



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. *Wayfinding*

Queensland Government dalam bukunya *Wayfinding Design Guidelines* (2007) mengatakan bahwa pengertian *wayfinding* adalah tentang komunikasi yang efektif dan bergantung pada keberhasilan komunikasi dengan petunjuk yang diberikan melalui visual (hlm. 1). Menurut *Queensland Health Wayfinding Design Guidelines* (2010) mengatakan *wayfinding* adalah sistem yang dapat membantu masyarakat menemukan arah dalam perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya, informasi yang dicetak, fitur arsitektur dan elemen desain, *signage* permanen, *landmark*, dan interaksi manusia. (hlm. 5).

Gibson dalam bukunya yang berjudul *The Wayfinding Handbook Information Design For Public Place* (2009) mengatakan bahwa peradaban masyarakat kini terpacu untuk melakukan aktivitas bersama-sama seperti bekerja, bermain, berbelanja, belajar, beribadah atau hanya ingin berinteraksi. Mereka datang bersama-sama ke tempat yang ramai. Di tempat itu masyarakat dapat menemukan jalan secara ekstensial, namun mereka akan menjadi kebingung jika secara fisik telah kehilangan arah. Maka dari itu, desain *wayfinding* memberikan bimbingan dan sarana bagi masyarakat agar nyaman saat berada di lingkungan mereka (hlm. 12).

2.1.1. Ikon, simbol dan pictogram

Blackcoffee dalam bukunya yang berjudul *Icons, Symbols + Pictograms Visual Communication For Every Language* (2009) mengatakan bahwa ikon, simbol dan *pictogram* mungkin adalah bentuk komunikasi casual yang paling murni. Mereka dapat mengartikan batas-batas bahasa dan budaya untuk menyampaikan sebuah konsep dengan cepat dan secara efektif (hlm. 10).

2.1.2. Kategori Sign

Kategori *sign* menurut Gibson (2009, hlm. 46) dalam bukunya yang berjudul *The Wayfinding Handbook Information Design For Public Place* yaitu:

1. Identification sign

Tanda ini adalah penanda visual yang menampilkan nama dan fungsi sebuah tempat atau ruang. Tanda identifikasi yang jelas menandai transisi dari satu ujung ruang untuk yang lain. Penggunaan gaya yang tepat dapat mengekspresikan kepribadian tempat tersebut, karakter dan konteks sejarahnya. tanda ini dapat mengkomunikasikan identitas sebuah tempat dengan menghadirkan logo yang sebenarnya atau lebih umum dengan membangkitkan gambar (hlm. 48).



Gambar 2.1. *Identification Sign* (Metro, Paris, Perancis)

(Sumber: *The Wayfinding Handbook*)

2. *Directional sign*

Tanda-tanda arah merupakan sistem peredaran karena memberikan isyarat yang penting bahwa pengguna harus terus bergerak setelah mereka telah memasuki ruang. Desain tanda-tanda tersebut harus selaras dengan arsitektur sekitarnya. Tanda-tanda arah juga harus jelas dan mudah dikenali, maka dari itu, si pesan harus disusun sederhana untuk menjadi navigasi yang mudah (hlm. 50).



Gambar 2.2. *Directional Sign* (Shea Stadium, Queens, New York)

(Sumber: *The Wayfinding Handbook*)

3. *Orientation sign*

Tanda-tanda orientasi dibuat agar pengunjung melihat gambaran lingkungan tempat tersebut dalam bentuk peta yang komprehensif dan memuat direktori. Rancangan tanda orientasi perlu dikoordinasikan dengan identitas lainnya dalam suatu sistem, maka ketika semua tanda ini bekerja sama, pengunjung dapat mengikuti pergerakannya dengan mudah (hlm. 52).

U M M N



Gambar 2.3. *Orientation Sign* (Airport Directory. Ottawa, Kanada)

(Sumber: *The Wayfinding Handbook*)

4. *Regulatory sign*

Tanda regulasi menjelaskan hal yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan di tempat tertentu. Hal-hal ini dimulai dari yang sederhana seperti tanda larangan merokok atau tampilan yang lebih kompleks dengan aturan yang berlaku (hlm. 54).



