



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Desain

2.1.1 Desain Komunikasi Visual

Desain grafis yang saat dikenal dengan Desain Komunikasi Visual karena berperan dalam mengkomunikasikan maupun menginformasikan sesuatu baik itu melalui warna, tipografi, gambar, bentuk, dan sebagainya dengan bantuan teknologi.

DKV memiliki tiga unsur yaitu Desain, Komunikasi, dan Visual. Desain berkenaan dengan perancangan estetika, berdasarkan cita rasa dan kreativitas. Sedangkan komunikasi adalah ilmu menyampaikan pesan. Dan visual berarti dapat dilihat. Dari penjabaran unsur-unsur diatas maka dapat disimpulkan bahwa DKV merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi untuk menyampaikan pesan atau gagasan secara visual melalui media dengan berlandaskan kreatifitas. (*Pengantar DKV - Adi Kusrianto*). Salah satu hal yang dipelajari dari desain komunikasi visual adalah environmental graphic design yang salah satunya merupakan *signage* dan *infografis*. (*diakses 15 september 2013 pkl 10.15*)

Sedangkan, dari *m.edukasi.web.id* dikatakan bahwa pengertian desain komunikasi visual berasal dari tiga kata yaitu “designo” (Itali) yang artinya gambar. Sedang dalam bahasa Inggris desain diambil dari bahasa Latin designare

yang artinya merencanakan atau merancang. Dalam dunia seni rupa istilah desain dipadukan dengan reka bentuk, reka rupa, rancangan atau sketsa ide. Sedangkan, arti kata komunikasi berarti menyampaikan suatu pesan dari penyampai pesan (komunikator) kepada komunikan (penerima pesan) yang disampaikan melalui suatu media dengan maksud dan tujuan tertentu. Dalam bahasa Latin, komunikasi diambil dari kata *communis* yang berarti sama, yang kemudian komunikasi diartikan sebagai menciptakan sebuah kesamaan (*commonness*) atau sesuatu kesatuan pemikiran antara penyampai pesan dan penerima pesan. (*diakses 15 September 2013 pkl 13.05*)

Sedangkan, kata visual yang diambil dari bahasa Latin yaitu *videre*, dapat dimakanai sebagai segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indera penglihatan kita, yaitu mata.

Sehingga, secara keseluruhan bahwa desain komunikasi visual bisa diartikan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of communications*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) melalui sebuah media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku target audience sesuai dengan maksud dan tujuan desainer yang mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan baik sosial maupun komersial ataupun berupa informasi,identifikasi maupun persuasi. (*diakses 7 Desember 2013 pkl 12.56*)

2.2 Unsur – unsur Desain

Dalam mendesain, kita perlu mengetahui hal – hal apa saja yang terkandung di dalam mendesain. Kegunaan, serta mempelajari persepsi orang akan menilai sebuah desain. Beberapa hal – hal di bawah ini merupakan unsur – unsur desain yang dipakai guna memenuhi standart desain yang ada sehingga kita dapat menghasilkan desain yang komunikatif, harmonis, dan menarik.

Unsur – unsur desain yang akan dijelaskan di bawah ini diambil dari buku *Desain Komunikasi Visual* dan *Comic Making* karangan M.S Gumelar, yaitu :

1. *Line*

Line atau garis merupakan titik (*point*) yang saling menyambung (*overlapping*) secara berurutan. Karena garis tidak memiliki kedalaman dan hanya memiliki panjang dan ketebalan, maka, garis disebut dengan elemen satu dimensi.

Bentuk garis tidak hanya lurus (*straight line*), bentuk garis dapat juga melengkung (*curve line*), *zig-zag* dan ada juga yang tidak beraturan. Masing – masing memiliki kesan dan kegunaan yang berbeda – beda. Contohnya, garis lurus berkesan kaku dan formal, garis lengkung berkesan dinamis, dan garis tak beraturan memiliki kesan fleksibel, dan tidak formal. Tidak ada peraturan yang mengikat dalam penggunaan elemen garis ini. Tetapi, alangkah baiknya apabila penggunaan garis ini berdasarkan konsep dan tujuan desain yang disesuaikan dengan kesan atau citra garis itu sendiri.



Gambar 2.1 Macam – Macam Garis

<http://4.bp.blogspot.com/0IzbVIuXfIk/Tn9E6h25u3I/AAAAAAAAAIs/xCD5yd2fowI/s1600/garis1.jpg> (diakses 17 Juli 2013 11:45)

2. *Shape* (Bentuk)

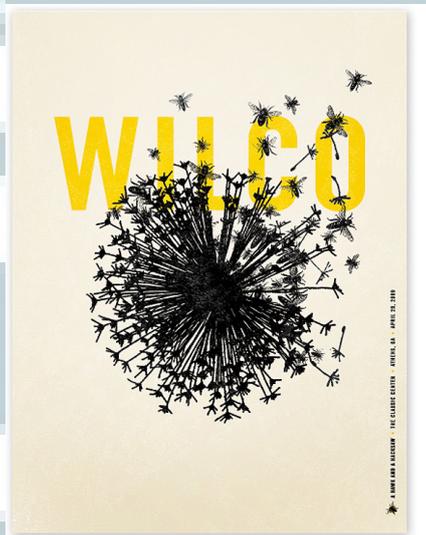
Shape atau bentuk memiliki dimensi tinggi dan lebar. Sehingga, shape merupakan elemen dua dimensi. Bidang shape memiliki empat elemen dasar yaitu segitiga, kotak, persegi, lingkaran maupun persegi panjang.

