



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.

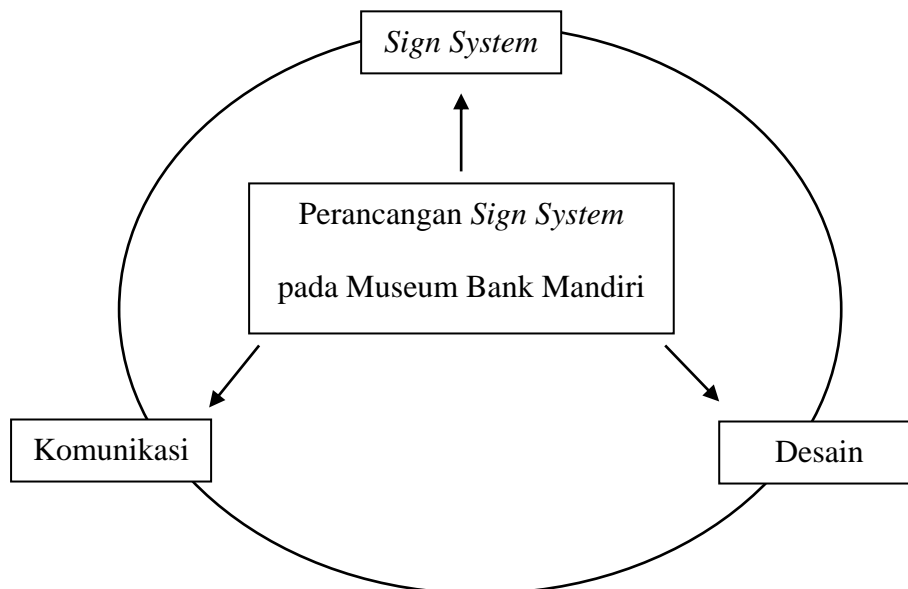
Copyright and reuse:

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

Bab ini berisi tentang teori yang akan digunakan selama perancangan tugas akhir ini. Pada bagan di bawah ini adalah kerangka teori untuk memudahkan penulis dalam melakukan penelitian untuk tugas akhir. Kerangka tersebut merupakan inti dari penelitian tugas akhir ini.



Gambar 2.1. Kerangka penulisan

2.1. Environmental Graphic Design

Environmental Graphic Design (EGD) merupakan salah satu bidang desain tertua dalam mengkomunikasikan informasi pada lingkungan. Penggunaan EGD sudah ada sejak jaman dahulu, karena manusia menggunakan tanda dalam mengkomunikasikan informasi secara visual. Hal ini berkembang seiring dengan

pembangunan yang semakin kompleks sehingga semakin dibutuhkan sistem yang tertata, dan kesatuan visual antara *signage* dan *wayfinding*. Istilah *environmental graphic*, *signage*, dan *wayfinding* sendiri muncul pada tahun 1970 karena sekelompok designer menemukan bahwa diri mereka lebih sering mendesain dalam bentuk sekelompok tanda-tanda yang memiliki koordinasi dibandingkan media cetak (Calori, 2007, hlm. 2-3).

EGD memiliki tiga elemen dasar yang saling tumpang tindih satu dengan yang lain. Wayne Hunt berpendapat tiga elemen dasar dari EGD meliputi:

1. *Signage dan Wayfinding*

berorientasi pada orang dengan sebuah tempat dan bagaimana menolong mereka dalam bernavigasi di tempat tersebut.

2. *Interpretation*

berfungsi menceritakan arti dari konsep sebuah tempat.

3. *Placemaking*

berfungsi menciptakan citra khusus pada sebuah tempat.

2.2. Signage dan Wayfinding

Signage dan *wayfinding* membantu dalam mengarahkan orang ke suatu lokasi dan menemukan tempat tersebut. *Signage* merupakan alat pendukung di dalam *wayfinding* yang berfungsi untuk memberikan identifikasi, informasi, petunjuk, larangan, penghargaan dan perijinan. *Signage* dan *wayfinding* biasanya menjadi

satu kesatuan dalam menginformasi dan memvisualisasikan suatu lokasi (Calori, 2007, hlm. 5).

Menurut Wayne Hunt, sistem navigasi atau *wayfinding* adalah ilmu yang mengatur dan mendefinisikan rangkaian pesan yang bertujuan agar sebuah bangunan/ruangan dapat menavigasikan diri (*self-navigation*) secara maksimal. *Wayfinding* juga memiliki spesifikasi khusus yang berbeda pada tiap tipe tempat dan pengunjunnya. Sedangkan *signage* adalah alat pendukung di dalam *wayfinding* yang berfungsi untuk memberikan identifikasi, informasi, petunjuk, larangan, penghargaan, dan perijinan.

