

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Signage*

Berdasarkan Calori & Eynden (2015), *signage* dan *wayfinding* merupakan salah satu komponen utama *environmental graphic design* (EGD) atau desain grafis lingkungan. *Signage* dan *wayfinding* membantu memberikan orientasi dan navigasi pada pengunjung. *Signage* merujuk pada suatu tanda tiga dimensi berisi informasi, sedangkan *wayfinding* merujuk pada *signage* dan juga hal lainnya seperti jalur jalan yang jelas, bangunan atau situs yang menonjol, sampai ke perangkat komputer ataupun seluler (hlm. 5-6).

2.1.1. Sejarah *Signage*

Jauh sebelum terciptanya kertas, manusia membuat tanda dan gambar pada benda-benda seperti tembok gua, batu, kayu, dan benda lainnya dilingkungan mereka. Tanda atau gambar yang dibuat pada masa itu berfungsi untuk menyampaikan informasi secara visual, sehingga tanda tersebut memiliki arti dan menjadi suatu bahasa yang dimengerti sekelompok manusia yang melihat dan membuat tanda. Dengan demikian, komunikasi secara grafis yang terdapat pada lingkungan sudah tercipta sejak dahulu (Calori & Eynden, 2015, hlm. 2).

2.1.2. Fungsi *Signage*

Semakin berkembangnya dunia, semakin meningkat pembangunan dan mobilitas pergerakan manusia sehingga bentuk lingkungan hidup menjadi semakin rumit. *Signage* dan *wayfinding* semakin dibutuhkan untuk dapat mengerti suatu informasi, bernavigasi, dan mengenali lingkungan (Calori & Eynden, 2015, hlm. 2).

Calori & Eynden (2015) melanjutkan bahwa fungsi utama suatu *signage* adalah untuk memberitakan informasi mengenai suatu lingkungan kepada pengguna atau pengunjung lingkungan tersebut. Dan informasi yang disampaikan diwujudkan secara grafis pada obyek atau tanda berbentuk fisik atau perangkat keras (hlm. 81).

2.1.3. Komponen *Signage*

Menurut Calori & Eynden (2015), terdapat tiga komponen yang saling terkait satu sama lain:

1. *The Information Content System*

Sistem ini menjadi dasar munculnya *signage*. Sama seperti *software*, sistem ini tidak dapat dilihat atau dipegang, namun tanpa adanya *software*, suatu program tidak dapat berjalan. Sebaliknya, *software* membutuhkan *hardware* agar informasinya dapat dilihat dan disampaikan (hlm. 82).

Sistem ini meliputi:

- Konten informasi yang dipaparkan pada *sign*.
- Bagaimana suatu informasi dituliskan.

- Penempatan atau letak informasi yang ingin disampaikan.
- Bagaimana suatu pesan dan lokasi dapat saling berelasi dan menjadi satu kesatuan.

2. *The Graphic System*

Sistem ini berwujud dua dimensi yang menggambarkan cara penyampaian informasi (hlm. 82), sistem ini meliputi:

- Elemen grafis dua dimensi: tipografi, simbol, panah/ *arrows*, dan warna.
- Bagaimana elemen grafis tersebut disusun menjadi *layout* dengan informasi yang teratur, dapat menekankan suatu pesan, dan menciptakan identitas visual.
- Bagaimana elemen tersebut diterapkan pada *signs*.

3. *The Hardware System*

Sistem ini berbentuk tiga dimensi, obyek-obyek berbentuk fisik yang menampilkan informasi melalui elemen grafis (hlm. 82). Sistem ini meliputi:

- Bentuk tiga dimensi suatu *sign*.
- Ukuran *sign*.

- Bagaimana suatu *signage* dipasang atau dihubungkan kedalam lingkungannya.
- Material, *coating*, *finishes*, dan teknik pencahayaan yang digunakan.
- Hubungan harmonis satu sama lain antara *signage* dan juga lingkungannya.

2.1.4. Jenis *Signage*

Berikut adalah jenis-jenis *signage*:

1. *Identification Signs*

Berdasarkan Gibson (2009), *identification sign* berfungsi untuk mengidentifikasi suatu destinasi, tempat, atau area disuatu lingkungan. *Sign* ini memperlihatkan nama dan fungsi suatu area serta membedakan satu area dengan area lainnya (hlm. 48).



Gambar 2.1. *Identification sign*

(www.howardindustries.com/products/ada-compliant-room-identification-signage)

2. *Directional Signs*

Sign ini membantu pengunjung menemukan jalan atau arah ke destinasi yang ingin dituju. *Directional sign* haruslah menonjol dan mudah ditemui

dengan pesan konten yang simpel. Didukung dengan tipografi, simbol, dan tanda panah untuk mempermudah pengunjung bernavigasi (Gibson, 2009, hlm. 50).