Gambar 2.2 Shape
Dokumentasi : Pribadi

3. *Space* (Ruang)

Dalam dunia desain, terkadang diperlukan ruang kosong dalam desainnya, agar memberikan ruang kosong dan tidak terkesan penuh. Istilah tersebut dikenal dengan *white space*.

Fungsi dari *white space* itu sendiri adalah guna memberikan kelegaan dan kenyamanan bagi pembaca, sehingga menimbulkan minat baca. Selain itu, pembaca juga dapat fokus dan menangkap pesan dari yang disampaikan di dalam desain. Karena visual tersebut akan lebih menonjol daripada bidang kosong yang mengelilingi objek visual. *White space* juga akan menyampaikan pesan secara lebih dalam, tegas, dan sederhana.



Gambar 2.3 White Space

<http://www.inspirefirst.com/2012/08/24/poster-design-alvin-diec/> (diakses 17 Juli 2013 pkl 11.37)

4. *Image*

Dalam dunia desain, image tidak harus berarti *drawing* atau harus berupa gambar tangan (*hand drawing*). Image dapat berupa simbol, foto, ilustrasi, painting, logo, susunan huruf (*typho*), *icon*, dan lain – lain. Seperti contoh di bawah ini, *image* ini dibangun dari type atau huruf huruf yang ada sehingga menghasilkan sebuah image.



Gambar 2.4 Image

<http://www.entrepreneur.com/entrepreneurmagazine/2013/03> (diakses 17 Juli 2013 pkl 11.55)

5. Text

Text atau yang dikenal dengan teks merupakan *symbol* atau lambang dari suara, angka. teks dapat memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Dalam desain, teks biasanya ditambahkan guna mempermudah desainer untuk menyampaikan pesan atau informasi. Karena, apabila hanya menggunakan *image*, tidak semua orang menafsirkan pesan yang sama yang ingin disampaikan. Bahkan, terkadang kita menemukan desain yang hanya berisi teks saja, karena teks merupakan alat komunikasi manusia, sehingga teks dapat berdiri sendiri tanpa *image* atau elemen lain.

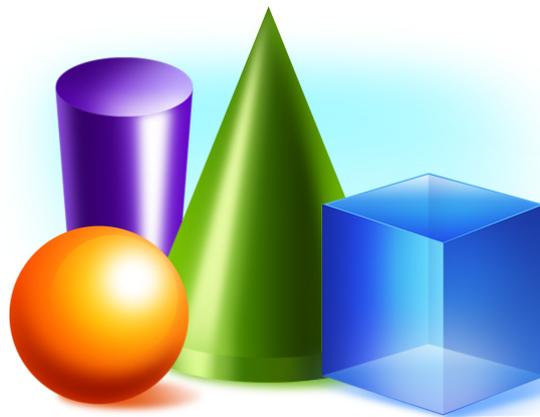


Gambar 2.5 Penggunaan Teks

<http://smiharja.blogspot.com/2011/12/kang-kabayan-saba-hong-kong.html> (diakses 17 Juli 2013 pkl 12.50)

6. Form

Form sesungguhnya merupakan bentuk (*shape*) yang memiliki volume (3D).



Gambar 2.6 Form

<http://www.graphicsfuel.com/2010/12/3d-shapes-psd-icons/> (diakses 17 Juli 2013 pkl. 12.05)

7. Value

Value secara sederhana sebenarnya merupakan perbedaan nilai gelap

dan terang yang akan menciptakan kemudahan dalam pembacaan.

Kontras *value* dalam komunikasi visual dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi sekaligus menciptakan kesan. Ini dapat memberi pesan enerjik, dinamis, dramatis, dan bergairah.

Pada umumnya, kontras gelap dan terang memiliki kemudahan baca lebih tinggi dibanding kontras warna.



Gambar 2.7 Value

<http://1x.com/photos/street/31889/> (Diakses 17 Juli 2013 pkl 12.13)

8. Warna

Warna merupakan elemen visual yang dapat menarik minat pembaca atau audience dalam membaca maupun menikmati sebuah desain.

Seperti yang tertulis dalam buku *What Is Illustration* karangan Lawrence Zeegen, ia mengatakan bahwa warna dapat mengkomunikasikan, sehingga para desainer harus dapat memilih dengan tepat.

Apabila penggunaannya kurang tepat, maka akan mengganggu,

merusak citra dan mengurangi nilai keterbacaan sebuah desain tersebut.

Warna juga dapat berbicara. Melalui warna, kita dapat melihat maksud dan tujuan desainer dalam menggunakan warna di setiap desainnya. Dapat kita lihat dari contoh berikut. Contoh di bawah ini merupakan cover majalah In Style. Majalah khusus wanita yang dapat dilihat dari penggunaan warnanya yang menggunakan warna – warna feminim.



Gambar 2.8 Warna

*<http://www.amazon.com/INSTYLE-Magazine-Kindle-Tablet-Edition/dp/B006L4931Q>
(diakses 17Juli 2013 pkl 15.07)*

9. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba suatu permukaan sebuah benda, halus maupun kasarnya. Contohnya, kita meraba buah durian dan batu, Akan terasa tekstur permukaannya. Seperti batu akan terasa keras dan tekstur durian akan terasa kasar.