2.2.1. Jenis Signs

Suatu petunjuk memiliki tujuan yaitu mengkomunikasikan informasi ke masyarakat mengenai lingkungan mereka. Terdapat beberapa jenis informasi yang telah dikelompokkan dalam kategori:

1. Identification Signs

Petunjuk ini ditempatkan pada suatu tempat untuk mengidentifikasi tempat tersebut dalam satu wilayah. Petunjuk ini memberikan informasi bahwa pengunjung telah berada pada tempat tersebut, walaupun pengunjung sampai pada tempat tersebut sendiri atau menggunakan *directional signs*.



Gambar 2.2. *Identification Signs*
(<http://www.thegreatdisplaycompany.com/images/Web-Images/building-signs/widmer-site-song.jpg>)

2. *Directional Signs*

Petunjuk arah ini ditempatkan terpisah dari tempat sebenarnya. Hal ini bertujuan agar mengarahkan orang ke bermacam-macam tempat. *Directional Signs* seringkali diartikan orang sebagai *wayfinding signs* karena membantu orang dalam menemukan tujuan mereka. Petunjuk ini sering menggunakan tanda panah.



Gambar 2.3. *Directional Signs*
(<http://landmarksignsincblog.files.wordpress.com/2013/07/directional-monument-sign.jpg>)

3. *Warning Signs*

Tanda ini berfungsi untuk memperingatkan orang akan bahaya atau prosedur keselamatan di dalam suatu wilayah. Contohnya seperti tanda bahaya akan tegangan tinggi, kebakaran, dan pemakaian tangga darurat.



Gambar 2.4. *Warning Signs*

(https://farm3.staticflickr.com/2091/2267129957_a26bd65c7e_o.jpg)

4. *Regulatory and prohibitory signs*

Tanda ini berfungsi untuk mengatur dan melarang orang dalam berperilaku tertentu di dalam suatu wilayah. Contoh tanda ini seperti “Khusus Karyawan”, “Dilarang merokok”.



Gambar 2.5. *Regulatory Signs*

(<http://resources3.news.com.au/images/2014/09/30/1227075/472147-21dc825e-4848-11e4-bdc1-ed6bc6cc6e4.jpg>)

5. *Operational Signs*

Petunjuk ini berfungsi untuk menginformasikan orang mengenai operasi atau sistem kerja dalam suatu wilayah. *Operational signs* sering terlihat mendetil dan membutuhkan waktu untuk mempelajari. Salah satu contohnya dalam *directory signs*, informasi mengenai daftar area pada suatu wilayah, biasanya disajikan dengan peta lokasi. Contoh lainnya seperti jam atau hari operasi suatu tempat.



Gambar 2.6. *Operational signs*
(<http://bizsigns.net/en/assets/Image/directory-signs.jpg>)

6. *Honorific signs*

Petunjuk ini biasanya menghargai orang-orang yang terkait dengan wilayah tersebut. Contohnya donatur suatu tempat atau fasilitas.



Gambar 2.7. *Honorific Signs*
(http://dyalpartners.com/media/uploads/project-images/3_014_kjames_dyal_belo_center_1262.jpg)

7. *Interpretive*

Signage membantu orang dalam menginterpretasi makna sebuah lingkungan atau wilayah. Petunjuk ini memberikan informasi suatu lokasi mengenai sejarah, geografis, artefak, dan lain sebagainya. Contohnya meliputi *plaque* suatu tempat.



Gambar 2.8. *Interpretive Signs*
(http://www.omahabydesign.org/wp-content/gallery/colecreek/cc-interpretive-sign_0.jpg)

2.2.2. Fungsional Sign System

1. 2.2.2.1. Pemasangan Sign System

Dalam pembuatan *sign system* perlu diperhatikan pemasangan karena pengaruh lokasi tanda yang akan diletakkan, jarak pandang, dan hirarki *sign system*. Hal ini menjadi faktor penting dalam pembuatan *sign system* yang baik. Terdapat dua zona pemasangan *sign system* yaitu:

1. *Overhead Zone* (Zona di atas mata)

Sign system yang dipasang di atas zona level mata dengan ukuran minimal 80" atau 6'-8" AFF (*above the finished floor*). *Overhead zone* sering digunakan untuk menunjukkan tanda-tanda penting yang dapat dibaca dari jarak pandang jauh. Contoh *Overhead zone* yang sering digunakan adalah *directional signs*.

2. *Eye Level Zone* (Zona di level mata)

Sign system yang dipasang dengan jarak pandang setara dengan arah mata kita. *Eye level zone* memiliki ukuran 5'-0" AFF. *Eye level zone* sering digunakan untuk informasi yang mendetil dan membutuhkan waktu untuk membacanya. Contohnya seperti informasi peta, informasi ruangan, jadwal, operasional, dan lain sebagainya.

a. *Horizontal Field of Vision* (arah pandang horizontal)

b. *Vertical Field of Vision* (arah pandang vertikal)

