



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

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Environmental Graphic Design*

Dalam buku *Signage and Wayfinding Design* (2012, hlm. 2), Calori mengatakan bahwa *environmental graphic design* adalah sebuah cara untuk mengkomunikasikan pesan dengan *signage* pada lingkungan. Tanpa *environmental graphic design*, pengunjung akan mengalami kesulitan dalam lokasi atau tempat yang kompleks.

2.1.1. *Pengertian Signage dan Wayfinding*

Menurut Chris Calori definisi *signage* dan *wayfinding* adalah sebuah entitas untuk membantu pengunjung untuk berorientasi dan bernavigasi dalam sebuah tempat atau lokasi. Calori juga berkata bahwa dengan *visual* dan *signage* yang detil, pengunjung bisa memvisualisasikan sebuah tempat atau lokasi (Calori, *Signage and Wayfinding Design*, 2012, hlm. 6). *Wayfinding* memerlukan pengunjung untuk mengolah informasi untuk bernavigasi dalam sebuah lokasi. Dengan visual dan *signage* yang baik, seseorang bisa menerima informasi yang diberikan dan mengarahkan dirinya dalam sebuah tempat atau lokasi tanpa perl bertanya secara verbal.

2.1.2. *Interpretasi*

Dalam EGD (*Environmental Graphic Design*), Calori mengatakan bahwa informasi interpretif digunakan untuk menceritakan sebuah konsep atau tema dalam mengkomunikasikan desain yang ingin disampaikan oleh desainer (*Signage*

and Wayfinding Design, 2012, hlm. 7-8). Informasi interpretatif ini juga bisa digunakan dalam pameran, yang bersifat lokasi, atau benda fisik. Menurut Calori, informasi interpretatif berperan penting untuk *signage* karena informasi bersifat teks atau grafis menjadi elemen yang ditampilkan untuk mengkomunikasikan pesan dari *signage*.

2.1.3. Placemaking

Placemaking menurut Calori, membuat suatu gambar yang spesifik untuk suatu lokasi dan dikomunikasikan dalam beberapa cara (*Signage and Wayfinding*, 2012, hlm. 9). Dalam EGD (*Environmental Graphic Design*), *placemaking* merupakan penunjuk lokasi, tetapi, yang membedakan *placemaking* dalam EGD adalah informasi yang diberikan pada penunjuk tersebut. Tanpa informasi mengenai pengarahan, *placemaking* yang digunakan hanya menjadi sebuah elemen arsitektur.

2.1.4. Fungsi Signage

Dalam buku *Signage and Wayfinding Design* (2012, hlm. 10-11) oleh Chris Calori, fungsi *signage* dalam EGD (*Environmental Graphic Design*) adalah untuk mengomunikasikan informasi dengan jelas dan membangun pengertian dalam tempat atau lokasi. Tanpa informasi, *signage* hanya sebuah bangunan atau patung yang berada di sebuah lingkungan. Selain menyampaikan informasi, fungsi *signage* memberikan interaksi dan pengalaman yang lebih lanjut untuk seseorang dalam tempat atau lokasi. *Signage* juga bisa menghilangkan kompleksitas dan meningkatkan pengalaman dalam lokasi.

2.1.5. Jenis-Jenis Signage

Dalam *Environmental Graphic Design dan Signage*, David Gibson menyatakan dalam bukunya *The Wayfinding Handbook* (2009, hlm. 46-55) bahwa setiap jenis *signage* mempunyai fungsi yang berbeda dan berperan secara spesifik. Gibson juga berkata *signage* menampilkan informasi dan pesan dengan simbol, ikon atau gambar yang berbeda dan diklasifikasi dalam empat kategori yaitu:

1. *Directional Sign*

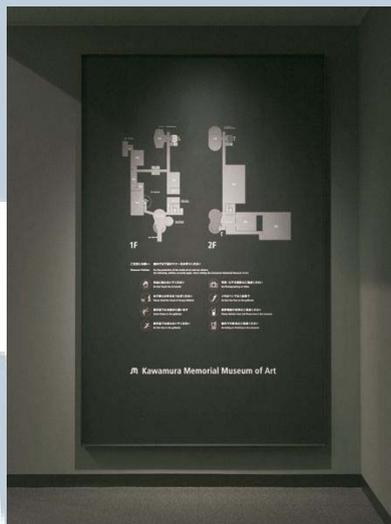
Directional Sign memberi tanda untuk pengguna mencapai destinasi dalam lokasi atau bernavigasi dalam tempat. Jenis *signage* tersebut juga mengarahkan pengunjung dan pengguna terhadap jalan masuk, *Key Decision Points*, destinasi dan jalan keluar. *Directional Sign* semestinya terlihat jelas dan dikenali, selain sifat tersebut *Directional Sign* juga harus mudah untuk diikuti oleh pengguna.