Dalam desain, tekstur dibagi ke dalam dua hal, yaitu tekstur nyata dan

tekstur semu. Tekstur nyata dapat kita raba secara langsung, sedangkan, tekstur semu merupakan sebuah image baik kasar maupun halus. Tekstur nyata terdapat dalam kehidupan sehari – hari kita. Seperti permukaan pohon yang kasar dan permukaan kaca yang halus. Sedangkan, tekstur semu merupakan sebuah image di computer kasar maupun halus yang digunakan untuk citra tertentu yang dapat digunakan sebagai background untuk memperkuat maksud dan tujuan desain.



Gambar 2.9 Tekstur semu

<http://wsmurti.lecture.ub.ac.id/2012/03/struktur-angin-besar-gempa/> (diakses 18 Juli 2013 pkl 13.45)

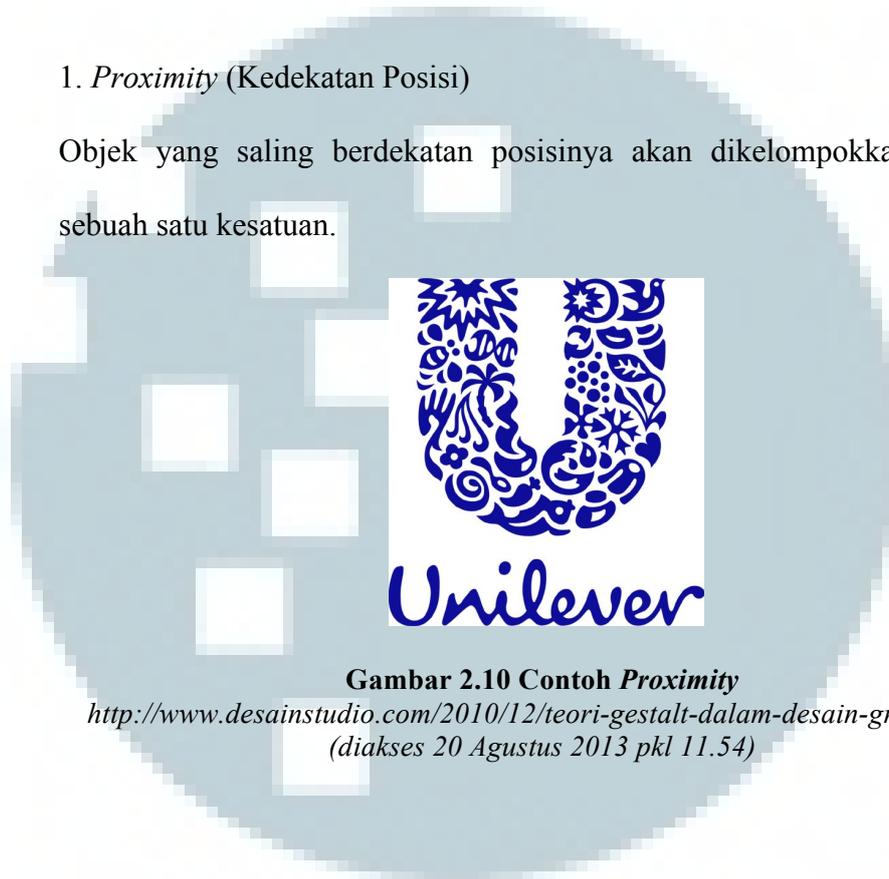
2.3 Teori Gestalt dalam Desain

teori Gestalt merupakan teori psikologi yang paling sering digunakan dalam ilmu desain grafis, karena dapat menjelaskan persepsi visual seseorang dapat terbentuk. Gestalt mengatakan bahwa seseorang cenderung mengelompokkan apa yang dilihat di sekitarnya, yang dapat menjadi satu kesatuan secara utuh berdasarkan pola, hubungan, dan kemiripan. Teori ini diciptakan oleh Kurt Koffka, Max

Wertheimer, dan Wolfgang Kohler. Ada lima klasifikasi bentuk dari teori gestalt ini, di antaranya adalah :

1. *Proximity* (Kedekatan Posisi)

Objek yang saling berdekatan posisinya akan dikelompokkan sebagai sebuah satu kesatuan.



Gambar 2.10 Contoh *Proximity*

<http://www.desainstudio.com/2010/12/teori-gestalt-dalam-desain-grafis.html>
(diakses 20 Agustus 2013 pkl 11.54)

Dari contoh gambar (logo unilever) kita dapat melihat bahwa logo tersebut merupakan gabungan dari gambar - gambar yang digabung menjadi satu membentuk sebuah huruf U, yang memiliki arti bahwa perusahaan unilever ini memiliki produk – produk yang ditawarkan unilever seperti yang tertera pada logonya.

2. *Similarity* (Kesamaan Bentuk)

Objek-objek yang bentuk dan elemennya mirip akan dikelompokkan

sebagai suatu kesatuan.



Gambar 2.11 Contoh Similarity

<http://www.desainstudio.com/2010/12/teori-gestalt-dalam-desain-grafis.html> (diakses 20 Agustus 2013 pkl 12.05)

Contoh *similarity* ini memiliki kemiripan bentuk dari gambar burung dan lingkaran yang sisinya tajam. Leher burung yang juga memiliki sisi yang tajam dapat digabungkan dengan lingkaran tersebut.