Gambar 2.4. *Regulatory Sign* (Restaurant, New York, New York)

(Sumber: *The Wayfinding Handbook*)

2.1.3. Hirarki Informasi

Menurut Calori (2007) informasi yang berupa tanda-tanda yang ditampilkan mempunyai peringkat yang bersifat primer, sekunder, tersier dan tanda yang bersifat kurang penting. Pada prinsipnya informasi yang lebih penting berada di peringkat yang paling tinggi. Tujuannya agar tanda-tanda tersebut dapat mengkomunikasikan informasi primer terlebih dahulu daripada mengkomunikasikan informasi sekunder dan seterusnya. Terdapat dua dasar mengapa hirarki informasi pada *signage* diterapkan.

1. Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi
2. Untuk menghemat ruang tanda (Hlm. 75)

2.1.4. Bentuk

Calori (2007) mengatakan bentuk yang digunakan pada *signage* harus dapat memberikan visual yang meyakinkan serta ciri khas dalam bentuk tiga dimensi. Bentuk yang digunakan untuk membuat *signage* tidak terbatas dan bentuk dasar dapat dikombinasikan menjadi bentuk yang khas (hlm. 153).

2.1.5. Bahasa

Para desainer *Environmental Graphic* tentu akan mendapatkan proyek *signage* yang mempunyai dua bahasa atau multibahasa. Calori (2007) menjelaskan Bahasa Inggris merupakan bahasa standar yang digunakan di Inggris, tetapi di daerah tertentu, bahasa tambahan mungkin diperlukan berdasar jumlah populasi manusia yang besar sehingga bahasa Inggris bukan menjadi bahasa sehari-hari. Sebagai contoh, di Amerika Serikat, bahasa Spanyol adalah bahasa kedua yang paling umum ditampilkan pada *signage*, sementara di negara lain bahasa Inggris banyak digunakan sebagai bahasa kedua dengan bahasa utama adalah bahasa asli dari negara tersebut. Semakin banyak bahasa yang perlu ditampilkan ruang yang dibutuhkan untuk *signage* juga lebih besar. Menurut penelitian, *signage* yang menampilkan lebih dari tiga bahasa menjadi tidak efektif dan membingungkan (hlm. 96-97).

2.1.6. Penempatan dan Jarak Pandang

Macam-macam pemasangan *signage* :

1. *Freestanding* atau *ground-mounted*, dimana bawah *sign* menancap di lantai dan pemasangan secara horizontal.
2. *Suspended* atau *ceiling-hung*, bagian atas *sign* menancap di langit-langit dan pemasangan secara horizontal.

3. *Projecting* atau *flag-mounted*, pada bagian sisi *sign* menempel ke tembok dengan pemasangan secara vertikal. (calori, Chris, 2007, Hlm. 153)
4. *Flush* atau *flat wall-mounted*, dimana bagian belakang *sign* menempel ke tembok dengan pemasangan secara vertikal. (Calori, Chris, Hlm.. 153).



Gambar 2.5. Macam-macam pemasangan *signage*

(Sumber : <http://designworkplan.com/wayfinding/introduction>)

Penempatan lokasi *sign* harus melihat jarak dan kemudian menentukan ketinggian pemasangan dann metode. Ada dua zona dasar untuk penempatan *sign* dan pemasangan panel yang membawa informasi tersebut, yaitu zona *overhead* dan *eye level*. Informasi yang bersifat penting (seperti *gate number*, tempat parkir) diletakan pada zona *overhead*, hal ini bertujuan agar informasi yang sangat penting tersebut tidak terhalang oleh orang-orang, kendaraan, tanaman atau benda lainnya, sedangkan informasi yang kurang penting diletakan pada zona *eye level* (seperti identifikasi kantor, peta orientasi)



Gambar 2.6. ukuran zona *overhead* dan *eye-level*

(sumber: <http://designworkplan.com/wayfinding/introduction>)

Dalam perancangan *sign system*, harus memperhatikan ketentuan atau standarisasi perancangan sebuah *sign system* dari segi ukuran dan tinggi huruf, yaitu sebagai berikut :

1. Standar pengukuran besar kecil ukuran simbol menurut jarak pandang dapat dilihat pada tabel berikut :

U M M N

Tabel 2.1. Ukuran Simbol *sign System*

(Sumber : *Public Work Department, 1995*)

