



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. Infografis

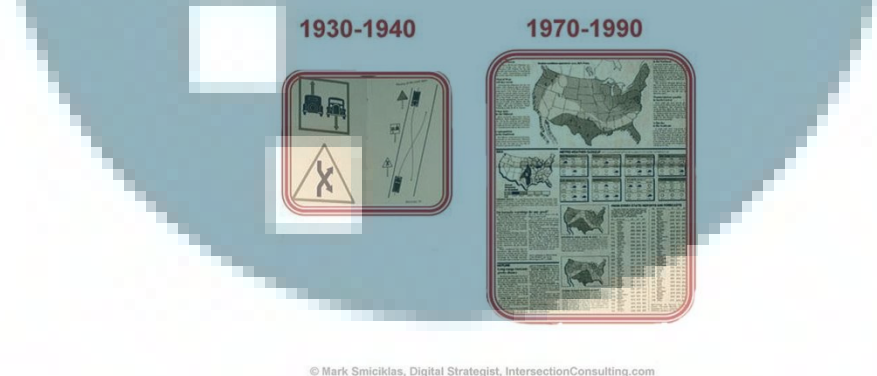
2.1.1. Definisi dan Sejarah

Infografis atau dalam bahasa Inggris *Infographic*, terdiri dari kata “*Information*” dan “*Graphic*”, dalam buku *The Power of Infographics*, (Smiciklas, 2012 : 3), adalah sejenis gambar yang memadukan data dengan desain, membantu individu dan organisasi singkat menyampaikan pesan kepada audiens mereka. Secara formal, Infografis didefinisikan sebagai visualisasi data atau ide yang mencoba untuk menyampaikan informasi kompleks kepada audiens dengan cara yang dapat dengan cepat dikonsumsi dan mudah dipahami.

Definisi infografis dalam buku *The Information Design Handbook* (O’Grady, 2008 : 18-20), dijelaskan dari beberapa perspektif para desainer. Frank Thissen mendefinisikan Infografis atau desain informasi adalah tentang presentasi informasi yang jelas dan efektif. Melibatkan pendekatan multi dan interdisipliner untuk komunikasi, menggabungkan keterampilan dari desain grafis, *authoring* teknis dan non-teknis, psikologi, teori komunikasi, dan studi budaya. (translate from *Lexicon des Digitalen Informations Designs*). Menurut *International Institute for Information Design* from *iiid.net*, Desain Informasi adalah mendefinisikan, merencanakan, membentuk isi pesan dan lingkungan itu

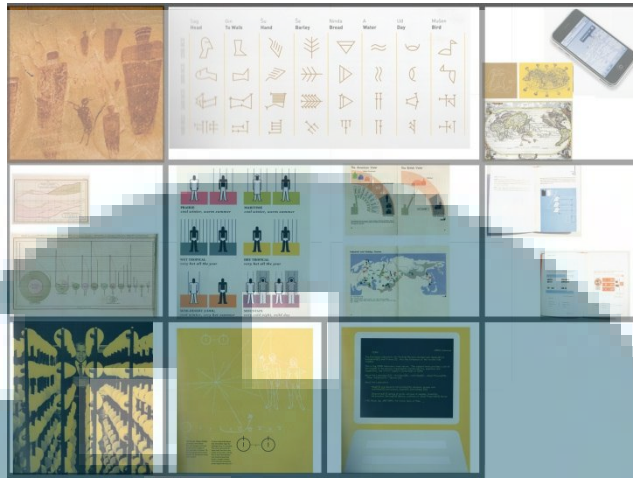
disajikan dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu dalam kaitannya dengan kebutuhan pengguna.

Dalam buku *The Power of Infographics* (Smiciklas, 2012 : 9), pada tahun 1930-1940 Era modern diantar di *Isotype*, model komunikasi visual yang dikembangkan oleh Otto Neurath untuk mengajarkan ide dan konsep melalui penggunaan ikon dan gambar. Kemudian pada tahun 1970-1990 Infografis menjadi lebih populer sebagai publikasi berita utama seperti *The Sunday Times* (Inggris), *Time Magazine* dan *USA Today* mulai menggunakan mereka untuk menyederhanakan informasi dan meningkatkan pemahaman isu-isu rumit dan berita.



Gambar II. 1 *Time Magazine* dan *USA Today*
(Sumber: Buku *The Power of Infographics* hal. 9)

Sejarahnya, infografis mengalami berbagai kemajuan dan pada akhirnya berinovasi, O'Grady (2008 : 28-50) memaparkan inovasi yang terjadi dalam infografis, antara lain: Lukisan Ukir dan *Petroglyphs*; Tulisan *Pictographic*; *Cartography* (Desain Peta); Diagram dan Grafik; *Isotype*; Panduan untuk Informasi Berstruktur; Pertunjukan atau Pameran Interaktif; *The Pioneer Plaque*; *The Visible English Workshop*; *Website Pertama*.



Gambar II. 2 Proses Inovasi pada Infografis
(Sumber: Buku *The Power of Infographics* hal. 28-51)

Berdasarkan definisi-definisi yang telah dikemukakan beberapa sumber di atas, maka dapat disimpulkan bahwa definisi dari infografis adalah sebuah gambar visual yang disajikan untuk menyampaikan informasi kepada audiens. Informasi disampaikan dengan jelas dan efektif. Infografis adalah cara komunikasi desainer dengan audiensnya dalam penyampaian pesannya yang berupa informasi. Informasi yang tersedia berdasarkan analisa dan sesuai fakta yang ada.

2.1.2. Unsur – Unsur Infografis

2.1.2.1. Teori *Layout*

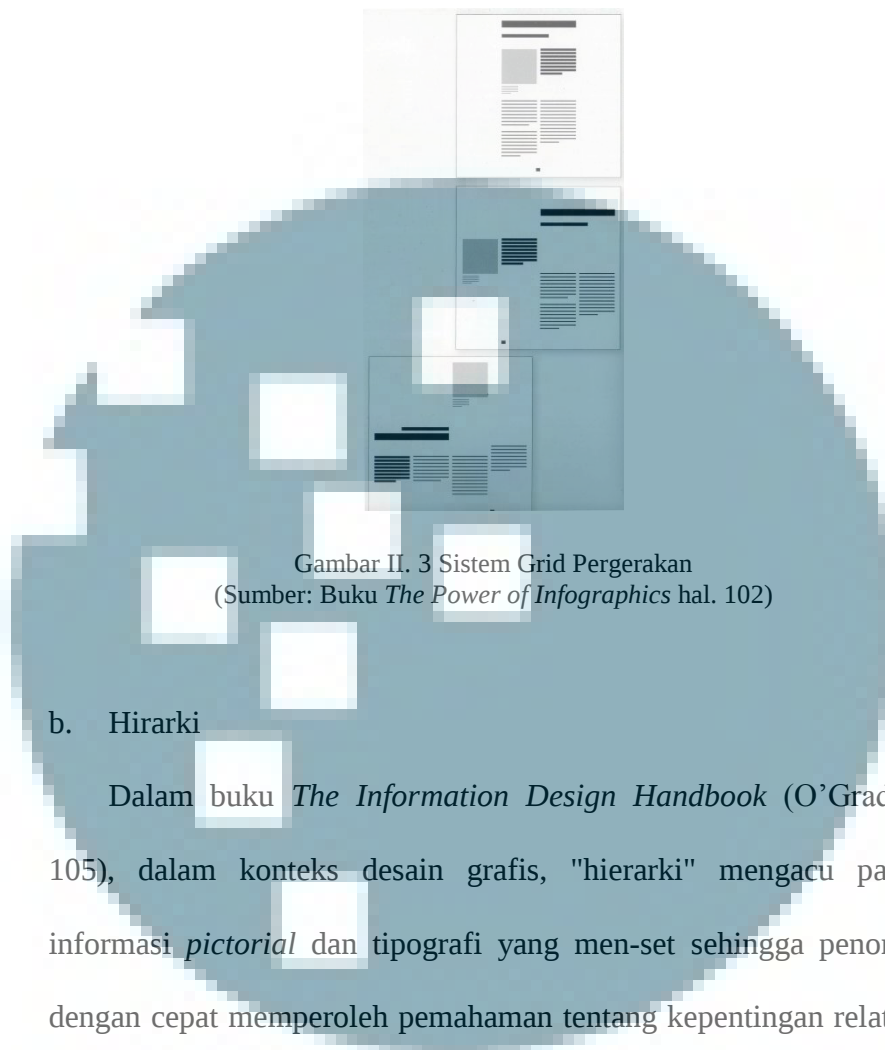
a. Sistem *Grid*

Dijelaskan dalam buku *The Information Design Handbook* (O'Grady, 2008 : 98), para desainer menggunakan *grid* untuk mengatur isi konten dan mengelola kejelasan dari sebuah pesan. Salah satu fokus awal pendidikan desain adalah belajar untuk mengatur konten dan membuat hirarki dengan

menggunakan sistem *grid*. Setelah pengembangan konseptual kreatif, tata letak *grid* –rasio, jumlah kolom, lebar *gutter* dan *margin*, hubungan horizontal dan vertikal– adalah hal yang sering menjadi usaha estetika pertama, yang akan sangat mempengaruhi tampilan akhir, rasa, dan kegunaan dari sebuah desain. Sistem *grid* memungkinkan desainer untuk menciptakan kejelasan visual melalui organisasi, pergerakan, dan pengelompokan.