3. *Closure* (Penutupan Bentuk)

Suatu objek akan dianggap utuh walaupun bentuknya tidak tertutup sepenuhnya.



Gambar 2.12 Contoh Closure

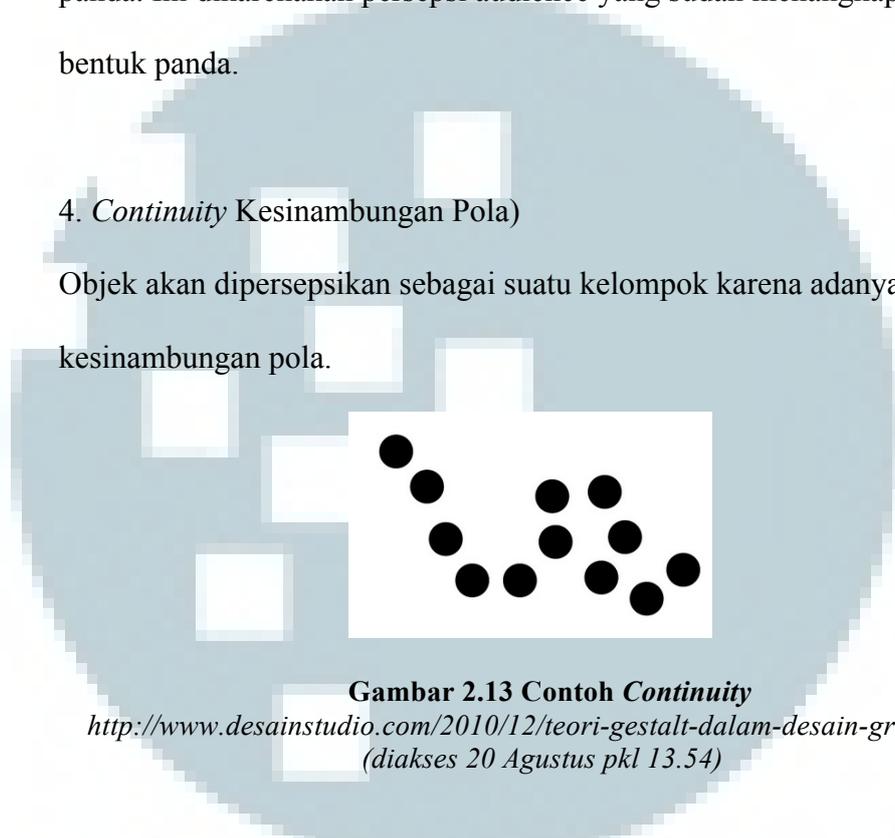
<http://www.desainstudio.com/2010/12/teori-gestalt-dalam-desain-grafis.html> (diakses 20 Agustus pkl 13.20)

Closure atau yang merupakan penutupan bentuk, dilihat dari gambar yang

merupakan logo WWF, di mana bentuk dari panda yang tidak tertutup seluruhnya, tetapi bentuk dari logo WWF tersebut tetap menyerupai panda. Ini dikarenakan persepsi audience yang sudah menangkap pola atau bentuk panda.

4. *Continuity* Kesenambungan Pola)

Objek akan dipersepsikan sebagai suatu kelompok karena adanya kesenambungan pola.



Gambar 2.13 Contoh *Continuity*

<http://www.desainstudio.com/2010/12/teori-gestalt-dalam-desain-grafis.html>
(diakses 20 Agustus pkl 13.54)

Titik – titik yang merupakan contoh dari prinsip *continuity* karena titik – titik ini membentuk sebuah pola yang membentuk sebuah garis sehingga pandangan manusia terarah akan garis tersebut.

5. *Figure Ground*

Sebuah objek bisa dilihat sebagai dua objek dengan permainan foreground dan background. Masing-masing bisa diidentifikasi sebagai objek tanpa harus membentuknya menjadi solid.



Gambar 2.14 Contoh Figure-Ground

<http://www.desainstudio.com/2010/12/teori-gestalt-dalam-desain-grafis.html> (diakses 20 Agustus pkl 14.05)

Contoh figure ground di atas apabila dilihat dengan seksama bagian putih dan bagian hitam membentuk dua bagian gambar. Bagian putih (*negative space*) membentuk gambar wajah manusia dari samping, sedangkan bagian hitam menggambarkan atau membentuk sebuah vas bunga, yang membentuk dua bagian gambar yang berbeda, figure and ground (bentuk dan latar belakang)

2.8 Infografis

2.8.1 Definisi dan Sejarah

Infografis yang dalam bahasa inggrisnya merupakan *infografis* terbagi dalam dua kata yaitu “*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 dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Secara formal, infografis didefinisikan sebagai visualisasi data atau ide yang mencoba menyampaikan informasi kompleks

kepada audiens dengan cara yang dapat sepat dikonsumsi dan mudah dipahami.

Dalam buku *The Information Design Handbook* (O'Grady 2008 : 18-20), Frank Thissen menjelaskan bahwa infografis merupakan presentasi informasi yang jelas dan efektif yang melibatkan pendekatan multi dan interdisipliner untuk komunikasi, menggabungkan keterampilan dari desainer grafis, authoring teknis dan non teknis, psikologi, teori komunikasi, dan studi budaya.

