



### **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. *Signage*

##### 2.1.1. Definisi *Signage*

*Signage* dalam bahasa Indonesia disebut sebagai rambu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) rambu /ram·bu/ adalah patok atau tiang (untuk batas); tanda atau petunjuk; rambu-rambu lalu lintas. Jika merujuk pada pengertian di atas, kata rambu terlalu sempit untuk mewakili kata *signage*. Maka selanjutnya dalam perancangan laporan ini akan menggunakan kata *sign* atau *signage*.

Berdasarkan Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English *sign* atau *signage* merupakan sebuah objek yang memberi informasi atau instruksi dalam bentuk tertulis ataupun simbolik kepada masyarakat. Menurut pengertian di atas, sebuah *signage* selalu berkaitan dengan pesan atau informasi yang ingin disampaikan dan menimbulkan respon dari penerima pesan.

Menurut Gibson (2009) *signage* merupakan sebuah objek yang memberikan arahan dan membantu manusia dalam menavigasi suatu ruang atau tempat yang ditemui setiap hari. Setiap *signage* memiliki fungsi dan konten tertentu yang disebut sebagai pesan. Pesan tersebut dapat berupa simbol, gambar, atau kata-kata (hlm. 12, 46). Trulove (2000) menambahkan bahwa setiap *signage* harus memiliki pendekatan terhadap ruang, bentuk, struktur, cahaya, material,

warna dan sirkulasi sehingga dapat menyampaikan pesan dengan jelas dan konsisten (hlm. 11).

### **2.1.2. Sejarah *Signage***

Awalnya banyak desainer *wayfinding* yang merupakan orang-orang kelahiran masa perang dunia II, di mana mereka mengalami kondisi politik, lingkungan serta sosial seperti perang vietnam dan permasalahan lainnya pada tahun 1970an. Dimotivasi rasa senasib dan semangat kreatif, secara bertahap mereka membawa bidang *wayfinding* ke abad 21 berdasarkan pengalaman desain yang ada pada periode sebelumnya.

Pada masa perang dingin 1960, para kritikus, pelajar, dan desainer merasa bahwa pertumbuhan kota yang semakin kompleks membutuhkan sebuah perancangan penunjuk arah. Ilmu ini kemudian disebut sebagai desain *signage* atau *sign system*, *environmental graphic design*, dan *wayfinding*. Seiring berjalannya waktu, beberapa individu dan perusahaan mulai fokus dalam bidang perancangan *signage*. Beberapa perusahaan juga menawarkan jasa lainnya seperti perancangan produk, interior dan identitas perusahaan (Gibson, 2009, hlm.13-14).

### **2.1.3. Fungsi dan Peranan *Signage***

*Signage* memiliki beberapa fungsi bagi manusia. Menurut Gibson (2009) *signage* memberikan arahan dan sarana informasi untuk membantu manusia merasa nyaman saat berada di suatu lokasi. *Signage* membuat seseorang mengetahui bagaimana mencapai tujuannya, di mana mereka berada, apa yang terjadi di sana, dan bagaimana cara untuk keluar (hlm. 12-13). Gibson menambahkan bahwa

sebuah *signage* dapat menjadi sarana yang efektif dalam membangun dan mengembangkan sebuah *brand* (hlm. 68).

Hal tersebut dikuatkan pula oleh SEGD (*The Society for Experiential Graphic Design*) dalam artikel "Signage" (2014) yang menyebutkan bahwa *signage* mengacu pada sebuah sistem informasi yang berguna untuk memandu manusia melewati suatu area dan menambah pengetahuan serta pengalamannya mengenai tempat tersebut. *Signage* menimbulkan perasaan aman dan nyaman. SEGD juga menambahkan bahwa sebuah *signage* menunjukkan keunikan dari suatu wilayah dan menarik, melibatkan, serta mengarahkan penggunanya untuk bergerak.

Gibson menyebutkan bahwa *signage* berperan dalam berbagai bidang dalam kehidupan manusia, antara lain:

1. Pendidikan dan Budaya

Sekolah dan universitas, museum, pusat kebudayaan, kebun binatang, dan akuarium



Gambar 2.1. Monash University *Signage*  
([www.buronorth.com/expertise/monash-university](http://www.buronorth.com/expertise/monash-university))

## 2. Perhotelan

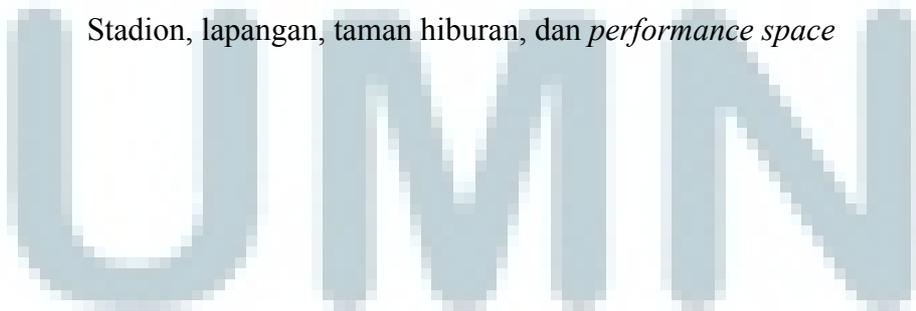
Hotel, *resort*, dan *convention center*



Gambar 2.2. Hotel Kanra Tokyo Signage  
([www.artless.co.jp](http://www.artless.co.jp))

## 3. Olahraga dan Hiburan

Stadion, lapangan, taman hiburan, dan *performance space*





Gambar 2.3. Stromberg Stadium *Signage*  
([www.ashton-design.com/work/jhu-babb-field](http://www.ashton-design.com/work/jhu-babb-field))

4. Perumahan Komersial

Gedung dan kawasan yang terintegrasi dengan perumahan, perhotelan dan pusat perbelanjaan



Gambar 2.4. Shinsegae International *Signage*  
([www.architizer.com/projects/shinsegae-international](http://www.architizer.com/projects/shinsegae-international))

5. Perusahaan

Kantor pribadi, kantor pusat, kantor cabang atau waralaba



Gambar 2.5. 3M Australian HQ *Signage*  
([www.there.com.au/work/3M\\_headquarters\\_signage](http://www.there.com.au/work/3M_headquarters_signage))

6. Retail

Toko, *department store*, mall dan pusat perbelanjaan



Gambar 2.6. H.A.N.D.S Shopping Mall *Signage*  
([www.enviromeant.com/h-a-n-d-s-shopping-mall](http://www.enviromeant.com/h-a-n-d-s-shopping-mall))

7. Kesehatan

Rumah sakit, klinik dan pusat penelitian



Gambar 2.7. Umeda Hospital Signage  
([www.ndc.co.jp/works/ws\\_umeda](http://www.ndc.co.jp/works/ws_umeda))

8. Pemerintah

Kantor pemeritahan, ruang publik, taman umum dan pusat kota



Gambar 2.8. Parque Moinhos de Vento Signage  
([www.ericpautz.com/Parcao](http://www.ericpautz.com/Parcao))

## 9. Transportasi

Bandara, stasiun, terminal dan pelabuhan (hlm. 20-21).