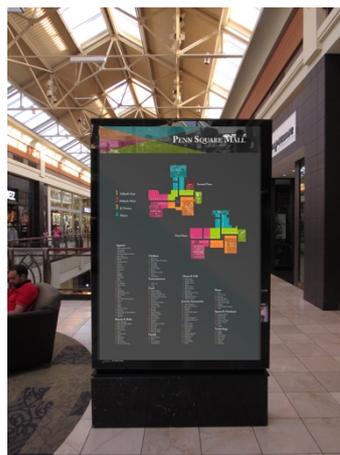


Gambar 2.2. *Wurth directional sign*

(<https://www.optimasigns.com/products/signage/directional-signs>)

3. *Orientation Signs*

Orientation sign memperlihatkan lingkungan tempat pengunjung berada dalam bentuk peta dan direktori. *Sign* ini berfungsi untuk menunjukkan letak pengunjung di dalam area (Gibson, 2009, hlm. 52).



Gambar 2.3. *Penn square mall directory*

(<https://www.behance.net/gallery/49477243/Penn-Square-Mall-Directory>)

4. *Regulatory Signs*

Sign ini bertujuan untuk mengatur tingkah laku pengunjung atau melarang pengunjung melakukan sesuatu di area tertentu. Contoh yang paling sering ditemukan adalah tanda *No Smoking* (Gibson, 2009, hlm. 54).



Gambar 2.4. *Regulatory sign* pada museum

(<http://theconversation.com/what-museums-must-do-to-ensure-art-is-protected-46646>)

5. *Operational Signs*

Menurut Calori & Eynden (2015), *sign* ini berfungsi untuk memberitahu pengunjung mengenai fungsi dan kapan suatu tempat beroperasi. Biasanya *operational signs* berisi jam operasional dan daftar area atau toko yang ada disuatu mal yang biasa disertai dengan peta (hlm. 96).

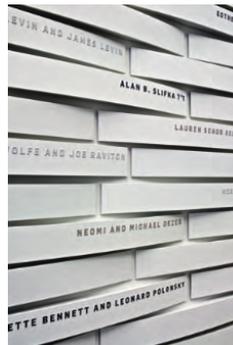


Gambar 2.5. *Operational sign* toko

(<https://www.stickeryou.com/products/hours-stickers/669/>)

6. *Honorific Signs*

Sign ini memberikan tanda kehormatan kepada seseorang di suatu tempat. Biasanya *honorific signs* terdapat di situs kelembagaan dan kewarganegaraan (Calori & Eynden, 2015, hlm.97).



Gambar 2.6. *Honorific sign*
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

7. *Interpretive Signs*

Interpretive signs membantu pengunjung menginterpretasikan arti dari suatu lingkungan, area, berupa informasi mengenai sejarah tempat tersebut. Contohnya seperti monumen yang biasanya ditemukan di tempat bersejarah (Calori & Eynden, 2015, hlm.98).

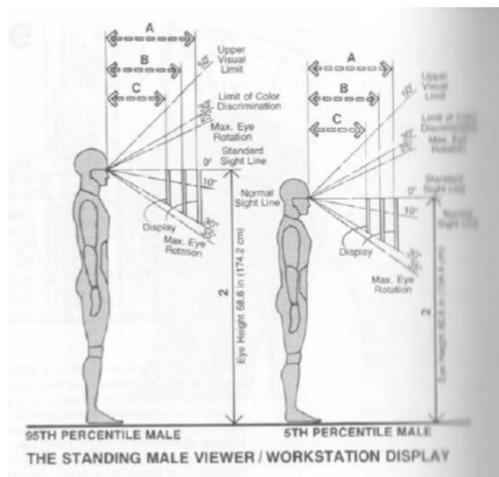


Gambar 2.7. *Discover DC interpretive sign*
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

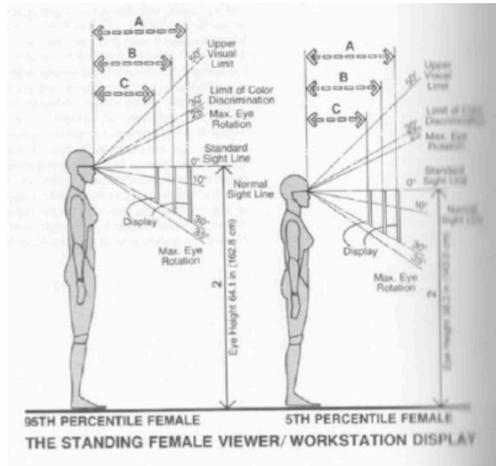
2.1.5. Antropometri

Menurut Panero dan Zelnik (1979), antropometri adalah ilmu yang mempelajari ukuran-ukuran tubuh manusia untuk menentukan perbedaan dalam seorang individu, kelompok, dan lainnya serta mengukur kemampuan tubuh (hlm. 23). Antropometri penting sebagai panduan dalam perancangan *signage* agar bentuk dan informasi yang disampaikan lebih mudah diterima.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perancangan antara lain tinggi badan manusia, jarak pandang, dan sudut pandang. Berdasarkan Panero dan Zelnik, tinggi laki-laki dewasa berkisar antara 168.2 – 188.6 cm dan tinggi perempuan dewasa berkisar antara 152.3 – 172.8 cm (hlm. 102).