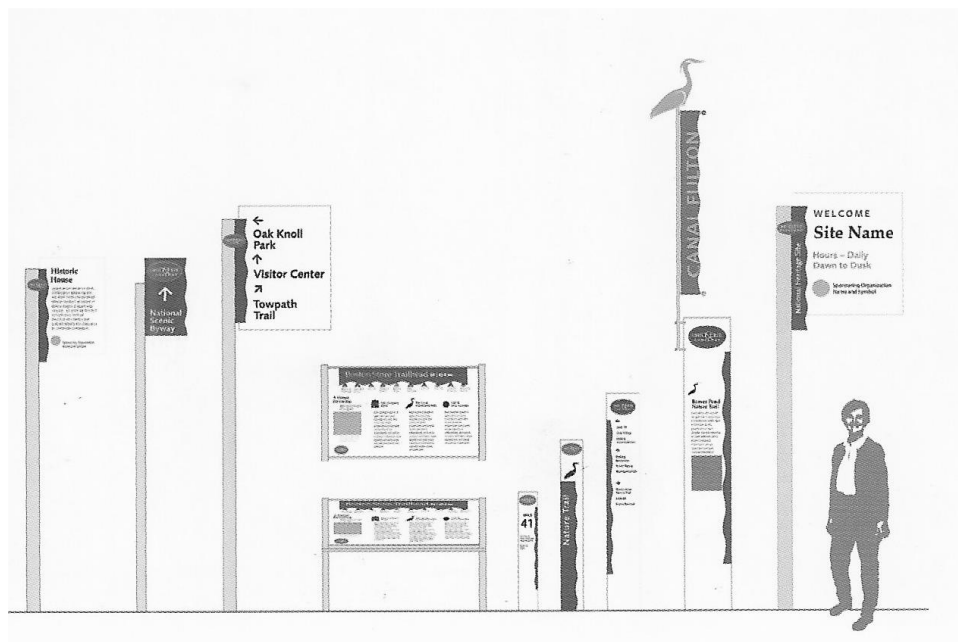
2.2.3. Bentuk Sign

Bentuk *sign* bermacam-macam dan tidak terbatas. Namun, ada beberapa teori dalam mengklasifikasikan bentuk *signs* berdasarkan cara pemasangan.

1. *Freestanding or ground-mounted*

Jenis *sign* yang bagian bawahnya terpasang pada permukaan horizontal seperti lantai.

- a. *Pylon or monolith*, bentuk petunjuk dengan seluruh panel terpasang dari tanah atau lantai.
- b. *Lollipop*, petunjuk berupa panel di atas tiang.
- c. *Multiple-posted*, petunjuk berupa panel di atas dua atau lebih tiang.

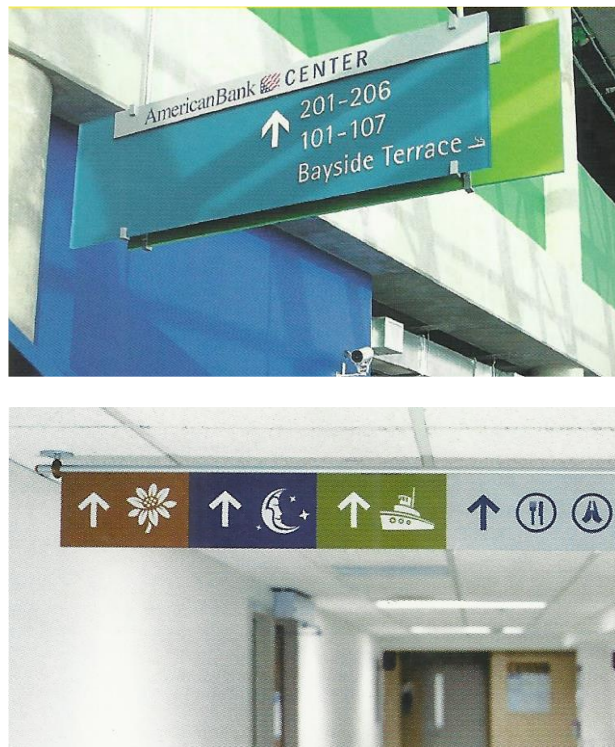


Gambar 2.9. *Signs* di Ohio&Erie
(Berger, 2005, hlm. 136)

2. *Suspended or ceiling-hung*

Jenis *sign* yang bagian atasnya terpasang dengan permukaan horizontal seperti pada atap.

- a. *Suspended monolith*, seluruh panel menggantung pada atap.
- b. *Suspended pendant*, panel dengan tiang yang menggantung pada atap.
- c. *Suspended multiple-posted*, panel dengan 2 tiang atau lebih menggantung pada atap.



Gambar 2.10. *Ceiling-hung signs* pada American Bank (Berger, 2005, hlm. 89 & 164)

3. *Projecting or flag-mounted*

Jenis *sign* yang bagian samping *sign* terpasang secara tegak lurus pada bagian permukaan vertikal seperti di tembok.

- a. *Projecting monolith*, seluruh panel menonjol dari permukaan vertikal

- b. *Projecting lollipop*, panel dengan satu tiang menempel pada bagian permukaan vertikal atau tembok.
- c. *Projecting multiple-posted*, panel dengan dua tiang atau lebih yang menempel pada bagian permukaan vertikal atau tembok.