Gambar 2.1. Contoh *Directional Sign*
(<https://id.pinterest.com/pin/115052965459811395/>)

2. *Orientation Sign*

Orientation sign memberi penggambaran secara luas terhadap lingkungan atau lokasi. *Signage* tersebut bersifat *site map* atau *directory* dalam sebuah lokasi. Selain hal-hal tersebut, *orientation sign* harusnya mempunyai visual dan berkinerja baik dengan jenis-jenis *signage* yang lain. *Site map* biasanya mengindikasikan “*You Are Here*” dalam visualnya dan juga membatasi area dalam lokasi. Selain itu, *orientation sign* mengklasifikasikan fasilitas dalam lokasi atau tempat secara abjad atau numerik.



Gambar 2.2. Contoh *Orientation Sign*
(<https://id.pinterest.com/pin/493214596668450226/>)

3. *Identification Sign*

Identification sign adalah sebuah penanda visual sebuah tempat atau memberi tahu fungsi dalam lokasi. *Signage* ini juga ditempatkan di setiap jalan masuk dan jalan keluar atau setiap awal

atau akhir lokasi. Fungsi lain dari *identification sign* adalah untuk memberi sifat spesifik terhadap lokasi.



Gambar 2.3. Contoh *Identification Sign*
(<https://id.pinterest.com/pin/53480314308072283/>)

4. *Regulatory Sign*

Regulatory sign mendeskripsikan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam lokasi, dan aturan tersebut juga harus mengikuti kode hukum yang sudah diimplementasikan di daerah atau sekitaran lokasi. Secara desain, *regulatory sign* sebaiknya tidak mengganggu pengunjung tetapi juga harus terlihat jelas untuk memperingatkan pengunjung terhadap aturan. *Regulatory sign* seharusnya tidak menjadi beban untuk desainer tetapi menjadi suatu hal yang *essential* agar pengunjung bisa merasa nyaman saat berkunjung ke lokasi.



Gambar 2.4. Contoh *Regulatory Sign*
(<https://id.pinterest.com/pin/330099847660113123/>)

2.2. Tipografi Dalam *Signage*

Massimo Vignelli berkata dalam bukunya *The Vignelli Canon* (2010, hlm. 54-55) bahwa tipografi adalah sebuah cara untuk mengorganisasikan informasi secara objektif dan tipografi harus terlihat sangat jelas. Dalam desain *signage*, tipografi menjadi suatu unsur yang sangat penting karena tipografi adalah sebuah elemen yang paling mendominasi *signage*. Selain menjadi elemen yang sangat dominan, tipografi juga penting karena informasi yang diberikan oleh *signage* adalah kata-kata (Calori, Chris, *Signage and Wayfinding Design*, 2012, hlm. 127-134). Menurut Calori, ada tiga faktor yang bisa membantu untuk memilih tipografi dalam *signage*, yaitu:

1. *Formal Sustainability*

Menurut Calori, *formal sustainability* adalah bagaimana sebuah, *typeface* sesuai dengan lingkungan dan lokasi atau tempat yang membutuhkannya. Dalam *Signage and Wayfinding Design*, Calori

menjelaskan bahwa ada dua jenis *typeface* secara dasar yaitu *serif* dan *sans serif*. Dalam jenis *serif*, huruf mempunyai *stroke* horizontal di bawah dan atas huruf tersebut. Huruf jenis *serif* diciptakan oleh bangsa Romawi dan karena kompleksitas jenis huruf tersebut maka huruf jenis *serif* berkonotasi tradisional. Sedangkan huruf jenis *sans serif* berarti tanpa *serif* dimana huruf jenis ini tidak mempunyai *stroke* horizontal pada bagian atas dan bawah huruf. Huruf jenis *sans serif* berkonotasi kontemporer karena usia yang masih muda.