Gambar 2.8. Jarak pandan dan sudut pandang laki-laki
(<https://www.scribd.com/doc/87589803>)



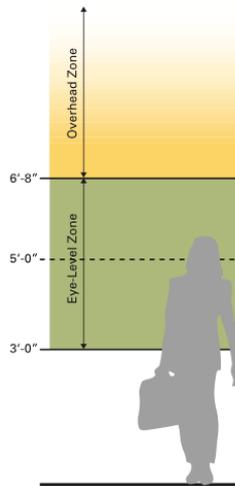
Gambar 2.9. Jarak pandang dan sudut pandang perempuan

(<https://www.scribd.com/doc/87589803>)

Panero dan Zelnik (1979) melanjutkan bahwa jarak pandang minimum seseorang pada suatu tampilan adalah antara 33 – 40.6 cm, jarak pandang optimal adalah 45.7 – 55.9 cm, dan jarak pandang maksimal adalah antara 71.7 – 73.7 cm. Sedangkan untuk sudut pandang manusia yang optimal adalah sebesar 30 derajat secara vertikal (hlm. 290).

2.1.6. Penempatan *Signage*

Berdasarkan Calori & Eynden (2015), penempatan *signage* menentukan bentuk *sign* yang akan digunakan. Terdapat dua zona pemasangan *signage* yaitu zona *overhead* dan zona *eye-level*. Lokasi *sign*, jarak pandang, dan hirarki informasi membantu menentukan tinggi dan metode pemasangan (hlm. 203).



Gambar 2.10. Zona *overhead* dan *eye-level*
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

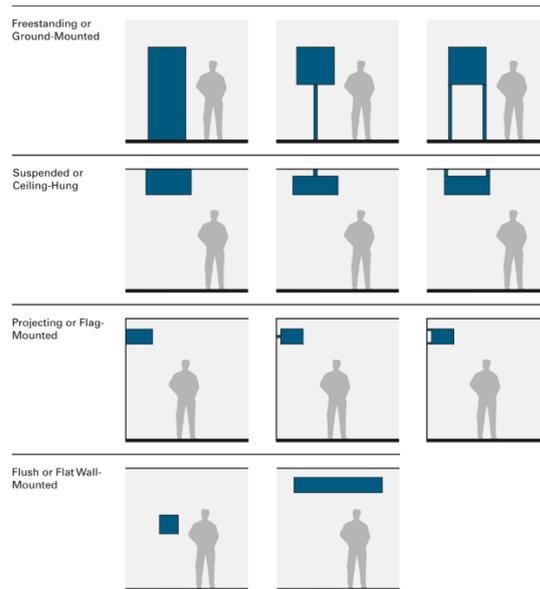
Pada lingkungan tertutup, *signage* yang berisi pesan primer dipasang pada zona *overhead* dengan tujuan agar informasi utama tidak terhalang obyek dan mudah ditemukan pengunjung, sedangkan *signage* yang berisi informasi lebih detail dipasang pada zona *eye-level* agar mudah dipahami pengunjung. Berdasarkan gambar 2.10, zona *eye-level* antara 3' atau 91,4 cm sampai 6'8" atau 203,2 cm diatas permukaan lantai, dan zona *overhead* berada diatas 6'8" atau 203,2 cm (hlm.204).

Sedangkan pada lingkungan terbuka, *signage* berisi informasi yang mendetail diletakkan pada zona *eye-level*. Contohnya seperti jadwal bus dan peta wilayah agar pengunjung dapat membaca informasi dengan nyaman. Sedangkan *signage* berisi penunjuk arah diletakkan di zona *overhead* agar tidak terhalang obyek sekitarnya (hlm. 205).

Faktor penting lainnya dalam pemasangan *signage* adalah sudut penglihatan manusia. *Signage* paling tepat diletakkan dalam batas penglihatan manusia saat

menghadap lurus ke depan. Ketika menghadap kedepan, sudut penglihatan manusia dapat mencakup 20-30 derajat secara horizontal dan 10-15 derajat secara vertikal (hlm 206).