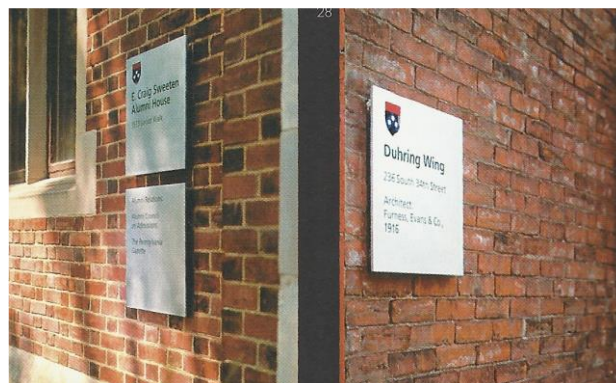


Gambar 2.11. *Flag-mounted signs*
(Berger, 2005, hlm. 138 & 164)

4. *Flush or flat wall-mounted*

Bagian belakang *sign* terpasang secara paralel pada permukaan rata vertikal di tembok.

- a. *Wall Plaque*, bagian belakang panel terpasang pada permukaan tembok



Gambar 2.12. *Wall-mounted signs*
(Berger, 2005, hlm. 154)

2.2.4. Material Sign System

Pembuatan *sign system* tidak hanya bentuk dan informasi saja yang diperhatikan, setiap material memiliki pengaruh yang berbeda-beda pada suatu tampilan *sign system*. Oleh karena itu, diperlukan pemilihan yang tepat sehingga *sign system* dapat ditampilkan secara baik. Ada beberapa jenis material yang biasa digunakan pada *sign system*:

1. *Metals*

Material ini dikenal karena strukturnya yang kokoh dan baik. *Metals* memiliki kekurangan karena bahannya yang dapat terkena oksidasi dan korosi. Akan tetapi hal ini dapat diatasi dengan pemberian lapisan di permukaannya. Ada empat jenis metal yang sering digunakan, yaitu:

a. Aluminium

Material ini memberikan tampilan menarik dan elegan. Daya tahan aluminium lama, memiliki bobot yang cukup ringan, tetapi biaya pembuatannya cukup mahal.

b. *Carbon Steel* / Baja

Carbon steel biasanya digunakan sebagai struktur dasar *sign system*, berat, dan memiliki daya tahan lebih lama daripada aluminium. Biayanya juga mahal, dan penampilannya tidak menarik. Selain itu diperlukan lapisan cat agar tidak berkarat.

c. *Stainless Steel*

Sifatnya mirip dengan aluminium tetapi memiliki kualitas lebih baik dan harga yang lebih mahal. *Stainless steel* tidak mudah berkarat.

d. *Bronze Brass dan Copper*

Material ini biasa digunakan untuk *sign face*, plakat, dan lain sebagainya. Material ini lebih berat dan sangat mahal. Selain itu diperlukan *coating* karena dapat berkarat.

2. Plastik

Plastik memiliki sifat transparan mirip dengan kaca, mudah dibentuk, lumayan kuat, dan paling ringan dibandingkan dengan material lainnya. Plastik dapat digunakan sebagai material utama maupun *finishing* untuk *sign system*. Ada dua jenis plastik yaitu *acrylic* dan *polycarbonate*.

3. *Glass*

Material kaca dapat memberikan kesan bersih karena transparan. Akan tetapi, perlu diperhatikan tingkat kontras antara latar belakang dan informasi sehingga tetap nyaman dibaca. Kemudian kualitasnya lebih baik dibanding plastik, tetapi memiliki bobot lebih berat dan biaya lebih mahal.

4. Kayu

Kayu jarang digunakan karena material ini biasanya digunakan untuk *sign system* yang berhubungan dengan alam. Karena sifatnya yang alami, kayu

mudah lapuk dan memerlukan *coating* agar dapat bertahan. Pengaplikasian informasi kedalam kayu dapat melalui cat atau ukir.

2.3. Semiotika

Semiotik berasal dari kata *semeion* (bahasa Yunani) yang berarti tanda, maka semiotika berarti ilmu tanda. Seluruh teori yang berhubungan dengan semiotika atau semiologi mempertegas cara menata susunan tanda dan bagaimana orang menciptakan makna dari susunan tanda. Semiotik adalah suatu cara atau teknik untuk mengetahui kemungkinan bagaimana tanda atau lambang ditafsirkan. Ada dua tokoh semiotik yang terkenal yaitu Charles Sanders Peirce (1839-1914) dan Ferdinand de Saussure (1857-1913).

Teori yang dipakai untuk perancangan *sign system* menggunakan teori Charles William Morris yang berakar pada Charles Sanders Peirce. Ada tiga elemen yang semiotik yang dibahas oleh Charles William Morris, yaitu Sintaktik, Semantik, dan Pragmatik. Berikut semiotika Morris yang sering digunakan dalam komunikasi visual.