2.8.2 Klasifikasi Infografis

Onextrapixel mengatakan dalam artikelnya yang berjudul *Huge Infografis design resources : Overview, Principles, tips and example* yang ditulis oleh Bima Arafah pada tanggal 31 mei 2010 mengatakan bahwa klasifikasi infografis dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

1. Information type

a. Spatial

Informasi yang menjelaskan mengenai hubungan suatu posisi. Sebuah informasi secara terpisah, tetapi dihubungkan karena dikondisikan secara sama.

b. Chronological

Informasi yang menjelaskan mengenai sebuah proses atau menjelaskan memiliki hubungan satu sama lain.

c. *Quantitative*

Infografis yang menjelaskan mengenai sebuah skala, proporsi, perubahan, dan organisasi dalam ruang dan waktu.

2. *Infografis Device*

a. *Diagrams*

- *Icon* : menggambarkan secara visual kenyataan yang disederhanakan.
- *Sequence* : memperlihatkan atau menggambarkan perjalanan dari sebuah kejadian yang terjadi dan saling berhubungan satu sama lain.
- *Process* : memperlihatkan langkah demi langkah interaksi ruang dan waktu.
- *Timeline* : memperlihatkan kronologis kemajuan.
- *Exposition* : memperlihatkan detail atau point terpenting dari manusia yang tidak dapat dicerna manusia secara langsung.

b. *Maps*

- *Locator* : memperlihatkan lokasi dari sesuatu dalam hubungan yang berhubungan dengan sesuatu lainnya.
- *Data* : memperlihatkan jumlah informasi dalam suatu hubungan kepada lokasi geografi tersebut.
- *Schematic* : memperlihatkan abstrak representasi dari geografi, proses maupun kelanjutan.

c. *Charts*

- *Flow* : memperlihatkan besarnya perubahan selama satu waktu.
- *Bar* : memperlihatkan proporsi perbandingan sebuah besar maupun jarak.
- *Pie* : memperlihatkan seberapa besar penyaluran dari seluruh bagian
- *Organization* : memperlihatkan bagian dalam suatu struktur dan hubungan mereka satu sama lain.

3. *Communication method*

- a. *Static* : informasi yang dipresentasikan secara keseluruhan dalam satu pandangan waktu
- b. *Motion* : informasi yang dipresentasikan dengan berkelanjutan dalam satu waktu.
- c. *Interactive* : informasi yang dipresentasikan secara selektif berdasarkan pilihan pembaca.

2.9.1 Tipografi

Seperti yang dikatakan Suriyanto Rustan dalam bukunya yang berjudul *Hurufontipografi*, (2010:126) bahwa *type as information delivery*, maka, diperlukan sebuah tipografi, sehingga dapat menyampaikan informasi secara jelas.

1. Teori pemilihan *typeface*

Dalam bukunya Jim Kraus, yang berjudul *Type Idea Index* mengatakan mengkombinasikan font dapat digunakan. Tetapi harus kembali kepada aturan – aturan yang berlaku, penggunaan typeface harus tetap diperhatikan, dan juga harus diperhatikan harmonisasi antara font satu dengan lainnya. Memilih font yang kontras maupun yang komplementer untuk menimbulkan emphasis. Sehingga tidak membuat kejenuhan, namun informasi yang disampaikan terkesan “berbicara” kepada pembaca.

2.9.2 Teori komposisi dan *layout*

1. *Grid System*

Dalam buku *The Information Design Handbook* (O’Grady, 2008:98), para desainer diwajibkan 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 system *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. System *grid* akan menciptakan kejelasan visual melalui organisasi, pergerakan, dan pengelompokan.

O’Grady (2008:100) mengatakan bahwa ketentuan dasar dari system *grid* meliputi *margin*, kolom, dan *gutter*. Penambahan

garis horizontal akan mengesankan adanya visual tambahan. Penambahan garis horizontal yang paling umum adalah “*hanging line*” (menggantung baris) atau “*flow line*” (garis yang mengalir). Ini semua kembali lagi kepada kompleksitas layout. Gerakan dalam grid dapat mempengaruhi seberapa lama pembaca akan bertahan dalam menikmati sebuah desain. Hirarki dalam konteks desain grafis diartikan pada urutan informasi *pictorial* dan tipografi yang di-set sehingga penonton dapat dengan cepat memperoleh pemahaman mengenai kepentingan relatif mereka. Pertama, *quick grab* atau peninjauan luas. Pengguna akan mencari pesan mendasar, dan bahwa hanya dalam hitungan detik mereka sudah menemukan informasi yang mereka dapatkan. Penggunaan warna, anomali, kontras dramatis akan mempengaruhi *focal point* sebuah desain. *Focal point* sangat mempengaruhi perhatian penonton. Sangat kuat mempengaruhi peninjauan pembacaan mereka dalam menangkap informasi yang ada.

2.4 Teori Sign System

2.2.1 Semiotika

Nothing is a sign unless it is interpreted as a sign', declares Peirce (Peirce 1931-58, 2.172). Menurut Daniel Chandler dalam artikelnya yang berjudul *Semiotics for beginners*, apapun dapat menjadi sebuah *sign* selama seseorang menginterpretasikan hal tersebut sebagai sebuah *signifying* yaitu

mengacu kepada sesuatu atau menjelaskan tentang sesuatu tersebut.