Serif



Sans
Serif

Gambar 2.5. Perbedaan Jenis Tipografi

2. *Legibility*

Legibility sangat penting dalam desain *signage* karena objek pertama dalam *signage* adalah untuk mengkomunikasikan informasi berbasis kata. Dalam penelitian *typeface legibility*, ditemukan faktor-faktor yang mendefinisikan *legibility*. Faktor-faktor tersebut adalah huruf yang terlihat jelas, *x-height* bersifat tinggi, mempunyai *medium weight*,

yaitu *typeface* yang mempunyai *stroke* tidak terlalu tebal dan tidak terlalu tipis, dan terakhirnya tebal *typeface* yang sedang, yaitu yang tidak terlalu lebar (*expanded*) dan tidak terlalu tipis (*condensed*).

2.3. Tanda dalam *Signage*

Walaupun kata-kata adalah elemen primer dalam *signage*, gambar atau *iconic graphic devices* juga membantu dalam membantu pengunjung bernavigasi dan juga bisa memperkuat *signage* di sebuah lokasi. Menurut David Gibson (*The Wayfinding Handbook*, 2009, hlm. 96-97) *iconic graphic devices* dalam *signage* bisa membantu pengunjung yang tidak bisa berbahasa bahasa asal lokasi yang dikunjungi. *Iconic graphic devices* yang baik bisa menggantikan kata-kata dan mengurangi *signage* yang tidak perlukan. Dalam tempat atau lokasi umum, *iconic graphic devices* mengidentifikasi deskripsi verbal dari fasilitas yang disediakan.

Chris Calori berkata bahwa simbol dalam *signage* bisa menggantikan tipografi atau membantu menginterpretasikan pesan yang ingin disampaikan (*Signage and Wayfinding Design*, 2012, hlm. 143-144). Simbol dalam *signage* juga memperkuat pesan yang hanya direpresentasikan oleh tipografi sendiri dan simbol juga bisa didampingi oleh pesan-pesan tipografi. Dalam lokasi atau tempat dimana lebih dari satu bahasa dibutuhkan, simbol berperan sangat penting karena simbol akan bisa menyampaikan pesan daripada pesan yang hanya direpresentasikan secara tipografi. *Signage* yang menggunakan simbol mengeliminasi keperluan untuk menggunakan lebih dari satu bahasa dalam satu *signage*. Calori juga menambahkan bahwa simbol yang sulit untuk

direpresentasikan secara *graphic* membutuhkan pengertian sebelumnya hingga pengunjung atau pemakai *signage* bisa memahankannya. Selain itu simbol butuh perhatian lebih lanjut karena dalam budaya berbeda simbol-simbol bisa mempunyai arti yang berbeda.

2.3.1. Ikon, Simbol, dan Indeks

Dalam buku *Graphic Design Solutions* (2014, hlm. 116), Robert Landa berkata bahwa Ikon adalah representasi sebuah objek atau subjek secara literal dan persis dalam *pictogram*. Simbol menurut Landa adalah suatu pengertian yang sudah disepakati atau sebuah pengertian yang konvensional. Pengertian indeks menurut Landa adalah suatu tanda yang terkait dengan pesan yang ingin disampaikan. Menurut ada beberapa simbol yang mempunyai arti lebih kompleks atau berbeda. Hal ini disebabkan oleh konteks dimana simbol itu berada, budaya dan agama juga bisa membedakan arti untuk simbol.

2.3.1.1. Fungsi Simbol

Dalam buku *Graphic Design Solutions*, Landa mengatakan bahwa simbol bisa digunakan sebagai visual yang terdiri sendiri atau dipakai untuk ikon identitas visual (2014, hlm. 117). Landa juga mengatakan bahwa simbol harus bisa diartikan oleh banyak pengamat dengan berbagai macam latar belakang budaya. Simbol yang merupakan *pictogram* merepresentasikan objek dalam bentuk yang paling dikenal dan bisa diartikan secara umum.

2.3.2. Panah

Dalam buku *Signage and Wayfinding* (Calori, 2009, hlm. 148-149), panah merupakan simbol yang sederhana namun khusus dalam *signage*. Konstruksi

panah merupakan batang dengan kepala yang runcing, bentuk ini adalah sebuah representasi grafis untuk panah yang digunakan saat berburu. Calori mengatakan bahwa *environmental graphic designers* lebih memilih untuk menggunakan panah yang mempunyai kepala terbuka dan berbentuk geometris. Panah bisa digunakan dari *typeface* yang sudah ada tetapi karena konstruksi yang tidak sulit, panah dengan desain baru juga bisa diciptakan oleh desainer.