Jarak Pandang	Ukuran Simbol
Dibawah 7 meter	60mm x 60mm
7 - 18 meter	100mm x 100mm
Diatas 18 meter	200mm x 200mm - 450mm - 450mm

2. Sedangkan untuk pengukuran tinggi huruf pada sebuah *sign system* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.2. Ukuran tinggi huruf *Sign System*

(Sumber : *Public Works Department, 1995*)

Jarak Pandang	Tinggi Huruf Minimum
2m	6mm
3m	12mm
6m	20mm
8m	25mm
12m	40mm

15m	50mm
25m	80mm
35m	100mm
40m	130mm
50m	150mm

2.2. Material dan teknik

John folis Daved Hammer dalam bukunya *Architectural Signing and Graphic* (1979, Hlm. 47) bahwa berbagai bahan dasar yang digunakan untuk eksterior *signage* sangat terbatas karena efek dari sengatan matahari dan cuaca. Berikut bahan yang digunakan penulis untuk membuat *signage* :

1. *Sheet metal*

Sheet Metal (besi baja) adalah material yang dominan digunakan untuk eksterior *signage*. Baja merupakan bahan yang sangat memuaskan untuk *signfaces*, meskipun baja dapat berkarat. Tetapi hal ini dapat diatasi dengan perawatan yang cukup. Baja dapat dilapisi dengan galvanis. Galvanis adalah proses pelapisan untuk baja. Apabila baja dilapisi oleh galvanis maka dapat bertahan 7-14 tahun. (1979, Hlm. 173).

2. Alumunium

Alumunium yang terkenal karena terkenal karakternya yang anti karat menurut John Folls dan Daved Hammer (1979, Hlm. 173) maka alumunium banyak digunakan dalam pembuatan *signfaces*. Pada umumnya, alumunium merupakan material yang sulit dilapisi cat, maka dari itu , sangat cocok menggunakan huruf yang di-*cutting*.

3. Kayu

Kayu digunakan untuk penunjuk dan sistem *wayfinding* menurut Philip Meseur dan Daniela Pogade (2010) ketika informasi tersebut akan dicat atau diukir ke dalamnya dan umumnya digunakan dalam proyek-proyek yang berhubungan dengan alam. Hal ini terakhir juga, tergantung pada kondisi cuaca dan perawatan/perlindungan seperti apa yang diterapkan (cat).

2.2.1. Perekat dan Pengencang

Perekat yang digunakan *signage hardware* menurut Chris Calori (2007) jauh lebih canggih dari perekat rumah tangga biasa (gel, lem, isolasi). Beberapa perekat yang digunakan *signage* berasal dari industri pesawat terbang, dimana perekat tersebut digunakan untuk pesawat. Dan perekat digunakan untuk menyatukan komponen *signage* satu sama lain. Pengencang yang termasuk mur, baut, skrup, klip dan lain-lain biasanya terbuat dari logam. Pengencang digunakan untuk pemasangan sambung-sambungan dan pegen dibuat dari berbagai logam, termasuk *stainless*

steel, baja galvanis, alumunium, kuningan serta kuningan yang berlapis krom (Hlm.185).

2.3. Semiotik

Safanayong (2006) mengatakan, kata semiotik berasal dari kata *semeion* (bahasa Yunani), yang berarti simbol, maka semiotika berarti ilmu tanda. Semiotika adalah cabang ilmu yang berurusan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi penggunaan tanda (menciptakan dan menyampaikan makna melalui tanda, berkenaan dengan komunikasi). Seluruh teori yang berhubungan dengan semiotika atau semiologi mempertegas cara menata susunan tanda dan bagaimana orang menciptakan makna dari susunan tanda. Seluruh tanda adalah segala sesuatu yang diambil dari kaidah sosial untuk mewakili sesuatu yang berbeda.

Selalu ada beragam makna untuk satu tanda. komunikasi selalu melibatkan penafsiran. Semiotik adalah cara atau teknik untuk mengetahui kemungkinan bagaimana tanda atau lambang ditafsirkan.

2.4. Prinsip Desain

Empat prinsip dasar desain grafis menurut Supriyono (2010) digunakan untuk menciptakan komposisi desain yang harmonis (hlm. 86). Prinsip desain terdiri dari keseimbangan (*balance*), tekanan (*emphasis*), irama (*rhythm*) dan kesatuan (*unity*).

1. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan adalah pembagian yang sama berat secara visual maupun optik. Komposisi desain dikatakan seimbang jika objek berada di antara bagian kanan kiri sehingga memberi kesan sama berat.

2. Tekanan (*Emphasis*)

Tekanan digunakan untuk menonjolkan elemen visual yang kuat sehingga audiens dapat menerima informasi yang dianggap paling penting. Penekanan dapat dilakukan dengan 2 cara, menggunakan teknikkontras untuk membuat objek yg penting menjadi pusat perhatian dan teknik penempatan objek dengan menciptakan focus pusat untuk menarik perhatian konsumen.

3. Irama (*Rhythm*)

Irama adalah pola dimana *layout* dibuat dengan menyusun elemen- elemen visual secara berulang-ulang dan dapat berupa repetisi yang konsisten atau variasi yang disertai perubahan bentuk, ukuran, atau porsi.

4. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan digunakan untuk menciptakan keharmonisan dalam tipografi, ilustrasi, warna dan elemen desain lain dalam suatu desain.

2.4.1. Tipografi

Maharsi (2013) mengatakan bahwa tipografi adalah seni memilih dan menggabungkan jenis huruf dari sekian banyak huruf yang ada dengan jenis huruf lain serta menggabungkan sejumlah kata kedalam ruang yang tersedia. Sedangkan menurut Rustan (2009) tipografi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan huruf. Dalam pemilihan huruf diperlukan pertimbangan *legibility* dan *readability* dimana *legibility* berkaitan dengan kemudahan dalam mengenali dan membedakan huruf, huruf dikatakan *legibility* apabila huruf dapat dengan mudah dikenali dan dibedakan dengan huruf lain. Sedangkan *readability* berkaitan dengan tingkat keterbacaan sebuah huruf, suatu huruf dikatakan *readability* jika *legibility* disusun dengan baik sehingga dapat membantu dalam pembacaan suatu huruf.

Yang dapat mempengaruhi *legibility* dan *readability* (hlm.74), adalah :

1. Desain Huruf

Merancang sebuah huruf membutuhkan *legibility* dan *readability*. Seperti huruf a dan o dalam Futura yang memiliki kemiripan sehingga dapat menyebabkan pembaca salah mengerti.

2. Kombinasi dan Jarak Huruf

Bila tidak diperhatikan, sebuah kombinasi huruf dapat merubah satu huruf menjadi huruf lain. Seperti huruf a dan l bila kombinasi huruf ini diletakkan dengan posisi yang berdekatan dapat membentuk huruf d sehingga pembaca salah mengenalinya.

3. Huruf Besar dan Kecil

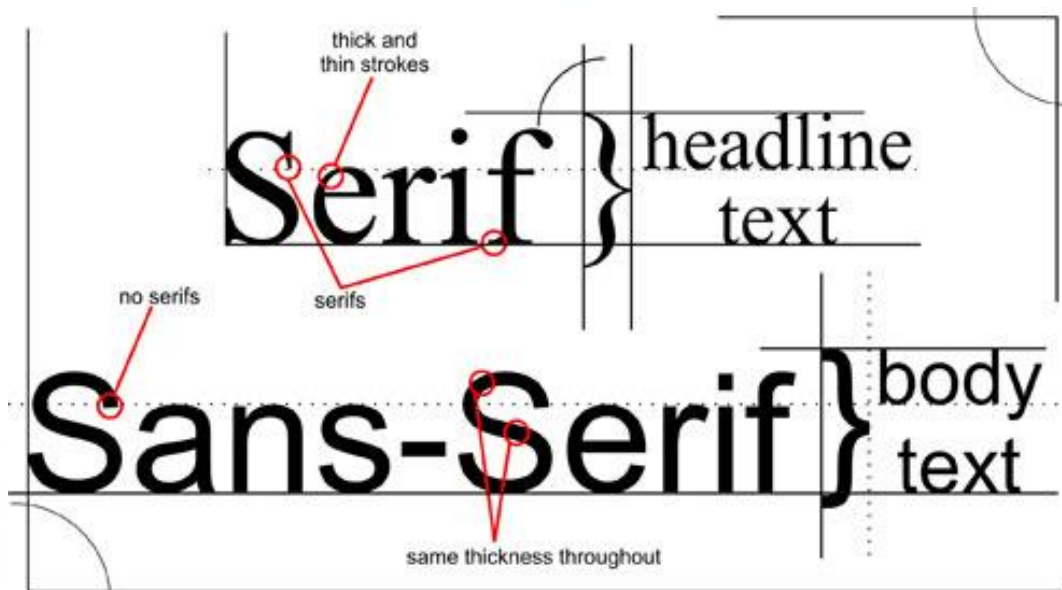
Pemakaian huruf besar dapat mengurangi *legibility* dan *readability* karena tidak memiliki perbedaan tinggi disetiap hurufnya sehingga terlihat seperti garis horizontal, sedangkan pemakaian huruf kecil memiliki kontur yang tidak rata sehingga mempermudah dalam pembacaan dan pengenalan huruf.

