yang bertujuan memberikan dampak positif melalui kolaborasi.

Melalui inisiatif branding kota, Jakarta memperkenalkan elemen visual baru yang mencakup logo, warna, dan tipografi yang konsisten. Salah satu langkah strategis yang diambil adalah pengembangan **Plus Jakarta Sans**, sebuah font open-source yang dirancang untuk merepresentasikan karakter kota di era modern. Penggunaan font ini dalam branding +Jakarta bertujuan untuk memperkuat narasi kolaborasi dan keberagaman yang menjadi inti dari kampanye kota kolaborasi (Matahariputri, G. M., Mansoor, A. Z., & Nawawi, D. A., 2024).

Tipografi Plus Jakarta Sans merupakan bagian integral dari identitas +Jakarta, yang digunakan dalam logo dan berbagai elemen visual lainnya. Font ini terdaftar di Google Fonts dan bersifat open source, sehingga bebas digunakan oleh siapa saja, baik untuk keperluan personal maupun komersial.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana elemen tipografi dalam Plus Jakarta Sans berkontribusi pada pembentukan identitas visual Jakarta dengan pendekatan teori tipografi modern dan branding.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada pendekatan analisis visual dengan dilakukan pengamatan secara mendalam karakteristik desain tipografi Plus Jakarta Sans, termasuk struktur huruf, proporsi, konsistensi desain, dan aplikasinya di berbagai media. Proses ini bertujuan untuk memahami bagaimana elemen-elemen tipografi dalam Plus Jakarta Sans mendukung identitas visual kota Jakarta.

Sementara itu, akan dilakukan studi literatur untuk mengkaji teori-teori yang relevan tentang tipografi dan city branding. Literatur yang digunakan mencakup buku, artikel jurnal, dan publikasi daring yang membahas teori desain, tipografi sebagai elemen identitas, dan praktik dari kota-kota global. Melalui studi literatur, penelitian ini berusaha menempatkan Plus Jakarta Sans dalam konteks yang lebih luas dan membandingkannya dengan elemen tipografi serupa dari kota lain. Metode ini memberikan kerangka analitis yang solid untuk mengevaluasi peran tipografi dalam membangun city branding Jakarta, sekaligus memastikan bahwa temuan penelitian memiliki dasar teoritis yang kuat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Plus Jakarta Sans memiliki sejumlah karakteristik visual yang menjadikannya elemen penting dalam identitas visual Jakarta:



Gambar 1 Keluarga font Plus Jakarta Sans. (Sumber: Tokotype, 2020)

Struktur geometris *Plus Jakarta Sans* dirancang untuk memastikan tingkat keterbacaan yang tinggi, memungkinkan huruf-hurufnya tetap jelas dan mudah dibaca di berbagai ukuran serta media, baik cetak maupun digital. Selain itu, fleksibilitas desain font ini diwujudkan melalui ketersediaannya dalam berbagai bobot dan gaya, seperti regular, italic, bold, dan light, yang memberikan kemudahan adaptasi terhadap berbagai kebutuhan desain visual. Dengan pendekatan desain sans-serif geometris yang mengedepankan modernitas dan kesederhanaan, font ini secara konsisten mencerminkan citra profesional yang sejalan dengan visi Jakarta sebagai kota global yang progresif dan inklusif.

Plus Jakarta Sans mencerminkan keragaman melalui eksplorasi bentuk glif yang unik, menghadirkan ekspresi dan cerita yang saling melengkapi. Keindahan font ini muncul dari kombinasi tiga set gaya utama: Lancip (tajam), Lurus (lurus), dan Lingkar (berputar), yang bersama-sama menciptakan kesan visual yang harmonis (Tokotype, 2020).

Implementasi Plus Jakarta Sans dalam *City Branding*

Font ini diterapkan di berbagai elemen visual yang menjadi bagian dari identitas kota Jakarta, antara lain:



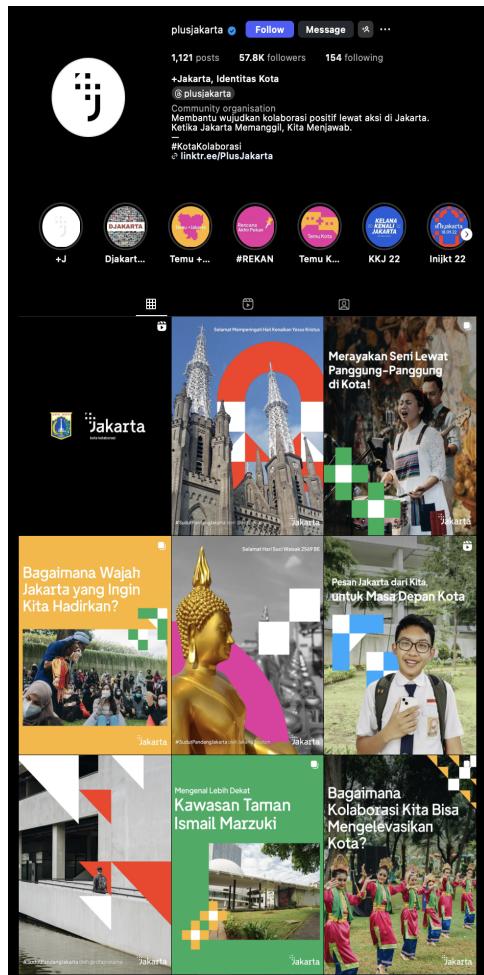
Gambar 2 Mobil Vaksin Plus Jakarta (Sumber: Tribun Jakarta, 2021)

Dalam konteks layanan publik, *Plus Jakarta Sans* diterapkan secara konsisten pada elemen-elemen visual seperti mobil vaksin Covid-19, menghadirkan kesan profesional sekaligus memastikan keterbacaan yang tinggi untuk memudahkan navigasi dan akses informasi bagi warga serta wisatawan.



