

PERANCANGAN TYPEFACE SEBAGAI IDENTITAS VISUAL DIENG CULTURE FESTIVAL 2024

Aprian Dwi Nur Sembada¹, Esty Wulandari²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas
Maret Jalan Ir. Sutami 36 Ketingan, Jebres, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia 57126

(+62)271-646994

e-mail : apriansembada@gmail.com¹, febeesty@gmail.com²

Abstrak

Dieng Culture Festival (DCF) merupakan festival budaya tahunan yang diselenggarakan di desa Dieng Kulon, Batur, Banjarnegara. DCF memiliki konsep *Community Based Tourism* (CBT) yang dikelola langsung oleh warga setempat melalui Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dieng Pandawa. Keberlangsungan DCF perlu dirancang identitas visual yang sesuai dengan nilai budaya setempat. Identitas visual pada suatu festival harus dirancang semenarik mungkin karena menjadi titik kontak pertama dengan pengunjung. Salah satu media penyampaian identitas visual adalah dengan perancangan *typeface*. *Typeface* dinilai dapat mengekspresikan suatu entitas dengan baik sesuai kebutuhannya. Selain itu perancangan *typeface* secara khusus untuk keperluan tertentu dapat mengurangi biaya lisensi *font*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengambilan data berupa wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi serta didukung dengan pengumpulan data secara kuisisioner sebagai bagian dari kegiatan observasi. Metode perancangan *typeface* menggunakan metode *Designing Type* yang dikembangkan Karen Cheng. Tujuan penelitian ini adalah menciptakan *typeface* yang dapat digunakan sebagai identitas DCF 2024 dengan pendekatan *ekspresionisme*. Pada penelitian berbasis budaya lokal diekspresikan pada desain *typeface* dengan penyesuaian praktis pada identitas visual DCF 2024.

Kata Kunci: Dieng Culture, identitas visual, *typeface*, festival budaya

Abstract

The Dieng Culture Festival (DCF) is an annual cultural festival held in the village of Dieng Kulon, Batur, Banjarnegara. DCF adopts a Community Based Tourism (CBT) concept managed directly by the local community through the Dieng Pandawa tourism awareness group (Pokdarwis). To support DCF, a suitable visual identity needs to be designed in line with the local cultural values. The visual identity of a festival should be crafted as attractive as possible as it serves as the first point of contact with visitors. One of the means of conveying the visual identity is through typeface design, which is considered capable of effectively expressing the essence of an entity in accordance with its needs. Moreover, custom typeface design for specific purposes can reduce font licensing costs. This research adopts a qualitative method the organizing committee, questionnaires for the target audience, and document analysis. The typeface design approach follows Karen Cheng's Designing Type method. The objective of this research is to design a typeface that can be used as the visual identity of DCF 2024, employing an expressionist approach. In this study, the local cultural values are expressed through the typeface medium with practical adjustments to the visual identity of DCF 2024.