Rustan (2011, hal 46) mengatakan ada beberapa klasifikasi *typeface* yang dapat dibedakan berdasarkan ciri fisik, alat yang digunakan untuk mendesain *typeface*, kegunaan, dan sejarah kebudayaan, yaitu :

1. *Black Letter*, desain huruf yang populer pada abad pertengahan di Jerman (gaya Gothic) dan Irlandia (gaya Celtic), dibuat dengan tulisan tangan menggunakan pena berujung lebar sehingga menghasilkan kontras tebal-tipis yang kuat serta berdempetan sehingga menimbulkan kesan gelap, berat, dan hitam.
2. *Humanist*, desain huruf yang memiliki goresan lembut dan *organic* seperti tulisan tangan dan tampak lebih terang dan ringan karena menggunakan gaya romawi kuno yang memiliki *negative-space* cukup banyak.

3. *Old Style*, desain huruf abad 15 yang memiliki bentuk lebih presisi, lancip, kontras, berkesan lebih ringan dan menjauhi bentuk tulisan tangan.
4. *Transitional*, desain huruf yang dibuat berdasarkan perhitungan secara ilmiah dan prinsip-prinsip matematika sehingga menjauhi gaya tulisan tangan.
5. *Modern*, desain huruf pada akhir abad 17 yang hampir terlepas dari gaya tulisan tangan.
6. *Slab Serif*, desain huruf sekitar abad 19 yang pada awalnya digunakan sebagai *display type* untuk menarik perhatian pembaca poster iklan, flier, dan memiliki bentuk yang terkesan berat dan horizontal.
7. *Sans Serif*, desain huruf pada tahun 1816 yang pada awalnya dianggap tidak trendi tetapi menjadi populer pada abad 20 karena desainer mencari bentuk ekspresi baru untuk mewakili sikap penolakan terhadap nilai-nilai lama.
8. *Script* dan *cursive*, desain huruf dengan bentuk tulisan tangan yang digunakan dalam teks dengan memadukan huruf besar dan kecil.
9. *Display*, desain huruf pada abad 19 yang memiliki ornamen untuk memprioritaskan keindahannya dan banyak digunakan pada dunia periklanan untuk menarik perhatian pembaca.

Selanjutnya dikatakan oleh Chris Calori (2007) bahwa gaya *typographic* yang menjadi *basic* untuk sebuah *signage* terbagi menjadi dua yaitu *serif* dan *sans serif* (hlm. 105).



Gambar 2.7. *Serif and Sans Serif*

(sumber : www.makedesign.com)

2.5. Layout

Menurut Calori (2007) mengatakan bahwa merancang *layout* adalah proses yang sangat kreatif dengan pilihan yang hampir tidak terbatas. tata letak tanda mengungkapkan karakter visual program *sign system* grafis tersebut. *Layout* bisa berani dan mencolok atau tenang dan halus, bisa juga menjadi yang kontemporer atau tradisional. Oleh karena itu tampilan visual dari *sign* harus dipertimbangkan karena setiap kemunculuannya dapat mempengaruhi sistem yang lainnya, terutama dalam hal ukuran proposorsi *sign face* (hlm. 131).

Rustan (2009) juga mengatakan bahwa *layout* adalah tataletak elemen-elemen desain pada suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung sebuah konsep atau pesan (hlm. 10). Dalam pembuatan *layout*, ada elemen tidak terlihat yang memiliki fungsi sangat penting dalam pembentukan *unity* dari keseluruhan *layout* sebagai kerangka atau fondasi yang menjadi acuan desainer dalam penempatan *layout* lainnya, yaitu *margin* dan *grid* (hlm. 63).