Gambar 2.9. Eurostar *Signage*  
([www.transportdesign.com/work/eurostar&id=179](http://www.transportdesign.com/work/eurostar&id=179))

### 2.1.4. Kategori *Signage*

Sebuah *signage* menghubungkan beragam manusia walaupun tidak memiliki bahasa dan tujuan yang sama, dengan mengarahkan mereka pada suatu tempat dengan sebuah sistem komunikasi. Kompleksitas sebuah *signage* bergantung pada luas area yang ingin dirancang. Membangun *signage* untuk sebuah bangunan dapat memakan waktu beberapa bulan, sedangkan untuk sistem kereta dapat bertahun-tahun. Gibson (2009) mengelompokkan *signage* menurut tingkat kompleksitasnya menjadi:

#### 1. *Individual Sign*

Sebuah landmark atau tanda utama



Gambar 2.10. Hollywood Sign  
([www.roadtrippers.com/us/hollywood-ca/points-of-interest/hollywood-sign](http://www.roadtrippers.com/us/hollywood-ca/points-of-interest/hollywood-sign))

2. *System Signage*

*Signage* untuk berbagai lokasi, cabang, atau waralaba yang dijalankan oleh pengelola yang sama



Gambar 2.11. Nike Lenox Square Signage  
([www.nike.com/us/en\\_us/retail/en/nike-lenox-square](http://www.nike.com/us/en_us/retail/en/nike-lenox-square))

3. *Wayfinding for Building Complexes*

*Signage* beberapa gedung, baik pribadi maupun umum



Gambar 2.12. Segreen Business Park *Signage*  
([www.flickr.com/photos/lombardini22](http://www.flickr.com/photos/lombardini22))

4. *Campus Wayfinding*

*Signage* beberapa bangunan yang dioperasikan bersama dalam satu wilayah, umumnya merupakan sebuah kelembagaan



Gambar 2.13. University of Washington *Signage*  
([www.studiomatthews.com/work/university-of-washington-wayfinding](http://www.studiomatthews.com/work/university-of-washington-wayfinding))

5. *Network Signage*

Penunjuk arah untuk beberapa pemberhentian dalam satu arah, seperti bus, kereta, atau jalan raya



Gambar 2.14. Birmingham City Centre Interchange *Signage*  
([www.searchsystem.co/post/149294416537/city-id-birmingham-city-centre-interchange](http://www.searchsystem.co/post/149294416537/city-id-birmingham-city-centre-interchange))

6. *Open Space Signage*

*Signage* eksterior untuk taman, jalan, atau pusat kota



Gambar 2.15. Queens Park *Signage*  
([www.studiobinocular.com/2013/02/queens-park-wayfinding](http://www.studiobinocular.com/2013/02/queens-park-wayfinding))

7. *Building Signage*

*Signage* untuk sebuah struktur tunggal, baik interior maupun eksterior (hlm. 22-23).



Gambar 2.16. Bendigo Library *Signage*  
([www.hofstede.com.au/projects/bendigo-library](http://www.hofstede.com.au/projects/bendigo-library))

Gibson melanjutkan bahwa setiap *signage* memiliki fungsi dan menyampaikan informasi yang beragam. Berdasarkan hal tersebut *signage* dikategorikan menjadi:

1. *Identification Signs*

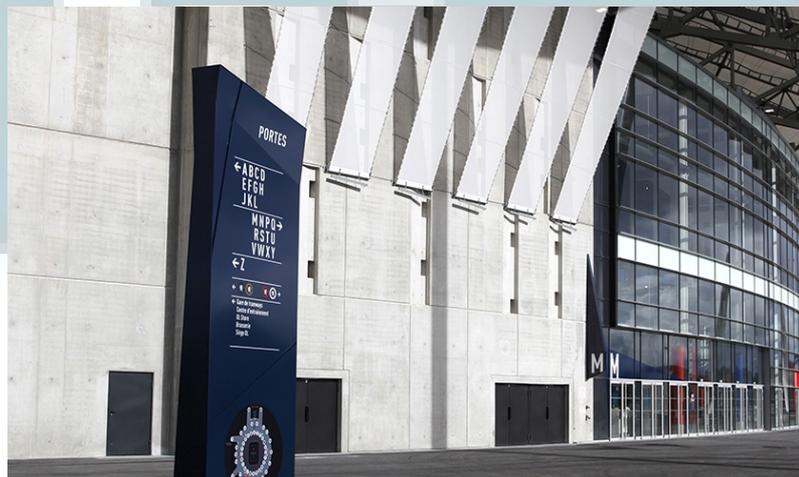
*Identification signs* membangun identitas sebuah tempat, mencakup semua kualitas yang dimiliki termasuk kepribadian, karakter, bahkan sejarah dari tempat tersebut. *Signage* ini diletakkan di sebuah lokasi, memberinya tanda secara visual dan membuatnya berbeda dari tempat lain. *Signage* ini menyampaikan informasi mengenai tempat tersebut serta apa yang ada di dalamnya. Gibson menambahkan bahwa *signage* ini dapat menampilkan identitas menggunakan logo atau gambar sebenarnya.



Gambar 2.17. The New York Times Building *Identification Signage*  
([www.pentagram.com/#!/projects/87118?our\\_works=1454,all,rel](http://www.pentagram.com/#!/projects/87118?our_works=1454,all,rel))

## 2. *Directional Signs*

*Directional signs* membentuk suatu pola pergerakan di dalam sebuah tempat. Hal ini disebabkan karena *signage* ini berfungsi untuk mengarahkan penggunanya ke berbagai tujuan. *Directional signs* memberikan informasi mengenai apa yang akan ditemukan pada arah yang dituju. Informasi yang disampaikan berkaitan dengan aksesibilitas dan keselamatan, sehingga informasi harus singkat, jelas, dan mudah dimengerti. *Signage* ini menampilkan teks, simbol dan tanda panah.



Gambar 2.18. Parc Olympique Lyonnais *Directional Signage*  
([www.populous.com/project/parc-olympique-lyonnais-signage](http://www.populous.com/project/parc-olympique-lyonnais-signage))

## 3. *Orientation Signs*

*Signage* ini berfungsi untuk menggambarkan keadaan di lokasi tertentu dalam bentuk peta atau direktori. *Orientation signs* juga menyampaikan informasi mengenai penggunaan fasilitas dan sistem operasionalnya.



Gambar 2.19. Silesian Museum *Orientation Signage*  
([www.studioblank.pl/en/silesian-museum-outside](http://www.studioblank.pl/en/silesian-museum-outside))

#### 4. *Regulatory Signs*

Berperan mengatur penggunaan suatu area berdasarkan aspek keselamatan, keamanan, dan fungsinya. *Signage* ini berisi perintah dan larangan untuk mengatur perilaku masyarakat serta melarang aktivitas tertentu di dalam area tersebut. Pemilihan kata yang tepat harus diperhatikan agar informasi dapat disampaikan dengan jelas tanpa membuat pengunjung merasa tidak nyaman (hlm. 47-55).