1. Sintaktik

Hubungan *sign* formal dengan *sign* lainnya, berhubungan dengan keseragaman, keterpaduan sistem/struktur, disiplin, hubungan unsur-unsur, kontinuitas.

2. Semantik

Hubungan *sign* dengan obyek yang dipresentasikan, berhubungan dengan makna, arti suatu citra visual dan informasi diungkapkan atau diekspresikan.

3. Pragmatik

Hubungan *sign* dengan penerjemah (*interpretant*), berkenaan dengan teknis dan praktis, seperti ukuran, material, warna dengan pertimbangan kegunaan, kemudahan, keamanan, dan kenyamanan.

2.3.1. Sifat *Sign*

Komunikator menggunakan tanda (*sign*) untuk menciptakan dan menyampaikan pesan sebuah makna dalam *sign* bersifat fisik yang dapat diterima oleh indra kita. Makna dapat diterima secara berbeda-beda kepada orang yang berbeda dalam waktu dan konteks yang berbeda juga.

2.4. Simbol

Ada dua macam cara untuk mengkomunikasikan objek, perilaku, dan perasaan di hidup ini, yaitu suara (perkataan), dan gambar (simbol). "Kata" merupakan cara yang efektif untuk menyampaikan sesuatu yang rumit, ide yang saling terkait dibandingkan dengan simbol. Akan tetapi, simbol memiliki kelebihan karena dapat mengkomunikasikan pesan tanpa terhalang bahasa yang berbeda-beda (Berger, 2005, hlm. 57).

Simbol terkadang tidak berhasil dalam menyampaikan suatu pesan dengan sistem kerja yang efektif. Beberapa hal berikut dapat menjadi acuan dalam menciptakan suatu sistem simbol:

1. Penggunaan simbol yang tidak terlalu banyak. Terkadang penggunaan banyak simbol juga dapat membingungkan pengamatnya. Contohnya dalam masalah warna yang dipakai, sebaiknya tidak melebihi dari enam jenis warna.
2. Simbol mudah diingat. Simbol yang memiliki sistem desain yang sama akan mudah untuk dimengerti dan diingat. Dalam satu gambar seperti pohon, dapat digunakan istilah "*tree*" dalam Bahasa Inggris, "*arbol*" dalam Bahasa Spanyol", dan "*ki*" dalam Bahasa Jepang, tetapi makna ketiganya sama. Hal ini memudahkan pengamat dalam mengidentifikasi simbol.
3. Simbol dapat dibaca dan dimengerti secara tepat. Simbol sebaiknya sederhana dan langsung pada maksud (pesan) sebenarnya. Sehingga simbol tidak terlalu rumit atau terlalu sederhana sehingga orang tidak menerima pesan yang berbeda.

2.5. Gestalt

Teori ini melibatkan tentang persepsi visual, memori, asosiasi pikiran dan pengetahuan, psikologi sosial dan psikologi seni. *Gestalt* berasal dari bahasa Jerman yang berarti "bentuk". *Gestalt* digunakan untuk menganalisis dan mendefinisikan cara-cara manusia dalam mencerap (persepsi).

Oleh psikolog *Gestalt*, pikiran tidak hanya memahami bentuk yang paling sederhana, tetapi juga melihat bentuk yang terbaik atau yang paling tepat. Hal ini berarti manusia cenderung melihat objek tidak sebagai objek itu sendiri, tetapi sesuai dengan apa yang kita pikirkan.

Dari teori ini, psikolog tersebut mengelompokkan tentang persepsi-persepsi tersebut ke dalam prinsip komposisi visual seperti di bawah ini:

1. Kemiripan (*similarity*)

Objek yang mirip satu dengan yang lain cenderung dilihat sebagai kesatuan bentuk. Kotak berwarna hitam dilihat sebagai satu kesatuan dan yang putih dilihat sebagai kesatuan.

2. Penutupan (*Closure*)

Penangkapan suatu unsur-unsur yang terpisah ditempatkan sebagai suatu kesatuan.

3. Kontinuitas (*Continuity*)

Kontinuitas terjadi apabila sebagian bentuk saling tumpang tindih atau dalam bentuk bersentuhan sehingga persepsi yang kita lihat adalah bentuk yang tidak terputus.

4. Figur-latar (*figure-ground*)

Manusia memiliki kecenderungan untuk menginterpretasikan suatu bentuk visual sebagai objek dengan latar belakang. Hal ini juga berhubungan dengan bagaimana persepsi masing-masing individu.

2.6. Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang berkaitan dengan aksara (karakter/aksara/*type/ typeface*). Hal ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari yaitu pemanfaatan tipografi sebagai sarana komunikasi dan informasi. Bahkan kaitannya dengan publikasi visual, tipografi memang memiliki nilai fungsional sekaligus estetik. Selain itu di dalam mengkomunikasikan pesan, visual yang ditampilkan dapat berupa tipografi saja.