Keywords: Dieng Culture, visual identity, *typeface*, cultural festival

1. PENDAHULUAN

Dieng Culture Festival atau populer disebut DCF merupakan kegiatan tahunan yang digagas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dieng Pandawa dengan konsep perpaduan budaya lokal dengan potensi wisata alam setempat dengan misi pemberdayaan ekonomi masyarakat Dieng (Dieng Pandawa, 2022). DCF merupakan kegiatan masyarakat desa Dieng Kulon, Banjarnegara, Jawa Tengah yang memiliki acara utama ruwatan rambut gimbal pada anak yang memiliki rambut gimbal (*gembel*). Ritual ruwatan tersebut dipercayai sebagai cara untuk membebaskan anak berambut gimbal dari kesialan, kesedihan, atau malapetaka. Kegiatan ruwatan rambut gimbal hanya bisa dilakukan ketika anak berambut gimbal sudah menghendaki untuk dipotong rambutnya dan harus dilakukan dengan ritual. Kedua orang tuanya harus memenuhi keinginan anaknya karena jika tidak terpenuhi maka dipercayai rambut gimbal akan tumbuh Kembali. Selain itu juga terdapat acara pendukung seperti penerbangan lampion, pesta kembang api, pagelaran seni pertunjukan, *jazz* atas awan dan lain sebagainya. Prosesi ruwatan berlangsung di area Candi Arjuna, diawali dengan pemangku adat desa berdoa kepada Tuhan Yang Maha Kuasa sebagai permohonan keselamatan dan kesehatan anak berambut gimbal yang akan di ruwat rambutnya dengan diringi tembang jawa *Kidung Rumeksa Ing Wengi* Bersama musik gamelan, selanjutnya rambut gimbal yang telah dipotong dimasukan ke *gentong* untuk *dilarung* pada sumber air yang ada di Dieng, yaitu Sungai Serayu atau Telaga Warna (Al Maida & Suryaman, 2023). DCF telah diselenggarakan sejak 2010, pada tahun 2023 termasuk salah satu *event* unggulan pemerintah Jawa Tengah dan 10 Top Kharisma Event Nusantara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, namun disayangkan tahun 2023 harus ditunda dikarenakan penataan Kawasan Candi Arjuna, terminal Aswatama, dan Kawa Sikidang oleh Kementerian Pekerja Umum dan Perumahan Rakyat sehingga akan dilaksanakan lagi pada tahun 2024 (Visit Jawa Tengah, 2023).

DCF memiliki konsep *Community Based Tourism* (CBT) yang dikelola langsung oleh masyarakat setempat melalui Pokdarwis Dieng Pandawa. Pokdarwis Dieng Pandawa mengembangkan DCF dengan prinsip *sustainable-tourism development* (pengembangan pariwisata berkelanjutan) yang artinya prinsip ini melibatkan partisipasi masyarakat lokal, partisipasi pemangku kepentingan (*stakeholder*), dan pemilik usaha lokal untuk memastikan sumber daya alam, sosial dan budaya yang manfaatnya dapat dirasakan oleh generasi mendatang (Rosilawati et al., 2021). Kegiatan DCF sebagai agenda tahunan pokdarwis Dieng Pandawa belum didukung dengan identitas visual sebagai sarana penguatan branding dan promosi DCF diantara festival nasional maupun internasional yang sudah ada.

Rancangan identitas memainkan bagian integral dalam menciptakan seluruh pengalaman dalam festival atau pekan raya, sebagai titik kontak pertama bagi pengunjung, rancangan identitas harus menyampaikan energi dan emosi yang tepat untuk menarik kerumunan yang tepat dan meninggalkan kesan abadi (Victionary, 2022). Salah satu elemen identitas visual yang dapat dimaksimalkan adalah tipografi. Tipografi dalam konteks desain komunikasi visual adalah mencakup pemilihan huruf, besar huruf, cara dan teknik penyusunan huruf