Gambar 2.20. Burgess Park *Regulatory Signage*  
([www.fwdesign.com/burgess-park](http://www.fwdesign.com/burgess-park))

### 2.1.5. Antropometri

Antropometri berasal dari kata '*anthropos*' yang berarti manusia dan '*metron*' yang berarti ukuran. Secara definitif antropometri merupakan sebuah bidang keilmuan yang mempelajari pengukuran tubuh manusia untuk merumuskan perbedaan setiap individu, kelompok, dan lain sebagainya. Panero dan Zelnik (1979) berpendapat bahwa antropometri berperan penting dalam sebuah proses perancangan. Hal ini disebabkan karena faktor manusia merupakan bagian tak terpisahkan dari proses tersebut. Beberapa faktornya yaitu umur, jenis kelamin, suku bangsa, dan kelompok pekerjaan. Antropometri bertujuan untuk memberikan keamanan, keselamatan, dan kenyamanan bagi manusia.

Dimensi yang digunakan dalam proses perancangan ini yaitu dimensi struktural, atau yang sering disebut sebagai dimensi statik dimana mencakup pengukuran bagian tubuh manusia seperti kepala, badan, dan anggota tubuh

lainnya. Dengan adanya beragam ukuran pada tubuh manusia, besar nilai rata-rata menjadi tidak begitu penting, hal yang harus diperhatikan adalah rentang nilai yang ada. Data antropometri dapat menentukan bentuk, ukuran, dan dimensi dari *signage* yang akan dibuat (hlm. 11-25).

Panero dan Zelnik melanjutkan bahwa secara antropometrik, rentang pergerakan kepala manusia yang nyaman dalam bidang horizontal sebesar 45 derajat ke arah kiri atau kanan. Sedangkan dalam bidang vertikal mulai dari 0 derajat hingga 30 derajat.

Melalui proses akomodasi, mata manusia secara otomatis memusat pada sebuah objek dalam jarak tertentu. Menurut mereka jarak minimal dari pengguna ke sebuah *signage* yaitu 33 cm hingga 40.6 cm, jarak optimal sebesar 45.7 cm hingga 55.9 cm, dan jarak maksimal sebesar 71.7 cm hingga 73.3 cm. Hal tersebut juga berkaitan dengan ukuran *signage* serta pencahayaannya (hlm. 289-293).

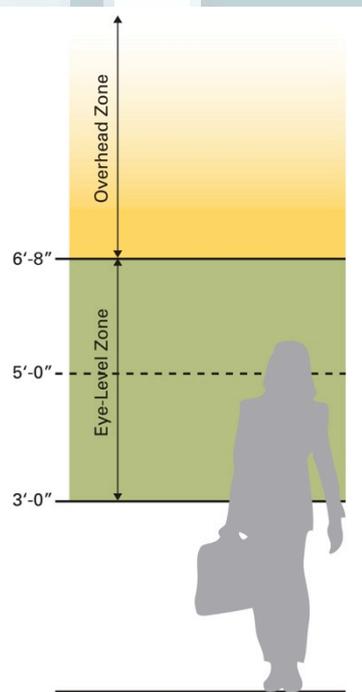
#### **2.1.6. Penempatan *Signage***

Menurut Calori dan Eynden (2015) ketinggian dan cara pemasangan sebuah *signage* ditentukan oleh lokasi, jarak pandang, dan tingkatan informasi yang disampaikan. Terdapat dua lokasi utama penempatan sebuah *signage* yaitu area *overhead* dan area *eye-level*.

Pada umumnya *signage* interior yang menyampaikan informasi utama diletakkan pada area *overhead*, sedangkan *signage* yang berisi informasi detail diletakkan di area *eye-level*. Hal itu disebabkan agar informasi utama berada cukup tinggi sehingga tidak terhalang oleh manusia, kendaraan, tanaman ataupun

benda lainnya. Informasi detail diletakkan di area *eye-level* agar mudah terbaca dan dipahami. Menurut mereka terdapat keadaan dimana *overhead sign* tidak diperlukan atau bahkan terjadi pengulangan informasi pada kedua *sign* tersebut.

Area peletakkan *eye-level sign* kurang lebih 91.4 cm hingga 203.2 cm di atas lantai. Sedangkan area peletakkan *overhead sign* di atas 203.2 cm. Jika *signage* yang berisi informasi detail diletakkan di bawah 91.4 cm atau di atas 203.2 cm akan banyak orang yang berhenti untuk membacanya (hlm. 204).



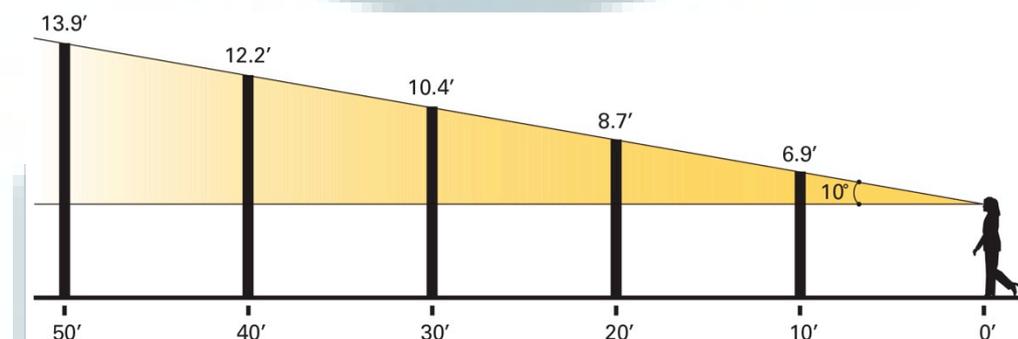
Gambar 2.21. Area *Overhead* dan Area *Eye-Level*  
(Signage and Wayfinding Design, 2015)

Calori dan Eynden melanjutkan bahwa *signage* eksterior memiliki penempatan yang agak berbeda. *Signage* untuk pejalan kaki yang berisi informasi detail, seperti peta suatu wilayah atau jadwal bus, diletakkan pada area *eye-level*

agar mudah dibaca. *Directional sign* diletakkan pada area *overhead* sehingga tidak tertutup objek lain.

*Signage* untuk pengendara bermotor harus singkat, jelas, dan mudah dimengerti. Pada jalan raya dengan kendaraan berkecepatan tinggi, informasi yang disampaikan terbatas pada satu atau dua kata. Pada kecepatan rendah, pengendara dapat menyerap informasi yang lebih banyak, seperti saat berada di persimpangan jalan atau lampu lalu lintas.

Calori dan Eynden menambahkan bahwa terdapat faktor penting lain dalam penempatan sebuah *signage*, yaitu sudut penglihatan manusia yang terbatas. Dengan demikian *sign* harus diletakkan pada jangkauan penglihatan manusia ketika melihat lurus ke depan. Secara horizontal, sudut penglihatan sebesar 20 derajat hingga 30 derajat. Sedangkan secara vertikal, sudut penglihatan sebesar 10 derajat hingga 15 derajat ke atas atau bawah (hlm. 205-207).