2.4. Warna dalam Signage

Menurut Chris Calori, pemilihan warna dalam *signage* memiliki empat fungsi yaitu, untuk terlihat lebih jelas dari lingkungannya, menambah dan mengimplementasi arti untuk *signage*, membedakan kesan dan pesan dari jenis-jenis *signage* lain, dan untuk unsur dekoratif (*Signage and Wayfinding Design*, 2009, hlm. 157-164). Dalam kode *Standard for Accessibility Design* atau SAD meminta untuk adanya 70 persen perbedaan *contrast* dalam *background* dan *foreground* sebuah desain *signage*. Perbedaan ini dibutuhkan untuk kejelasan pesan yang ingin dikomunikasikan dan untuk pengguna *signage* membaca dengan mudah. Warna yang digunakan untuk *signage* sebaiknya warna-warna yang cerah dan akan membuat *signage* lebih menonjol dari lingkungan sekitarnya. Selain itu, warna juga bisa digunakan untuk menambah pengartian dalam *signage*; contohnya, warna merah digunakan untuk *signage* peringatan dan warna kuning untuk menarik perhatian pengunjung.

Dalam buku *Signage and Wayfinding Design*, Calori juga mengatakan bahwa warna bisa digunakan untuk *color-coding* (2009). *Color-coding* bisa membantu dalam mengorganisasikan dan memperkuat pesan dari *signage*.

Walaupun metode ini bisa membantu, warna yang digunakan sebaiknya sudah diasosiasikan dengan pesan yang ingin disampaikan. Hal ini terjadi karena warna mempunyai banyak arti dan terkadang tidak bisa berkomunikasi secara spesifik. Penggunaan *color-coding* yang tidak baik bisa membingungkan pengguna dan pesan tidak disampaikan dengan jelas.

Dalam buku *The Wayfinding Handbook* (2009, hlm. 87-88), Gibson mengatakan bahwa warna bisa digunakan untuk mengasistansi pengunjung dalam mengidentifikasi dan bernavigasi dalam lokasi. Selain hal tersebut, warna juga bisa menghubungkan pengunjung dengan lokasi tertentu.

2.5. Hierarki Visual dan Emphasis

Dalam desain grafis, hierarki visual adalah prinsip utama yang digunakan untuk mengorganisasikan informasi. Objektif utama dari prinsip tersebut adalah untuk mengarahkan pengguna dalam desain dengan menggunakan *emphasis*. Menurut Landa (*Graphic Design Solutions*, 2014, hlm. 33) *emphasis* adalah elemen-elemen desain yang ditempatkan sesuai dengan urutan kepentingan. *Emphasis* bisa dicapai dengan membuat elemen yang dipentingkan lebih menonjol dari elemen yang lain. Dengan prinsip ini, *designer* mengarahkan dan membuat keputusan untuk pengguna terhadap apa yang harus dilihat terdahulu.

Menurut Chris Calori (*Signage and Wayfinding Design*, 2012, hlm. 98-100), dalam *signage* ada beberapa lokasi yang lebih penting dari lokasi yang lain. Dengan *hierarchy*, desainer bisa memberi ranking terhadap informasi yang lebih berkepentingan. *Hierarchy* dalam *signage* diorganisasikan dengan urutan informasi primer, sekunder, tersier, dan lainnya. Informasi yang bersifat *urgent*

atau lebih berkepentingan mempunyai ranking yang lebih tinggi. Informasi primer bisa digambarkan dengan memberi *emphasis* terhadap ukuran secara grafis atau secara *signage* sendiri.

Dalam mengkomunikasikan informasi primer, pesan tersebut sebaiknya didahulukan dan terlihat lebih jelas daripada informasi sekunder. Info yang ingin dipentingkan sebaiknya juga ditempatkan paling atas dalam bidang *signage*. Secara visual, informasi yang lebih penting diberikan *emphasis* dan dipentingkan secara *hierarchy*. Menurut Calori, hal tersebut perlu dipentingkan karena:

1. Diperlukan untuk mengkomunikasikan informasi secara efektif.
2. Untuk menghemat bidang dalam *signage*.

Dalam *directional sign* ada limit untuk jumlah informasi yang bisa diberikan terhadap pengguna. *Directional sign* sebaiknya tidak memberikan informasi yang tidak berkepentingan untuk pengarahan pengunjung. Memberi pengguna atau pengunjung terlalu banyak informasi dalam *signage* tidak membantu dalam pengarahan dan mejadi *signage* yang tidak efektif atau fungsional.