menjadi kata dan kalimat sesuai karakter pesan yang akan disampaikan (Tinarbuko, 2010). Penggunaan tipografi pada festival menunjukkan bahwa suatu tipografi memiliki tujuan untuk menarik khalayak dan dipandang unik dalam penerapannya, tetapi juga menarik secara universal (Meyrick & Taffe, 2019). Unsur tipografi paling utama adalah *typeface*. *Typeface* atau dalam bahasa Indonesia disebut juga rupa huruf adalah kumpulan *font* dengan identitas yang sama, dengan pencocokan gaya, yang juga disebut juga sebagai keluarga huruf (*type family*) yang memiliki kemampuan mengidentifikasi orang atau kelompok sehingga mereka dapat mengidentifikasi berbagai jenis produk, jenama, institusi, bisnis atau individu (Unger, 2018). Saat ini banyak perusahaan dan jenama yang menggunakan *custom typeface* sebagai identitas visual mereka. *Custom typeface* merupakan huruf-huruf khusus yang dibuat untuk keperluan suatu rancangan grafis (Sihombing, 2017). Mengembangkan *custom typeface* sebenarnya dapat menghemat uang dengan menghilangkan biaya lisensi *font* berulang yang dibayarkan ke *type foundry* untuk desain yang sudah ada, lebih dari itu *custom typeface* bisa lebih baik daripada jenis huruf yang sudah ada dikarenakan *custom typeface* tersebut dapat dioptimalkan untuk memenuhi persyaratan khusus (Cheng, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, tujuan dari penelitian ini adalah menciptakan *typeface* sebagai identitas visual DCF 2024 dan pengaplikasiannya pada identitas visual DCF 2024. Penelitian yang membahas DCF sudah banyak dilakukan, tetapi penelitian yang secara khusus membahas perancangan identitas visual DCF belum pernah dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat membantu penyelenggaraan DCF 2024 ataupun DCF secara umum ke arah yang lebih baik lagi.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah kegiatan eksplorasi dan memahami sebuah makna dari sekelompok atau individu orang, karena adanya permasalahan sosial. Pada penelitian kualitatif dilakukan pengamatan pada suatu peristiwa yang sedang terjadi dengan usaha memahami pemikiran umum, pengumpulan data, dan untuk menjelaskan suatu ide yang didapat dari data dan pendekatan tertentu. Teknik pengumpulan data dalam perancangan ini menggunakan teknik pengumpulan data menurut (Setiawan, 2018) yaitu meliputi studi pustaka, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

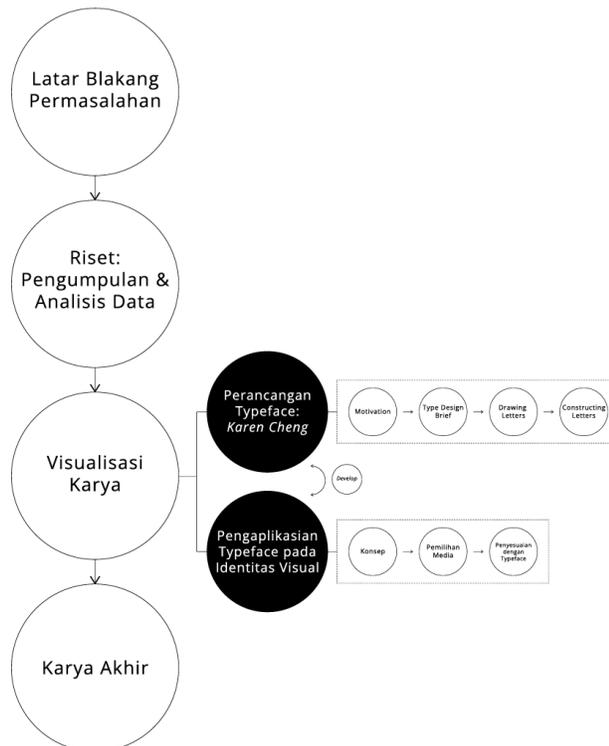
2.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data menurut (Setiawan, 2018) yaitu studi pustaka, observasi, wawancara serta dokumenasi yang didukung dengan pengumpulan data secara kuesioner sebagai bagian dari kegiatan observasi.

- 1) **Studi Pustaka;** Studi Pustaka dilakukan dari penelitian-penelitian tentang DCF sebelumnya.
- 2) **Observasi;** Dilakukan dengan mengunjungi kawasan wisata dataran tinggi Dieng.

- 3) **Wawancara**; Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada ketua panitia dan *creative manager* DCF. Wawancara yang dilakukan menggunakan metode wawancara tidak terstruktur.
- 4) **Dokumen**; Dokumen yang dianalisis berupa poster kegiatan DCF dari tahun ke tahun, prasasti yang ditemukan pada dataran tinggi Dieng, dan hasil kuesioner yang terdiri dari masyarakat luas, pengunjung DCF dan calon pengunjung DCF yang belum pernah mengikuti acara DCF sebagai data pendukung dalam kegiatan observasi.

2.2 Metode Perancangan



Bagan 1. Bagan Proses Perancangan
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

Dalam merancang huruf penelitian ini menggunakan adaptasi metode perancangan *Designing Type* yang dikembangkan oleh Karen Cheng (2020).