Gambar 2.22. *Signage* pada Sudut Penglihatan 10 Derajat (Signage and Wayfinding Design, 2015)

### 2.1.7. Material

Menurut Gibson (2009), terdapat beberapa material yang dapat digunakan dalam proses perancangan *signage*, antara lain:

#### 1. Metal

Metal merupakan bahan yang paling umum digunakan dalam pembuatan *signage* karena sifatnya yang mudah dibentuk dan tahan lama. Bahan ini dapat digunakan sebagai kerangka konstruksi maupun sebagai lapisan permukaan. Metal dapat di-*finishing* dengan berbagai cara seperti *polishing*, *brushing*, atau satin. Elemen grafis dapat diterapkan dengan proses *engraving*, *carving*, *painting*, atau *enamel*.

##### a. Aluminium

Aluminium memiliki banyak kelebihan. Bahan ini dapat ditampilkan dalam keadaan alaminya ataupun dilapisi cat, berwarna abu-abu, biayanya rendah, mudah untuk didaur ulang, ringan, dan tahan karat.

##### b. *Stainless steel*

Bahan ini memberikan kesan modern, berwarna abu-abu, biaya tinggi, mudah didaur ulang, sangat tahan lama, berat, tahan terhadap kotoran dan karat.

##### c. Perunggu

Merupakan perpaduan antara tembaga dengan timah, memberikan kesan klasik, berwarna kuning tua, biaya tinggi, dapat didaur ulang, lunak, tahan lama, berat, mudah berkarat.

d. Kuningan

Kuningan merupakan campuran antara tembaga dengan seng, berkilau, berwarna kuning, biaya sedang, lunak, tahan lama, berat sedang, mudah berkarat.

2. Kaca

Kaca sering diaplikasikan untuk *signage* interior maupun eksterior. Pada bagian belakang atau sisi *signage* dapat diberikan lampu. Beberapa proses yang dapat diaplikasikan pada permukaan kaca yaitu *painting*, *etching*, *carving*, dan *sandblasting*. Elemen grafis dapat diterapkan pada bagian permukaan, dalam, maupun belakang *sign*.

a. *Float*

Kaca datar, berwarna kehijauan, kekuatan rendah hingga menengah, daya tahan baik, biaya rendah, dapat didaur ulang.

b. *Low emissivity*

Kaca dengan lapisan tipis untuk menahan panas, berwarna putih, sangat kuat, daya tahan tinggi, dapat dilaminasi, biaya tinggi, dapat didaur ulang.

c. Borosilikat

Unsur elemen yang mencegah perubahan suhu secara mendadak, kekuatan sedang hingga tinggi, daya tahan tinggi, dapat dilaminasi, biaya tinggi, dapat didaur ulang.

d. *Fritted*

Pola keramik diterapkan pada permukaan, sangat kuat, daya tahan tinggi, dapat dilaminasi, biaya menengah hingga tinggi, dapat didaur ulang.

e. *Tempered*

kaca yang telah dilaminasi, sangat kuat, daya tahan tinggi, biaya rendah hingga sedang, telah diproses secara kimiawi.

f. *Laminated*

kaca yang telah dilaminasi, kekuatan sedang hingga tinggi, daya tahan tinggi, biaya rendah hingga sedang, elemen grafis dapat diaplikasikan pada lapisan dalam.

3. Kayu

Jika dibandingkan dengan material lainnya, kayu kurang tahan lama dan dapat menua seiring berjalannya waktu. Elemen grafis dapat diaplikasikan dengan proses *applying* atau *etching*. Kayu dapat digunakan sebagai detail permukaan atau lapisan dasar.

a. Oak

Berwarna coklat muda dengan warna kekuningan, kayu keras, daya tahan sangat tinggi, kualitas *finishing* yang baik, mudah dibentuk, biaya sedang.

b. Cedar

Gabungan antara warna krem dengan merah tua, kayu lunak, daya tahan sedang, kualitas *finishing* baik, mudah dibentuk, biaya rendah.

c. Pinus

Kayu berwarna kuning muda hingga coklat kekuningan, kayu lunak, daya tahan sedang hingga baik, kualitas *finishing* sedang, mudah dibentuk, biaya rendah.

d. Mahoni

Cokelat kemerahan hingga merah sedang, kayu keras, daya tahan sangat tinggi, kualitas *finishing* yang baik, mudah dibentuk, biaya tinggi.

e. Cherry

Berwarna coklat muda hingga merah tua, kayu keras, daya tahan sangat tinggi, kualitas *finishing* baik, mudah dibentuk, biaya sedang.

f. Poplar

Kayu berwarna putih krem hingga hijau kekuningan, daya tahan tinggi, cocok untuk digunakan sebagai kerangka *signage*, biaya rendah.

4. Batu

Batu dapat digunakan sebagai bagian atau dasar *signage*, memberikan kesan menyatu pada suatu latar belakang atau arsitektur. Elemen grafis dapat diaplikasikan pada permukaan batu dengan proses *carving*, *sandblasting*, atau *water-jet cutting*.

a. Granit

Berwarna merah muda hingga hitam, memiliki tekstur yang beragam, daya tahan sangat tinggi, mudah dibentuk, biaya tinggi.

b. Batu kapur

Pada umumnya berwarna abu-abu, dapat juga ditemukan dalam warna merah muda atau kuning, daya tahan sangat tinggi, mudah dibentuk, biaya sedang hingga tinggi.

c. Marmer

Memiliki warna dan tekstur yang beragam, daya tahan sangat tinggi, mudah dibentuk, biaya sedang hingga tinggi.

d. *Sandstone*

Warna beragam, daya tahan sedang hingga baik, mudah dibentuk, biaya tinggi.

e. Slate

Slate berwarna abu-abu hingga hitam, daya tahan tinggi, biaya rendah hingga sedang.

5. Banner

Banner terbuat dari kain, plastik, atau material lentur lainnya. Pada umumnya material ini membutuhkan struktur pada bagian atas dan bawah.

Banner dapat dicetak secara digital maupun disablon. Biasanya digunakan untuk pameran temporer atau *signage* outdoor.

a. Vinyl

Kain *polyvinyl chloride*, permukaan mengkilap, dapat digunakan untuk interior maupun eksterior, daya tahan tinggi, harga sedang, melepaskan gas beracun.

b. Nilon

Bahan sintetis, mudah dibersihkan, digunakan untuk interior, daya tahan sedang, ringan, biaya rendah, tidak dapat didaur ulang.

c. Tyvek

Kain sintetis, digunakan untuk interior dan eksterior, daya tahan tinggi dan tahan cuaca, biaya tinggi, dapat didaur ulang, pembuatan hemat energi.

d. Popelin

Anyaman kapas atau poliester, permukaan tidak mengkilap, digunakan untuk interior, daya tahan tinggi, dapat dicuci dengan mesin, biaya sedang.

e. Dakron

Kain poliester, digunakan untuk interior dan eksterior, daya tahan tinggi, biaya tinggi, tidak dapat didaur ulang.