2.5.1. *Emphasis*

Menurut Robin Landa dalam bukunya *Graphic Design Solution* (2014, hlm. 33-34), *emphasis* adalah memberi kepentingan terhadap suatu elemen dalam desain, namun semua elemen tidak bisa diberikan teori tersebut karena desain yang mempunyai terlalu banyak *emphasis* menjadi tidak teratur. Dengan *emphasis*, elemen yang penting diberikan titik fokus untuk pengamat dan elemen lain mejadi pendukung untuk titik fokus tersebut. *Emphasis* dapat tercapai dengan:

1. Mengisolasikan sebuah elemen.
2. Peletakkan pada tempat yang spesifik yang menarik perhatian pengamat.
3. Menggunakan skala untuk mementingkan sebuah elemen dan memberi *spatial depth* dan elemen yang berskala lebih besar lebih menarik perhatian pengamat.
4. Menggunakan kontras dalam elemen, sebagai contoh, elemen yang mempunyai sifat terang yang dikelilingi oleh elemen yang gelap memberi kepentingan terhadap elemen tersebut.
5. Mengarahkan pengamat dengan ikon seperti panah untuk menunjukkan elemen mana yang lebih penting.

2.6. Jarak Pandang untuk Signage

Jarak pandang dalam *signage* adalah jarak pandang yang efektif untuk digunakan pada tipografi agar terlihat jelas oleh pengunjung. Menurut Calori (*Signage and Wayfinding Design*, 2012, hlm. 166-167) jarak pandang untuk huruf kapital berukuran 1" (2.54 cm) adalah 50' (1524 cm) dan huruf kapital yang digunakan untuk mendapatkan ukuran tersebut adalah huruf yang tidak mempunyai lekukan yaitu huruf capital E, H, dan I. Aturan yang dianggap baik bagi Calori adalah rasio 1:50 yaitu setiap huruf capital yang berukuran 1" (2.54 cm) bisa dilihat dari jarak 50' (1524 cm). Tetapi aturan tersebut masih digugat oleh para ahli dimana menurut mereka rasio yang lebih efektif adalah 1:25 yaitu dalam jarak 25' (762 cm) adalah jarak yang digunakan untuk huruf kapital berukuran 1" (2.54 cm).

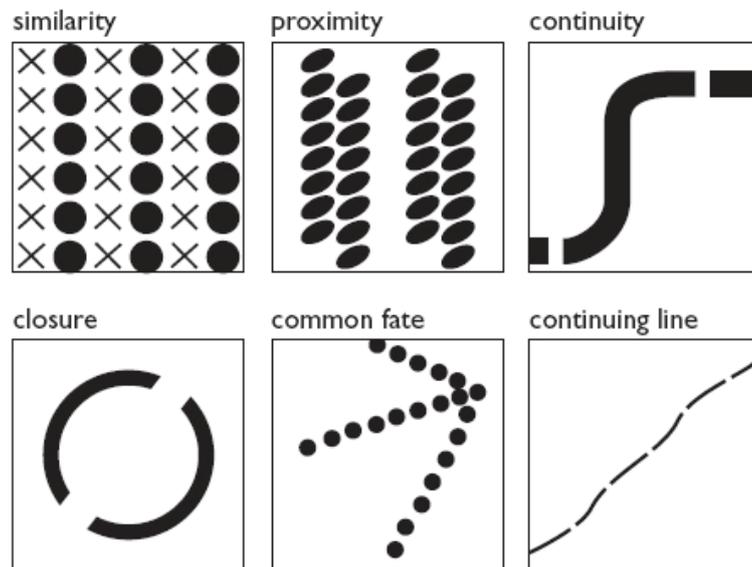
2.7. Kesatuan

Menurut Robin Landa (*Graphic Design Solution*, 2014, hlm. 36), kesatuan merupakan elemen desain grafis yang berhubungan merupakan suatu keseluruhan. Saat disatukan elemen terlihat seperti elemen tersebut berhubungan dengan satu sama lain. Kesatuan bergantung pada *gestalt*, yaitu bahasa Jerman untuk bentuk dan memberi tekanan pada persepsi bentuk sebagai keseluruhan. Dari *gestalt* persepsi untuk mengorganisasikan mengarahkan *visual thinking* terhadap konstruksi dalam komposisi.