- 1) **Motivation**; proses motivation ini adalah proses pencarian alasan dan penentuan masalah yang akan diselesaikan dengan perancangan typeface.
- 2) **Type Design Brief**; proses pembuatan batasan merancang typeface ke dalam sebuah brief. Proses ini memudahkan dan membantu desainer untuk merancang huruf yaitu dengan menentukan terlebih dahulu hal-hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan huruf tersebut. Tanpa type design brief, desainer akan kesulitan dalam memulai proses merancang huruf.

- 3) **Drawing Letters**; proses ini merupakan proses menggambar huruf. Proses menggambar yang terbaik adalah dengan menggunakan peralatan gambar manual dengan berbagai tipe dan proses sketsa diawali dengan membuat huruf kecil khususnya huruf 'n' dan 'o'. Setelah proses sketsa selesai kemudian huruf didesain ulang menggunakan software yang ditujukan khusus untuk mendesain huruf di komputer. Penelitian ini menggunakan software Glyphsapp versi 3.
- 4) **Constructing Letters**; mengonstruksi huruf harus menyesuaikan pendekatan yang ada pada proses type design brief agar tercipta konstruksi yang seragam antara satu huruf dengan huruf lainnya.

Dalam penelitian ini dirancang 2 jenis typeface Dalam penelitian ini terdapat 2 jenis rancangan *typeface* dengan pendekatan yang berbeda namun terikat pada penggunaan yang sama yaitu, (1) *Display Type* ditujukan sebagai *typeface* utama yang digunakan untuk headline sebagai penarik perhatian audiens, menggunakan pendekatan *expressionism* dengan kemungkinan pengembangan huruf yang eksperimental, ekspresif dan ornamental (2) *Text Type* ditujukan untuk *body text* atau teks ukuran kecil 6–14 poin sebagai pendamping *Display Type*, *Text type* menggunakan pendekatan *functionalism* umumnya diartikan sebagai objek desain yang jelas, bertujuan dan sederhana tanpa hiasan pengertian ini terus berkembang sejak awal abad ke-20 (Carter Rob et al., 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Ide Perancangan

Penelitian ini mengambil ide perancangan dari rambut gimbal. Fenomena menarik terjadi di sejumlah desa di Dataran Tinggi Dieng, di mana anak-anak asli keturunan warga Dieng yang berusia 40 hari sampai 6 tahun memiliki rambut gimbal secara alami. Rambut gimbal ini dipercaya sebagai tanda bahwa anak-anak ini merupakan titipan dari penguasa alam gaib. Sebelum dilakukan pemotongan rambut, ritual doa biasanya dilakukan di beberapa candi, kawah, dan telaga. Setelah itu, mereka melakukan kirab menuju tempat pemotongan rambut (Ayu et al., 2019). Masyarakat Dieng memiliki dua kacamata yang berbeda terhadap Ruwatan Rambut Gimbal, yang dahulu dipandang sebagai tradisi nenek moyang namun kini berubah menjadi tradisi yang mengalami upaya komodifikasi, sehingga menyebabkan nilai dan kesakralannya berkurang (Chrisanti, 2021). Rambut gimbal dijadikan ide perancangan sebagai bentuk menjaga nilai budaya lokal dan kesakralannya.



Gambar 1. Anak Berambut Gimbal Dieng
[Sumber: https://www.instagram.com/p/ChYbxQdps5_/
Diakses pada: 25 Juli 2023]