Saussurean, yang merupakan pemahaman tentang semiotika yang menggunakan teori Saussure sudah banyak di adopsi saat ini. Saussure menggunakan *linguistic sign*, yaitu di mana hal tersebut merupakan “mendengar” secara psikologi mereka, yang nantinya akan menjadi persepsi mereka, yang akan diberikan oleh indra mereka. Seperti yang dikatakan oleh Susanne Langer dalam artikel ini, bahwa “*symbols are not proxy for their objects, but are vehicles for the conception of objects*” . Menggunakan sebuah symbol diperlukan dalam perancangan sign system ini, sehingga dapat mengajak masyarakat berfikir sehingga dapat membentuk masyarakat yang proaktif.

Manusia tidak dapat secara langsung menafsirkan sebuah tanda dengan apa yang belum familiar dengannya, karena manusia belum terbiasa dengan hal tersebut. Maka dari itu, dalam pembuatan sebuah *sign system* haruslah menggunakan *signifier* yang merupakan penjelasan konsep dari *signified* tersebut. Seperti yang dikatakan Richard L.W. Clarke dalam artikelnya yang berjudul *Language*.

“*A language is a system of signs (e.g. gestures, vocal sounds or written symbols) that encodes information*”.

Richard mengatakan bahwa bahasa merupakan sistem dari *sign* itu sendiri. Meetham pun juga mengatakan dalam buku karangan Jos Daniel Parera, yang berjudul *Teori Semantik*,

“*if we regard language as ‘expressive’ or ‘communicative’*

we imply that it is an instrument of inner mental states. And as we know so little of inner mental states, even by the most careful introspection the language problem becomes more mysterious the more we try to explain it by referring it to inner mental happenings which are not observable. By regarding words as acts, events, habits, we limit our inquiry to what is objective in the group life of our fellows”

bahwa semakin kita menjelaskan dengan bahasa, persepsi dalam batin seseorang akan semakin tidak menangkap.

2.4.1 Kebutuhan Akan Sign System

Dengan berkembangnya zaman, dunia desain pun ikut berkembang seperti yang dikatakan dalam buku *Wayfinding Designing and Implementing Graphic National System* karangan Craig M. Berger tahun (2005:20-21) yang mengatakan bahwa banyak faktor di mana kita membutuhkan sebuah *sign system*. Yaitu :

1. *The rise of modern architecture*

Seiring dengan perkembangan jaman, gedung maupun tempat umum lainnya terus mengalami perubahan identitas secara arsitektur maupun *sign system* maupun infografis tempat atau bangunan itu sendiri seperti seni arsitektur, sehingga perlu dibutuhkan sebuah tanda atau penunjuk arah di tempat – tempat tersebut. Sedangkan, bangunan erat hubungannya dengan *sign system* maupun infografis itu

sendiri untuk menunjukkan arah dan untuk menunjukkan mengenai sebuah tempat.

2. *A complex yet specialized world*

Hari – hari ini dunia terus mengalami perubahan, kompleks, dan terbagi menjadi beberapa bagian. Di saat toko grosir menjadi sebuah supermarket, hospital healthcare center, dan stadiums sport complexes. *Sign system* memainkan peranan khusus di sini. Sehingga masyarakat membutuhkan akan sign system ini.

3. *Transient Identity*

Sebelum abad ke 20, gedung – gedung bangunan memiliki identitas yang *last of lifetime*, tetapi saat ini, bangunan sudah berganti nama, fungsi dan identitas secara cepat. Sehingga, orang yang bertempat tinggal sementara di sebuah tempat dapat mengerti mengenai tempat yang dituju.

2.5 Tipografi

2.5.1 Teori Huruf Sebagai Elemen Desain.

Selain sebagai salah satu unsur desain, tipografi seperti yang disebutkan dalam buku karangan Suriyanto Rustan, yang berjudul *Hurufontipografi* tahun (2010:126), yang mengatakan bahwa tipografi memiliki tiga sifat yaitu :

1. *Type as information delivery*

Di mana tipografi sebagai penyampai sebuah informasi, tanda pengenal, maupun penunjuk arah. Di sini, *legibility* dan *readability* sangat berperan penting. Sehingga dalam perancangan sebuah *sign system* atau yang disebut dengan penunjuk arah yang memberikan informasi, dibutuhkan tipografi dalam pembuatannya.



Gambar 2.15 *Type as information delivery*

<http://www.fusion.com.au/blog/archive/2006/05/16/Street-signage-with-style-and-function.aspx>
(diakses 1 September 2013 pkl 11.05)

contoh bahwa *type* sebagai penyampai pesan, terlihat pada contoh yang merupakan *sign system* di Australia.

2. *Type as text*

Di mana tipografi sebagai penyampai pesan sang penulis. Teks mendapatkan penanganan khusus faktor optis. *Legibility* dan *readability* sangat berperan penting di sini.



Gambar 2.16 *Type as text*

<http://dgi-indonesia.com/buku-baru-karya-surianto-rustan-hurufontipografi/>
(diakses 1 September 2013 pkl 12.06)

type (huruf) sebagai teks terlihat pada contoh yang merupakan penjelasan dari sejarah tipografi.

