



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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*”, *Environmental Graphic Design* atau *EGD* dapat diartikan sebagai cara penyampaian informasi menggunakan media visual dalam suatu lingkungan yang terpadu. *EGD* merupakan salah satu cara yang telah digunakan oleh manusia sejak waktu yang lama. Contohnya; membuat tanda di dinding gua yang merupakan cara manusia zaman dahulu untuk berkomunikasi secara visual dengan memanfaatkan lingkungannya. Semakin lama, lingkungan seperti perkotaan, terus berkembang dan mobilitas warganya semakin meningkat. Hal ini menyebabkan kebutuhan informasi dalam bernavigasi di lingkungannya juga akan meningkat. Peran *EGD* menjadi penting dalam lingkungan yang terpadu, sehingga dibutuhkan *signage* yang terencana dengan sistematis, kesatuan visual pada *signage*, serta keberadaan *wayfinding* yang teratur (Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm. 2).

##### 2.1.1. *Signage dan Wayfinding*

Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015), *signage* dan *wayfinding* tergambar dalam suatu rancangan *sign* yang secara penyampaian informasi dan visual yang saling berkaitan dalam suatu tempat, area yang saling berhubungan, dan jaringan, misalnya sebuah sistem transportasi. Rancangan *sign* yang dibuat dengan baik secara visual dapat menghasilkan kesatuan dari suatu tempat, sehingga penempatan *signage* dapat membangun sebuah citra dan keunikan dari tempat tersebut. Desain

visual *wayfinding* dan *signage* memiliki tujuan untuk mempermudah setiap orang mencari jalan menuju lokasi yang ingin dituju pada suatu situs secara efektif. *Wayfinding* dan *signage* dapat membantu seseorang bernavigasi bahkan ketika tidak ada orang yang bisa ditanyakan di sekitarnya (hlm. 6-7).

### **2.1.2. Jenis Signage**

Menurut Gibson (2009), dalam bukunya “*The Wayfinding Handbook*” *signage* terbagi dalam empat jenis dengan struktur kegunaan, penempatan dan penyampaian informasinya yang berbeda (hlm. 48-54).

#### **2.1.2.1. Identificational Sign**

*Identificational sign* dapat memberikan impresi awal pada suatu tempat. *Sign* ini biasanya berupa nama dan atau fungsi dari suatu tempat. Misalnya; nama ruangan, nomor gedung, dsb. Jenis *sign* ini dapat menggambarkan fungsi atau karakter dari tempat yang diwakilinya. Jenis *sign* ini juga dapat menandakan awal dan akhir dari sebuah rute yang harus dilalui. Contohnya; *sign* masuk dan keluar dari sebuah area.



Gambar 2.1. Walt Disney *Concert Hall*, Los Angeles, California  
(<https://www.flickr.com/photos/ccmonty/8246850318/in/photostream/>)

### 2.1.2.2. *Directional Sign*

*Directional sign* merupakan sebuah sistem alur pada rancangan *wayfinding* yang bertujuan untuk tetap menjaga pergerakan alur pengunjung ketika sudah memasuki suatu wilayah. Tipe *sign* ini memberikan arah pada pejalan kaki dan lalu lintas berkendara di sepanjang pintu masuk, *key decision points*, di tempat tujuan dan di titik pintu keluar. *Sign* ini menampilkan informasi berupa petunjuk grafis seperti panah, simbol, dan tipografi. Desain visual dari *directional sign* diharuskan untuk memiliki keselarasan terhadap arsitektur sekitar dan harus mudah ditemukan atau teridentifikasi. Pesan yang disampaikan juga harus sederhana, sehingga memudahkan pengunjung bernavigasi ke seluruh fasilitas yang ada.



Gambar 2.2. Melbourne Docklands, Melbourne, Australia  
(<https://segd.org/content/melbourne-docklands>)

### 2.1.2.3. *Orientation Sign*

*Orientation sign* menampilkan gambaran dari suatu tempat secara sederhana dalam bentuk peta disertai dengan daftar petunjuk lokasi atau fasilitas. Desain dari *orientation sign* juga harus selaras dengan sistem *directional sign* dari tempat tersebut. Pada umumnya, peta suatu area menampilkan titik keberadaan terkini pengunjung, untuk membantu mereka bernavigasi ke tempat yang ingin dituju. Struktur *orientation sign* biasanya *freestanding* dengan ukuran yang cukup besar agar dapat dilihat dengan mudah oleh pengunjung. Ketika *orientation sign* dan sistem *sign* pada sebuah area terkoordinasi dengan baik, maka akan mempermudah pengunjung mengenali area yang dikunjungi.

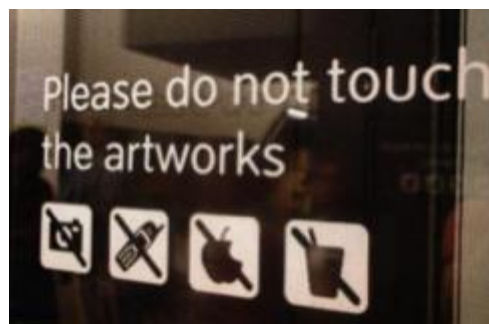


Gambar 2.3. *City Orientation Kiosk*, London, England

(<https://www.marshalls.co.uk/commercial>)

#### 2.1.2.4. *Regulatory Sign*

*Regulatory sign* menyampaikan suatu larangan, peringatan, dan peraturan yang dapat dilakukan dan tidak boleh dilakukan oleh pengunjung di area publik yang dikunjungi. Misalnya; dilarang merokok, dilarang menyentuh karya pada museum, hati-hati ada celah, dsb. Penyampaian informasi pada *regulatory sign* harus sederhana, dengan tetap mengutamakan peningkatan pengalaman pengunjung terhadap tempat tersebut. Pemilihan kalimat pada *regulatory sign* perlu diperhatikan agar tetap dapat menegaskan peraturan yang berlaku tanpa mengganggu kenyamanan pengunjung.



Gambar 2.4. Tate Modern, London, England  
(David Gibson, 2009)

#### 2.1.3. *Hirarki Informasi Signage*

Informasi yang tertera pada sebuah *sign* memiliki perbedaan kepentingan. Semakin penting informasi, maka akan semakin diprioritaskan. Hirarki pesan dan informasi lokasi diurutkan menjadi; primer, sekunder, atau tersier berdasarkan kepentingan informasinya. Informasi primer akan ditampilkan paling atas atau lebih besar daripada informasi sekunder, dan seterusnya. Visual dari informasi yang terpenting akan tampil paling menonjol. Hirarki

Informasi pada *signage* dapat meningkatkan efektivitas dalam penyampaian informasi dan dapat menghemat ruang pada *sign*. Sebaliknya, *sign* yang memuat informasi terlalu banyak akan menjadi tidak berfungsi (hlm. 98-100).