Selain itu, ketua panitia telah mengumumkan tema 'Journey' untuk DCF 2023. Namun dikarenakan penundaan DCF 2023, maka akan ada kemungkinan tema ini digunakan kembali pada tahun 2024. Tema tersebut berusaha dihadirkan untuk menceritakan sebuah perjuangan dalam perjalanan Panjang DCF dari awal hingga memiliki dampak yang besar bagi masyarakat setempat saat ini. Tema ini selaras dengan proses perjuangan dan perjalanan anak rambut gimbal yang mengalami demam tinggi selama beberapa minggu hingga akhirnya tumbuh rambut gimbal, kemudian prosesi ruwatan harus menunggu anak meminta untuk diruwat dengan permintaan yang harus dipenuhi karena jika tidak dipenuhi maka rambut gimbal tersebut akan tumbuh kembali dan prosesi ruwatan sendiri memerlukan tahapan yang cukup panjang (Fauni & Sukmayadi, 2022). Selain itu referensi visual diambil dari sebuah dokumen arsip prasasti batu tulis yang ditemukan di Telaga Warna, Dieng. Tulisan pada batu tersebut menggunakan aksara kwadrat dengan karakteristik tebal. Dari bentuk tersebut akan di adaptasi kedalam perancangan *typeface* pada penelitian ini.



Gambar 2. Prasasti Batu Tulis yang Ditemukan di Dieng

[Sumber: Museum Leiden, 2023]

3.2 Proses Perancangan

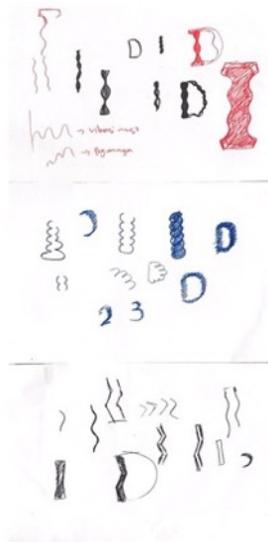
Perancangan *typeface* berpedoman pada metode *Designing Type* oleh Karen Cheng (2020). *Motivation typeface* ini adalah untuk merancang *typeface family* baru dengan keperluan digunakan sebagai identitas visual DCF 2024 dengan target audiens 16–40 tahun, berlokasi di Indonesia dan tertarik pada kegiatan festival budaya yang terdiri dari. Dari *motivation* diatas kemudian dibedah ke dalam *type design brief* sebagai berikut:

Tabel 1. Type Design Brief Display Type

[Sumber: Dokumen penulis, 2023]

	Jenis Typeface	
	Display Type	Text Type
Karakter	<i>Uppercase, Small-Cap</i>	<i>Uppercase, Lowercase, Numeral & Basic Punctuation</i>
Ukuran Berat	<i>Bold</i>	<i>Light, Regular, Medium,</i>
Kontras	Rendah	Rendah
Ukuran Lebar	<i>Condensed</i>	<i>Condensed</i>
Endings	<i>Serif</i>	<i>Sans Serif</i>
Jenis kontruksi	<i>Expansion</i>	<i>Expansion</i>
Suasana	<i>Fun, playful, bold, strong</i>	<i>Playful, semi-formal, modern</i>
Penggunaan	Identitas Visual DCF 2024, Headline, dan penarik perhatian	Teks kecil ukuran 6–14 poin pada identitas visual DCF 2024 untuk mendampingi Display Type

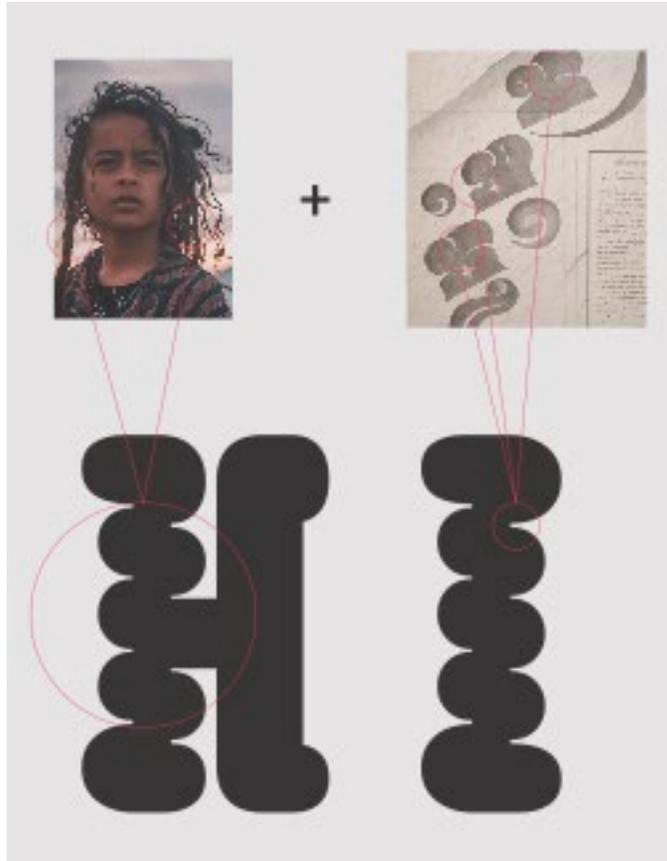
Dengan panduan *type design brief* tersebut maka selanjutnya adalah proses *drawing letters* atau menggambar huruf dari sketsa di kertas sampai dengan digitalisasi di komputer menggunakan *software* Glyphsapp versi 3.