3. *Type as image*

Tipografi sebagai penyampai pandangan sikap ekspresi dan kreatif. *Legibility* dan *readability* sangat berperan penting di sini.



Gambar 2.17 Type as Image

<http://gawno.com/2009/05/micrography-text-art-and-typography/>
(diakses 1 September 2013 pkl 13.10)

2.5.2 Teori Klasifikasi Huruf Menurut Jenisnya

Surianto Rustan dalam bukunya yang berjudul *Hurufontipografi*, mengatakan bahwa ada dua jenis huruf *Sans serif* dan *Serif*.

1. *Sans Serif*

Sans serif yang berarti tanpa serif, muncul tahun 1816 dan digunakan sebagai *display type* karena huruf ini belum terlalu populer di kalangan masyarakat. Biasanya, huruf jenis ini digunakan untuk papan nama (*signage*), karena jenis hurufnya yang sederhana, sehingga memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi.

The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog

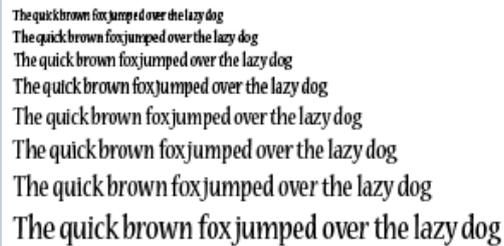
Gambar 2.18 Contoh Sans Serif

Dokumentasi pribadi

terlihat jelas pada contoh bahwa tingkat keterbacaan (*readability*) huruf sans serif lebih tinggi walaupun dengan ukuran kecil dengan ukuran 6 pt karena tidak memiliki *serif* atau kait di bagian ujung dari huruf sehingga tingkat keterbacaannya lebih tinggi dibanding *sans serif*

2. Serif

Serif merupakan semacam tambahan khusus berbentuk seperti kait atau *terminal*. Contoh *typeface* serif seperti Garamond.



The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog
The quick brown fox jumped over the lazy dog

Gambar 2.19 Contoh serif
Dokumentasi pribadi

Dapat terlihat perbedaannya bahwa *sans serif* dengan ukuran huruf yaitu 6 pt, tingkat keterbacaannya masih kurang berbeda dengan *sans serif* yang tingkat keterbacaannya lebih tinggi daripada *serif*.

2.5.3 Rules of Choicing Typeface

Pemilihan font juga harus dipertimbangkan dari segi keterbacaannya.

Seperti yang tertulis pada buku karangan Rob Carter yang berjudul *Digital color and type*, (2002:150) untuk menampilkan hasil yang baik,

para desainer harus mengikuti beberapa aturan dalam pembuatan *signage*.

Yaitu :

1. *Choose classical, time tested, typeface with a proven track record*

Pilihlah *fontype* yang klasik maupun *typeface* yang teruji waktu karena *typeface* tersebut memiliki konsistensi karakter, dan hal tersebutlah yang membuat sebuah kata – kata menjadi jelas. Samsat pada umumnya, belum memiliki *typeface* khusus yang dipergunakan untuk *sign system* itu sendiri, maka diperlukannya sebuah font khusus guna *re - design sign system* di Samsat Ciledug ini.

2. *Be mindful not to use too many different typefaces at any one time*

Walaupun variasi dibutuhkan dalam *re design sign system* ini, tetapi penggunaan *typeface* harus diperhatikan. Dalam menggunakan *typeface*, jangan menggunakan lebih dari dua *typeface*, karena akan membuat pembaca bingung membedakan antara yang penting dan tidak penting.

3. *Avoid combining typefaces that are too similar in appearance*

Mengkombinasikan huruf juga diperlukan dalam mengattractive pembaca. Tetapi perlu diingat kembali untuk memilih *typeface* yang memiliki perbedaan.

2.6 Warna

Seperti dalam buku *What is Illustration*, karangan Lawrence Zeegen (2009) mengatakan bahwa warna memiliki komunikasi yang baik dalam menarik perhatian pengunjung, “*color can communicate so well that the artist must be aware of the choices of being made, and of how an audience might respond to certain colors.*”

Dalam buku karangan Craig M Berger, yang berjudul *Wayfinding designing and implementing graphic National system*, (2005:49) mengatakan perbedaan antara *foreground* dan *background* harus memiliki tingkat kontras warna 60 persen antara *typeface* dengan *background*. Ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki kebutuhan khusus. Seperti buta warna maupun presbiopi.

Supriyono, dalam buku karangannya yang berjudul *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi*, mengatakan bahwa kekuatan warna sangat dipengaruhi oleh *background*. Seperti yang tertera pada gambar di bawah, yang merupakan contoh di mana kotak persegi dengan warna merah yang sama, tetapi dengan background warna yang berbeda akan menghasilkan efek kontras yang berbeda serta kesan yang berbeda pula.

2.7 Jarak dan Lokasi

2.7.1 Teori penempatan *sign system*

Dalam buku Suriyanto Rustan yang berjudul *Layout* (2008:21), mengatakan

bahwa penempatan untuk tingkat keterbacaan yang baik harus diperhatikan. *Banner*, poster, sign system memiliki tingkat keterbacaan yang berbeda, begitu pula dengan infografis dan sign system di Samsat Ciledug. Karena pengunjung berdatangan dari samping kiri, maka, *sign system* akan dirancang sesuai dengan kedatangan pengunjung.