6. Plastik

Plastik mencakup berbagai kategori bahan sintetis. Material ini biasanya dipotong menjadi lembaran dengan ketebalan yang beragam. Lembaran

tersebut dapat berwarna atau transparan. Grafis dapat dicetak atau disablon.

a. Akrilik

Dapat digunakan untuk interior maupun eksterior, daya tahan sedang, biaya rendah, dapat dipotong dengan mesin, transparan, dapat tembus cahaya.

b. Lexan

Bahan polikarbonat untuk interior dan eksterior, daya tahan tinggi, dapat dipotong dengan mesin, biaya sedang.

c. Resin

Bahan ini dapat digunakan untuk interior maupun eksterior, daya tahan tinggi, biaya tinggi, dapat didaur ulang.

d. Sintra

Ringan, bersifat kaku, tidak mengkilap, daya tahan sedang, biaya rendah, dapat didaur ulang.

e. Photopolymer

Plastik yang telah melewati proses *etching* sehingga memiliki permukaan yang timbul, berguna untuk huruf braille, digunakan untuk interior maupun eksterior, daya tahan tinggi, biaya rendah hingga sedang, tidak dapat didaur ulang.

## 7. *Composite*

Kategori ini mencakup berbagai material yang merupakan gabungan antara dua atau lebih bahan fisika atau kimia yang berbeda. Material ini dapat digunakan di berbagai bagian sebuah *signage*. Material *composite* memiliki beragam tekstur dan warna, permukaannya dapat dicat, dicetak, ataupun langsung digunakan.

### a. *Phenolic resin laminates*

Gabungan antara proses cetak, melamin, dan lembar resin *phenolic*, dapat digunakan untuk interior maupun eksterior, daya tahan tinggi, biaya tinggi, tidak dapat didaur ulang.

### b. Alucobond

Alucobond merupakan campuran antara dua lembar aluminium dengan unsur plastik, dapat digunakan dalam bentuk lembaran ataupun dibuat melengkung, dapat digunakan untuk interior maupun eksterior, daya tahan tinggi, biaya tinggi, terdapat bagian yang dapat didaur ulang.

### c. *Fiberglass*

kaca yang diperkuat dengan serat poliester, dapat digunakan dalam bentuk lembaran ataupun dibentuk, digunakan untuk interior maupun eksterior, daya tahan tinggi, biaya sedang.

## 2.2. Ruang Publik

Ruang publik merupakan suatu ruang yang dapat mewadahi aktivitas masyarakat dan terintegrasi dengan lingkungan sekitarnya. Ruang publik terbentuk karena

adanya kebutuhan akan sebuah tempat untuk bertemu dan berinteraksi. Menurut Hakim (1993) ruang publik terbagi menjadi dua yaitu ruang publik terbuka dan ruang publik tertutup. Ruang publik terbuka merupakan ruang publik yang dapat digunakan semua orang untuk berbagai macam kegiatan. Contoh ruang publik terbuka yaitu jalan, pedestrian, taman kota, hutan kota dan pemakaman. Sedangkan ruang publik tertutup merupakan ruang publik yang lebih bersifat komersil, contohnya perpustakaan, pusat perbelanjaan, dan taman hiburan. Ruang publik tertutup ditandai dengan adanya batas waktu operasional dan belum tentu dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat (hlm. 16).

### **2.2.1. Ruang Terbuka Hijau**

Fandeli, Kaharuddin, dan Mukhlison (2004) menyatakan bahwa ruang terbuka hijau merupakan salah satu bagian dari tata ruang kota yang berfungsi sebagai paru-paru wilayah (hlm. 11). Berdasarkan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 05/PRT/M/2008 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Kawasan Perkotaan, ruang terbuka hijau merupakan area memanjang atau mengelompok yang penggunaannya bersifat terbuka, tempat tanaman tumbuh, baik secara alami maupun sengaja ditanam (hlm. 2).

Tujuan ruang terbuka hijau yaitu menjaga ketersediaan kawasan resapan air, menciptakan aspek planologis perkotaan melalui keseimbangan antara alam dengan bangunan, serta meningkatkan keserasian lingkungan untuk menciptakan kota yang aman, nyaman, segar, indah, dan bersih (hlm. 5).

Ruang terbuka hijau memiliki beberapa fungsi antara lain:

1. Fungsi ekologis
  - a. Menjadi bagian dari sistem sirkulasi udara dan paru-paru kota
  - b. Menjaga iklim agar sistem sirkulasi udara dan air lancar
  - c. Sebagai peneduh
  - d. Memproduksi oksigen
  - e. Menyerap air hujan
  - f. Menyediakan habitat bagi satwa
  - g. Menyerap polusi udara, air, dan tanah
  - h. Menahan angin
2. Fungsi sosial dan budaya
  - a. Memperlihatkan budaya lokal
  - b. Sarana interaksi masyarakat
  - c. Tempat rekreasi
  - d. Menjadi wadah dan objek pendidikan, penelitian, serta pelatihan dalam mempelajari alam
3. Fungsi ekonomi
  - a. Sumber produk yang bisa dijual, seperti bunga, buah, dan sayur
  - b. Menjadi bagian dari usaha pertanian, perkebunan, dan kehutanan
4. Fungsi estetika
  - a. Meningkatkan kenyamanan dan keindahan lingkungan
  - b. Mengembangkan kreativitas dan produktivitas masyarakat
  - c. Membentuk faktor keindahan arsitektural

- d. Menciptakan suasana serasi dan seimbang antara area terbangun dan tidak terbangun (hlm. 5-6).

Manfaat ruang terbuka hijau terbagi menjadi dua yaitu manfaat langsung dan tidak langsung. Manfaat langsung yaitu membentuk keindahan dan kenyamanan lingkungan, serta mendapatkan bahan-bahan untuk dijual, seperti kayu, tanaman, bunga, dan buah. Sementara manfaat tidak langsung yaitu sebagai pembersih udara, menjaga persediaan air tanah, dan pelestarian lingkungan beserta flora dan fauna yang ada (hlm. 6).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, ruang terbuka hijau pada wilayah kota paling sedikit 30 persen dari luas wilayah kota, terdiri dari 20 persen ruang terbuka hijau publik dan 10 persen ruang terbuka hijau privat (hlm. 15).

### **2.2.2. Ruang Publik Terpadu Ramah Anak**

Ruang publik terpadu merupakan ruang publik yang dibangun pemerintah untuk menunjang aktivitas masyarakat di sekitarnya sebagai jalan tengah dalam mengembangkan kota agar menjadi lebih baik.

Berdasarkan Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 196 Tahun 2015 tentang Pedoman Pengelolaan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak, RPTRA adalah ruang terbuka yang memadukan kegiatan dan aktivitas masyarakat dengan menerapkan 10 program Pokok Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga sebagai upaya mendukung Jakarta menjadi Kota Layak Anak. RPTRA merupakan sebuah program pemerintah yang bertujuan untuk memberikan ruang berupa

taman bermain dan tumbuh kembang anak. RPTRA dibangun untuk menjamin terpenuhinya hak anak agar dapat hidup, tumbuh, berkembang dan berpartisipasi secara optimal serta mendapat perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi. RPTRA ditujukan sebagai pusat komunitas masyarakat terpadu, yaitu tempat untuk berkumpul dan berdiskusi mengenai suatu masalah yang dihadapi bersama. RPTRA juga ditujukan sebagai ruang bermain dan belajar non formal untuk anak, serta ruang berolahraga untuk orang dewasa dan lansia (hlm. 4-5).