#### **2.1.4. Pertimbangan dalam Perancangan**

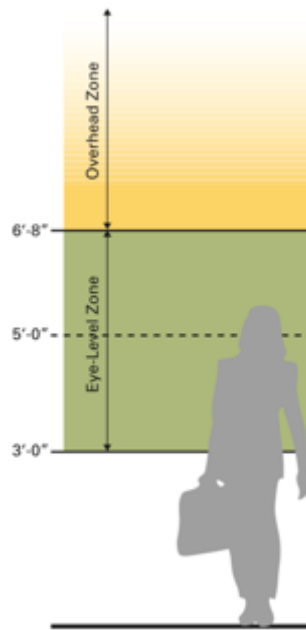
Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perancangan *signage* untuk mencapai efektivitas rancangan *signage*.

##### **2.1.4.1. Tinggi dan Jarak Pemasangan**

Dalam perancangan *signage* terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan sebagai penentu utama bentuk *sign* yang akan dipasang (Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm. 203).

##### **1. Zona Tingkat Pemasangan *Overhead* dan *Eye-Level***

Metode pemasangan dan ketinggian *signage* ditentukan oleh lokasi *signage*, jarak pandang, dan hirarki *signage*. Zona pemasangan *signage* terbagi menjadi; zona *overhead* dan zona *eye-level*. Zona *eye-level* diestimasikan pada ketinggian antara 91 cm sampai dengan 183 cm di atas permukaan lantai. Sedangkan pada zona *overhead* pada ketinggian di atas 183 cm dari atas permukaan lantai (hlm. 204-205).



Gambar 2 .5. Zona *Eye-Level* dan *Overhead*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

Pada interior, pemasangan pada ketinggian *overhead* diperuntukkan bagi *sign* yang memuat informasi utama dan sekunder agar tidak terhalang oleh objek di lingkungan sekitar. Sedangkan informasi yang tidak lebih penting dan terperinci dipasang pada ketinggian *eye-level* untuk diamati pada jarak yang dekat. Misalnya; *directional* dan *identificational sign gate*, nomor di bandara akan dipasang pada zona *overhead*. Sedangkan *identificational* kantor dan informasi terperinci seperti peta orientasi akan dipasang setara dengan *eye-level*. Namun, dalam beberapa kasus lokasi interior yang terbatas luas dan ketinggiannya seperti; hotel dan museum, maka pemasangan

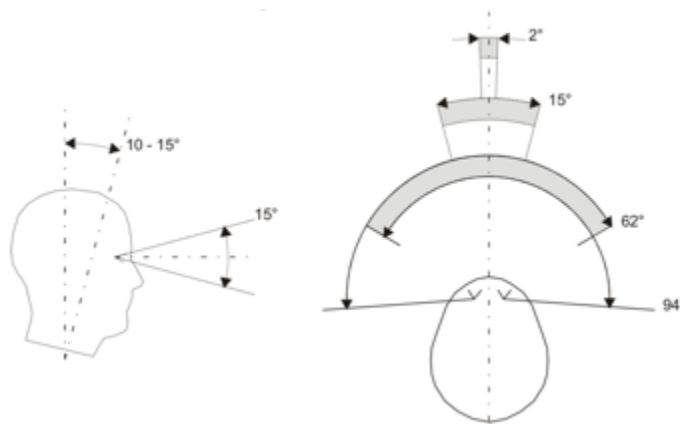
pada ketinggian *eye-level* juga memungkinkan untuk informasi primer (hlm. 204).

Pemasangan pada *exterior* yang cenderung *user*-nya adalah pejalan kaki juga harus dipertimbangkan. *Sign* yang menampilkan informasi terperinci seperti peta orientasi akan lebih baik dipasang pada zona *eye-level* dan petunjuk arah pada zona *overhead*. Tujuannya agar *user* lebih mudah membaca. Pertimbangan lain yang harus diperhatikan adalah ketinggian pemasangan *sign* untuk menghindari vandalisme dan benturan dari objek-objek yang bergerak. Semakin rendah dipasang, akan semakin rentan terhadap gangguan-gangguan tersebut (hlm. 25).

Penerapan *exterior sign*, khususnya *vehicular sign* akan sedikit berbeda, bergantung pada cepat atau lambatnya laju kendaraan. Informasi pada *sign* harus dapat terbaca pada kecepatan 70 mil/jam. Misalnya; jika pada lokasi seperti tempat pemesanan *fast food*, maka informasi yang rinci pada *sign* dengan ketinggian *eye-level* masih sangat memungkinkan. Kendaraan tidak melaju cepat dan dapat berhenti untuk mencermati *menu* pada *sign*. Sementara jika pada jalan raya di mana kendaraan dapat melaju dengan sangat cepat, maka informasi yang tertera sebaiknya hanya mengandung satu hingga dua kata saja dan biasanya dipasang pada zona *overhead*. Pemasangannya tidak lebih tinggi dari rambu lalu lintas, namun tetap cukup tinggi untuk meminimalisir gangguan dari objek di sepanjang jalan raya (hlm. 206).

## 2. Persepsi Visual

80%-90% informasi akan diterima individu melalui saluran visual. Faktor lain yang harus dipertimbangkan adalah area persepsi visual manusia. Persepsi visual individu dapat ditentukan oleh zona batasan persepsi pada rentang vertikal  $\pm 15^\circ$  dan  $\pm 62^\circ$  pada rentang horizontal (Schultz, Schulz, & Fricke, 2007).



Gambar 2.6. Area Persepsi Visual Manusia  
(Schultz, Schulz, & Fricke, 2007)

Biasanya kepala individu dapat condong ke bawah pada kisaran  $10^\circ$  hingga  $15^\circ$ . Persepsi horizontal dapat dibagi menjadi beberapa area. Satu mata yang terbuka memiliki persepsi visual pada kisaran  $160^\circ$ , sedangkan persepsi visual pada persimpangan kedua mata sekitar  $120^\circ$ . Selain itu, individu dapat dengan mudah mengidentifikasi suatu teks jika berada pada titik fokus  $\pm 2^\circ$ .

Sudut pandang dan jarak pandang dapat menjadi acuan pada pemasangan *sign*. Membaca informasi pada *signage* merupakan proses yang terpengaruh oleh banyak variabel. Misalnya; pejalan kaki,

pengguna kursi roda, pengendara kendaraan, dsb. (Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm.207).

### 3. Arsitektur dan Kondisi Lingkungan

Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015) pemasangan *signage* perlu mempertimbangkan karakteristik fisik lingkungan di mana rancangan *sign* akan dipasang. Lebar koridor atau tembok, tinggi plafon, objek di sekitar lingkungan seperti pepohonan, dan elemen-elemen lain yang dapat ditemukan di sekitar lingkungan proyek perlu diperhatikan. Kondisi lingkungan pada lokasi proyek juga menjadi faktor yang mempengaruhi pemasangan *sign*. Misalnya; kondisi struktur dinding, langit-langit pada *sign interior*, dan struktur tiang lampu, jembatan layang pada *sign exterior*.