Gambar 3 Kampanye #IniJakarta (6616 Creative House, 2020)

Pada materi promosi kota, kampanye #IniJakarta memanfaatkan *Plus Jakarta Sans* untuk menciptakan identitas visual yang konsisten dan estetis, sehingga mampu menarik perhatian sekaligus memperkuat citra kota Jakarta di mata publik.



Gambar 4 Instagram Plus Jakarta (Sumber: Instagram, 2025)

Dalam materi digital resmi, website dan platform media sosial yang dikelola oleh pemerintah Jakarta mengadopsi *Plus Jakarta Sans* secara konsisten, menciptakan pengalaman visual yang kohesif dan memperkuat identitas kota di ruang digital.

Dampak Tipografi pada *City Branding* Jakarta

Berdasarkan analisis visual dan literatur yang dikaji, penggunaan *Plus Jakarta Sans* memberikan sejumlah manfaat strategis:

- Konsistensi Identitas Visual:** Penggunaan font yang seragam pada berbagai platform menciptakan citra kota yang terorganisir dan profesional.
- Peningkatan Keterbacaan:** Font ini memastikan bahwa informasi penting dapat diakses dengan mudah oleh berbagai kalangan, termasuk warga lokal dan wisatawan asing.
- Penguatan Nilai Kota:** Desain minimalis dan modern dari *Plus Jakarta Sans* mencerminkan nilai-nilai kota Jakarta yang dinamis, inklusif, dan inovatif.

Plus Jakarta Sans memiliki keunggulan pada aspek fleksibilitasnya sebagai font open-source. Hal ini memungkinkan partisipasi publik yang lebih luas dalam penggunaan font, menciptakan rasa kepemilikan bersama atas identitas kota.

D. KESIMPULAN

Plus Jakarta Sans berperan signifikan dalam membangun city branding Jakarta. Desainnya yang modern, fleksibel, dan mudah diakses mencerminkan karakter kota yang progresif dan inklusif. Penggunaan font ini dalam berbagai elemen visual menciptakan konsistensi identitas yang memperkuat citra Jakarta sebagai kota global.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa Plus Jakarta Sans memiliki peran signifikan dalam mendukung pembentukan City Branding kota Jakarta melalui elemen tipografi yang dirancang oleh Tokotype secara modern, fleksibel, dan inklusif. Sebagai katalis dari strategi city branding, font ini merepresentasikan nilai-nilai utama kota Jakarta, seperti keterbukaan, inovasi, dan dinamisme, dengan memberikan solusi desain yang mengutamakan keterbacaan tinggi, fleksibilitas penggunaan dalam berbagai bobot dan gaya, serta estetika geometris sans-serif yang mencerminkan profesionalisme.

Penggunaan Plus Jakarta Sans yang konsisten pada berbagai elemen publik, mulai dari kendaraan layanan vaksin Covid-19, hingga materi promosi kampanye dan platform digital resmi pemerintah, telah berhasil menciptakan identitas visual yang selaras dan terorganisir. Hal ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas informasi bagi warga dan wisatawan, tetapi juga memperkuat citra Jakarta sebagai kota metropolitan yang berorientasi global.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Matahariputri, G. M., Mansoor, A. Z., & Nawawi, D. A. (2024). Membangun identitas Jakarta melalui kampanye Plus Jakarta: Kota kolaborasi. *Serat Rupa Journal of Design*, 8(1), 37-50. <https://doi.org/10.28932/srjd.v8i2.6511>
- +Jakarta kota kolaborasi (city of collaboration brand book). (2020). (P. P. D. Jakarta, Ed.). 6616 Creative House.
- Plus Jakarta Sans (2020). Tokotype. Diakses pada tanggal 28 Desember from <https://www.tokotype.com/custom-fonts/plusjakarta?ref%3Dlorcandempsey.net>
- Aprianto, H., Nurhasana, R., Badry, A. I. (2023). Transformasi City Branding di Jakarta Menuju Kota Kolaborasi. *Edunomika* - Vol. 08, No. 01.
- Prabainastu, H. (2020). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan

Berkunjung Wisatawan ke Kota Denpasar. Jurnal Destinasi Pariwisata

Zahrah, F. (2023). City Branding Dimensions, Strategies, and Obstacles: A Literature Review.

Jurnal Bina Praja, 15(1), 101–109. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.101-109>

Dick, M. E. K., Woloszyn, M. (2023). Influence of typographic properties on user experience in digital interfaces. *Estudos em Design| Revista* (online). Rio de Janeiro: v. 31 | n. 2 [2023], p. 99 – 109

Shagaya, M. O (2023). Investigation of the Font Composition in Billboard Design in Ilorin Metropolis.

Karen Cheng (2020). *Designing Type*. London: Laurence King Publishing Ltd

Bringhurst, R (1997). *The Elements of Typographic Style*. Hartley & Marks