2.1.7. Bentuk *Signage*



Gambar 2.11. Bentuk-bentuk *signage*
(*Signage and Wayfinding Design*, 2015)

Berikut bentuk *signage* menurut Calori (2015) berdasarkan pemasangannya:

1. *Standing* atau *ground-mounted*, dimana bagian bawah *sign* dipasang pada permukaan horizontal seperti lantai.
2. *Suspended* atau *ceiling-hung*, dimana bagian atas *sign* dipasang pada permukaan horizontal seperti langit-langit.
3. *Projecting* atau *flag-mounted*, dimana bagian samping (kanan atau kiri) *sign* dipasang pada permukaan vertikal seperti tembok.
4. *Flush* atau *flat wall-mounted*, dimana bagian belakang *sign* dipasang secara paralel pada permukaan vertikal seperti tembok.

Untuk menciptakan bentuk *sign*, terdapat banyak bentuk yang tidak terbatas. Bentuk *signage* biasanya berasal dari bentuk geometris sederhana seperti persegi, lingkaran, dan segitiga. Bentuk-bentuk tersebut dapat dikembangkan dan dapat ditumpuk menjadi bentuk lain. Pemilihan bentuk akan berdampak pada kesan yang ingin disampaikan. Bentuk *sign* yang rumit dan banyak hiasan akan memberikan kesan tradisional, sedangkan *sign* yang simpel dan ramping akan memberikan kesan kontemporer (hlm. 198-200).

2.1.8. Material Signage

Berdasarkan Calori (2015), material merupakan esensi utama dari *signage* dan merupakan bahan utama pembuatan *signage*. Beberapa material digunakan khusus sebagai komponen struktural yang dapat terlihat maupun tidak terlihat (di dalam), beberapa material lainnya digunakan sebagai komponen eksternal yang tampak dari luar, dan ada pula material seperti kayu dan aluminium yang digunakan sebagai komponen struktural dan juga eksternal *signage* (hlm. 218).

Berikut beberapa material yang paling umum digunakan dalam pembuatan *signage* :

1. Metal

Material metal sering digunakan dalam pembuatan *signage* karena metal dapat dengan mudahnya dicairkan dan dicetak menjadi bentuk yang kompleks. Metal juga dapat di berikan *finishing* yang beragam dari *polish* kaca sampai ke *polish* kasar.

a. Alumunium

Karakteristik bahan ini adalah warnanya abu-abu yang lebih terang dari *stainless steel*, tampilannya bagus, tahan lama, ringan, dan memiliki biaya yang medium hingga tinggi.

b. *Carbon steel*

Metal ini khususnya digunakan untuk struktur *sign* medium hingga tebal dan bukan untuk tampak luar, karakteristik metal ini adalah sangat tahan lama, berat, membutuhkan *coating* anti karat, dan biayanya medium hingga tinggi.

c. *Stainless steel*

Stainless steel juga merupakan salah satu metal berwarna terang, metal ini memiliki tampilan yang bermutu tinggi sehingga jarang dilapis cat, sangat tahan lama, berat, dan mahal karena anti karat.

d. Perunggu, kuningan, dan tembaga

Metal-metal ini biasa digunakan sebagai tampilan luar *signage* karena terlalu mahal bila digunakan sebagai komponen struktural. Karakteristik metal ini adalah tampilannya bagus, tahan lama, berat, dan mahal.

2. Plastik

Plastik memiliki beberapa keunikan sebagai bahan *sign*, bahan ini dapat diatur *transparency* nya, dapat dicetak menjadi banyak bentuk, tahan hancur, dan lebih ringan dibanding material *signage* lainnya. *Acrylic* dan *polycarbonate* merupakan dua bahan plastik yang paling sering digunakan, keduanya memiliki kesamaan seperti kaca dalam hal transparansi dan

translucency. Namun berbeda dari kaca, bahan plastik ini tidak mudah pecah, bahkan *polycarbonate* adalah bahan anti peluru.

Karena dapat diatur *transparancy* dan *translucency* nya, bahan ini banyak digunakan sebagai *illuminated box*. Selain itu, keduanya dapat diwarnai sesuai warna yang dibutuhkan. Kedua bahan memberikan tampilan yang indah, ketahanan yang sedang sampai tinggi, berat yang relatif ringan, dan biaya yang sedang sampai tinggi. Bahan ini biasanya tidak membutuhkan *coating*, namun sangat rentan tergores (hlm. 228).

3. Kaca

Kaca diciptakan jauh sebelum plastik, maka kaca sudah lebih lama digunakan dalam pembuatan *signage*. Biasanya kaca digunakan sebagai pelapis luar suatu *sign* karena bahannya keras dan anti gores, namun bila terhantam dengan keras, bahan kaca akan mudah hancur. Panel kaca membutuhkan struktur yang dapat menahan bahan ini. Karakteristik bahan kaca adalah tampilannya yang bermutu tinggi, tahan lama, berat, dan mengeluarkan biaya sedang sampai mahal (hlm. 230).