Jika kondisi struktur yang sudah ada memungkinkan dan kokoh, maka pemasangan *sign* dapat dipertimbangkan untuk dipasang pada struktur tersebut. Sedangkan, jika tidak, maka jenis *sign freestanding* dapat menjadi pilihan pemasangan. Biasanya perancangan *sign* di perkotaan lebih mempertimbangkan pemasangan *sign freestanding* karena dapat menyampaikan informasi lebih jelas di area perkotaan dan meminimalisir gangguan visual lainnya ketimbang *sign* yang dipasang pada struktur yang sudah ada, contohnya pada tiang lampu (hlm. 208).

Pemasangan *sign exterior* yang ditanam ke dalam tanah memerlukan sebuah fondasi yang kuat. Pemasangan harus kokoh,

biasanya dicor beton atau ditanam pada tanah cukup dalam. Sebelum melakukan penggalian, hal yang perlu diperhatikan adalah saluran-saluran pipa, air, dan listrik di dalam tanah. Pemeriksaan dilakukan agar tidak merusak atau mengganggu saluran-saluran yang sudah ada sebelumnya (hlm. 208).

#### 2.1.4.2. Ukuran Signage

Sudut pandang, jarak pandang, dan ketinggian pemasangan *sign* saling berhubungan untuk menjadi kunci utama menentukan ukuran dari *sign* yang akan dipasang. Selain itu, hirarki informasi dan konten informasi pada *sign* juga menjadi alasan penentu ukuran *sign* dibuat. Sementara pada *vehicular sign*, laju kecepatan dan jumlah jalur mempengaruhi waktu dan jarak yang perlu ditempuh pengemudi untuk bereaksi terhadap suatu *sign*. Faktor-faktor tersebut yang juga akan mempengaruhi ukuran huruf pada informasi dan jumlah panel yang diperlukan untuk menampilkan informasi pada *sign* (Calori & Vanden- Eynden, 2015, hlm. 209).

Lane Quantity	Vehicular Speed (MPH)	Reaction Time (Seconds)	Distance Traveled During Reaction (Feet)	Letter Height (Inches)	Total Area of Sign (Square Feet) Commercial Industrial Site	Other Sites
2	15	8	176	4	8	6
	30		352	7	25	18
	45		528	10	50	35
	55		704	14	100	70
4	15	10	220	4	8	6
	30		440	9	40	28
	45		660	13	90	64
	55		880	17	150	106
6	15	11	242	5	13	10
	30		484	9	40	28
	45		726	14	100	70
	55		968	19	190	134
Freeway	55	12	1,056	21	230	162

Gambar 2.7. Indikasi Ukuran Panel dan Huruf pada *Vehicular Sign*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

### 1. Ukuran Keseluruhan

Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015), panel pada *sign* berperan sebagai bagian yang menampilkan sebuah informasi dan tidak termasuk dari ukuran keseluruhan *sign* dan juga struktur pemasangannya. Kecuali jenis *sign flush-wall mounted sign*, *sign* jenis ini tidak memiliki struktur tambahan dan panel *sign* terpasang langsung pada dinding, sehingga ukuran keseluruhannya adalah panel *sign* itu sendiri. Berbeda dengan jenis *sign* seperti; *freestanding*, *suspended*, dan *projecting sign*, jenis *sign* ini memiliki struktur tambahan yang terhitung dalam ukuran keseluruhan *sign*. Pemasangan *sign* juga perlu memerhatikan aturan lokal setempat, biasanya terdapat aturan batasan tinggi dan area *sign* (hlm. 210).

### 2. Kedalaman

Dalam pemasangan *sign*, kedalaman memberikan tampak tiga dimensi pada *sign* yang terpasang. Kedalaman dapat berkisar dari yang tidak mendapat cukup atensi (*sign* yang dipasang pada permukaan atau dua dimensi) hingga tingkat kedalamannya melebihi panjang dan lebarnya. Kedalaman ditentukan oleh; struktur pemasangan *sign*, informasi yang disampaikan pada *sign*, aturan batasan kedalaman *sign*, dan visual efek yang ditampilkan (hlm. 211).

### 3. Proporsi dan Sekala

Proporsi dan sekala mempengaruhi ukuran *sign* yang akan dibuat. Dalam mencapai proposi yang selaras dalam bidang tiga dimensi dapat

dibantu dengan membuat versi 3D dari *sign* pada komputer yang kemudian di-*render*. Tujuannya adalah untuk melihat hasil visualisasi proporsi *sign* dan mempermudah dalam melakukan perbaikan bentuk proporsi *sign*. Semakin kecil ukuran *sign* yang digunakan, maka semakin menunjukkan kesatuan visual pada rancangan *sign* (hlm. 211-212).

#### 2.1.4.3. Pencahayaan Signage

Pencahayaan dapat meningkatkan penyampaian informasi dan visibilitas *sign* dengan jelas (Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm. 212). Sistem pencahayaan *sign* antara lain, adalah:

##### 1. *External Illumination*

Pencahayaan ini bersumber dari luar *sign*, namun pencahayaannya tetap tertuju pada *sign*. Pada umumnya menggunakan lampu sorot untuk memantulkan sinar kepada seluruh *sign* atau ditujukan pada bagian grafis *sign* saja.



Gambar 2.8. *External Illumination* pada material *retroreflective vinyl*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

## 2. *Internal Illumination*

Pencahayaan yang ditransmisikan dari dalam *sign*. Pencahayaan ini dapat digunakan pada *sign interior* maupun *exterior*.



Gambar 2.9. *Internal Illumination* pada material *acrylic dichroic*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

## 3. *Nonillumination*

*Nonillumination* berarti tidak menggunakan cahaya pada *sign* karena *sign* berada pada lingkungan yang memiliki intensitas cahaya yang cukup tinggi. Tidak memerlukan sumber cahaya khusus yang diperuntukkan pada *sign*.