Karakter dalam tipografi disebut dengan *typefaces*. *Typefaces* menggambarkan keunikan figur suatu karakter. Menurut Calori (2007, hlm. 105) , *typefaces* juga kunci dalam penampilan suatu sistem tanda. Ada tiga faktor untuk memilih *typefaces* untuk *sign system*:

1. Formal
2. Bertahan dalam waktu yang lama
3. Tingkat keterbacaan

2.6.1. Anatomi Huruf

Huruf juga memiliki gabungan komponen yang merupakan identifikasi visual yang dapat membedakan huruf yang satu dengan yang lain (Sihombing, 2001, hlm. 12-13). Berikut adalah terminologi umum yang digunakan dalam penamaan setiap komponen visual yang terstruktur dalam fisik huruf



Gambar 2.13. Anatomi Tipografi
(http://www.nhsdesigns.com/images/examples/graphic_typography_anatomy.jpg, n.d.)

1. *Baseline*

Sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian terbawah dari setiap huruf besar,

2. *Capline*

Sebuah garis maya lurus huruf horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas dari setiap huruf besar,

3. *Meanline*

Sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas dari badan setiap huruf kecil,

4. *x-Height*

Jarak ketinggian dari *baseline* sampai ke *meanline*. *x-Height* merupakan tinggi dari badan huruf kecil. Cara yang termudah mengukur ketinggian badan huruf kecil adalah dengan menggunakan huruf "x",

5. *Ascender*

Bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di antara *meanline* dan *capline*, dan

6. *Descender*

Bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di bawah *baseline*.

2.6.2. Pengukuran Tipografi

1. Ukuran

Tiga dasar sistem pengukuran dalam tipografi adalah *point*, *pica*, dan *unit*. *Point* digunakan untuk mengukur tinggi huruf, sedangkan *pica* digunakan untuk mengukur panjang baris. Sistem pengukuran yang dipakai sekarang mengacu pada sistem Anglo-Saxon dengan perhitungan 72 pt setara dengan 1 inch atau 2,539 cm (Sihombing, 2001, hlm. 20).

2. Jarak Antarkata

Pengukuran tradisional menggunakan metal berbentuk persegi empat yang disebut *quad*. Potongan metal akan diletakkan di antara satu kata dengan yang lain untuk mengukur jarak antarkata. Satuan ukuran *quad* disebut em, setengah em adalah en. Jika suatu huruf berukuran 10 pt maka em-quad-nya adalah 10 pt x 10 pt.

3. Jarak Antarhuruf

Pengukuran jarak antarhuruf (*kerning*) dalam *photo-typesetting* dan *digital composition* dihitung dengan sistem *unit*. *Unit* yang dipakai memiliki nilai yang berbeda-beda tergantung sistem yang dipakai.

4. Jarak Antarbaris

Pengukuran jarak antarbaris (*leading*) dihitung dengan menggunakan satuan *point*. Teknik tradisional memakai lembaran metal yang disisipkan di antar baris. Lembaran metal ini memiliki ketebalan yang beragam.

2.6.3. *Legibility dan Readability*

Dalam penggunaan tipografi khususnya untuk menyampaikan informasi bagi pengamat berkaitan erat dengan *legibility* dan *readability*. Kedua hal ini mempermudah seseorang dalam menerima informasi. *Legibility* adalah tampilan suatu huruf yang dapat dibedakan satu dengan yang lainnya. *Legibility* berpengaruh pada *readability*, yaitu kombinasi huruf dalam sebuah kata, agar dapat terbaca dan dimengerti dengan baik (Sihombing, 2007, hlm. 304).

Di bawah merupakan beberapa fakta mengenai *legibility* dan *readability* berkenaan pada *signage*:

1. Huruf berjenis serif membantu dalam memandu mata sepanjang baris individual pada sebuah teks, jadi bisa disimpulkan bahwa huruf berjenis serif cenderung lebih baik untuk bacaan teks panjang.
2. Karakter huruf kecil atau dilihat dari jarak yang jauh, detil pada huruf akan menghilang. Dalam situasi seperti ini dapat digunakan sans serif.
3. Pada kondisi ekstrem, jarak yang sangat jauh dan teks berukuran sangat kecil disarankan agar menambahkan berat huruf menjadi lebih lebar dan penambahan letter spacing agar teks lebih mudah terbaca.