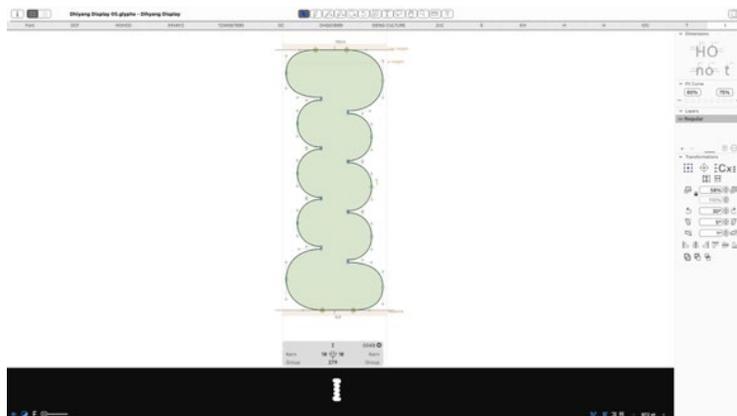
Gambar 3. Sketsa Kasar Eksplorasi Bentuk Dasar Display Type

[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

Bentuk dasar huruf *Display Type* mengambil ide dari rambut gimbal dan dokumen prasasti batu tulis.



Gambar 4. Implementasi Ide Perancangan pada Desain Typeface
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]



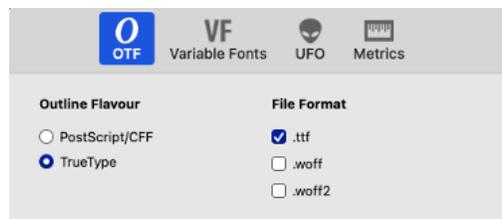
Gambar 5. Proses Digitalisasi Display Type pada Glyphsapp

[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]



Gambar 6. Proses Digitalisasi Text Type pada Glyphsapp
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

Tahap selanjutnya adalah *constructing letters* dimana tahap ini konstruksi masing-masing huruf harus saling menyesuaikan antara satu karakter dengan karakter lainnya.



Gambar 7. Ekspor .ttf
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

Kemudian Ketika semua karakter sudah selesai dirancang diekspor dalam format .ttf sehingga *font* bisa digunakan.

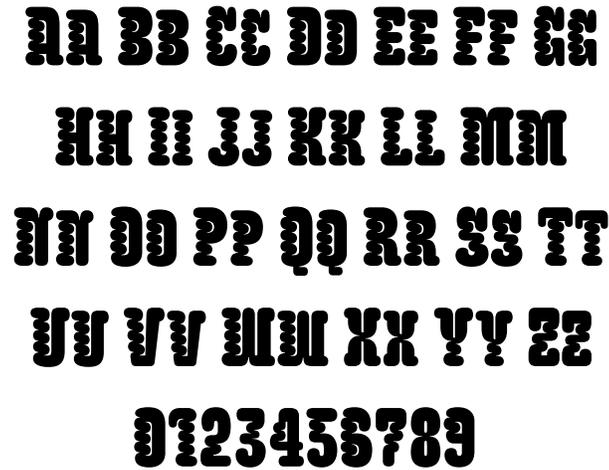
3.3 Hasil Akhir Typeface

Hasil akhir rancangan *typeface* ini berupa Dihyang Family. Penamaan Dihyang terinspirasi dari Bahasa sansekerta Dieng yaitu *Di* dan *Hyang*. '*Di*' yang artinya tempat yang tinggi atau gunung dan '*Hyang*' artinya leluhur atau dewa-dewa. Dihyang Family ini terdiri dari Dihyang Display dan Dihyang Sans (*Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold*). Total file *font* sebanyak 6 file *font* dalam format .ttf.