Grid, dalam buku *LAYOUT, Dasar & Penerapannya* (Rustan, 2009 : 68), mempermudah kita menentukan di mana harus meletakkan elemen *layout* dan mempertahankan konsistensi dan kesatuan *layout* terlebih untuk karya desain yang mempunyai beberapa halaman.

O’Grady (2008 : 100) mengatakan, struktur *grid* yang mendasar meliputi *margin*, kolom, dan *gutter*. Penambahan garis horizontal memberikan kontinuitas visual tambahan. Pencantuman horizontal yang paling umum adalah “*hanging line*” (menggantung baris) atau “*flow line*” (garis yang mengalir). Grid mengizinkan desainer untuk menggambarkan segmen *layout* untuk konten yang spesifik. *Alignment* langsung dan tersirat pada *grid* menyediakan link antara set informasi dan memindahkan mata pembaca melalui isi halaman. Tergantung pada kompleksitas *layout*, gerakan dalam *grid* dapat mempengaruhi berapa lama pembaca tetap bertahan menikmati sebuah desain.



Gambar II. 3 Sistem Grid Pergerakan
(Sumber: Buku *The Power of Infographics* hal. 102)

b. Hirarki

Dalam buku *The Information Design Handbook* (O'Grady, 2008 : 105), dalam konteks desain grafis, "hierarki" mengacu pada urutan informasi *pictorial* dan tipografi yang men-set sehingga penonton dapat dengan cepat memperoleh pemahaman tentang kepentingan relatif mereka. Pemahaman pengguna atas hirarki informasi membutuhkan dua proses: pertama, *quick-grab* atau peninjauan luas; dan kedua, konsumsi lebih rinci dari konten. Pada tahap *quick-grab*, pengguna mencari pesan mendasar, dan perhatian yang merata rentang mendikte bahwa hanya dalam hitungan detik bagi mereka untuk menemukannya. Penggunaan warna, anomali, kontras dramatis, dan *positioning* dapat mempengaruhi *focal point* sebuah potongan desain. *Focal point* adalah hal pertama yang sangat menarik

perhatian penonton, sangat kuat mempengaruhi peninjauan mereka terhadap pesan.



Gambar II. 4 Contoh Susunan Hirarki yang Baik
(Sumber: Buku *The Power of Infographics* hal. 106)

Contoh gambar di atas, menjelaskan bahwa hirarki visual yang jelas merupakan hal yang mendasar untuk komunikasi grafis. Memungkinkan pembaca untuk *skim* dan meneliti bidang besar konten dan menentukan apa yang berguna, bermanfaat, dan relevan dengan kebutuhan mereka tanpa harus membaca setiap kata. Ini *spread* dari Yale School of ViewBook Studi Kehutanan dan Lingkungan adalah contoh yang sangat baik dari hirarki visual di tempat kerja. Mereka jelas mengarahkan pengunjung untuk set informasi terkait, membuat navigasi konten kadang-kadang kompleks cepat dan mudah.

2.1.2.2. **Legibility** berdasarkan Elemen Desain

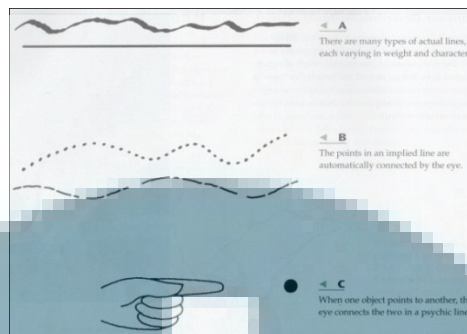
a. Garis

Garis merupakan elemen desain yang dapat menciptakan kesan estetis pada suatu karya desain, dijelaskan dalam buku *LAYOUT*, Dasar &

Penerapannya (Rustan, 2009 : 60). Secara sederhana, dalam buku *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi* (Supriyono, 2010 : 58), garis dapat dimaknai sebagai jejak dari suatu benda. Garis tidak memiliki kedalaman (*depth*), hanya memiliki ketebalan dan panjang. Oleh karena itu, garis disebut elemen satu dimensi.

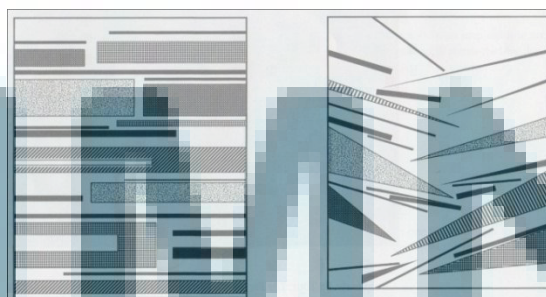
Menurut buku *Design Basics* (Lauer dan Pentak, 2008 : 130), garis merupakan hal penting bagi desainer karena dapat menjelaskan bentuk, dan dengan bentuk kita mengenal objek. Lauer dan Petak (2008 : 132) membagi garis dalam tiga jenis, yakni:

- *Actual Lines*, mungkin sangat bervariasi dalam ketebalan, karakter, dan kualitas lainnya. Dua jenis lain dari garis juga sosok penting dalam komposisi bergambar.
- *Implied Line*, terbentuk dari posisi serangkaian poin sehingga mata cenderung otomatis untuk menghubungkan mereka. Garis putus-putus adalah contoh akrab bagi kita semua.
- *Psychic Line*, adalah garis yang telah digambarkan. Tidak ada garis yang sebenarnya, bahkan poin intermiten, namun kita merasakan sebuah garis, koneksi mental antara dua elemen.



Gambar II. 5 Jenis Garis
(Sumber: Buku *Design Basics* hal. 130)

Lauer dan Pentak (2008 : 134) pun membagi garis dalam beberapa arah. Salah satu karakteristik penting dari baris yang harus diingat adalah arahnya. Garis horizontal menyiratkan tenang dan istirahat, mungkin karena kita kaitkan postur tubuh horizontal dengan istirahat atau tidur. Sebuah garis vertikal, seperti tubuh berdiri, memiliki lebih banyak potensi kegiatan. Tapi Garis diagonal yang paling kuat menunjukkan gerak. Dalam begitu banyak gerakan aktif dari kehidupan (ski, berjalan, berenang, *skating*) tubuh bersandar, jadi kita secara otomatis melihat diagonal sebagai indikasi gerakan.

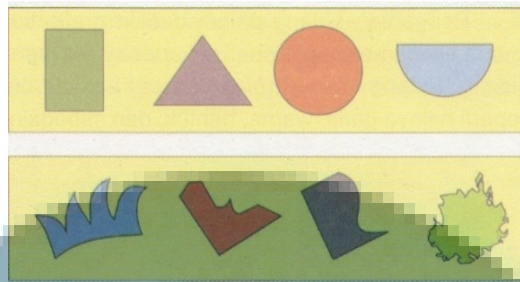


Gambar II. 6 Arah Garis
(Sumber: Buku *Design Basics* hal. 134)

Penggunaan garis pada buku *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi* (Supriyono, 2010 : 59), dijelaskan bahwa dalam desain komunikasi visual berbeda dengan fungsi garis pada gambar teknik atau gambar kerja. Desain komunikasi visual tidak terikat pada aturan atau ketentuan dalam pemakaian garis. Garis adalah elemen visual yang dapat dipakai di mana saja dengan tujuan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca. Bisa juga dijadikan fantasi visual agar pembaca terkesan dengan desainnya.

b. Bidang (*Shape*)

Menurut buku *Design Basics* (Lauer dan Pentak, 2008 : 152), sebuah bidang adalah daerah yang secara visual dirasakan dibuat baik oleh garis lampiran atau warna atau perubahan nilai definisi tepi luar. Bidang, dalam buku *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi* (Supriyono, 2010 : 66-69), adalah segala bentuk apa pun yang memiliki dimensi tinggi dan lebar. Bidang dapat berupa bentuk-bentuk geometris (lingkaran, segitiga, segiempat, elips, setengah lingkaran, dan sebagainya) dan bentuk-bentuk yang tidak beraturan. Bidang geometris memiliki kesan formal. Sebaliknya, bidang-bidang non-geometris atau bidang tak beraturan memiliki kesan tidak formal, santai dan dinamis.



Gambar II. 7 Bidang beraturan (atas) dan bidang tidak beraturan (bawah), memiliki citra formal dan informal. (Sumber: *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 67)

Supriyono mengatakan, area kosong di antara elemen-elemen visual dan *space* yang mengelilingi foto, bisa pula disebut sebagai bidang. Bidang kosong (*blank space*) bahkan bisa dianggap sebagai elemen desain, seperti halnya garis, warna, bentuk, dan sebagainya. Pemberian bidang kosong dimaksudkan untuk menambah kenyamanan baca (*legibility*) dan menimbulkan minat atau gairah membaca. Secara visual, teks atau ilustrasi yang dikelilingi bidang kosong akan lebih nyaman dilihat dan tampak lebih menonjol.

c. Warna

Warna, dalam buku *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi* (Supriyono, 2010 : 70), adalah salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian pembaca. Apabila penggunaan warna kurang tepat maka dapat merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan, dan bahkan dapat menghilangkan gairah baca. Jika desainer dapat menggunakan warna dengan tepat, warna dapat membantu menciptakan *mood* dan membuat teks lebih berbicara. Sebagai contoh, desain publikasi yang menggunakan warna-warna *soft* dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantic.