Gambar 2.10. *Nonillumination sign*  
(<http://igsign.com/non-illuminated-signs/>)

### 2.1.5. Lokasi Pemasangan Signage

Letak *sign* dipengaruhi oleh hasil analisis pada sirkulasi rute *user* dan *key decision points* pada lingkungan proyek. Analisis dapat dilakukan dengan *site visit* pada lokasi proyek, sedangkan jika lokasi proyek belum dibangun, maka dapat menganalisis melalui *key plan drawing*. Menentukan letak *sign* dilakukan pada *key plan drawing* dengan menandakan titik-titik yang akan diletakkan sebuah *sign* (Calori & Vanden-Eynden, 2015, hlm. 101). Menurut Gibson (2009) penggunaan kode warna pada *key plan drawing* untuk menandai setiap letak *sign* dapat mempermudah membedakan jenis *sign* sesuai kebutuhan dan fungsinya serta menghindari informasi yang terlewatkan. Menurut Calori & Vanden-Eynden (2015), peletakan *sign* yang baik adalah sebagai berikut:

1. *Sign* diletakkan pada jalur yang banyak dilalui *user* dengan pandangan tegak lurus.
2. *Directional sign* diletakkan di sepanjang jalur yang dilalui *user* untuk meyakinkan *user* mereka berada di jalur yang benar.
3. Gunakan *advance directional sign* pada *vehicular sign*. Misalnya; “*Departing Flights Kiri Berikutnya*”, kemudian pada *key decision points* dilanjutkan dengan “*Departing Flights Kiri*”, dan pada titik sampai di lokasi “*Departing Flights*”. Hal ini akan memberikan pengemudi waktu untuk bereaksi terhadap *sign* sebelum mencapai *key decision points*.
4. Letakkan *identificational sign* pada lokasi tujuan *user* dengan tujuan mengkonfirmasi kedatangan mereka di tempat yang mereka tuju.

### 2.1.6. Pemasangan *Signage*

*Sign* tidak dapat melayang dengan sendirinya, oleh karena itu *sign* dipasang pada struktur atau pun dalam suatu struktur. Struktur di mana *signage* dipasang akan menentukan bentuk pemasangan *sign*. Menurut Calori & Vanden-Eynden (2015), terdapat empat jenis bentuk dasar pemasangan *sign*:

1. *Freestanding* atau *ground-mounted*, permukaan bagian bawah *sign* dipasang pada permukaan rata atau horizontal, seperti lantai.



Gambar 2.11. *Freestanding Sign*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

2. *Suspended* atau *ceiling-hung*, permukaan bagian atas *sign* dipasang pada permukaan rata atau horizontal, seperti langit-langit atau plafon.



Gambar 2.12. *Suspended Sign*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

3. *Projecting* atau *flag-mounted*, sisi bagian samping *sign* dipasang di permukaan vertikal pada dinding.



Gambar 2.13. *Projecting Sign*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

4. *Flush* atau *wall-mounted*, sisi bagian belakang *sign* dipasang di permukaan vertikal pada dinding.



Gambar 2.14. *Flush Sign*  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

### 2.1.7. Material

Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015), material memberikan esensi terhadap rancangan *sign* sistem. Pemilihan material memberikan pengaruh terhadap tampilan sistem visual *sign*. Material yang dapat digunakan tidak terbatas, berikut adalah material dasar yang biasa digunakan dalam rancangan *sign* sistem:

1. *Metals*

Logam sering digunakan dalam pembuatan *sign*. Logam dapat dileburkan menjadi bentuk yang cukup kompleks dan biasa digunakan sebagai komponen struktur *sign*. Tipe material logam; aluminium, *carbon steel*, *stainless steel*, *bronze*, *brass*, dan *copper* (hlm. 117).

## 2. *Plastics*

Sifat plastik yang unik membuatnya sering digunakan dalam pembuatan *signage*. Plastik mudah dibentuk, memiliki sifat transparan, tahan banting, dan bobotnya ringan dibandingkan dengan penggunaan material lainnya (hlm. 117).

## 3. *Glass*

Transparansi yang konsisten pada kaca membuat material ini telah digunakan sejak dahulu sebelum ditemukannya plastik. Kaca telah lama digunakan sebagai media penyalur pencahayaan dan lapisan neon atau pun gas cahaya yang digunakan pada *signage*. Kaca tidak mudah tergores, namun rentan untuk pecah jika terjatuh atau terbentur (hlm. 117).

## 4. *Wood*

Kayu mulai jarang digunakan dibandingkan pada decade-decade yang lalu. Tergantikan oleh material baru seperti plastik. Meskipun begitu, material kayu masih digunakan pada papan *sign*, plakat, dan komponen struktur *sign* ringan lainnya (hlm. 117).

## 5. *Fabrics*

Kain memiliki sifat fleksibilitas, sehingga biasanya digunakan pada ruang *exterior*. Contohnya; *banner*, *billboard*, spanduk, dan bendera (hlm. 117).

## 6. *Masonry*

Material ini tidak biasa digunakan pada rancangan *sign*, namun karena melekatnya monumentalitas, material ini digunakan dan memberikan tampilan

yang baik. Contoh dari material ini; batu, bata, batu kapur, batu pasir, marmer, granit, dsb (hlm. 117).

#### **2.1.8. *Finishes***

Menurut Gibson (2009) *finishes* merupakan tahapan akhir dalam menentukan kualitas tampilan fisik pada rancangan *sign*. *Finishes* bisa berupa mengaplikasikan tambahan lapisan pada material *sign* dengan tujuan menjaga ketahanan permukaan material dan memberikan kesatuan visual pada rancangan *sign*. Jenis *finishes* yang pada umumnya digunakan, antara lain adalah; *clear coat*, *powder coating*, *baked enamel*, *porcelain enamel*, *anodizing*, *oxidizing*, *chrome plating*, *brushed metal*, dan *flame polish*. Pemilihan lapisan *finishes* dapat dikonsiderasikan dengan kebutuhan properti yang ramah lingkungan.

#### **2.2. *Wayfinding Signage Design Principles***

Prinsip pada perancangan *signage* untuk meminimalisir penurunan atensi *user* terhadap *signage* yang dirancang (Mishler & Neider, 2017).

1. *Distinctiveness*, *sign* menonjol di lingkungan sekitar dan mudah dibedakan dari *sign* lainnya yang tidak berkaitan secara konsep.
2. *Consistency*, tampilan dan penempatan *sign* yang berhubungan harus konsisten dan selalu menggunakan standar visual yang telah ditentukan.
3. *Simplicity*, membatasi tiga sampai dengan empat bagian informasi *wayfinding* dan meminimalisir informasi yang berlebihan.

4. *Isolation, sign* harus terletak di area yang minim dari informasi lain yang mengganggu.
5. *Reassurance, sign* harus ditempatkan di sepanjang rute yang dilalui *user*, untuk meyakinkan bahwa mereka masih berada di rute yang benar.

### **2.3. Desain Informasi**

Menurut Meirelles (2013), desain informasi berupaya untuk menggambarkan praktik desain komunikasi dengan tujuan utama untuk menyampaikan sebuah informasi. Infografis merupakan cara yang baik untuk menyampaikan suatu informasi yang tidak sedikit. Selain itu, media lain yang dapat memuat desain sistem dapat diterapkan pada sistem informasi, sistem *wayfinding*, dan visualisasi data statistik. Desain informasi berperan untuk menyampaikan informasi dengan sederhana menggunakan tampilan visual agar lebih mudah diserap oleh *audience* (hlm. 11).