Gambar 8. File Font Format .ttf
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

1) Dihyang Display;



Gambar 9. Karakter Dihyang Display
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

2) Dihyang Sans;



Gambar 10. Karakter Dihyang Sans (Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold)
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

3.4 Type Specimen

Type specimen adalah contoh *typeset* yang diproduksi untuk menunjukkan properti visual dari sebuah *typeface* (Carter Rob et al., 2018). Saat ini *Type Specimen* digunakan oleh desainer dengan tujuan studi dan perbandingan.



Gambar 11. Type Specimen Dihyang Family
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

3.5 Pengaplikasian *Typeface* pada Identitas Visual DCF 2024

Identitas visual DCF dirancang dengan menjadikan *typeface* Dihyang Family sebagai elemen grafis utama yang pengaplikasiannya condong pada gaya dan bentuk *typeface* tersebut. Berikut pengaplikasian pada prototype identitas visual DCF 2024:

1) Poster;

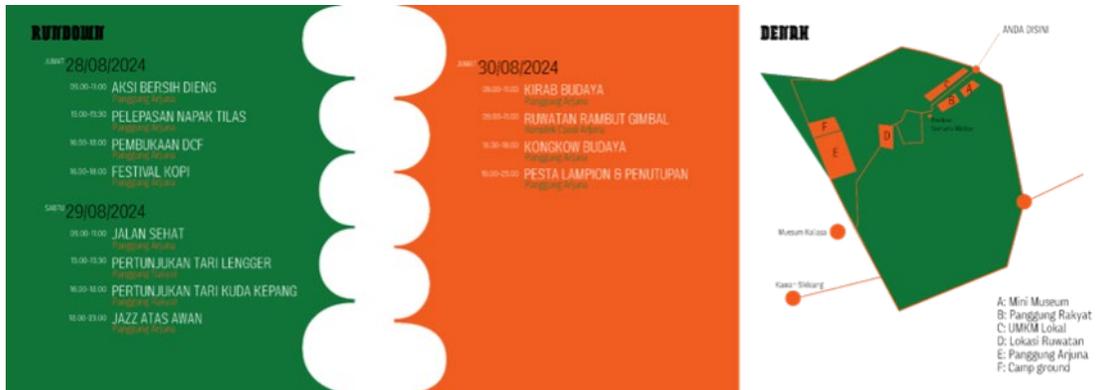


Gambar 12. Poster Utama DCF 2024
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]



Gambar 13. Poster Pendukung DCF 2024 [Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

2) Guide Pamflet;



Gambar 14. Desain Guide Pamflet [Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

3) Instagram;



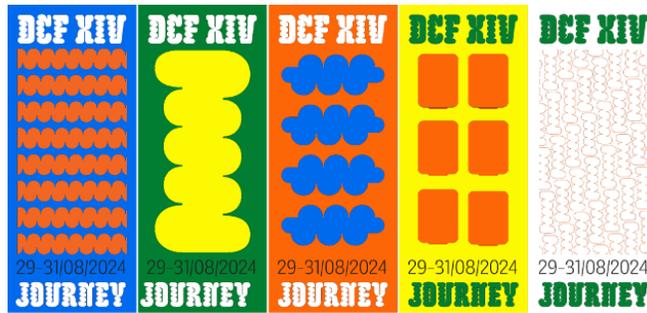
Gambar 15. Desain instastory
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

4) *Merchandise*



Gambar 16. Merchandise DCF 2024
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