Warna-warna kuat dan kontras dapat memberi kesan dinamis, cenderung meriah.

Dalam buku *The Information Design Handbook* (O'Grady, 2008 : 108-109) Sebagian besar desainer adalah penggemar warna. Pastinya, beberapa tongkat pilihan tepat dengan tema modernis putih, hitam, dan merah dalam pekerjaan mereka, atau memegang dipaksa setia kepada keterbatasan gaya manual korporat palet -namun masuk ke studio dan rumah, dan Anda mungkin akan menemukan hiruk-pikuk warna. Bagaimanapun, jika desain informasi itu untuk fokus pada kebutuhan pengguna terakhir, pemahaman yang mendalam atas persepsi *audience* terhadap warna juga dibutuhkan. Fisik, lingkungan, dan pengaruh budaya mempengaruhi cara kita melihat dan menerjemahkan warna.

Supriyono mengatakan, bahwa kekuatan warna sangat dipengaruhi oleh *background*. Bentuk-bentuk segi empat berikut mempunyai ukuran dan warna yang sama (merah), dengan pemberian warna yang berbeda pada *background* sehingga terjadi efek kontras yang berlainan.



Gambar II. 8 Warna Background Dapat Memengaruhi Warna Foreground
(Sumber: *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 71)

Warna merah tampak lebih brilian di atas latar hitam, dan lebih redup ketika diletakkan di atas warna putih. Di atas oranye, merah tampak “tidak

berbicara”. Di atas hijau, merah tampak menyala. Jika diperhatikan, bidang merah di atas hitam tampak lebih besar dibandingkan yang lain.

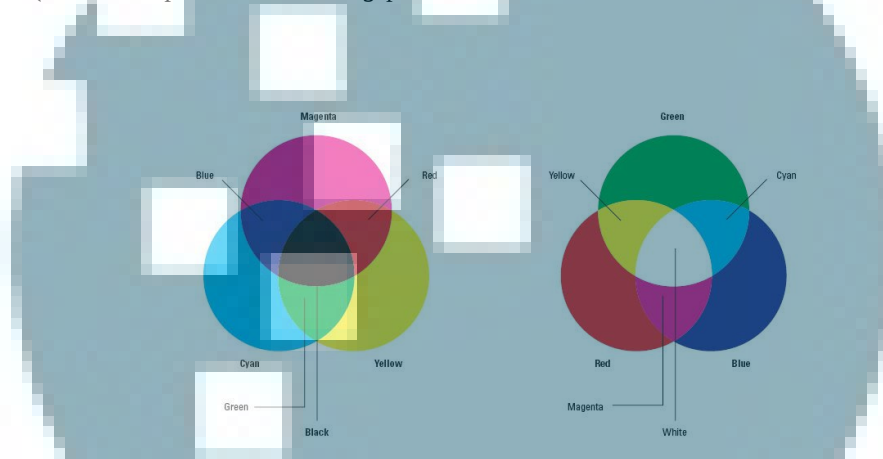
Warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu: *Hue* – pembagian warna berdasarkan nama-nama warna; *Value* – terang-gelapnya warna; *Intensity* – tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

Berdasarkan *Hue*, warna dipilahkan menjadi tiga golongan. Golongan warna yang pertama adalah warna primer. Warna primer (*primary colors*), terdiri dari merah, kuning, dan biru. Dijelaskan pula, dalam buku *Design Basics* (Lauer dan Pentak, 2008 : 252), warna terdiri dari merah, hijau dan biru –dan warna-warna yang dihasilkan dari dua warna yang bertemu. Tiga kombinasi warna primer akan menghasilkan cahaya putih. Ketiga warna primer tersebut (merah, hijau, biru) adalah hasil dari sistem subtraktif. Laurer dan Pentak menjelaskan, sistem substraktif adalah warna yang dikombinasikan oleh pigmen. Istilah ini adalah tepat. Cat biru adalah "biru" karena ketika cahaya menyentuh permukaan pigmen menyerap (atau "mengurangi") semua komponen warna kecuali biru yang dipantulkan ke mata kita. Warna substraktif terdiri dari warna *cyan*, *magenta*, *yellow*. Warna *cyan*, *magenta*, *yellow* adalah warna yang dihasilkan dari sistem aditif. Sistem aditif menghasilkan warna dari penggabungan cahaya dan membentuk sensasi visual yang baru. Berikut warna primer pada Gambar II.9 yang diambil dari senivisual1.blogspot.com (Diakses 7 Januari 2013), dan sistem substraktif dan sistem aditif pada Gambar II.10 yang diambil dari niatingsun.blogspot.com (Diakses 7 Januari 2013).



Gambar II. 9 Warna Primer

(Sumber: <http://senivisual1.blogspot.com/2010/02/warna-unsur-unsur-seni-reka.html>)



Gambar II. 10 Sistem Substraktif (kiri) dan Sistem Aditif (Kanan)

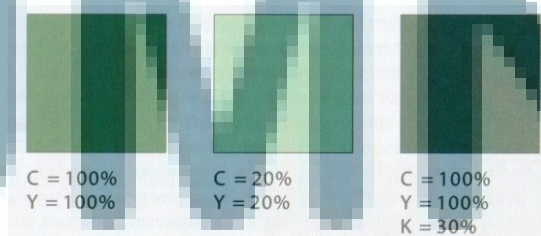
(Sumber: <http://niatingsun.blogspot.com/2010/11/terminologi-dasar.html>)

Kemudian golongan warna berikutnya adalah warna sekunder. Warna sekunder (*secondary colors*), merupakan campuran dua warna primer dengan perbandingan seimbang (1 : 1), menghasilkan warna oranye (merah + kuning), hijau (kuning + biru), dan ungu (biru + merah). Jika warna primer dicampur dengan warna sekunder akan terjadi warna-warna tersier (*tertiary colors*), yaitu kuning-oranye, merah-oranye, merah-ungu, biru-ungu, biru-hijau, dan kuning-hijau. Berikut warna sekunder dan tersier pada Gambar II. 11 yang diambil dari senivisual1.blogspot.com (Diakses 7 Januari 2013).



Gambar II. 11 Warna Sekunder (Kiri) dan Warna Tersier (Kanan)
 (Sumber: <http://senivisual1.blogspot.com/2010/02/warna-unsur-unsur-seni-reka.html>)

Dimensi warna yang kedua adalah *Value*, yaitu terang-gelapnya warna. Semua warna dapat dikurangi atau diperlemah kekuatannya dengan cara dimudahkan (dibuat lebih terang) atau dituakan (dibuat lebih gelap). Sebagai contoh, warna biru dapat dimudahkan menjadi biru muda (*high-value*) atau dituakan menjadi biru tua (*low-value*) sehingga tampak lembut dan kalem. Warna-warna yang dimudahkan atau dituakan cenderung lebih toleransi menerima warna-warna lain. Warna yang dimudahkan dengan cara menambahkan warna putih disebut warna *tint*, sedangkan warna yang dituakan dengan cara menambahkan sedikit hitam, disebut warna *shade*. Jika menggunakan komputer, cara melembutkan warna dilakukan dengan mengurangi persentase unsur-unsur warna – *Cyan, Magenta, Yellow*, dan *Black* (CMYK), atau dengan menambah sedikit hitam.



Gambar II. 12 Contoh Warna Yang Dilembutkan dan Dikuatkan
 (Sumber: *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 77)

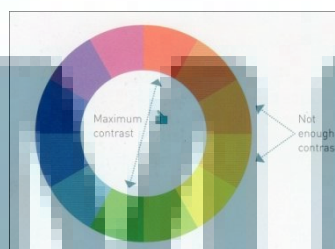
Selain *hue* dan *value*, warna dapat dilihat dari aspek intensitas (*intensity*), yaitu tingkat kemurnian atau kejernihan warna (*brightness of color*). Suatu warna (*hue*) disebut memiliki intensitas penuh ketika tidak dicampuri warna lain. Warna-warna yang masih murni disebut *pure hue*.

d. Kontras

Kontras, dalam buku *The Information Design Handbook* (O'Grady, 2008 : 116-118), atau pelajaran oposisi visual, sangat mudah untuk dipahami dengan jelas : terang dan gelap, kecil dan besar, geometris dan organik-banyak pilihan sama lainnya yang hampir tidak ada habisnya. Berikut daftar cara-cara yang paling umum untuk membuat kontras visual:

- Kontras warna:

- 1) Kontras dalam *Hue*: Posisi pada roda warna dapat membantu menentukan kontras antara dua warna –semakin banyak jarak yang memisahkan mereka dalam roda warna, semakin kontras terlihatnya.



Gambar II. 13 Kontras dalam *Hue*
(Sumber: Buku *The Information Design Handbook* hal. 116)

- 2) Kontras dalam Saturasi dan Intensitas: Saturasi memacu kepada kemurnian suatu *hue*. Murni, menyaturasi warna adalah

kekuatan. Mereka dapat dimodifikasi dengan menambahkan putih (warna) atau hitam (bayangan).