2.7.1. *Laws of Perceptual Organization*

Landa mengatakan bahwa adanya *laws of perceptual organization* dalam mengkonstruksi teori kesatuan, yaitu:

1. *Similarity*: Dalam *similarity*, elemen yang mempunyai karakteristik yang sama bisa dilihat sebagai elemen yang berhubungan. Elemen dalam *similarity* mempunyai bentuk, tekstur, atau warna yang sama. Karakteristik elemen yang berbeda memisahkan hubungan dengan elemen yang lain dalam komposisi.
2. *Proximity*: Dengan teori ini, elemen mempunyai penempatan yang berdekatan.
3. *Continuity*: Memperlihatkan jalur yang menggunakan elemen-elemen dalam komposisi.
4. *Closure*: Dalam teori ini, elemen secara individu mencoba untuk membuat suatu elemen baru.



Gambar 2.6. *Laws of Perceptual Organization* (Graphic Design Solution, 2014, Hlm. 37)

2.8. Layout dalam Signage

Menurut Calori (*Signage and Wayfinding Design*, 2012, hlm. 170-172), ada beberapa sifat untuk memberi *layout* dalam *signage* yaitu:

1. *Side by side positioning*, dimana simbol-simbol dan panah yang diberikan disejajarkan dengan tipografi secara horizontal.
2. *Stacked positioning*, dimana simbol-simbol dan panah didalam *signage* disejajarkan secara vertikal; yaitu berada diatas atau dibawah tipografi.

Secara umum, *layout* yang diberikan penempatan secara *side by side positioning* simbol dan panah disejajarkan secara horizontal dengan garis tengah dari panah dan simbol disamakan dengan garis tengah dari *cap-height*, atau tinggi huruf kapital, tipografi. Dalam *stacked positioning* pemberian *spacing* dibawah

atau dibawah tipografi, jarak untuk simbol dan panah sebelumnya harus ditentukan dengan jarak vertikal antara tipografi.



Gambar 2.7. *Side by Side Positioning*

Gambar 2.8. *Stacked Positioning*

Menurut MUTCD (*Manual on Uniform Traffic Control Devices*), panah ditempatkan sesuai dengan arah tunjuk panahnya. Sebagai contoh jika panah menunjuk ke arah kiri sebaiknya panah tersebut diletakkan pada sisi kiri. Tetapi, menurut Calori, penempatan atau *layout* dalam *signage* mempunyai banyak

kemungkinan namun, jika penempatan simbol dan panah sudah diberikan sebaiknya *layout* untuk simbol dan panah berikutnya mengikuti penempatan yang sebelumnya untuk memperkuat konsistensi dan kejelasan bagi pengunjung.

2.9. Material

Menurut Gibson dalam buku *The Wayfinding Handbook* (2009, hlm. 114), material yang sering digunakan dalam *signage* adalah metal karena memiliki sifat fleksibel dan tahan lama. Warna dari metal berbagai macam dan *finishing* dari metal merupakan *brushed*, *dipoles*, atau *satın*. Selanjutnya, jenis-jenis metal yang dibahas oleh Gibson adalah:

1. Aluminium: Material ini merupakan material serbaguna dan bisa digunakan tanpa *finishing* atau dengan lapisan cat atau dengan cara *anodizing*. Aluminium memiliki warna abu-abu kebiruan dan merupakan material yang murah dan memiliki sifat daur ulang. Selain berupa material yang ringan aluminium memiliki daya tahan tinggi terhadap korosi.
2. Stainless steel: Material ini memberi kesan arsitektur yang canggih dan material yang serbaguna. Stainless steel memiliki warna abu-abu keuningan karena mengandung zat *nickel*. Walaupun material ini berharga mahal, stainless steel memiliki sifat daur ulang. Stainless steel merupakan material yang sangat kuat tetapi material yang berat. Daya tahan stainless steel terhadap korosi dan karat sangat kuat.