5) Umbul-Umbul;



Gambar 17. Umbul-umbul
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

6) Penunjuk Arah;



Gambar 18. Desain penunjuk arah
[Sumber: Dokumen Aprian, 2023]

4. KESIMPULAN

Dieng Culture Festival merupakan festival budaya yang dikelola dan dikembangkan oleh masyarakat setempat hingga saat ini. Namun kendala yang ditemui dalam perancangan ini adalah minimnya sumber daya manusia yang memadai untuk membuat materi visual desain identitas visual. Selama proses penelitian ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan yang ada. Namun demikian perancangan ini membuktikan bahwa *typeface* bisa dikembangkan sebagai identitas visual yang menarik. Dalam proses perancangan *typeface* sebagai identitas visual Dieng Culture Festival 2024 menemukan banyak potensi kebudayaan yang bisa dijadikan sumber ide penciptaan identitas visual. *Typeface* dan tipografi menjadi salah satu kekuatan baru dalam perancangan identitas visual kegiatan festival budaya di Indonesia yang masih sangat jarang ditemui. Oleh karenanya penulis merancang penelitian ini dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa perancangan *typeface* dapat digunakan untuk pemebentukan identitas yang unik pada rancangan desain Identitas Visual Dieng Culture Festival 2024. Melalui riset yang mendalam dengan memperhatikan target audiens dan pesan yang akan disampaikan, penelitian ini berusaha menyampaikan pesan kebudayaan secara langsung dan sederhana tanpa mengeksploitasi nilai kebudayaan secara berlebihan dengan tujuan pesan dapat tersampaikan dengan

visualisasi yang menarik. Oleh karena itu kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) *Typeface* bisa dirancang secara khusus sebagai ide utama dalam perancangan identitas visual Dieng Culture Festival 2024 dengan menyampaikan nilai kebudayaan lokal. (2) Perancangan *typeface* bisa diaplikasikan pada identitas visual Dieng Culture Festival 2024 ke dalam berbagai media aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Maida, K., & Suryaman, M. (2023). TRADISI RUWATAN RAMBUT GIMBAL DI DIENG: SEBUAH KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 17(1).
- Carter Rob, Maxa Sandra, Sander Mark, Meggs B. Philip, & Day Ben. (2018). *Typographic Design: Form and Communication* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Cheng, K. (2020). *Designing Type* (2nd ed.). Yale University Press.
- Chrisanti, S. I. (2021). Persepsi Masyarakat Dieng Terhadap Ruwatan Rambut Gimbang: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(2), 147–155.
- Dieng Pandawa. (2022). *Dieng Culture Festival*. URL: <https://Diengpandawa.Com/Dieng-Culture-Festival> [Diakses Pada 9 Maret 2023].
- Fauni, R. N., & Sukmayadi, T. (2022). Nilai-Nilai Kearifan Lokal yang Terkandung dalam Dieng Culture Festival (DCF) di Banjarnegara untuk Membangun Karakter Bangsa. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 92–105.
- Meyrick, T., & Taffe, S. (2019). *Authenticating typography in cultural festival brand marks*.
- Rosilawati, Y., Daffa, N., & Ariyati, S. K. (2021). Promotion strategy of Dieng Culture Festival (DCF) as sustainable tourism based on local community. *E3S Web Conf.*, 316. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131604012>
- Setiawan, A. (2018). *Metodologi Desain*. Arttex.
- Sihombing, D. (2017). *Tipografi dalam Desain Grafis* (Diperbarui). Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tinarbuko, S. (2010). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- Unger, G. (2018). *Theory of Type Design*. naio10.
- Victionary. (2022). *Graphic Fest Spot-on Identities for Festivals & Fairs*. viction:workshop ltd.
- Visit Jawa Tengah. (2023). *Dieng Culture Festival Resmi Ditiadakan*. URL:<https://Visitjawatengah.Jatengprov.Go.Id/Id/Artikel/Dieng-Culture-Festival-2023-Resmi-Ditiadakan> [Diakses Pada 24 Juli 2023].