- Orientasi

Suatu orientasi objek (kanan-atas, ke bawah, sisi-sisi, diagonal), relatif untuk elemen lain dalam komposisi, dapat membuat pengertian dengan memfokuskan perhatian pada anomali. Orientasi dapat juga dihubungkan dengan *motion*.

- Posisi

Posisi mengacu pada lokasi fisik dari suatu objek dengan sebuah referensi *frame*.

- Bentuk

Lingkaran, linear kurva (bentuk organik), dan bentuk geometris. Kekontrasan bentuk menyatukan kedua kemampuan kita untuk mengetahui jenis, dan asosiasi kognitif kita terhadap konfigurasi.

- Ukuran

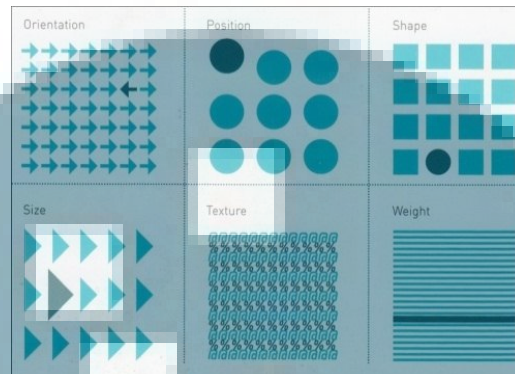
Ukuran memiliki hubungan yang jelas dengan signifikasi. Ukuran dari satu objek dibandingkan dengan yang lainnya dapat mempengaruhi konteks, hirarki, dan arti.

- Tekstur

Pergeseran dalam kualitas taktil atau pola dapat membuat titik fokus, atau membedakan set informasi.

- Ketebalan

Ketebalan dari sebuah objek adalah sebuah isyarat visual untuk kepentingan hirarki.



Gambar II. 14 Kontras Visual
(Sumber: Buku *The Information Design Handbook* hal. 118)

e. Tipografi

Dalam Buku *The Information Design Handbook* (O'Grady, 2008 : 120-129), semua prinsip estetik dalam desain informasi dapat diaplikasikan pada tipografi. Bagaimanapun, huruf memiliki karakteristik yang unik, dan isu spesifik harus dapat diingat saat membuat tujuan tipografis untuk projek desain informasi. Perhatian pada *legibility* dan *readability* akan membantu pembaca dalam mengakses pesan desainer dengan jelas. *Legibility* (kenyamanan baca) mengacu pada ciri-ciri yang mempengaruhi pengakuan huruf individu dan kata-kata. *Readability* (nilai keterbacaan) mengacu pada kejelasan dan kecepatan yang mana konten tipografi dapat dibaca pada kuantitas besar (paragraf, halaman, volume).

- *Legibility* dalam Tipografi

- 1) Bentuk. Dalam tipografi, Bentuk dibahas dari segi bentuk dan *counterform*. *Form* mengacu pada bentuk positif, atau garis-garis lurus dan lengkung (*stroke*) yang membuat sebuah huruf.



Gambar II. 15 Bentuk Suatu Huruf
(Sumber: Buku *The Information Design Handbook* hal. 121)

Supriyono mengatakan dalam buku *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi* (Supriyono, 2010 : 32-33), mengatakan bahwa memilih huruf dengan cara coba-coba tentu kurang efektif dan membuang-buang waktu. Memang tidak ada rumus tipografi yang memiliki kebenaran absolut seperti dalam matematika. Supriyono pun memberikan pedoman praktis yang dapat digunakan ketika ragu-ragu dalam memilih huruf, antara lain:

- Gunakan huruf *Serif* untuk *body text* dan *Sans Serif* untuk Judul
Huruf *Sans Serif* cocok untuk *heading* karena memiliki karakter elegan, lugas, sederhana, dan mudah untuk dibaca. Sementara itu, huruf *serif* memiliki kesan luwes, fleksibel, familiar, dan lebih nyaman dibaca untuk teks panjang.
- Gunakan huruf yang kontras

Hindari penggunaan dua atau lebih jenis huruf yang mirip atau hampir sama. Kemiripan bentuk huruf berpotensi menimbulkan kesan monoton dan menjemukan. Untuk lebih baik, gunakan satu jenis huruf, dengan variasi ukuran, tebal tipis, spasi, atau warna.

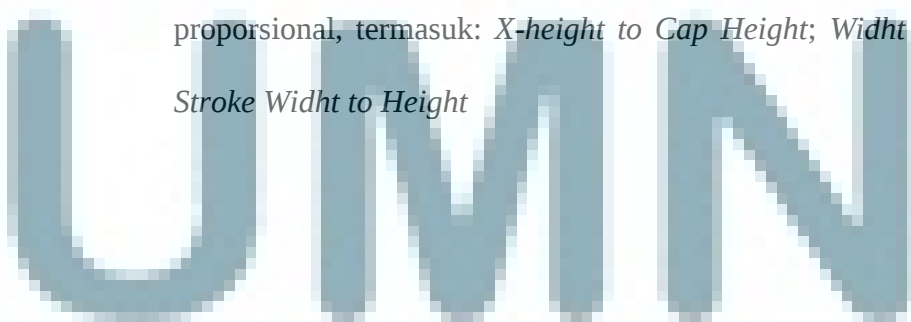
- Gunakan sedikit huruf

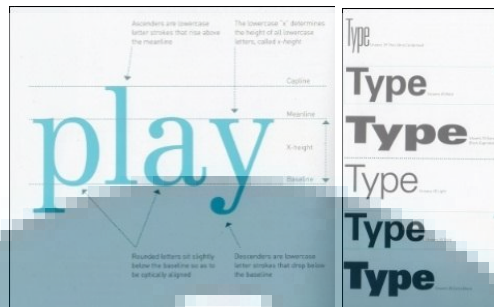
Sebisanya mungkin jangan mengobrol huruf terlalu banyak jika tidak memiliki alasan dan tujuan tertentu. Dalam satu desain komunikasi visual, umumnya tidak menggunakan lebih dari dua atau tiga jenis huruf.

- Gunakan *font* secara proporsional

Ukuran dan tebal-tipisnya huruf dapat diperhitungkan berdasarkan hierarki visual atau tingkat kepentingannya. Judul dibuat besar (paling menonjol), subjudul dibuat lebih kecil dari judul, *body text* dibuat kecil, dan seterusnya. Dalam desain iklan atau poster, umumnya ada penonjolan (*emphasize*) salah satu elemen.

- 2) Skala. Skala dalam sebuah *letterform* didikte oleh sejumlah faktor proporsional, termasuk: *X-height to Cap Height*; *Width to Height*; *Stroke Width to Height*





Gambar II. 16 Skala suatu huruf
(Sumber: Buku *The Information Design Handbook* hal. 122-123)

- 3) Gaya. Huruf hadir dalam berbagai gaya: *serif* dan *sans serif*, *display* dan teks, *roman* dan *italic*, klasik dan *experimental*, untuk nama hanya beberapa. Perbedaan gaya pada huruf dapat membangkitkan reaksi emosi.

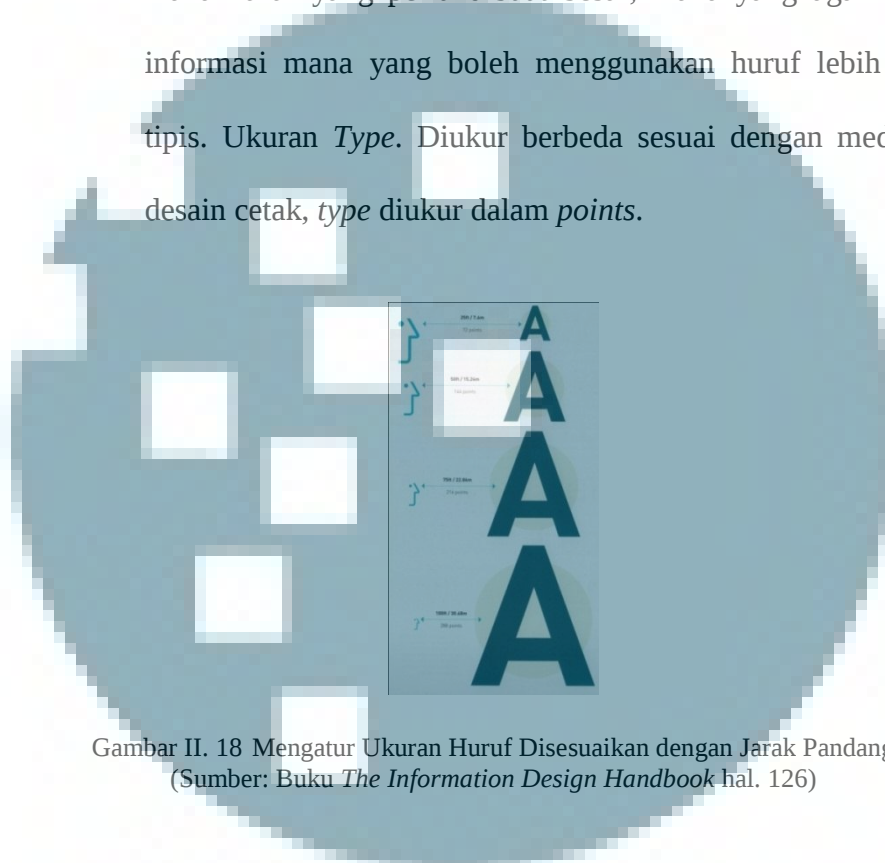


Gambar II. 17 Gaya (style) Huruf
(Sumber: Buku *The Information Design Handbook* hal. 124)

- *Readability* dalam Tipografi

Dijelaskan dalam buku *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi* (Supriyono, 2010 : 35-46), beberapa pertimbangan dalam memainkan huruf, antara lain:

- 1) Ukuran huruf. Nilai keterbacaan (*readability*) ditentukan oleh besar-kecilnya huruf. Desainer harus jeli dan bijaksana dalam menentukan mana huruf yang perlu dibuat besar, mana yang agak besar, dan informasi mana yang boleh menggunakan huruf lebih kecil dan tipis. Ukuran *Type*. Diukur berbeda sesuai dengan media. Dalam desain cetak, *type* diukur dalam *points*.