Menurut Saraswati (2009) ruang publik ramah anak merupakan salah satu bentuk perwujudan tanggung jawab pemerintah terhadap tumbuh kembang anak di wilayahnya. Pada dasarnya tujuan dari sebuah ruang publik ramah anak yaitu menyediakan lingkungan yang aman dan nyaman sehingga memungkinkan anak untuk berkembang, berekreasi, belajar, berinteraksi, berkembang psikosialnya, dan mengekspresikan budayanya. Ia menambahkan untuk mewujudkan Kota Layak Anak, pemerintah harus berkomitmen dalam berbagai bidang, seperti kesehatan, pendidikan, perlindungan, kebutuhan keluarga, pelayanan transportasi, dan kebutuhan bermain (hlm. 156-166).

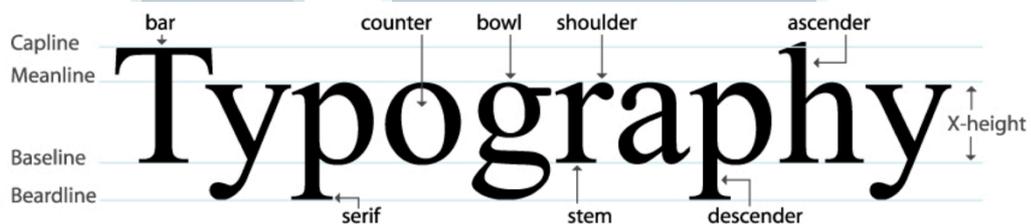
### **2.3. Elemen Grafis**

Aspek visual berperan penting dalam membantu suatu *signage* menjadi efektif dan komunikatif. Readibilitas dan legibilitas merupakan hal yang perlu dipertimbangkan dalam proses perancangan. Sebuah desain yang baik dapat dibentuk dengan pemilihan tipografi, *layout*, simbol, dan warna yang tepat.

### 2.3.1. Tipografi

Gibson (2009) berpendapat bahwa perancangan sebuah huruf, serta pemilihan tipografi yang tepat berperan penting dalam membuat suatu *signage* menjadi menarik. Seorang desainer memiliki perangkat dasar tipografi yang terdiri dari dua puluh enam huruf, sepuluh angka, dan beberapa tanda baca (hlm. 75).

Gibson melanjutkan bahwa saat ini perkotaan, perusahaan, acara publik, serta sistem transportasi membutuhkan *signage* bukan hanya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, melainkan juga untuk merepresentasikan *brand*-nya, sehingga membedakannya dengan yang lain. Kebutuhan *signage* mungkin menjadi lebih rumit, tetapi memberikan peluang tidak terbatas dalam pemilihan tipografi (hlm. 76).



Gambar 2.23. Anatomi Tipografi  
([www.designersinsights.com/designer-resources/anatomy-of-typography](http://www.designersinsights.com/designer-resources/anatomy-of-typography))

Menurut Gibson terdapat beberapa kategori huruf berdasarkan jenis dan karakternya, antara lain:

1. Serif

Kategori huruf ini memiliki kait di ujungnya, bersifat formal, mewah, dan anggun, tingkat keterbacaan rendah.

2. Sans serif

Sans serif tidak memiliki kait, ujungnya berbentuk tajam atau tumpul, bersifat modern, santai dan sederhana, tingkat keterbacaan tinggi.

3. Script

Setiap huruf menyambung satu sama lain seperti tulisan tangan, bersifat anggun, romantis, dan tradisional, tingkat keterbacaan rendah.

4. Dekoratif

Setiap hurufnya dibuat dengan detail, bersifat ilustratif, bebas, dan dinamis, tingkat keterbacaan sangat rendah (hlm. 80).

Gibson melanjutkan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih tipografi untuk *signage*, yaitu:

1. *Legibility Issues*

Bagaimana informasi dalam sebuah *signage* dapat terbaca dengan jelas. Hal ini dipengaruhi oleh pemilihan jenis huruf, ukuran *x-height*, ketebalan huruf, penggunaan spasi, maupun kontras konten dengan background.

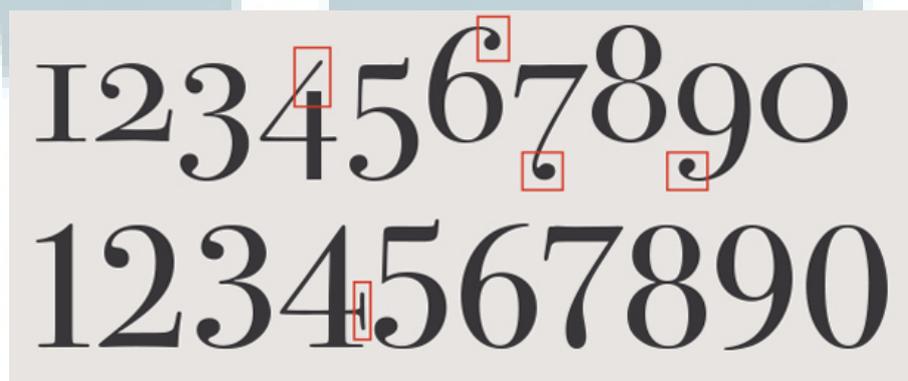
*Legibility* merupakan faktor yang menentukan keberhasilan sebuah *signage* dalam menyampaikan sebuah informasi kepada penggunanya.

2. *Americans with Disabilities Act Compliance*

ADA menetapkan beberapa parameter dalam memilih tipografi untuk menjamin keterbacaan bagi orang yang memiliki keterbatasan fisik. Panduan ADA yaitu huruf dan angka yang digunakan memiliki rasio antara 3:5 dan 1:1, serta memiliki ketebalan dengan rasio 1:10 dan 1:5.

### 3. *The Numerals*

Angka merupakan salah satu unsur dalam tipografi, fungsinya untuk menunjukkan tanggal, waktu, ukuran, harga, dan lainnya. Dalam tipografi, simbol yang mewakili angka disebut sebagai *figure*. Terdapat dua bentuk *figure* yang dapat digunakan yaitu *aligning* dan *old style*. *Aligning figures* memiliki ukuran huruf yang seragam, pada umumnya sejajar dengan *baseline* dan *cap height*. Sementara, *old style figures* memiliki ukuran yang beragam. *Old style figures* memiliki ukuran *x-height* yang sama dengan huruf kecil, serta memiliki *ascenders* dan juga *descenders*.



Gambar 2.24. *Old Style Figures* dan *Aligning Figures*  
([www.fonts.com/content/learning/fontology/level-3/numbers](http://www.fonts.com/content/learning/fontology/level-3/numbers))

### 4. *Choosing a Versatile Type Family*

Memilih *typeface* yang menyediakan beragam bentuk kemiringan, ukuran, dan ketebalan. Hal ini penting dalam proses perancangan *signage*, dimana terdapat informasi yang memiliki kebutuhan berbeda-beda (hlm. 80-81).

Gibson menambahkan bahwa setelah menentukan jenis tipografi yang tepat, seorang desainer harus menentukan ukuran dan susunan kata yang akan digunakan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:

1. *Line length and type size*

Panjang sebuah kata atau kalimat dalam suatu *signage* mempengaruhi ukuran huruf, serta *layout* yang akan digunakan.