2.7. Warna

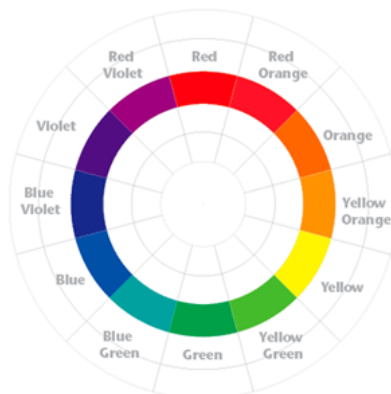
Menurut Fraser (2004, hlm. 6), warna memiliki persepsi yang berbeda-beda dan subjektif. Persepsi yang terlihat melalui warna dapat membentuk lingkungan, seperti pada gedung, seni, dan desain. Kegunaan warna sering ditemukan pada saat menjual sesuatu. Hal ini dikarenakan warna dapat menciptakan *mood*. Selain itu, warna juga membantu menunjukkan identitas suatu barang. Peran warna di dalam *sign system*:

1. Mengkontraskan atau mengharmonisasi suasana,
2. Meningkatkan makna pesan,
3. Membedakan pesan yang satu dengan yang lain, dan
4. Menjadi dekorasi.

Sebagai *Environment Graphic Designer* terkadang desainer grafis tidak bebas dalam memilih warna karena sudah ditentukan oleh lembaga atau perusahaan yang mengelola. EG desainer juga harus meneliti warna khas suatu tempat jika ingin mendesain suatu *sign system* pada daerah tersebut (Calori, 2007, hlm. 126-128).

Warna dapat dibagi menjadi tiga aspek, yaitu:

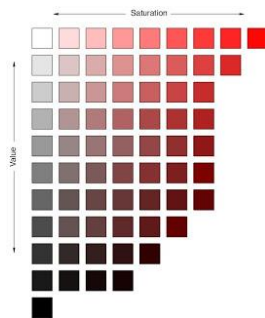
1. *Hue* adalah pembagian warna berdasarkan nama--nama warna, seperti merah, biru, hijau, kuning, dan lainnya.



Gambar 2.14. *Hue*

(<http://www.beading-design-jewelry.com/images/color-wheel-hue-names.gif>)

2. *Value* adalah pembagian warna berdasarkan gelap dan terangnya warna. Hal ini dapat dilihat seperti tingkat abu-abu yang berbeda.



Gambar 2.15. *Value and Saturation*
<http://3.bp.blogspot.com/value+and+saturation+example.jpg>

3. *Intensity* adalah pembagian warna berdasarkan tingkat kemurnian atau kejernihan dari warna tersebut.

Menurut Supriyono (2010, hal. 70), peran warna dalam pengaplikasiannya pada *sign system* lebih memfokuskan pada permainan kontras dalam warna.

Berikut kegunaan warna dalam *sign system*:

1. *Colour Contrast* antara *signboard* dengan *background* yang membuat *signage* terlihat lebih menonjol dan membuat pengamat mudah mengenali *sign board*.
2. *Colour Contrast* antara *signboard* dengan *sign content* dapat meningkatkan *legibility* dan *readability*. *Sign Content* ini berupa huruf, angka, simbol, dan *shape*.
3. *Colour Contrast* dalam jenis *signage* dan jenis informasi yang diberikan seperti penggunaan warna merah untuk keadaan darurat, biru untuk keadaan normal, dan kuning untuk bahaya.

4. *Colour contrast* dengan perbedaan jenis pesan, seperti *sign* dengan dua bahasa, hal ini dapat diterapkan perbedaan warna sehingga memudahkan orang dalam membedakan pesan.

American with Disabilities Act (ADA) merekomendasikan agar penggunaan warna *figure/objek* (tipografi, elemen grafis) dan *ground* (latar belakang) sebaiknya memiliki kontras sebesar 70%. Hal ini membantu *legibility* dan *readability* suatu pesan. Akan tetapi penggunaan warna dalam tulisan juga sebaiknya sesuai. Berikut identifikasi warna dalam penggunaannya pada *sign system*:

1. Merah, warna ini biasanya digunakan sebagai tanda larangan atau bahaya.
2. Jingga, warna ini digunakan sebagai tanda peringatan seperti mesin-mesin berbahaya.
3. Kuning, warna ini digunakan sebagai tanda hati-hati atau peringatan akan adanya suatu bahaya.
4. Hijau, warna ini biasanya digunakan sebagai tanda keselamatan.
5. Ungu, warna ini digunakan sebagai penanda adanya radiasi *x-ray*, *alpha*, *beta*, *gamma*, *neutron*, dan *proton*.
6. Hitam dan Putih, warna ini dapat digunakan sebagai batas, dan dalam lalu lintas digunakan sebagai zebra cross, atau batas trotoar.

Selain beberapa fungsinya di *sign system*, warna juga dapat berbicara melalui persepsi yang disesuaikan dengan level emosional, intelektual, dan secara fisik. Berikut beberapa persepsi terhadap warna yang dikaitkan dengan psikologi warna (Wright, 1998).

1. Warna Merah

Dalam psikologi warna, merah merupakan simbol dari energi, gairah, action, kekuatan, dan kegembiraan.. Untuk menjaga keseimbangannya, warna merah akan terlihat baik jika dipadukan dengan warna biru muda.