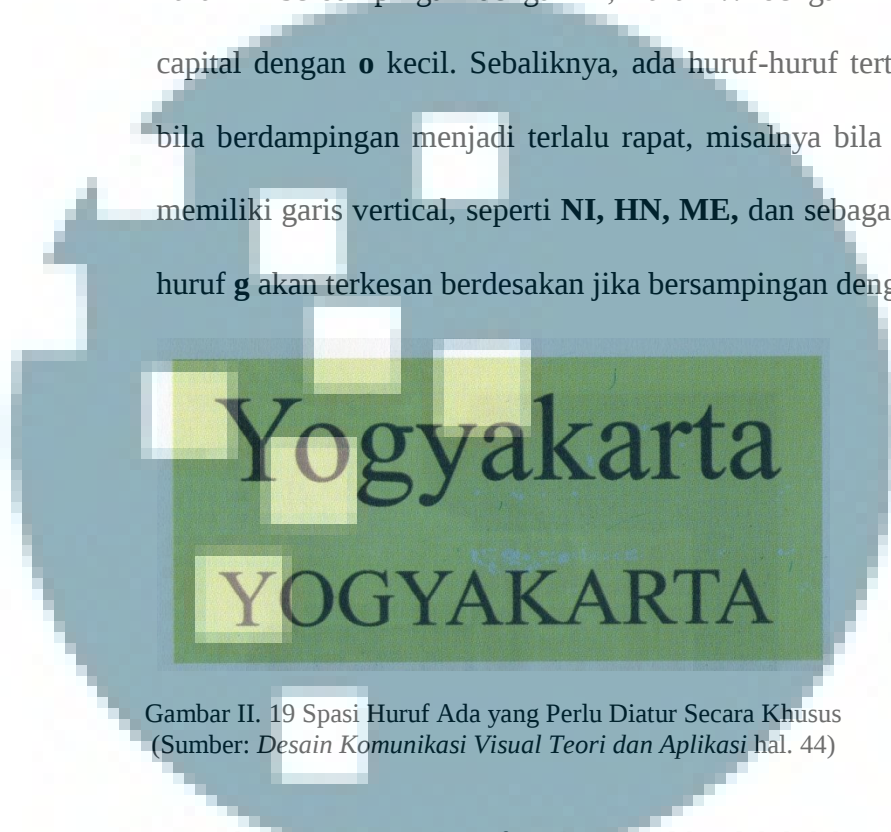
Gambar II. 18 Mengatur Ukuran Huruf Disesuaikan dengan Jarak Pandang
(Sumber: Buku *The Information Design Handbook* hal. 126)

- 2) Bobot dan Variasi huruf. Selain jenis dan ukuran huruf, kenyamanan baca sangat dipengaruhi oleh gaya (*style*) dan tebal-tipisnya huruf atau bobot huruf secara visual (*type weight*). Contoh variasi huruf yang paling umum yakni: Huruf tebal (*bold*) yang sering digunakan untuk *display* atau dijadikan *eye-catcher*, huruf seperti ini efektif dipakai untuk judul; Huruf miring (*italic*) yang memiliki kesan ramah, lembut dan menyenangkan. Variasi huruf lain yang dapat ditemukan pada *typeface* tertentu, seperti tinggi

(*condensed*), tipis (*light*), sedang (*medium*), dan sangat tebal (*extra bold*).

- Mengatur panjang baris. Panjang baris (*line-length*) atau sering disebut lebar kolom perlu diatur sehingga pembaca tidak merasa lelah. Pengaturan panjang baris perlu disesuaikan dengan kondisi *space* dan ukuran huruf. Hasil penelitian Herbert Spencer membuktikan bahwa kolom yang terlalu pendek dan terlalu panjang dapat menyulitkan dan melelahkan pembaca. Dijelaskan juga dalam buku *The Information Design Handbook* (O'Grady, 2008 : 126), bahwa *line-length* memiliki efek langsung pada kemampuan kita untuk mengakses informasi dengan cepat.
- Mengatur spasi baris (*leading*). Pengaturan spasi baris memiliki dua tujuan, yaitu: *readability* (nyaman dibaca), dan *aesthetic* (keindahan). Kerapatan *leading* dapat disesuaikan dengan panjang baris. Untuk baris yang pendek, sebaiknya memakai *leading* minimal, sedangkan untuk baris yang panjang, perlu ditambah spasinya sehingga pembaca lebih mudah dalam menemukan awal dari baris berikutnya. Spasi baris untuk judul sebaiknya tidak terlalu lebar sehingga terkesan terpisah.
- Spasi huruf, *kerning*, dan *tracking*. Hampir semua *desktop publishing* memiliki fasilitas pengatur spasi huruf (*character space*) dan spasi kata (*word space*) secara otomatis. Sering kali spasi huruf dibuat lebar untuk menciptakan keseimbangan, irama,

komposisi dan image tertentu. Ada beberapa huruf yang jika berdampingan maka spasi menjadi terlalu lebar. Sebagai contoh, huruf **Y** berdampingan dengan **A**, huruf **W** dengan **A**, huruf **Y** capital dengan **o** kecil. Sebaliknya, ada huruf-huruf tertentu yang bila berdampingan menjadi terlalu rapat, misalnya bila dua huruf memiliki garis vertical, seperti **NI**, **HN**, **ME**, dan sebagainya. Juga huruf **g** akan terkesan berdesakan jika bersampingan dengan **y**.

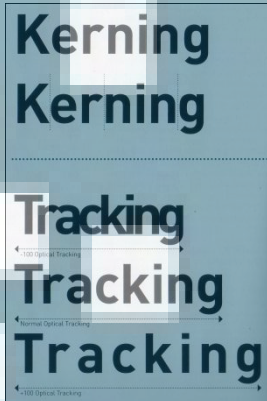


Gambar II. 19 Spasi Huruf Ada yang Perlu Diatur Secara Khusus
(Sumber: *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 44)

Contoh di atas, spasi huruf **Y** dan **o** terlihat lebih lebar, sementara huruf **g** dan **y** tampak bersinggungan. Demikian halnya pada tulisan **YOGYAKARTA**, spasi huruf **Y** dan **A**, dan juga **T** dan **A** tampak lebih lebar dari huruf-huruf lainnya. Agar teks di atas tampak lebih selaras maka beberapa spasi huruf perlu diatur secara khusus. Hal ini hanya berlaku untuk teks pendek dan khusus, seperti judul poster, judul iklan, *logo type*, dan teks pendek lainnya.

Pengaturan spasi huruf (merenggangkan atau merapatkan) yang hanya dilakukan pada dua huruf berdampingan dalam satu kata

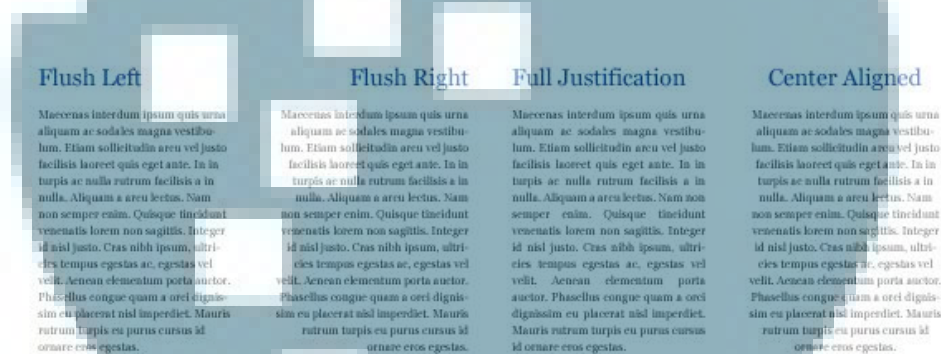
disebut “*kerning*”. Apabila spasi huruf dalam satu kata dirapatkan atau diregangkan seluruhnya disebut “*tracking*”. Tujuan pengaturan spasi huruf tidak lain adalah untuk menambah kemudahan dan kenyamanan baca.