2. *Letter spacing or tracking*

Menentukan jarak antar huruf untuk memaksimalkan keterbacaan sebuah informasi. Pada umumnya, jarak antar huruf dan kata pada *signage* lebih lebar dibandingkan dengan media cetak. Hal ini bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat terbaca dalam keadaan tertentu, seperti saat sedang bergerak. Huruf berwarna terang pada *background* gelap memerlukan jarak yang lebih besar agar tetap terbaca.

3. *Line spacing or leading*

Menentukan jarak yang tepat antar baris agar informasi yang disampaikan dapat mudah terbaca dan dimengerti tanpa membuang ruang yang ada.

4. *Type with symbols and arrows*

Tidak hanya menggunakan tipografi, informasi yang disampaikan akan lebih mudah diterima dengan bantuan simbol atau tanda panah sebagai penunjuk arah (hlm. 83).

### 2.3.2. *Layout*

Dalam merancang sebuah *signage*, seorang desainer harus mengikuti beberapa tahapan yang meliputi pemilihan tipografi, pengukuran huruf, kemudian menempatkannya ke dalam sebuah *layout*. Menurut Calori dan Eynden (2015) *layout* merupakan sebuah proses kreatif menyusun elemen grafis ke dalam suatu susunan agar menjadi satu visual yang utuh. *Layout* memperlihatkan karakter visual dari *signage* yang akan dibuat (hlm. 165).

Proses perancangan *layout* dapat dilakukan setelah konten suatu *signage* telah dibuat. Calori dan Eynden melanjutkan bahwa terdapat beberapa faktor dalam merancang *layout*, yaitu:

1. Menentukan ukuran tipografi berdasarkan jarak pandang  
Terdapat aturan praktis bahwa 1 inch tinggi sebuah *cap height*, yang diukur pada huruf kapital *non-rounded* seperti E, H, atau I dapat terlihat dari jarak 50 kaki. Berdasarkan rasio tersebut maka sebuah huruf yang dilihat dari jarak 500 kaki secara teoretis harus berukuran 10 inch. Menurut mereka, *cap height* merupakan standar pengukuran yang digunakan pada *signage*, berbeda dengan media cetak maupun *website* yang menggunakan ukuran point suatu tipografi.
2. Proporsi elemen grafis  
Selain jarak pandang, terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi perancangan *layout* yaitu ukuran simbol dan panah, posisi simbol dan panah, jarak antara elemen grafis, format *layout*, dan panduan ADA.

Simbol dan panah harus cukup besar jika dibandingkan dengan tipografi agar dapat terlihat dengan jelas. Cara paling umum untuk menentukan ukuran panah yaitu dengan mengukur panjang atau lebarnya sesuai dengan *cap height* tipografi. Menentukan ukuran simbol lebih sulit karena bentuknya yang lebih kompleks dan kadang terlalu kecil untuk terlihat. Setelah menentukan proporsi antara tipografi, simbol, dan panah yang sesuai, proporsi tersebut digunakan secara konsisten untuk semua elemen grafis pada *signage*.

3. Posisi elemen grafis

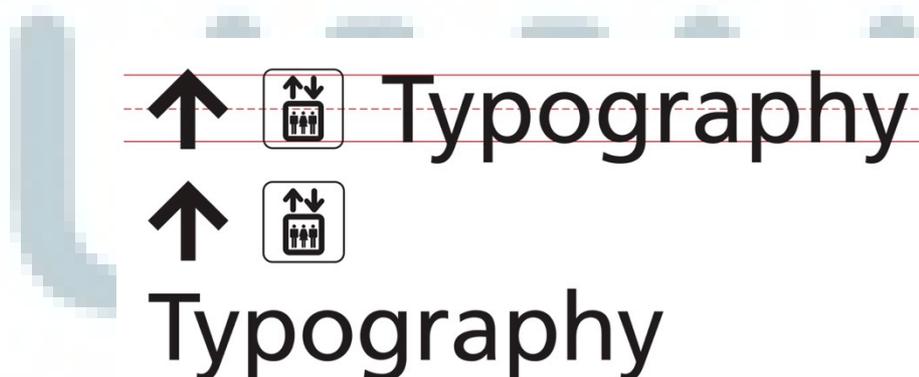
Calori dan Eynden menambahkan bahwa terdapat beberapa cara menentukan posisi elemen grafis, seperti:

a. *Side-by-side positioning*

Panah dan simbol ditempatkan sejajar dengan tipografi.

b. *Stacked positioning*

Panah dan simbol ditempatkan di atas tipografi.



Gambar 2.25. *Side-by-Side Positioning* dan *Stacked Positioning* (Signage and Wayfinding Design, 2015)

Pada umumnya panah ditempatkan pada bagian kiri *layout*. Hal ini disebabkan karena pada umumnya manusia membaca dari kiri ke kanan, sehingga panah dapat terlihat lebih dahulu. Terdapat juga panduan MUTCD (*Manual on Uniform Traffic Control Devices*) yang menyatakan bahwa panah ditempatkan sesuai arah yang dituju, contohnya menempatkan panah ke arah kanan pada bagian kanan *layout*.

4. Jarak elemen grafis

Jarak antara setiap elemen grafis mempengaruhi proporsi dan ukuran *layout*. Sebuah *signage* harus memiliki ruang kosong agar informasi yang disampaikan dapat terbaca dengan jelas. Beberapa ruang kosong yang terdapat pada *signage* yaitu:

a. Margin

Margin merupakan ruang kosong di sekeliling permukaan *signage*. Tidak ada cara yang pasti untuk menentukan ukuran margin, yang terpenting adalah ukuran margin tidak terlalu besar maupun tidak terlalu kecil. Permulaan yang tepat dalam menentukan ukuran margin yaitu sesuai dengan ukuran *cap height* tipografi. Terdapat beberapa saran untuk margin horizontal yaitu, bagian margin bawah selalu sedikit lebih besar dari margin atas.

b. Jarak antara elemen grafis secara horizontal

*Letter spacing* dan *word spacing* berfungsi agar informasi yang disampaikan dapat terbaca dengan jelas.

c. Jarak antara elemen grafis secara vertikal

Cara menentukan jarak antara elemen grafis dimulai dengan setengah ukuran *cap height* tipografi, setelah itu menyesuaikan.

5. Format *layout*

Format *layout* menentukan pedoman untuk semua *signage* yang akan dibuat. Format *layout* dipengaruhi kondisi dari area yang akan dirancang. Setelah sebuah format dibuat, desainer dapat menentukan banyak cara untuk menyusun elemen grafis, baik secara horizontal maupun vertikal.

6. Konten informasi dan *layout*

Ukuran dari konten yang ingin ditampilkan merupakan faktor krusial dalam membuat *layout*. Banyaknya informasi, serta ukuran dari elemen grafis menentukan ukuran dan proporsi *layout*. Sebuah *layout* harus dapat memuat berbagai jenis informasi dan bersifat fleksibel sesuai kebutuhan.