4. Kayu

Sekarang, bahan kayu tidak banyak digunakan dibanding dahulu. Bahan kayu sudah banyak digantikan dengan bahan-bahan plastik dan metal. Karena banyaknya jenis kayu, tampilan, harga, ketahanan, dan berat yang dihasilkan *signage* berbahan kayu beragam (hlm. 232).

5. Kain

Kain memiliki keunikan dalam hal fleksibilitasnya, biasanya banyak ditemukan untuk *awnings*, *billboard*, *banner*, dan bendera. Untuk *awnings* dan *billboard*, kain diregangkan disuatu bingkai, dan kain seperti *banner* dan bendera lebih bebas untuk bergerak sesuai angin untuk menciptakan suasana yang meriah.

Kain untuk *sign* biasanya terbuat dari serat alami, seperti kapas, serat sintetis, dan dapat terlihat *opaque*, *translucent*, ataupun berongga. Kain *translucent vinyl-coated* sering digunakan untuk *awnings* dan kain *opaque vinyl-coated* digunakan dalam *billboard* dan *sign* eksternal lainnya yang berukuran besar.

Kekurangan dari menggunakan kain adalah kain tidak dapat menjadi bahan struktural *signage* dan semua kain memiliki rentang waktu yang terbatas. Ketika dibutuhkan, kain harus dilapisi dengan UV *inhibitor* untuk mencegah degradasi akibat sinar matahari. Kebanyakan kain memiliki tampilan yang indah, kurang tahan lama, ringan, dan biaya yang relatif murah (hlm. 233).

6. Batu

Batu bukanlah bahan yang sering digunakan dalam pembuatan *signage*. Jenis-jenis batu antara lain marmer, granit, *slate*, batu gamping, batu kapur, dan lainnya. Tampilan *signage* menggunakan batu relatif bermutu tinggi, memiliki ketahanan yang sangat lama, sangat berat, dan harga yang mahal (hlm. 233).

2.1.9. Coatings dan Finishes

Sama seperti material *signage*, *coatings* dan *finishes* juga memiliki banyak ragamnya dengan kegunaan untuk dekoratif maupun sebagai pelindung. *Coating* adalah suatu cairan seperti cat yang diaplikasikan pada permukaan suatu material. *Finish* memiliki dua artian, yaitu cairan untuk menciptakan hasil akhir *clear* atau *matte* dan cairan untuk menghasilkan tekstur pada *signage*.

2.1.9.1. Coatings

Coatings untuk *signage* terdiri dari: *paint and clear coatings*, *powder coatings*, *porcelain enamel*, *oxide coatings*, dan *vinyl* atau lapisan plastik.

1. Paint and clear coatings

Coatings ini biasa diaplikasikan sebagai cairan, dan menjadi lapisan tipis saat mengering. Formula yang digunakan memiliki ketahanan yang tinggi terhadap lingkungan (matahari, hujan, debu, tanah). *Coating* cat dapat menghasilkan berbagai macam warna dari metalik, *gloss*, dan *matte*.

2. Powder coatings

Powder coating adalah proses yang lebih baru dibandingkan *paint* dan *clear coatings*. Sama seperti cat, *coating* ini dioleskan diatas material *sign* dan memiliki ketahanan yang lebih dari *paint* dan *clear coatings*. Perbedaan lainnya adalah *powder coatings* berbentuk bubuk halus dan bisa menempel pada permukaan dengan muatan elektrostatis, lalu dipanaskan dalam oven untuk menyatukan partikel yang ada menjadi satu.

3. *Porcelain enamel*

Porcelain enamel adalah *coating* berbahan kaca yang ditumbuk halus yang diaplikasikan ke permukaan berbahan metal, lalu dipanaskan didalam oven agar partikel material dan *coating* menjadi satu menghasilkan *coating* kaca yang halus.

4. *Oxide coatings*

Coating ini hanya diterapkan pada material metal untuk mencegah korosi, reaksi kimia yang terjadi antara bahan metal dan oksigen di lingkungan.

5. *Plastic dan vinyl films*

Coatings ini tipis, fleksibel, dan mudah merekat dan mudah diaplikasikan pada segala jenis material.

2.1.9.2. *Finishes*

Berbeda dengan *coatings*, *finishes* mengacu pada tekstur yang ingin dibuat.

Berikut beberapa tekstur *finishing*:

1. *Metal finishes*

Finish ini beragam dari tekstur yang sangat halus, seperti kaca, sampai ke tekstur kasar yang banyak goresan.