Gambar II. 20 *Kerning dan Tracking*
(Sumber: Buku *The Information Design Handbook* hal. 128)

- Bentuk susunan (*Alignment*). Bentuk penataan baris dapat memengaruhi nilai keterbacaan dan estetika. Berdasarkan bentuk susunannya, baris teks dapat ditata dengan empat cara, yaitu: Rata kiri (*flush left*), hanya bagian kiri yang rata, bagian kanan tidak teratur. Bentuk susunan ini memberi kesan dinamis dan tidak monoton; Rata kanan (*flush right*), bagian kanan rata, bagian kiri tidak beraturan. Bentuk susunan ini kurang tepat untuk naskah yang panjang karena dapat melelahkan pembaca. Mata pembaca harus mencari posisi huruf pertama baris berikutnya sehingga akan memperlama waktu baca; Rata tengah (*centered*), hanya cocok digunakan untuk teks pendek. Nilai kemudahan baca dari bentuk

susunan ini rendah sehingga kurang tepat untuk teks panjang; Rata kiri-kanan (*justified*), cocok digunakan untuk naskah yang panjang, terkesan rapid an formal. Namun perlu diperhatikan, beberapa spasi kata terlihat renggang jika jumlah huruf tidak sesuai dengan lebar kolom. Hal ini perlu pengaturan khusus. Berikut contoh bentuk susunan yang diambil dari *the-firstpage.blogspot.com* (Diakses 7 Januari 2013).



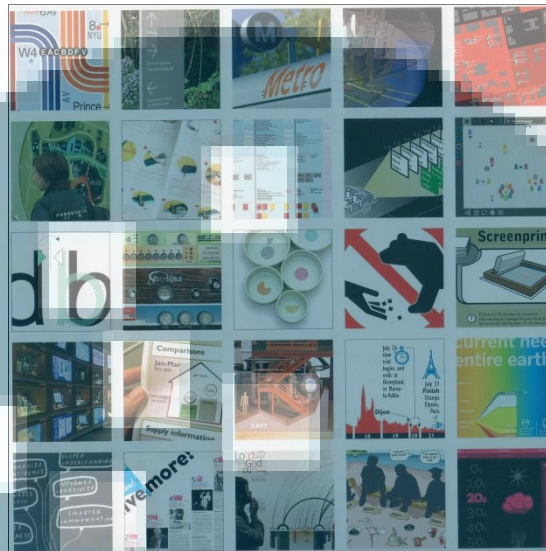
Gambar II. 21 Alignment

(Sumber: <http://the-firstpage.blogspot.com/2012/12/aturan-dasar-untuk-disain-tipografi.html>)

2.1.3. Jenis-Jenis Infografis

Infografis dalam penyajiannya dapat diaplikasikan ke banyak pilihan media. Dalam buku *The Information Design Handbook* (O'Grady, 2008 : 23), berikut artefak-artefak yang digunakan oleh desainer informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna akhir, sumber daya klien, dan waktu yang berlaku: Kalender, *timelines*, dan *timetibles*; Diagram dan Grafik; Diagram dan Sematik; Pameran dan Lingkungan; Rambu-rambu Lalu Lintas, Elemen Penunjuk Arah, dan Kios; Ikon dan Simbol; *Interfaces*, Fisik dan Digital; Peta; *3-D Models* dan Simulasi

Komputer; *Storyboard* dan Naratif; Ilustrasi Teknikal; Tutorial dan Instruksi; *Websites*, Animasi, dan Media Interaktif.



Gambar II. 22 Jenis-Jenis Infografis
(Sumber: Buku *The Information Design Handbook* hal. 22)

2.2. Peta

2.2.1. Definisi

Peta dijelaskan dalam buku *Introduction to Map Design (Environmental Systems Research Institutes, 1996 : 1)*, dapat juga disebut GIS (*Geographic Information System*). GIS adalah sistem untuk *display*, analisis, penyimpanan dan pengambilan informasi tentang tempat-tempat di bumi. GIS adalah alat yang berguna untuk menjelajahi informasi dan mengkomunikasikan penemuan Anda kepada orang lain dengan menggunakan peta dan gambar grafis lainnya. Mengetahui sesuatu tentang prinsip-prinsip dasar pembuatan peta (kartografi) akan membantu Anda menggunakan GIS lebih efektif.

2.2.2. Jenis Peta

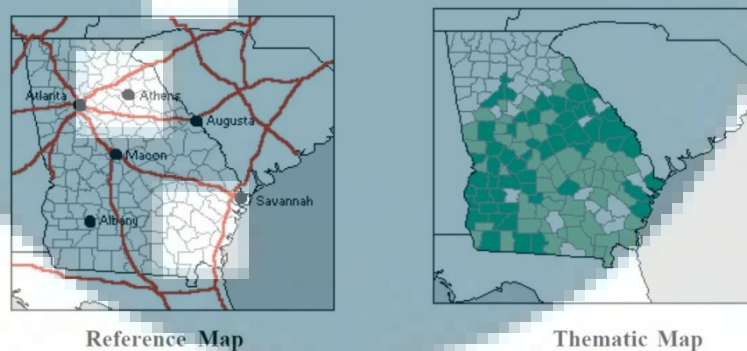
Buku *Introduction to Map Design* (Environmental Systems Research Institutes, 1996 : 2), menjelaskan ada dua jenis umum dari peta, yakni sebagai berikut:

1. Peta Referensi

Peta yang memberikan informasi umum tentang lokasi fitur. Peta dalam peta jalan adalah contoh dari peta referensi, seperti peta topografi.

2. Peta Tematik atau Statistik

Peta yang menunjukkan distribusi topik tertentu. Sebuah peta yang menunjukkan distribusi penduduk menurut negara adalah peta tematik.



Gambar II. 23 Jenis Peta
(Sumber: Buku *Introduction to Map Design* hal. 2)

Konsep Umum Pemetaan, dijelaskan dalam buku *Introduction to Map Design* (Environmental Systems Research Institutes, 1996 : 2-3). Semua peta adalah representasi. Ini tidak memungkinkan untuk memperlihatkan ukuran sebenarnya juga kemungkinan untuk menunjukan detail yang penuh. Peta adalah sebuah model pembaharuan skala dari bumi. Saat melihat peta, Anda tidak melihat benda-benda nyata seperti gedung-gedung atau manusia; Anda melihat simbol-simbol yang merepresentasikan benda-benda tersebut. Simbol-simbol ini

harus mudah untuk dimengerti bagi pembaca peta. Jika tidak, peta tidak akan mengkomunikasikan pesannya. Keberadaan garis bantuan untuk membantu Anda menggunakan simbol dengan efektif, tetapi hal itu bukanlah aturan, seperti suatu kemungkinan ditemukan dalam fisik. Ada juga ruangan untuk ekspresi artistik – sebuah peta yang menarik akan lebih mudah tertangkap mata dibandingkan yang tidak.

2.2.3. Unsur-Unsur Peta

Dijelaskan dalam buku *GIS Cartography A Guide to Effective Map Design* (Peterson, 2009 : 17), Unsur-unsur ini meliputi semua cara umum menyajikan informasi pada peta dan tata letak sekitarnya. Setiap elemen yang tidak pada peta itu sendiri disebut dalam buku ini sebagai "elemen marjin," mengacu pada kenyataan bahwa elemen terletak di pinggiran tata letak dan tidak langsung di atas peta. Peta itu sendiri juga merupakan elemen dari tata letak. Berikut unsur-unsur peta tersebut:

1. Judul

Meskipun judul pendek, memberikan pemikiran yang panjang. Tujuan Judul adalah untuk mengucapkan singkat maksud dari peta. Dalam banyak kasus juga mengidentifikasi lokasi geografis dari peta serta lembaga *authoring*, meskipun hal ini tidak biasanya dalam bentuk yang baik.

2. Subjudul

Subjudul terdiri dari teks *spillover* yang sedikit kurang penting daripada judul tapi masih agak diperlukan untuk memahami peta. Ini adalah tempat yang lebih

baik untuk menempatkan lokasi geografis dari peta dan informasi mensponsori atau *authoring* daripada di judul.

3. Legenda

Legenda adalah elemen standar pada sebagian besar *layout*. Ini memberikan warna dan kunci simbol *look-up* rincian untuk elemen peta. Program ini terdiri dari item (ikon, titik, garis, poligon) dan label (deskripsi item)

4. Peta

Elemen peta adalah grafik besar yang menunjukkan *off* data dalam ruang koordinat. Beberapa peta yang umumnya digunakan ketika menampilkan data yang sama selama jangka waktu yang terpisah (dalam kasus seperti skala umum dan legenda penting) atau ketika menampilkan luasan geografis yang berbeda bahwa semua memiliki data terkait. Selain itu, beberapa peta mungkin diperlukan ketika data pendukung yang berkontribusi terhadap tujuan keseluruhan peta perlu ditampilkan tetapi tidak pusat tujuan utama.

5. Panah Utara

Peta GIS sebagian besar sudah berorientasi dengan arah utara di atas tata letak. Jaga panah utara kecil, sederhana, dan tidak mengganggu untuk layout paling modern.

6. Logo

Sebuah logo adalah cara grafis menandakan nama perusahaan atau merek dan digunakan untuk memungkinkan identifikasi cepat dari apa yang mewakili. Logo menyatakan *authoring* atau lembaga mensponsori sering ditampilkan dengan jelas di peta presentasi.

7. Grafik

Sebuah grafik menunjukkan nilai-nilai data dalam diagram atau bentuk grafik. Grafik dapat menjadi salah satu dari beberapa jenis seperti sebuah bar, batang grafik, *pie chart*, *histogram*, atau *bar chart*. Banyak sekali sebuah peta analisis atau bahkan sebuah peta informasi bisa mendapatkan keuntungan dari penggunaan grafik untuk membantu tren sorot dalam data.