7. Penyusunan tempat tujuan pada *directional signs*

*Directional signs* terkadang menyampaikan informasi mengenai beberapa tempat tujuan sekaligus. Terdapat beberapa cara dalam menyusunnya, yaitu:

a. Menyusun berdasarkan arah panah

Banyak desainer yang menyusun dari arah kiri, berputar sesuai arah jarum jam. Tempat tujuan disusun berdasarkan arahnya, sehingga panah menjadi lebih efektif.

b. Menyusun berdasarkan abjad

Tempat tujuan disusun berdasarkan abjad nama lokasi, hal ini disebabkan terdapat beberapa orang yang melihat tempat tujuannya berdasarkan namanya. Kekurangannya adalah setiap tempat tujuan harus dipasangkan dengan panahnya masing-masing.

c. Menyusun berdasarkan jarak

Menyusun tempat tujuan berdasarkan jarak. Tempat tujuan yang terdekat berada paling atas dan tujuan paling jauh berada paling bawah. Metode ini menentukan tempat apa yang akan ditemukan pada arah yang dituju.

d. Menyusun berdasarkan kepentingan

Penyusunan pada metode ini berdasarkan tingkat hirarki informasi yang ingin disampaikan. Informasi primer berada paling atas, serta sekunder di bawahnya.

Setiap metode penyusunan memiliki kelebihan dan kekurangan.

Perlu dipertimbangkan bahwa setiap proyek memiliki kebutuhan yang berbeda-beda (hlm 166-180).

### 2.3.3. Simbol

Menurut Gibson (2009) kata merupakan metode yang efektif dalam menyampaikan identitas maupun mengarahkan seseorang menuju suatu tempat. Namun, simbol juga berperan penting dalam mendukung hal tersebut. Simbol dapat membantu sebuah *signage* menjadi lebih efektif dan komunikatif. Simbol

menyampaikan informasi secara visual sehingga dapat melewati hambatan suatu bahasa (hlm. 96).

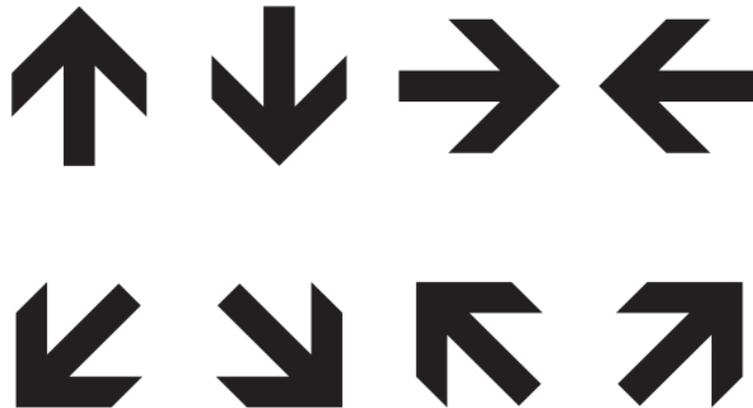
Gibson melanjutkan bahwa sebuah area yang luas dan kompleks membutuhkan banyak *signage* untuk memberikan petunjuk arah di tempat tersebut. Dengan beberapa simbol yang sesuai, hal tersebut dapat diatasi. Sebuah simbol dapat menyampaikan informasi secara singkat, cepat dan jelas.

Simbol merupakan sebuah elemen grafis yang berperan merepresentasikan sebuah tempat, fasilitas, maupun suatu kegiatan. Simbol laki-laki dan perempuan untuk *amenity signage* merupakan salah satu simbol yang paling persuasif. Perbedaan wilayah, budaya, dan kreatifitas membuat bentuk simbol tersebut menjadi beragam, namun tetap menyampaikan informasi yang sama. Simbol merupakan bahasa universal yang dapat menyampaikan informasi kepada semua orang yang memiliki bahasa dan kebudayaan yang berbeda (hlm. 97).

Menurut Calori dan Eynden (2015) panah merupakan salah satu simbol yang telah dipahami secara universal. Panah berfungsi untuk menunjukkan arah atau orientasi, yang biasa disertai dengan kata untuk memperjelas arah yang dituju (hlm. 144).

Calori dan Eynden melanjutkan bahwa berdasarkan standar internasional yang dibuat oleh AIGA dan DOT (*U.S. Department of Transportation*), terdapat delapan arah panah yang dapat digunakan pada *signage*. Panah yang menghadap ke atas merupakan panah yang digunakan untuk menunjukkan arah lurus atau ke

tingkat yang lebih tinggi. Sementara, panah yang menghadap ke bawah hanya digunakan untuk menunjukkan arah ke tingkat yang lebih rendah (hlm. 149).



Gambar 2.26. Panah AIGA dan DOT  
([www.aiga.org/symbol-signs](http://www.aiga.org/symbol-signs))

#### 2.3.4. Warna

Warna merupakan bagian dari kehidupan manusia setiap hari. Hampir mustahil untuk membayangkan persepsi visual tanpanya. Menurut Gibson (2009) banyak desainer yang memilih warna sebagai elemen pokok dalam perancangan sebuah *signage*. Warna dapat membantu manusia dalam mengidentifikasi, menentukan arah, bahkan terhubung secara emosional ke suatu tempat. Meskipun bersifat abstrak, warna dapat memiliki arti yang berbeda bagi manusia, tergantung pada latar belakang dan keadaanya.

Ia melanjutkan bahwa warna menjadi salah satu bagian utama sebuah *signage* sejak awal abad ke dua puluh, saat insinyur lalu lintas Amerika membuat standar warna untuk menertibkan jalan raya. Warnanya terdiri dari hijau yang

berarti jalan, kuning yang berarti hati-hati, dan merah yang berarti berhenti. Kombinasi warna tersebut dimengerti secara universal dan saat ini digunakan di seluruh dunia untuk lampu lalu lintas (hlm. 87).

Gibson berpendapat bahwa penting bagi seorang desainer untuk memiliki pengetahuan mengenai proses terbentuknya warna. Warna dibedakan berdasarkan sifatnya menjadi tiga yaitu *hue*, *intensity*, dan *value*. *Hue* merupakan variasi warna, seperti kemerahan atau kehijauan. *Hue* mempengaruhi tampilan dan makna desain yang akan dibuat. *Intensity* adalah saturasi atau kepekatan sebuah warna. Intensitas warna menentukan tingkat *legibility* dan kontras. Sementara, *value* adalah tingkat terang atau gelap sebuah warna. Serangkaian warna yang memiliki *value* yang sama akan sesuai satu sama lain (hlm. 88-89).

Gibson melanjutkan bahwa dalam menentukan warna, seorang desainer perlu untuk mempersempit pilihan *hue* sesuai dengan area yang akan dirancang. Kemudian hal yang perlu dipertimbangkan adalah tingkat legibilitas dan kontras. Ia menegaskan bahwa sebuah *signage* harus dapat terlihat dengan jelas dari kejauhan, serta bagian teks dan *background* harus memiliki kontras yang cukup, sehingga informasi dapat terbaca dengan mudah. Sementara, kondisi cahaya juga sangat berpengaruh terhadap persepsi sebuah warna. Pencahayaan tambahan merupakan hal yang perlu untuk dipertimbangkan. Pemilihan material dilakukan dengan mempertimbangkan kualitas permukaan, serta terdapat beberapa kondisi cahaya yang dapat merusak permukaan *signage*. Setelah menentukan warna yang sesuai, perlu dilakukan proses uji coba secara nyata (hlm. 90).