2.7.2 Teori jarak penempatan *public signage*

Craig M Berger dalam bukunya *Wayfinding designing and implementing graphic National system* menambahkan *public signage* diletakkan 30 cm dari jalan, untuk memberi jarak pengemudi untuk parkir.

2.10 Material dan Lokasi

2.10.1 Material

Seperti yang tertulis pada buku *The Wayfinding Handbook Information Design for Public Places* (Gibson, 2009:10), dalam menentukan lokasi pemasangan informasi grafis, desainer harus dapat memahami ruang untuk peletakkan dan urutan pesan atau informasi yang disampaikan. Ini akan menjadi panduan desainer dalam menentukan di mana dan bagaimana penempatan tanda-tanda dalam sistem.

Gibson mengatakan pula dalam bukunya *The Wayfinding*, dalam pembuatan sign system memerlukan membuat keputusan mengenai elemen kunci tanda formal bentuk, bahan, dan konstruksi dengan mempertimbangkan pengaturan sistem mereka, maksud desain,

pesan, dan penonton (*audience*). Jika proyek yang kompleks dan memerlukan sekelompok besar jenis tanda, mudah untuk menjadi kewalahan oleh semua variabel desainer berpengalaman mudah untuk 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.

Material sangat menentukan cara dan di mana informasi dapat diterapkan di media tersebut. Maka, pemilihan material atau bahan menjadi faktor utama dalam pembuatan *sign system* maupun infografis. Berikut ini merupakan material – material yang dibahas dalam buku “*Construction and Design manual Wayfinding and Signage*” karangan Phillip Mauser dan Daniela Pogade.

1. Aluminium

Material ini merupakan lembaran yang substrat. Tanpa perawatan tertentu, tetapi juga di cat dapat memberikan perlindungan anti korosi.



Gambar 2.20 Aluminium

www.powell.co.uk (diakses 2 September 2013 pkl 10.02)

2. Kaca

Signage yang terbuat dari bahan kaca maupun akrilik memberikan kesan elegan karena medianya transparan, informasi yang disampaikan dapat diterpskan dua sisi (bolak balik).

Tetapi, kontras antara latar belakang dan informasi harus cukup kontras. Warna yang dipilih juga harus kompatibel dengan refleksi dikarenakan bahan kaca dan akrilik yang sangat halus dan menimbulkan reflektif. Selain itu, kaca bersifat elektrostatis sehingga dapat menarik debu.



Gambar 2.21 Kaca

www.dexigner.com (diakses 2 September 2013 pkl 10.16)

3. Vinil

Kain atau terpal vinil bahannya relatif murah dan sangat efektif. Bahannya memiliki bermacam – macam kualitas. Dari jaring-jaring kasar hingga kanvas berkualitas tinggiagar dapat dilihat lebih jauh, perlu pertimbangan dari tekstur dan resolusi

material dicetak. Bahan cetakan harus kuat dan dapat mempertahankan warnanya.



Gambar 2.22 Vinyl dengan Tekstur Kayu

<http://topkacafilm.blogspot.com/2009/11/25-best-blogs-2009.html> (diakses 2 September 2013 pkl 10.20)

4. Kayu

Kayu digunakan sebagai penunjuk arah ketika informasi tersebut akan dicat atau diukir ke dalamnya. Umumnya, *signage* kayu digunakan untuk proyek – proyek yang berhubungan dengan alam. Tetapi ini semua tergantung dari kondisi cuaca dan perawatan atau perlindungan seperti apa yang ingin diterapkan.



Gambar 2.23 Kayu

<http://www.woodandwoodsigns.com/> (diakses 2 September 2013 pkl 10.29)

5. Digital

Signage digital adalah pilihan yang sangat fleksibel untuk penunjuk dalam situasi perubahan informasi yang terus menerus. Contohnya seperti signage di *airport* untuk memberi informasi keberangkatan dan kedatangan pesawat.



Gambar 2.24 Digital signage

www.digitalsignageblog.com (diakses 2 September 2013 pkl 10.35)

6. Hand Carving

Hand carving umumnya terdiri dari kayu, batu, atau sejenisnya yang tentunya dapat di bentuk secara manual oleh pemahatnya. Kualitas proses produksi tergantung dari *skill* pemahatnya. Bahan ini memiliki daya tahan yang lama (*durability*), dapat diisi dengan berbagai macam warna (*unlimited fill color*), dan biaya perawatan yang relative murah.



Gambar 2.25 Hand carving

www.custommade.com (diakses 2 September 2013 pkl 10.50)

2.10.2 Lokasi

Lokasi penempatan desain petunjuk jalan, seperti yang dijelaskan dalam bukunya yang berjudul *Signage and Wayfinding Design – A Complete Guide to Creating Enviromental Graphic Design System* (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 Enviromental Graphic menjawab pertanyaan ini dengan meninjau gambar rencana proyek, yang menggambarkan suatu situs atau bangunan dari atas, dan menandai mana sirkulasirute dan penentuan titik.

Calori dalam bukunya *Signage and Wayfinding Design – A Complete Guide to Creating Enviromental Graphic Design System* (Calori,

2007:17), menjelaskan mengenai 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 *Environmental Graphic*. Plastik mungkin adalah bahan utama yang bunglon, dalam arti plastik dapat 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.

U M N