2. *Plastic finishes*

Finish yang paling sering digunakan dalam akrilik dan *polycarbonate* adalah tekstur yang sangat halus dan seperti kaca.

3. *Glass finishes*

Glass finish dapat menghasilkan tekstur yang sangat halus sampai tekstur bergaris.

4. *Stone finishes*

Tekstur yang dihasilkan dengan *stone finish* beragam dari sangat halus sampai ke tekstur kasar.

2.2. Desain Grafis Pada *Signage*

Desain grafis pada *signage* membuat konten informasi menjadi jelas dengan memberikan suatu struktur, bentuk, dan *style*. Elemen desain grafis yang digunakan antara lain seperti tipografi, simbol, tanda panah, warna, diagram, dan lainnya. Lalu elemen-elemen tersebut di gabungkan menjadi satu buah sistem yang berisi beragam tipe *sign* dan konten (Calori & Eynden, 2015, hlm. 126).

2.2.1. Tipografi

Tipografi menurut Landa (2011) adalah desain dan susunan huruf dalam media dua dimensi (untuk percetakan dan media berbasis layar) dan dalam ruang dan waktu (untuk *motion* dan media interaktif). Tulisan berfungsi sebagai, judul, sub-judul, *headline*, *sub-headline*, *headings*, dan *sub-headings* (hlm. 44).

Letterform adalah gaya dan bentuk khusus yang dimiliki setiap huruf di *alphabet*. *Typeface* adalah desain sebuah set berisi *letterforms*, angka, dan simbol yang menjadi satu terlihat dari visual nya yang konsisten. *Type font* adalah set komplet *letterforms*, angka, dan simbol dengan berbagai macam tampilan, ukuran, dan gaya. *Type family* adalah gabungan beberapa variasi desain font yang masih berasal dari satu *typeface* (Landa, 2011, hlm. 20-21).

Berdasarkan Calori (2015), tipografi bagaikan tulang punggung dalam *signage* karena hampir semua *signage* disampaikan menggunakan kata-kata dan tulisan dibandingkan dengan gambar. Dan dalam penggunaan *typeface* pada

signage, kebanyakan desainer menggunakan *typeface* yang sudah ada dibanding dengan menciptakan *typeface* baru. Ada tiga alasan mengenai hal ini:

1. *Typeface* yang sudah ada kebanyakan memiliki legibilitas yang tinggi dan sudah terbukti dengan pengaplikasiannya pada *signage*.
2. Beberapa projek *signage* membutuhkan *typeface(s)* yang sudah ada untuk menciptakan atau mempertahankan identitas *brand* yang konsisten di seluruh fasilitas klien.
3. Penggunaan *typeface* yang sudah ada dalam projek pembuatan *signage* merupakan hal standar karena mendesain *typeface* adalah hal yang kompleks. Pembuatan *typeface* sudah diluar ranah seorang desainer grafis lingkungan atau EGD.

2.2.1.1. Pemilihan Typeface

Berdasarkan Calori (2015), terdapat beberapa faktor yang dapat membantu memilih *typeface* dalam perancangan *signage* (hlm. 129-133):

1. Formal suitability

Faktor ini mengarah pada kesesuaian suatu *typeface* dengan projek tertentu secara visual. Terdapat dua jenis tipografi yang paling mendasar: *serif* dan *sans serif*. *Serif* diciptakan oleh Roma kuno dengan mengukir pada batu menggunakan pahatan berujung datar pada tahun 1500an, *serif* terkenal dengan adanya “kaki” diujung hurufnya. Sedangkan *sans serif* yang muncul pada 1800an memiliki arti tanpa *serif* yaitu tanpa menggunakan “kaki” di ujung hurufnya.

Dengan sejarah muncul nya jenis tipografi tersebut, maka *serif* yang lebih lama tercipta, memiliki konotasi yang lebih tradisional dan *sans serif* memiliki konotasi kontemporer. Maka pada pembuatan *signage*, biasanya *serif* digunakan untuk menciptakan tampilan yang lebih tradisional dan sebaliknya.

2. *Stylistic longevity*

Terkadang, penggunaan *typeface* yang trendi dan dekoratif dibutuhkan dalam pembuatan periklanan, kampanye, *signage* temporer, dan *signage* permanen yang memiliki waktu yang lebih lama. Karenanya, dibutuhkan pemilihan *typeface* yang memiliki longetivitas dan dapat bertahan lama. *Typefaces* yang trendi dapat dengan mudahnya ketinggalan jaman, sehingga dibutuhkan *typeface* yang lebih konvensional.