8. Tabel

Sebuah tabel adalah serangkaian data yang disusun dalam baris dan kolom, seringkali dengan judul kolom. Karena GIS terdiri dari kedua visualisasi dari fitur dalam ruang geografis dan atribut dari fitur-fitur tersebut, output peta GIS dapat kehilangan nilai ketika itu menunjukkan hanya visualisasi fitur dan mungkin satu atribut (seperti jalan baris dan nama jalan) tetapi tidak berlaku atribut lainnya (seperti panjang jalan, lebar, atau kondisi).

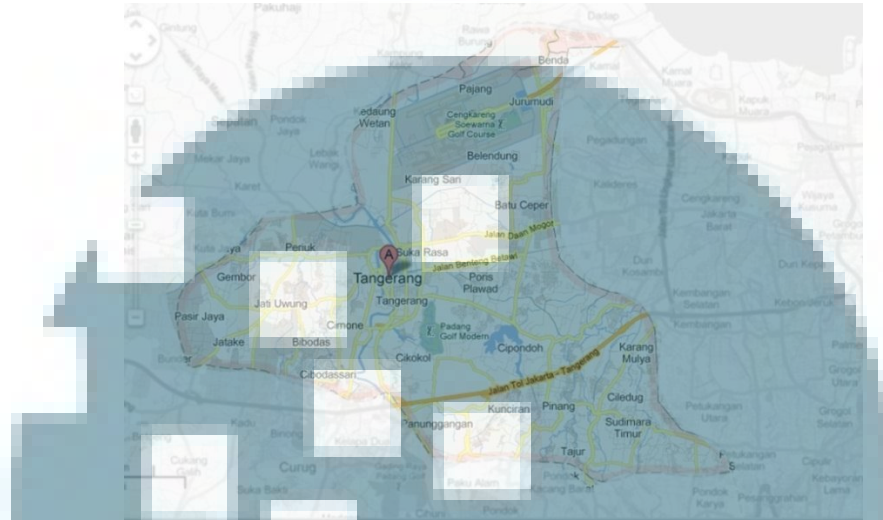
9. Hak cipta

Sebuah hak cipta peta menyatakan penulis tata letak peta dan kadang-kadang disertai dengan tanggal deklarasi hak cipta.

10. Deskripsi Teks

Teks deskriptif mengacu pada teks yang tujuan lebih lanjut peta yang tidak cocok dengan salah satu kategori di atas.

2.2.4. Peta Tangerang Kota



Gambar II. 24 Peta Tangerang Kota
(Sumber: <https://maps.google.co.id/>)

Tangerang Kota pada Gambar II. 24 yang diambil dari *Googlemaps*, terdiri dari 13 kecamatan, yakni: Benda; Batu Ceper; Karang Tengah; Periuk; Jati Uwung; Cibodas; Cipondoh; Ciledug; Neglasari; Pinang; karawaci; Larangan; Tangerang.

2.3. Persepsi Visual

2.3.1. Prinsip Desain

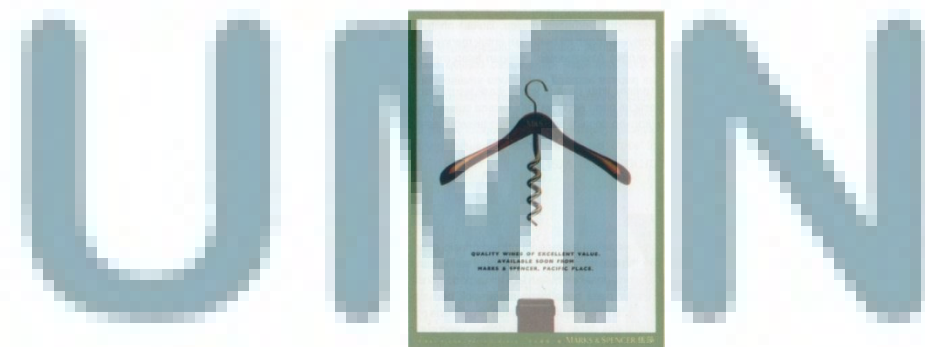
Menurut buku *Design Basics* (Lauer dan Pentak, 2008 : 32), pekerjaan desainer dalam merancang sebuah kesatuan visual adalah membuatnya lebih mudah dengan fakta bahwa audiens sebenarnya mencari semacam organisasi, sesuatu untuk menghubungkan berbagai elemen. Pada buku *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi* (Supriyono, 2010 : 87-97), dijelaskan prinsip-prinsip desain,

antara lain keseimbangan (*balance*), tekanan (*emphasis*), irama (*rhythm*), dan kesatuan (*unity*). Berikut penjelasan mengenai keempat prinsip tersebut:

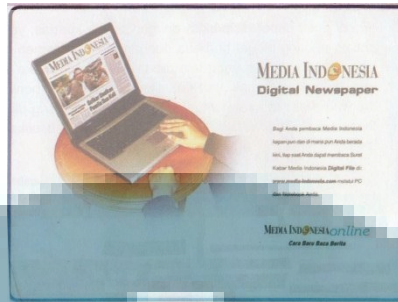
1. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan atau *balance* adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek di bagian kiri dan kanan terkesan sama berat. Ada dua pendekatan untuk menciptakan *balance*. Pertama dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara, disebut **keseimbangan formal** (*formal balance*). Keseimbangan kedua adalah **keseimbangan asimetris** (*informal balance*), yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan sisi kanan namun terasa seimbang. Pencapaian keseimbangan asimetris dapat dilakukan melalui ukuran, warna, *value*, bidang, dan tekstur dengan memperhitungkan bobot visualnya.

Keseimbangan asimetris tampak lebih dinamis, variatif, *surprise* dan tidak formal. Sementara keseimbangan simetris (formal) mempunyai kesan kokoh dan stabil, sesuai untuk citra tradisional dan konservatif.



Gambar II. 25 Contoh Desain dengan Keseimbangan Formal (*formal balance*)
(Sumber: *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 88)

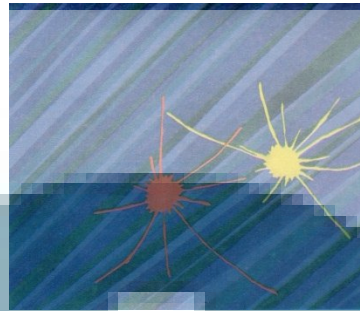


Gambar II. 26 Contoh Desain dengan Keseimbangan Asimetris (*Informal balance*)
(Sumber: *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 89)

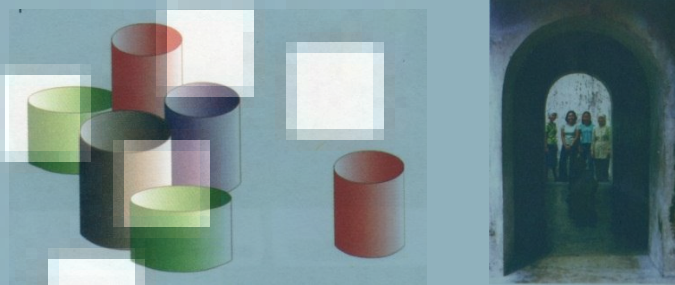
2. Tekanan (*emphasis*)

Informasi yang dianggap paling penting untuk disampaikan ke audiens harus ditonjolkan secara mencolok melalui elemen visual yang kuat. Penekanan atau penonjolan objek ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain dengan menggunakan warna mencolok, ukuran foto/ilustrasi dibuat paling besar, menggunakan huruf *sans serif* ukuran besar, arah diagonal, dan dibuat berbeda dengan elemen-elemen lain. Informasi yang dianggap penting ini harus pertama kali merebut perhatian pembaca.

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menonjolkan elemen visual dalam karya desain. Pertama adalah kontras. *Focal point* dapat diciptakan dengan teknik kontras, yaitu objek yang dianggap paling penting dibuat berbeda dengan elemen-elemen lainnya. Kemudian isolasi objek, *focal point* dapat juga diciptakan dengan cara memisahkan objek dari kumpulan objek-objek yang lain. Berikutnya adalah penempatan objek, objek yang ditempatkan di tengah bidang akan menjadi *focal point*.



Gambar II. 27 *Emphasis Kontras* (Warna panas tampak mencolok di depan latar warna dingin)
(Sumber: Buku *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 90)



Gambar II. 28 *Isolasi Objek* (kiri) dan *Emphasis Peletakan Objek di Tengah Bidang* (kanan)
(Sumber: Buku *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 92)

3. Irama (*rhythm*)

Irama adalah pola *layout* yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dalam desain grafis dapat berupa repetisi dan variasi. Repetisi adalah irama yang dibuat dengan penyusunan elemen berulang kali secara konsisten. Sementara itu, variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi.



Gambar II. 29 Penyusunan Elemen Desain dengan Cara Mengulang Bentuk (Repetisi)
(Sumber: Buku *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi* hal. 95)

Penyusunan elemen-elemen visual dengan interval yang teratur dapat menciptakan kesan kalem dan statis. Sebaliknya, pergantian ukuran jarak, dan posisi elemen dapat menciptakan suasana riang, dinamis, dan tidak monoton. Akan tetapi, perulangan yang terus-menerus, tanpa ada variasi, menjadikan desain terasa monoton dan membosankan.