2.5.1. Warna

Menurut Gibson (2009) warna adalah bagian mendasar dari kehidupan sehari-hari dan sangat mempengaruhi pengalaman kita tentang dunia, sebab hampir tidak mungkin membayangkan persepsi visual tanpa warna. Kegunaan warna dapat mendefinisikan sebuah daerah yang berbeda (hlm. 87).

Anggraini (2014) juga mengatakan bahwa warna merupakan salah satu bagian yang penting dalam desain. Warna dapat menampilkan citra yang ingin disampaikan. Warna juga merupakan elemen yang dapat menarik perhatian dan membangkitkan mood dalam membaca. Pemilihan warna yang salah dapat menyebabkan kehilangan mood dalam membaca. Dalam memilih warna, langkah yang pertama diambil adalah kesan seperti apa yang ingin kita bangun dalam sebuah desain (hlm. 37).

Warna dapat digunakan dalam program *signage* dengan banyak cara. Dan dijelaskan oleh Calori (2007, Hlm. 125) peranan warna di dalam *signage* meliputi:

1. Untuk mengkontraskan atau menyelaraskan dengan lingkungan tanda,
2. Untuk menambahkan makna pesan suatu tanda,
3. Untuk membedakan pesan dari satu sama lain,
4. Untuk menjadi dekoratif.



Gambar 2.8. Contoh Penggunaan warna dalam *signage*

(sumber : <http://www.travelwayfinding.com/signage-basics>)

Anggraini (2014) juga menjelaskan bahwa teori yang menyederhanakan warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna (hlm. 39). Keempat kelompok warna tersebut, yaitu:

1. Warna Primer

Merupakan warna dasar yang bukan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk ke dalam golongan warna primer adalah merah, kuning, dan biru.

2. Warna Sekunder

Merupakan hasil dari pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1, misalnya jingga merupakan hasil campuran dari warna kuning dan merah, hijau adalah campuran dari warna biru dan kuning, dan ungu adalah campuran dari warna merah dan biru.

3. Warna Tersier

Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder, misalnya warna jingga kekuningan didapat dari warna kuning dan jingga, warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna, yaitu merah, kuning dan biru.

4. Warna Netral

Warna netral merupakan percampuran ketiga warna dasar dalam proporsi 1:1:1. Warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Biasanya hasil campuran yang tepat akan menuju hitam.

Chris Calori menambahkan bahwa warna juga dapat memainkan peran dalam menambah makna pesan tanda dan dapat membedakan pesan tanda satu dengan yang lainnya. Dengan cara yang jelas warna dapat memperkuat arti dari sebuah pesan, misalnya warna merah digunakan untuk pesan peringatan, keadaan

darurat atau larangan, kuning untuk menarik perhatian bahwa warna tersebut merupakan pesan peringatan, hijau untuk pesan orientasi, biru untuk pelayanan, coklat untuk pesan konstruksi. Di samping membantu untuk berkomunikasi dan *signage*, penggunaan warna juga dapat memainkan peran dekoratif. Penggunaan warna juga bisa menjadikan sebuah kode untuk membedakan informasi lainnya (Hlm. 129).

2.5.2. Grid

Menurut Calori (2007) ukuran simbol yang minimum adalah 1,2 atau 1,5 kali lebih tinggi dari *cap height* tipografi (20%-50% lebih besar) dan ukuran tersebut tentu harus ditempatkan secara proporsional. Jika ukuran simbol sama dengan tipografi, maka yang terjadi adalah sulit untuk dibaca. Kemudian ruang mati di sekeliling *signage* adalah atas, bawah, kiri, kanan (hlm. 135).

Rustan (2009) juga mengatakan *grid* digunakan sebagai alat bantu untuk mempermudah desainer dalam menentukan peletakan elemen-elemen *layout*, mempertahankan konsistensi dan kesatuan *layout* dalam desain yang memiliki beberapa halaman (hlm. 68).

Walaupun tidak ada aturan untuk menentukan berapa margin besar atau kecil, namun terdapat tips untuk mengaturnya, bahwa margin bawah harus selalu sedikit lebih besar dari margin atas untuk membuatnya sama.