3. *Legibility*

Legibilitas merupakan faktor yang krusial dan berhubungan erat dengan *formal suitability* dan *stylistic longevity*. Tulisan pada *signage* harus mudah untuk dibaca agar pembaca mudah mengerti dan menerima informasi. Terdapat beberapa parameter dalam *typeface* yang mudah terbaca:

- a. Huruf jelas dan mudah dikenali.
- b. Memiliki "*x-height*" yang tinggi.
- c. Ketebalan batang huruf medium, tidak terlalu tipis atau terlalu tebal.
- d. Lebar tiap hurufnya medium atau normal, tidak terlalu pipih/*condensed* atau tidak terlalu lebar/*expanded*.

2.2.1.2. Penggunaan Typeface

Selain pemilihan *typeface* yang *legible*, cara desainer menggunakan *typeface* tersebut juga krusial. Dua hal yang perlu dipertimbangkan dalam menggunakan *typeface* yaitu *case* dan *letterspacing*. *Case* merujuk pada versi *typeface* yang digunakan: semua huruf besar, semua huruf kecil, kombinasi huruf besar dan huruf kecil, dan *Title Case* yang biasa digunakan dalam penulisan judul (hlm. 137).

Yang paling sering digunakan dan yang memiliki legibilitas paling tinggi adalah *title case*, karena pengaplikasiannya pada *signage* sama seperti judul buku, yaitu menggunakan sebuah kata atau beberapa kata. Kombinasi huruf besar dan huruf kecil lebih sering digunakan dalam penulisan informasi yang lebih detail dan lebih panjang berbentuk kalimat. *Signage* yang menggunakan semua huruf kecil jarang ditemukan. Sedangkan *signage* menggunakan huruf besar sering ditemukan untuk menunjukkan kesan lebih simpel dan tegas.

Letterspacing juga perlu dipertimbangkan dalam menggunakan *typeface*. *Letterspacing* atau *tracking* adalah penentuan jarak antara semua huruf dalam suatu kata. Hampir semua *type font* sudah di set dengan normal *tracking*, diindikasikan dengan angka 0. Untuk menambahkan legibilitas, tipografi dalam *signage* menggunakan *tracking* normal atau sedikit berjarak atau terbuka (hlm. 138-139).

2.2.2. Simbol dan Tanda Panah

Berdasarkan Calori (2015), simbol dan tanda panah adalah suatu alat yang mengkomunikasikan informasi dalam bentuk gambar dan tanpa tulisan. Dalam *signage*, simbol dapat menggantikan tipografi untuk menyampaikan pesan. Namun, terkadang simbol dipasangkan dengan tipografi agar memperjelas pesan khususnya

dilingkungan yang multibahasa seperti rumah sakit, taman bermain, dan bandara. Tanda panah juga merupakan simbol yang dimengerti seluruh dunia sebagai alat penunjuk arah. (hlm. 143).

2.2.2.1. Simbol

Untuk menyampaikan pesan dengan jelas, simbol dan tanda panah membutuhkan *unity*, kejelasan, dan simpel dalam desainnya. Seorang desainer grafis dapat menggunakan dan mendesain ulang simbol yang sudah ada, atau membuat simbol baru yang sesuai dengan proyek yang dikerjakan. Namun, membuat simbol baru jarang dilakukan karena membutuhkan penelitian dan revisi yang lebih, simbol yang baru tidak langsung dikenali atau dimengerti daripada yang sudah ada, dan beberapa proyek membutuhkan simbol-simbol yang sudah ada (hlm. 144).

Simbol yang sering digunakan dalam perancangan *signage* di Amerika Serikat yaitu sistem simbol AIGA/DOT. Simbol AIGA/DOT sudah digunakan pada *signage* diberbagai fasilitas dan transportasi sehingga pada umumnya mudah dikenali (hlm. 145).

2.2.2.2. Tanda Panah

Tanda panah adalah simbol sederhana yang biasa digambarkan dengan sebuah batang dengan ujung kepala yang runcing. Tanda panah dapat digambarkan dengan gaya yang bermacam-macam, namun harus tetap dapat menyampaikan dengan jelas arah yang dituju. Contohnya seperti penunjuk arah berbentuk segitiga (tanda panah tanpa menggunakan batang), beberapa orang dapat menafsirkan segitiga tersebut sebagai elemen desain dari *signage* tersebut (hlm. 149).

2.2.3. Warna

Berdasarkan Calori (2015), warna memiliki beberapa fungsi dalam *signage*, yaitu:

1. Untuk terlihat menonjol atau berbaur pada lingkungannya.
2. Untuk menambah makna dari pesan *signage*.
3. Untuk membedakan suatu pesan dari pesan lainnya.
4. Sebagai dekoratif.