Hal penting yang menjadi perbincangan antara desain dengan komunitas ilmiah yaitu tujuan dari memvisualisasikan sesuatu, yaitu dengan cara mengkomunikasikan suatu cerita dan menyampaikan penelitian atau pun data. Dua hal ini menjadi fungsi dari desain informasi dan hubungan keduanya dapat membantu dalam menghasilkan pengetahuan. Visualisasi berdasarkan prinsip kognitif dapat digabungkan sebagai; merekam informasi, menyampaikan sebuah makna, meningkatkan kerja ingatan, menunjang penelitian, dan menunjang penemuan (hlm. 13).

## 2.4. Prinsip Desain

Menurut Landa (2014), prinsip dasar desain memiliki keterkaitan satu dengan lainnya yang dapat menstabilkan komposisi (*balance*), meningkatkan komunikasi dengan penekanan hierarki (*visual hierarchy*), menyatukan setiap elemen grafis (*unity*) dan menjadi alur elemen grafis tersebut ke elemen grafis lainnya (*ryhtm*) dalam suatu perancangan (hlm. 29).

### 2.4.1. *Balance*

Landa (2014) menyatakan, bahwa keseimbangan merupakan prinsip yang tercapai oleh pembagian elemen visual secara merata pada suatu komposisi desain (hlm. 30). Keseimbangan pada desain menciptakan suatu keharmonisan. Berat visual, posisi, dan pengaturan menjadi faktor visual dalam keseimbangan. Keseimbangan terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Symmetry*, pembagian berat visual secara merata dalam setiap sisi suatu komposisi yang terbagi oleh garis tengah, sehingga dapat dikatakan seperti pantulan cermin dari elemen visual itu sendiri. Simetri menampilkan stabilitas dan harmoni.



Gambar 2.15. *Symmetry*  
(Landa, 2014)

2. *Asymmetry*, pembagian berat visual secara merata tanpa adanya efek pantulan cermin pada elemen visual dalam suatu komposisi. Setiap elemen dan peletakkannya menjadi pengaruh dalam suatu keseimbangan komposisi secara keseluruhan.



Gambar 2.16. *Asymmetry*  
(Landa, 2014)

3. *Radial Balance* yaitu elemen visual yang memancar dari titik tengah suatu komposisi.



Gambar 2.17. *Radial Balance*  
(Landa, 2014)

#### 2.4.2. Hierarki Visual

Hirarki visual merupakan prinsip utama dalam desain yang mengatur seluruh elemen grafis sebagai penuntun *audiences* menerima pesan berdasarkan penekanannya (*emphasis*). Penekanan adalah pengaturan elemen grafis berdasarkan

seberapa penting untuk ditonjolkan dan mendahulukan satu elemen dengan elemen grafis lainnya (Landa, 2014, hlm. 33). Adapun penekanan visual, dibagi menjadi:

1. *Emphasis by isolation* dicapai dengan pemisahan suatu elemen untuk menjadi fokus utama.
2. *Emphasis by placement* dicapai dengan memposisikan elemen grafis pada bidang yang spesifik dalam suatu komposisi.
3. *Emphasis through scale* dicapai melalui penggunaan ragam ukuran pada suatu elemen dalam komposisi yang dapat menciptakan sebuah ilusi kedalaman spatial.
4. *Emphasis through contrast* yang dicapai melalui kontras pada elemen grafis dengan elemen lainnya dalam suatu komposisi.
5. *Emphasis through direction and pointers* dicapai melalui penggunaan panah atau garis diagonal yang menuntun *audiences* melihat kepada titik fokus.
6. *Emphasis through diagrammatic structure* yang dapat dicapai melalui tiga struktur yaitu, diagram pohon, diagram jaring, dan diagram tangga.

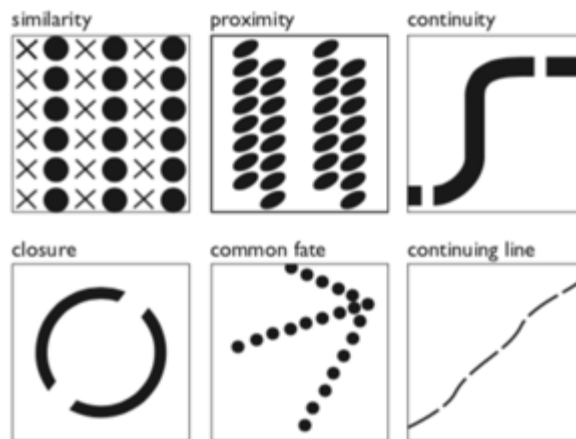
#### **2.4.3. Rhythm**

Landa (2014) menyatakan, bahwa sama seperti irama dalam musik, pengulangan yang kuat dan berkesinambungan, serta elemen grafis yang membentuk pola disebut dengan irama yang dapat mengarahkan *audiences* menyusuri elemen grafis dalam komposisi (hlm. 35).

#### 2.4.4. *Unity*

Kesatuan adalah ketika elemen grafis dalam desain saling berkaitan dan membentuk keseluruhan yang lebih besar dalam suatu komposisi (Landa, 2014, hlm. 36). Berikut adalah prinsip organisasi perseptual untuk mencapai sebuah kesatuan:

1. *Similiarity* yang terbentuk oleh kesamaan antar elemen grafis yang menimbulkan suatu kesatuan.
2. *Proximity* yang terbentuk karena jarak yang dekat antar elemen grafis sehingga dirasa menjadi suatu kesatuan.
3. *Continuity* yang terbentuk dari elemen grafis yang teratur dalam garis tak kasat mata sehingga menimbulkan kesatuan dan menimbulkan kesan yang bergerak.
4. *Closure* yang terbentuk dari kecenderungan pikiran untuk menghubungkan tiap-tiap elemen supaya menjadi suatu kesatuan.
5. *Common fate* yang terbentuk oleh elemen yang cenderung dianggap seperti suatu kesatuan yang sama jika elemen-elemen tersebut bergerak ke arah yang sama.
6. *Continuing line* yang terbentuk oleh suatu garis yang sebenarnya tidak terhubung namun karena dilihat dari gerak keseluruhan, maka terlihat menjadi suatu kesatuan.



Gambar 2.18. *Unity*  
(Landa, 2014)

## 2.5. Elemen Desain

Elemen utama yang mengatur desain dalam dua dimensi adalah berupa garis (*line*), bentuk (*shape*), tekstur (*texture*), warna (*color*). Setiap elemen memiliki potensi yang dapat dimanfaatkan dengan baik dalam sebuah komunikasi (Landa, 2014, hlm. 19).