4. Kesatuan (*Unity*)

Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain lainnya. Kesatuan (*unity*), dijelaskan dalam buku *Design Basics* (Lauer dan Pentak, 2008 : 28), berarti bahwa harmoni atau perjanjian ada di antara unsur-unsur dalam desain, mereka terlihat seolah-olah mereka milik bersama, seolah-olah ada koneksi visual secara tidak sengaja telah menyebabkan mereka untuk datang bersama-sama. Istilah lain untuk *unity* adalah harmoni. Menurut Lauer dan Pentak (2008 : 30), sebuah aspek penting dari *visual unity* adalah keharusan seluruh *pattern* sebelum memperhatikan elemen individu.

2.3.2. Prinsip Gestalt

Prinsip desain tidak lepas dari prinsip Gestalt. dijelaskan prinsip Gestalt sebagai berikut:

1. Kedekatan (*Proximity*)

Menurut Lauer dan Pentak (2008 : 34), cara mudah untuk mendapatkan kesatuan –untuk membuat elemen terpisah terlihat seolah-olah mereka milik bersama– adalah dengan kedekatan *proximity*, hanya menempatkan unsur-unsur berdekatan.

2. *Similiarty*

Similiarty dijelaskan dalam buku *The Information Design Handook* (O’Grady, 2008 : 64), bahwa objek berbagi atribut yang sama –seperti ukuran, warna, bentuk, arah, orientasi, ketebalan, dan tekstur –secara persepsi dan kognitif digrupkan bersama.

3. *Closure*

Closure dijelaskan dalam buku *Information Design Book* (O’Grady, 2008 : 64), bahwa kita secara mental *close up* bentuk objek yang secara visual tersirat.

4. *Prägnanz*

Prägnanz dijelaskan dalam buku *The Information Design Book* (O’Grady, 2008 : 64), juga dikenal sebagai hubungan figur dasar (*Figure-Ground*), bahwa ketika melihat pada lahan visual, objek memberi kesan dominasi atau resesiv.

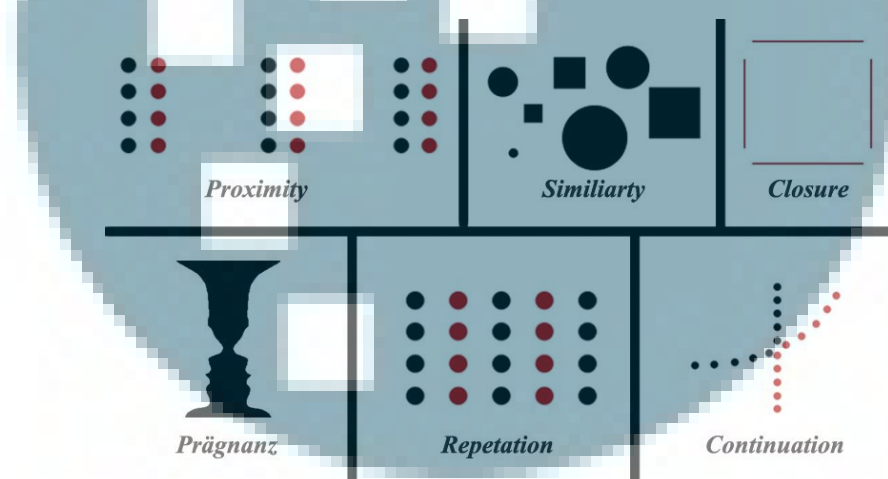
5. Pengulangan (*Repetition*)

Menurut Lauer dan Pentak (2008 : 34), perangkat yang berharga dan banyak digunakan untuk mencapai kesatuan visual adalah *repetition*.

6. Continuation

Menurut Lauer dan Pentak (2008 : 34), cara ketiga (setelah *proximity* dan *repetition*) untuk mencapai persatuan adalah dengan *continuation*, perangkat lebih halus daripada *proximity* dan *repetition*, yang cukup jelas. *Continuation* secara alami, berarti bahwa sesuatu "berkelanjutan" -biasanya garis, tepi, atau arah dari satu bentuk ke bentuk lainnya.

Berikut contoh bentuk pada Prinsip Gestalt yang diambil dari www.vanseodesign.com (Diakses 15 Oktober 2012).



Gambar II. 30 Prinsip Gestalt

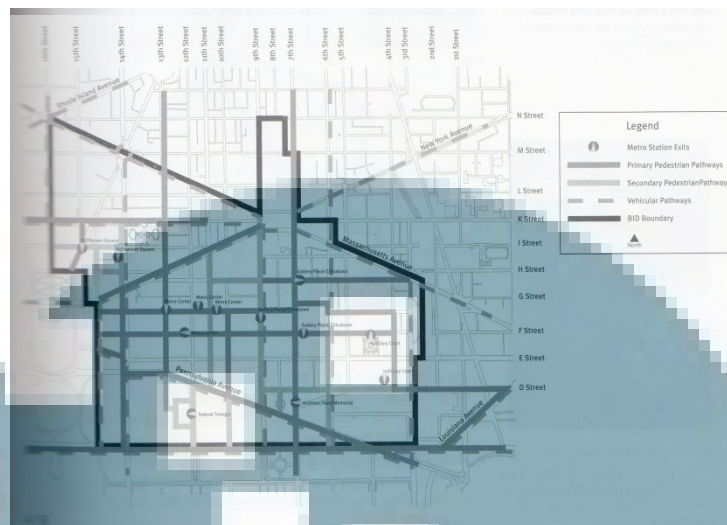
(Sumber: <http://www.vanseodesign.com/web-design/gestalt-principles-of-perception/>)

2.4. Media

Menurut buku *The Wayfinding Handbook Information Design for Public Places* (Gibson, 2009 : 110), dalam menentukan lokasi pemasangan informasi grafis, desainer harus dapat memahami ruang untuk peletakan dan urutan pesan mereka akan mengkomunikasikan panduan desainer dalam menentukan di mana dan bagaimana untuk menempatkan tanda-tanda dalam sistem.

Gibson mengatakan, (2009 : 109), merancang sebuah sistem *wayfinding* memerlukan membuat keputusan tentang elemen kunci tanda 'formal -bentuk, bahan, dan konstruksi-dengan mempertimbangkan pengaturan mereka, maksud desain, pesan, dan penonton. Selama eksplorasi ini, desainer yang pertama mengembangkan unsur-unsur secara terpisah, kemudian membawa mereka bersama-sama ke dalam kosakata bersatu. Jika proyek yang kompleks dan memerlukan sekelompok besar jenis tanda, mudah untuk menjadi kewalahan oleh semua variabel desainer berpengalaman hanya mengisolasi dua atau tiga jenis tanda kunci untuk studi awal. Hal ini membuat pembangunan dikelola dan memungkinkan desainer untuk mempertimbangkan berbagai ide dalam waktu singkat.

Lokasi pemasangan desain petunjuk jalan, dijelaskan dalam buku *Signage and Wayfinding Design – A Complete Guide to Creating Enviromental Graphic Design Systems* (Calori, 2007 : 78). Lokasi petunjuk jalan ditentukan dengan menganalisis sirkulasi rute dan menentukan titik-titik dalam proyek lingkungan. Proses ini juga dapat ditangani dengan mengajukan pertanyaan: “Dimana tempat orang-orang berjalan sepanjang jalan, dan dimana tempat mana orang-orang harus memutuskan untuk berputar atau proses maju ke depan?” Desainer EG menjawab pertanyaan ini dengan meninjau gambar rencana proyek, yang menggambarkan suatu situs atau bangunan dari atas, dan menandai mana sirkulasi rute dan penentuan titik.



Gambar II. 31 Analisis Sirkulasi pada Penentuan Peletakan Petunjuk Jalan
(Sumber: Buku *Signage and Wayfinding Design – A Complete Guide to Creating Enviromental Graphic Design Systems* hal. 77)

Buku *Signage and Wayfinding Design – A Complete Guide to Creating Enviromental Graphic Design Systems* (Calori, 2007 : 173), menjelaskan tentang material pada sebuah desain lingkungan. Calori mengatakan, biarkan bahan menjadi inspirasi Anda. Masing-masing tipe dasar bahan petunjuk arah memiliki kualitas yang melekat, seperti transparansi kaca, fleksibilitas kain, atau *shininess* logam, dan masing-masing kualitas dapat dan harus dimanfaatkan oleh desainer EG. Plastik mungkin adalah bahan utama yang bunglon, dalam arti bahwa mereka bisa meniru kaca, logam, atau bahkan kayu dan batu. Plastik juga memiliki sifat yang melekat yang berharga bagi diri mereka sendiri, seperti kemudahan *formability*, ketahanan istirahat, dan berat badan mereka relatif ringan.

Menurut buku *The Wayfinding Handbook Information Design for Public Places* (Gibson, 2009 : 114), mengenai material logam. Logam adalah bahan *sign* yang paling umum. Fleksibel dan tahan lama, dapat digunakan untuk bingkai

struktural dan permukaan yang terlihat, dan elemen dimensi. *Signage* berbahan logam memiliki variasi yang khas dalam warna dari sepotong menjadi kuning dan hadir dalam berbagai tahap penyelesaian, dari dihaluskan lalu dipoles atau kain satin. Grafik dapat terukir, diukir, dicat atau *enameled*, atau diterapkan.