2. Warna Oranye

Warna oranye memberi kesan hangat dan bersemangat. Warna oranye sebagai peleburan dari warna merah dan kuning ini sama-sama memberi efek yang kuat dan hangat. Namun, warna oranye perlu digunakan secara hati-hati karena dapat memberi kesan murah jika digunakan terlalu dominan karena warna ini memberi kesan mudah untuk dijangkau. Warna yang baik untuk dipasangkan dengan warna oranye adalah warna ungu atau biru karena akan memberi kesan unik dan berkelas.

3. Warna Kuning

Warna kuning memberi arti kehangatan, rasa bahagia, dan seolah-olah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Dengan kata lain, warna ini juga mengandung makna optimis, semangat, dan ceria. Dari sisi psikologi, keberadaan warna kuning dapat merangsang aktivitas pikiran dan mental.

4. Warna Biru

Di dalam dunia bisnis warna biru disebut sebagai warna corporate karena hampir sebagian besar perusahaan menggunakan biru sebagai warna utamanya. Hal ini dikarenakan warna biru mampu memberi kesan profesional dan kepercayaan. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi, warna biru tua mampu merangsang pemikiran yang jernih dan biru muda membantu menenangkan pikiran serta meningkatkan konsentrasi.

5. Warna Hijau

Warna hijau adalah warna yang identik dengan alam dan mampu memberi suasana tenang dan santai. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi, warna hijau sangat membantu seseorang yang berada dalam situasi tertekan untuk menjadi lebih mampu dalam menyeimbangkan emosi dan memudahkan keterbukaan dalam berkomunikasi. Di dalam bidang desain, warna hijau memiliki nilai tersendiri karena dapat memberi kesan segar dan membumi terlebih jika dikombinasikan dengan warna coklat gelap.

6. Warna Hitam

Warna hitam adalah warna yang akan memberi kesan suram, gelap, dan menakutkan, tetapi juga mampu memberikan kesan elegan. Oleh karena itu, elemen apapun jika dikombinasikan dengan warna hitam akan terlihat lebih menarik.

7. Warna Putih

Salah satu kelebihan warna putih adalah kemampuannya untuk membantu mengurangi rasa nyeri. Ini dikarenakan warna putih memberi kesan kebebasan dan keterbukaan. Putih sebagai warna yang murni dan tidak menggunakan campuran apapun memberi arti yang suci dan bersih. Untuk menciptakan desain dengan konsep minimalis, penggunaan warna putih dapat menjadi pilihan yang tepat.

8. Warna Coklat

Warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur bumi. Dominasi warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman, dan aman. Kelebihan lainnya adalah warna coklat dapat menimbulkan kesan modern, canggih, dan mahal karena kedekatannya dengan warna emas. Secara psikologis, warna coklat akan memberi kesan kuat dan dapat diandalkan.

2.8. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak (Safanayong, 2006, hlm.10). Tujuan dari komunikasi dapat bermacam-macam sesuai dengan cara komunikasi yang dipakai, yaitu:

1. Identifikasi,
2. Informasi,
3. Promosi, bersifat provokasi, persuasi, propaganda, dan
4. *Ambience*, menciptakan suasana lingkungan.

Komunikasi melibatkan beberapa hal yaitu pengirim, pesan, medium, penerima, umpan balik. Jika kelima hal tersebut terpenuhi maka komunikasi terjadi. Jika dilihat dari sudut pandang penelitian mengenai *sign system* maka desainer sebagai pengirim pesan berupa informasi lokasi dan tanda. Kemudian dengan menggunakan medium *signage* maka pesan tersebut disalurkan menuju penerima yaitu pengamat atau orang yang melihat *signage*. Lalu bagian terpenting adalah umpan balik dari penerima yaitu mereka mengerti akan informasi tersebut walaupun mereka mengikuti atau tidak *sign* yang mereka lihat.

Dalam berkomunikasi, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi proses komunikasi. Pada *sign system*, komunikasi berfungsi sebagai membawa kesadaran dan pemahaman pada pengamat. Selain itu juga dapat membina maupun memperbaiki persepsi yang keliru.

2.9. Museum

Menurut *International Council of Museum (ICOM)* di icom.museum yang diakses pada tanggal 24 September 2014, museum merupakan suatu lembaga permanen dan non profit dalam pelayanan masyarakat dan perkembangannya. Museum bersifat terbuka untuk umum, dimana museum menyimpan, meneliti, menghubungkan, dan memamerkan warisan budaya manusia yang berwujud dan tidak berwujud untuk tujuan edukasi, penelitian dan dinikmati masyarakat.

Pada tahun 1990-an, Museum awalnya memiliki akses terbatas untuk umum. Selain itu museum sebagai tanda kemakmuran dan kekuatan pemerintah pada jaman tersebut. Setelah adanya perkembangan, pemerintah juga sadar akan

pentingnya pelayanan masyarakat dan edukasi. Pandangan akan museum pun berubah dan museum dipandang sebagai salah satu insitisi yang menyediakan edukasi untuk masyarakat (Hein, 1998, hlm. 4-5).