### 2.5.1. Garis

Menurut Landa (2014) garis adalah suatu elemen yang tersusun dari suatu titik yang merupakan unsur terkecil dalam desain. Garis merupakan titik yang memanjang dan dapat dianggap sebagai alur suatu perpindahan titik (hlm. 19). Terdapat beberapa kategori garis, yaitu:

1. *Solid line*, merupakan garis tebal yang digambarkan pada suatu permukaan.
2. *Implied line*, merupakan garis yang terputus, namun dapat terlihat terhubung oleh *viewer*-nya.

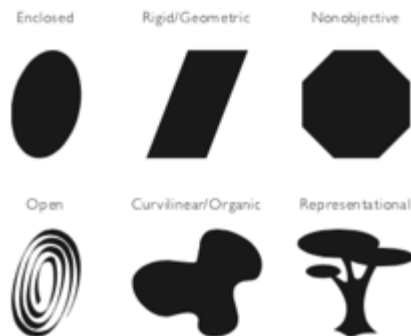
3. *Edges*, merupakan pertemuan ujung garis atau batas garis suatu bidang.
4. *Line of vision*, merupakan sebuah garis yang tak terlihat yang mengarahkan *viewer* saat mengamati suatu komposisi.

### **2.5.2. Bentuk**

Bentuk merupakan suatu bidang dua dimensi yang terbentuk dari pertemuan garis yang tertutup, pola, warna dan tekstur (Landa, 2014, hlm. 20). Adapun kategori bentuk, yaitu:

1. *Geometric shape*, terbentuk dari sebuah garis lurus, serta sudut yang terukur dan akurat.
2. *Curvilinear shape*, bersifat organik sehingga tidak kaku dan bernuansa naturalis.
3. *Rectilinear shape*, terbentuk dari suatu garis maupun sudut yang lurus.
4. *Irregular shape*, terbentuk dari gabungan garis lurus melengkung.
5. *Accidental shape*, terbentuk dari suatu bahan dengan proses yang tidak disengaja, seperti; ketumpahan tinta.
6. *Nonobjective shape*, murni tercipta dari sesuatu yang tidak mewakili objek, orang, tempat, dan apapun itu dari dunia nyata.
7. *Abstract shape*, yang mengacu pada sesuatu yang sederhana maupun rumit dari tampilan alami untuk tujuan komunikasi.

8. *Representational shape*, yang bentuknya dapat dikenali dari objek-objek di alam.



Gambar 2.19. *Shape*  
(Landa, 2014)

### 2.5.3. Tekstur

Menurut Landa (2014), tekstur merupakan kualitas suatu bidang yang memiliki sensasi ketika disentuh (hlm. 28). Terdapat dua kategori dalam tekstur, yaitu:

1. *Tactile textures*, dapat disentuh dan dirasakan secara langsung. Contohnya; teknik *emboss, deboss, stamp, engrave, letterpress*.
2. *Visual textures*, ilusi dari sebuah tekstur asli yang dibuat dari goresan tangan ataupun fotografi, hanya dapat dirasakan melalui pengelihatannya. Seorang desainer grafis dapat menciptakan berbagai macam tekstur dengan berbagai cara.

### 2.5.4. Warna

Landa (2014) menyatakan, warna menjadi suatu elemen desain yang kuat. Warna dapat dilihat oleh karena pantulan cahaya. Warna yang dapat terlihat pada objek

merupakan cahaya yang tidak diserap objek dan dipantulkan kembali oleh objek ke mata *viewer*, hal ini disebut dengan warna subtraktif (hlm. 23). Elemen warna terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Hue* merupakan sebutan dari nama warna, misalnya merah, biru, jingga, dan hijau.
2. *Value* merupakan tingkat gelap terang suatu warna, misalnya, biru muda atau merah tua.
3. *Saturation* merupakan tingkat kecerahan dan kekusaman dari suatu warna seperti, merah cerah atau biru kusam.

Seniman, desainer, dan ilmuwan telah melakukan pengembangan uji coba beberapa model visual yang biasa disebut *color wheels*. Menurut (Sherin, 2012), *color wheels* digunakan untuk membandingkan warna dan bagaimana suatu warna dapat berinteraksi dengan warna lainnya. Desainer biasanya lebih sering menggunakan pencampuran warna subtraktif dalam perancangannya, karena warna tersebut yang paling mendekati sifat cat atau pigmen lainnya ketika diletakkan pada permukaan reflektif. Dalam sebuah perancangan, ada lima *color wheels* yang dapat menjadi acuan desainer, yaitu; *primary colors*, *secondary colors*, *tertiary colors*, *complementary colors*, dan *split complementary hues* (hlm. 19).



Pemilihan warna harus dapat meningkatkan komposisi dan komunikasinya pada sebuah desain, khususnya pada perancangan *signage*. Warna menjadi penunjang pesan yang ingin disampaikan pada *signage*. Tujuannya adalah menyampaikan makna pesan pada *signage* dengan dukungan kesesuaian *color scheme* yang digunakan. Kesesuaian warna dapat meningkatkan dan mencapai kesatuan desain dengan grafis lainnya, seperti; *typeface* yang digunakan pada *signage*, simbol, dsb. (hlm. 156).

#### **2.5.4.2. Kontras Warna**

Dalam mencegah kebingungan pada simbol publik dan *safety sign*, hindari penggunaan bentuk dan warna yang sama dengan kedua tujuan tersebut. Dari pernyataan di atas, informasi penting harus dapat tersampaikan pada *user* secara efisien, meskipun terdapat perbedaan pengetahuan pada *user*. Pertimbangkan kemampuan sensorik manusia, *sign* yang diterapkan sebaiknya menampilkan kontras dengan kondisi lingkungan di sekitarnya supaya dapat dibedakan dari suasana lingkungan dan mudah teridentifikasi oleh *user*. Kontras yang cukup dapat diraih menggunakan kombinasi warna dan *background* yang tepat. Kombinasi *background* putih dengan *font* warna hitam dan sebaliknya akan menunjukkan kontras tertinggi

dilanjutkan dengan kombinasi hitam dan kuning (Schultz, Wachtel, & Fricke, 2007).

[%]	beige	white	grey	black	brown	pink	purple	green	orange	blue	yellow
red	79	85	32	38	7	57	28	24	62	13	82
yellow	14	16	73	89	80	58	75	76	52	79	
blue	75	82	21	47	7	50	17	12	56		
orange	44	60	44	76	59	12	47	50			
green	72	80	11	53	18	43	6				
purple	70	79	5	56	22	40					
pink	51	65	37	73	53						
brown	77	84	26	43							
black	87	91	58								
gray	69	78									
white	28										

Gambar 2.21. *Table of Color Contrast*  
(Schultz, 2007)

## 2.6. Tipografi

Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015), tipografi merupakan elemen utama pada rancangan *signage*. Tipografi menjadi elemen grafis yang mendominasi penyampaian informasi pada *signage* dibandingkan elemen grafis lainnya. Pemilihan *typeface* menjadi kunci utama dalam menentukan tampilan visual yang baik pada *signage*.