Terkadang dalam pemilihan warna, seorang desainer tidak dapat memilih warna yang digunakan khususnya perusahaan-perusahaan besar yang sudah memiliki *graphic standard manual*. Namun dalam penentuan warna, direkomendasikan adanya minimal 70 persen rasio kontras antara *figure* dan *ground*. *Figure* dalam *signage* adalah elemen grafis gambar dan tipografi, sedangkan *ground* adalah *background* tempat elemen grafis tersebut (hlm. 161).

Warna dapat menonjolkan suatu *sign* atau dapat membaurkan *sign* dengan lingkungannya. Biasanya warna-warna cerah dengan *saturation* tinggi dapat memeriahkan dan menonjolkan *signage*, sedangkan sebaliknya, warna netral dan lebih halus dapat membuat *sign* lebih menyatu dan berbaur dengan lingkungan. Warna-warna cerah sering digunakan dalam lingkungan yang membutuhkan keputusan yang cepat contohnya dalam fasilitas transportasi agar cepat terlihat dan menonjol. Warna juga dapat menambahkan pesan suatu *signage* seperti warna merah untuk pesan yang menunjukkan larangan atau keadaan darurat dan warna kuning untuk pesan-pesan yang menarik perhatian (hlm. 162).

2.2.4. *Layout*

Berdasarkan Calori (2015), *layout* adalah proses dimana elemen-elemen tipografi, gambar, dan warna disusun menciptakan sebuah visual yang *unity*, jelas, dan sesuai dengan tema dan lingkungan perancangan. Proses *layouting* dapat berjalan bila konten sudah ditetapkan karena konten mempengaruhi seberapa besar *layout* tersebut ditempatkan pada *signage* (hlm. 166).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi layout:

1. Proporsi simbol dan tanda panah dengan tipografi.

Untuk tanda panah, karena bentuknya yang simpel, maka panjang atau lebar panah disesuaikan dengan *cap height* pada tipografi. Sedangkan simbol biasanya lebih kompleks dari tanda panah sehingga dibutuhkan ukuran yang lebih besar dari tipografinya.

2. Posisi simbol dan tanda panah dengan tipografi.

Terdapat dua penempatan posisi simbol dan tanda panah dengan tipografi: posisi simbol dan tanda panah sejajar dengan tipografi atau posisi simbol dan tanda panah berada diatas (atau dibawah) tipografi.

3. Jarak dan spasi antara elemen grafis.

Jarak antara elemen grafis penting dalam memberikan legibilitas pada *signage*. Terdapat *horizontal spacing* yaitu spasi dan jarak antar elemen grafis yang sejajar dan *vertical spacing* yaitu jarak antara baris tipografi atau antara elemen grafis yang menumpuk.

4. Proporsi *layout*.

Setiap *signage* memiliki maksimal kuantitas konten yang dapat dituliskan, sehingga proporsi *layout* harus memperhatikan kuantita konten. Contohnya dalam ruangan dengan langit-langit yang rendah, maka akan dibutuhkan *signage horizontal* agar tidak menghabiskan tempat. Untuk *signage horizontal*, konten dan elemen grafis dapat disusun menjorok ke kanan, ke kiri, atau rata tengah. Sedangkan untuk *signage vertical*, konten dapat disusun dibagian atas, tengah, atau bawah *signage*.

Berdasarkan Landa (2011), *grid* merupakan salah satu cara untuk menciptakan komposisi yang lebih tersusun. *Grid* adalah suatu panduan yang terbentuk dari struktur horizontal dan vertikal yang membagi suatu format menjadi kolom dan margin. Fungsi dari *grid* adalah untuk merapihkan elemen-elemen visual seperti tipografi dan gambar menjadi satu kesatuan (hlm. 158).

Hal pertama untuk membatasi penempatan konten adalah dengan membuat margin. Margin berfungsi sebagai bingkai yang mengelilingi konten visual dan tipografi. Selanjutnya adalah menentukan kolom. Kolom adalah susunan berbentuk vertikal untuk memuat teks dan gambar. Penentuan kolom berdasarkan banyak faktor seperti konsep, fungsi, dan bagaimana seorang desainer mau menyampaikan konten.

Unit yang tercipta dari persimpangan antara garis vertikal dan horizontal akan membentuk *grid module*. Gabungan beberapa *grid module* akan menghasilkan *spatial zone*. Keduanya berfungsi sebagai tempat peletakkan elemen visual (hlm. 162).

2.3. Destinasi Wisata Cagar Budaya

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia nomor 14 tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Wisata Berkelanjutan, destinasi wisata adalah suatu kawasan yang berada di satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Sedangkan cagar budaya adalah warisan peninggalan sejarah berupa benda, struktur, situs, kawasan di darat dan/ atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai yang penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, agama, dan/ atau kebudayaan melalui proses penetapan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka Taman Sari Guha Sunyaragi merupakan destinasi wisata cagar budaya karena merupakan peninggalan kesultanan Cirebon.