Gambar 2.22. Anatomi huruf  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

Terdapat dua jenis tipografi, yaitu; *sans serif* dan *serif*. Keduanya memiliki gaya yang berbeda. Menurut Ambrose dan Harris (2011), *serif* memiliki garis silang kecil (kait) pada ujung *stroke* horizontal maupun vertikal, sementara *sans serif* tidak ada. *Serif* juga digunakan dalam klasifikasi *typeface* yang mencakup *finishing stroke rounded, pointed, dan slab serif*. *Sans serif* tidak banyak memiliki variasi ketebalan *stroke*. *X-height* yang dimiliki *sans serif* lebih besar dan tidak memiliki tekanan pada ujung *stroke* yang *rounded* (hlm. 189).

Serif  
Sans Serif

Gambar 2.23. Serif dan Sans Serif  
(Ambrose dan Harris, 2011)

Beberapa hal yang harus diperhatikan saat menggunakan *typeface* pada *sign* sistem:

1. Gunakan *typeface* yang sudah ada

Penggunaan *typeface* yang sudah ada biasanya didasari dengan beberapa alasan, seperti:

- a. Banyak *typeface* yang mudah terbaca dan sudah terbukti efektivitasnya pada penerapan *sign* sistem.
- b. Beberapa proyek *signage* sudah memiliki *graphic standards* dalam skala besar dan pemilihan *typeface* sudah ditentukan penggunaannya dari pihak yang bersangkutan untuk menjaga konsistensi *brand identity* dari proyek tersebut.
- c. Penggunaan *typeface* yang tersedia sudah menjadi standar dalam perancangan *sign* sistem. Perancangan *typeface* membutuhkan waktu yang cukup lama dan dibutuhkan keahlian khusus dalam perancangannya, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan perancangan *typeface* jika tidak bekerja sama dengan profesional *type designer*.

2. Pemilihan *Typeface*

a. *Formal Suitability*

Mengacu pada harmonisasi *typeface* dengan rancangan proyek *signage*, berdasarkan kecocokan visual dengan lingkungan proyek atau relevannya *typeface* tersebut dalam jangka panjang. Memilih gaya tipografi yang digunakan seperti; *serif* atau *sans serif* (hlm. 130).

b. *Stylistic Longevity*

Penggunaan *typeface* yang hanya mengikuti *trend* akan cenderung tidak relevan lagi di masa yang akan datang. Dalam perancangan *sign* permanen, penting untuk memilih *typeface* yang memiliki visual yang akan relevan dalam waktu yang lama (hlm. 133).

c. *Legibility*

Perancangan *signage* dibuat dengan tujuan untuk memudahkan penyampaian informasi kepada *user*. Hal ini menjadi penentu pemilihan sebuah *typeface* berdasarkan tingkat keterbacaannya untuk mencapai kemudahan *user* memahami informasi pada *sign*. Karakteristik jenis *typeface* berdasarkan keterbacaannya mencakup; bentuk hurufnya jelas dan mudah teridentifikasi, memiliki “*x-height*” yang besar, *stroke* huruf yang tidak terlalu tebal atau pun tipis, dan bentuk hurufnya tidak terlalu *condensed* atau pun terlalu *expanded* (hlm. 133).

d. *ADA/SAD Guidelines*

Mematuhi dan mengikuti pedoman *Standards for Accessible Sign* untuk mencapai keterbacaan yang baik bagi semua *user* (hlm. 134).

## **2.7. Simbol dan Panah**

Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015), simbol dan panah dapat menyampaikan sebuah pesan melalui gambar. Simbol dan panah digunakan untuk merepresentasikan sebuah kata atau konsep yang ingin disampaikan kepada *user*. Contohnya; pada masa 15.000-10.000 SM manusia menyampaikan sebuah cerita

melalui gambar yang dilukiskan pada gua Lascaux. Hal ini menandakan bahwa manusia pada zaman dahulu sudah menyampaikan pesan melalui visual sebelum berkembangnya penyampaian pesan melalui bahasa (hlm. 143).

### **2.7.1. Simbol**

Simbol pada *signage* dapat menggantikan huruf untuk menyampaikan beberapa pesan. Misalnya; simbol pesawat dapat menggantikan tulisan “*airport*” pada *sign*. Selain itu, simbol juga dapat melengkapi pesan yang menggunakan huruf untuk menegaskan kembali pesan tersebut. Beberapa simbol, seperti; pengguna kursi roda atau pesawat dapat dimengerti secara universal. Namun, beberapa simbol dapat memiliki perbedaan makna tergantung pada budaya setempat.

Sama halnya dengan jenis huruf yang digunakan, jenis huruf tersebut dapat dikatakan sebagai kosa kata dari sebuah karakter. Penggunaan simbol dan panah sebagai sebuah kosa kata pada *sign* juga harus memiliki kesatuan visual, jelas, dan sederhana. Terdapat dua sumber dasar bagi kosa kata simbol dalam *environmental graphic design*:

1. Penggunaan kosa kata simbol yang sudah ada digunakan pada suatu proyek.
2. Pembuatan kosa kata simbol yang baru dalam penggunaan dalam suatu proyek tertentu.

Terdapat beberapa pertimbangan penggunaan dalam pembuatan kosa kata simbol yang baru. Pembuatan kosa kata simbol membutuhkan riset dan waktu yang tidak sebentar. Kemudian, kosa kata simbol yang sudah ada sebelumnya lebih

dipahami oleh *user*. Penggunaan kosa kata simbol yang sudah ada pada perancangan *signage* akan lebih efektif (hlm. 144-145).

### 2.7.2. Panah

Panah adalah bagian dari simbol yang mudah dimengerti oleh *user* di seluruh dunia sebagai petunjuk arah. Panah dapat menggantikan bahasa petunjuk arah yang cukup panjang hanya dengan simbol panah. Misalnya; tulisan “belok ke kiri” pada *sign* dapat digantikan dengan simbol panah ke kiri, maka *user* akan langsung mengerti bahwa *sign* tersebut mengarahkan *user* untuk belok ke kiri. Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015), panah dikhususkan dengan bentuk kepala yang runcing dan poros merepresentasikan grafis seperti panah yang digunakan untuk berburu atau olahraga (hlm 148).



Gambar 2.24. Arah Panah  
(Calori & Vanden-Eynden, 2015)

Seperti simbol sebelumnya, panah juga dapat digunakan dari sumber yang sudah ada:

1. Penggunaan tanda panah dari AIGA/DOT.
2. Beberapa *typeface* yang memiliki tanda panah, seperti *typeface; Zapf Dingbats*.
3. Dari kumpulan *clip art* dan simbol, termasuk dari *Official Signs* dan *Icons 2*.

## **2.8. Layout**

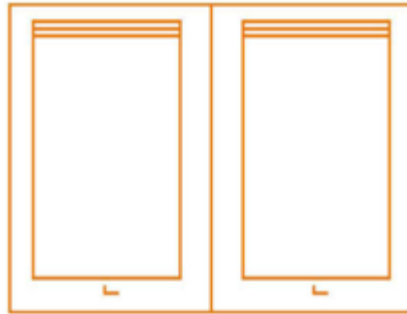
Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015), *layout* merupakan sebuah proses mengatur elemen grafis untuk memiliki kesatuan visual, kejelasan, dan merepresentasikan dari sistem grafis. *Layout* pada perancangan *sign* menggambarkan visual karakter dari perancangan sistem grafis *sign* tersebut. Tampilan visual *layout* juga harus menyesuaikan dengan bentuk struktur *signage*, karena setiap bentuk sisi depan *sign* memiliki perbedaan pada ukuran dan proporsinya. *Layout* belum dapat ditentukan jika konten informasi belum terselesaikan, maka dari itu tujuan utama desain *layout* adalah menentukan ukuran grafis untuk setiap jenis *signage* (hlm. 165-166).

### **2.8.1. Grid**

Menurut Kimmelman (2008) dalam Tondreau (2009), *grid* sebagai alat penting dalam pengorganisasian komposisi. *Grid* digunakan sebagai pengatur ruang dan informasi untuk memudahkan pembaca dan berguna sebagai pemetaan rencana dalam keseluruhan suatu proyek. Menurut Katz (2012), *grid* berfungsi dalam desain informasi karena memberikan kerangka pada struktur dan organisasi dalam sebuah informasi. Tondreau (2009), terdapat lima dasar struktur *grid* yang biasa digunakan:

#### **1. Single-Column Grid**

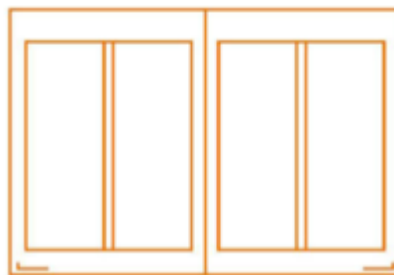
Jenis *grid* ini biasa digunakan pada teks yang panjang seperti; esai, laporan, atau buku. Penerapannya membentuk blok teks.



Gambar 2.25. *Single-Column Grid*  
(Tondreau, 2009)

## 2. *Two-Column Grid*

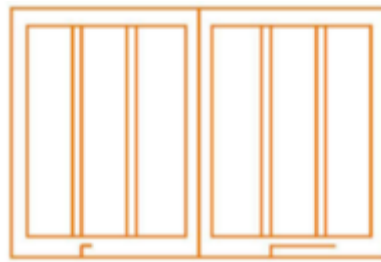
*Two-column grid* dapat digunakan untuk menampilkan teks yang cukup banyak. Maka penggunaan *grid* ini akan memisahkan susunan teks informasi menjadi dua kolom dengan lebar yang sama atau pun berbeda. Jika menggunakan lebar yang tidak sama, maka proporsi yang baik adalah kolom yang lebih besar merupakan dua kali lipatnya kolom yang lebih sempit.



Gambar 2.26. *Two-Column Grid*  
(Tondreau, 2009)

### 3. *Multicolumn Grid*

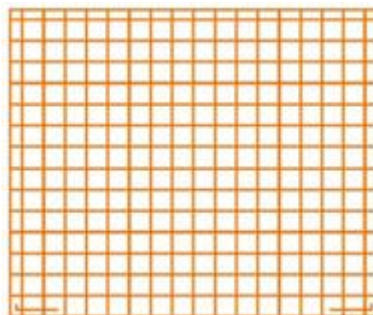
Biasanya digunakan untuk *website* dan *editorial*, karena dapat menggabungkan beberapa ukuran kolom yang memberikan keleluasaan yang lebih besar dari *grid* lainnya.



Gambar 2.27. *Multicolumn Grid*  
(Tondreau, 2009)

### 4. *Modular Grids*

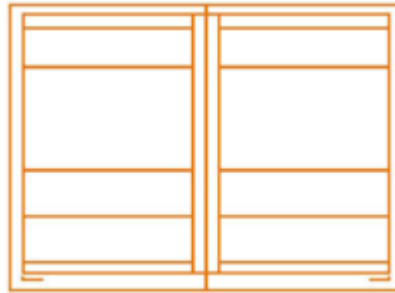
*Modular grid* adalah pilihan terbaik untuk menyusun teks yang cukup kompleks, misalnya; koran, kalender, diagram, dan tabel. *Grid* ini menggabungkan kolom horizontal dan vertikal untuk menyusun struktur teks menjadi bagian ruang yang lebih kecil.



Gambar 2.28. *Modular Grids*  
(Tondreau, 2009)

## 5. *Hierarchical Grids*

*Hierarchical grid* biasanya menggabungkan beberapa kolom horizontal yang dibagi dalam beberapa zona.



Gambar 2.29. *Hierarchical Grids*  
(Tondreau, 2009)

### 2.9. *Brand Proposition (The Brand Key)*

*The Brand Key* merupakan sebuah tahapan dalam memposisikan suatu *brand* dengan mengumpulkan fakta-fakta yang relevan terkait sebuah *brand* melalui beberapa poin, seperti; *benefits (functional & emotional benefit)*, *reasons to believe*, *competitive environment*, *discriminator*, *Insight (consumer insight)*, *target*, sehingga didapatkan sebuah *values & personality (brand proposition)* dan *brand essence (tone of voice)* (Riezebos, Grinten, 2015). Berikut adalah penjabaran poin-poin dalam *The Brand Key*:

1. *Benefits (Functional Benefits & Emotional Benefits)*, nilai fungsional dan emosional yang didapat dan dirasakan oleh target.
2. *Reasons to Believe*, bukti atau alasan-alasan yang dapat menyokong sebuah *positioning* sebuah *brand*.

3. *Competitive environment*, kompetitor sebuah *brand* yang menawarkan produk serupa atau lingkungan tempat yang serupa dengan keunggulannya.
4. *Discriminator*, pernyataan atau hal yang membedakan dan menjadi keunggulan sebuah *brand* dibandingkan dengan *brand* lainnya.
5. *Insight*, persepsi yang didapat dari *audience* terhadap sebuah *brand*.
6. *Target*, individu yang menjadikan suatu *brand* sebagai pilihannya, di lihat dari *value* dan *attitude*-nya dan tidak hanya sekadar demografis.