



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. Perancangan

2.2. *Wayfinding*

Gibson dalam bukunya yang berjudul *The Wayfinding Handbook Information Design For Public Place* (2009) mengatakan bahwa peradaban masyarakat kini terpacu untuk melakukan aktivitas bersama-sama seperti bekerja, bermain, berbelanja, belajar, beribadah atau hanya ingin berinteraksi. Mereka datang bersama-sama ke tempat yang ramai. Di tempat itu masyarakat dapat menemukan jalan secara ekstensial, namun mereka akan menjadi kebingung jika secara fisik telah kehilangan arah. Maka dari itu, desain *wayfinding* memberikan bimbingan dan sarana bagi masyarakat agar nyaman saat berada di lingkungan mereka (hlm. 12).

Menurut *Queensland Health Wayfinding Design Guidelines* (2010) mengatakan *wayfinding* adalah sistem yang dapat membantu masyarakat menemukan arah dalam perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya, informasi yang dicetak, fitur arsitektur dan elemen desain, *signage* permanen, *landmark*, dan interaksi manusia. (hlm. 5).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.3. Signage

2.3.1. Pengertian Signage

Chris Calori menjelaskan bahwa *signage* dan *wayfinding* merupakan salah satu bagian dari bidang ilmu *enviromental graphic design* yang mengorientasi pengguna dalam bernavigasi disebuah lokasi. *Signage* dan *wayfinding* merupakan kesatuan tanda atau petunjuk yang secara informasi dan visual mempersatukan sebuah situs. Perancangan *signage* yang baik ikut serta dalam memperkuat identitas tempat tersebut (hlm. 5-6).

2.3.2. Fungsi Signage

Calori (2012) fungsi utama dari *signage* adalah membantu pengunjung untuk menemukan arah jalan di lingkungan tertentu. *Signage* juga memberikan informasi seperti peringatan, operasional, dan informasi interpretatif. Keberadaan *signage* yang baik dapat mengarahkan pengunjung situs tanpa harus bertanya secara verbal pada pihak tertentu. Dengan demikian pengunjung sebuah situs dapat bernavigasi dengan baik walaupun tidak ada orang disekitar untuk ditanyai (hlm. 6-7).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.3.3. Kategori Signage

Kategori *sign* menurut Gibson (2009, hlm. 46) dalam bukunya yang berjudul *The Wayfinding Handbook Information Design For Public Place* yaitu:

1. Identification Sign

Tanda ini adalah penanda visual yang menampilkan nama dan fungsi sebuah ruang atau tempat. Tanda identifikasi yang jelas menandai transisi dari satu ujung ruang untuk yang lain. Penggunaan gaya yang tepat dapat mengekspresikan kepribadian tempat tersebut, karakter dan konteks sejarahnya. tanda ini dapat mengkomunikasikan identitas sebuah tempat dengan menghadirkan logo yang sebenarnya atau lebih umum dengan membangkitkan gambar (hlm. 48).

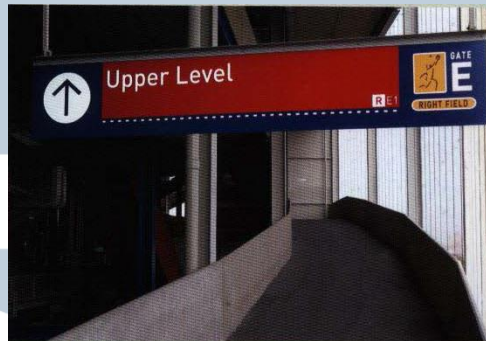


Gambar 2.1. Identification Sign

(Sumber: Gibson, 2009)

2. *Directional Sign*

Tanda-tanda arah merupakan sistem peredaran karena memberikan isyarat yang penting bahwa pengguna harus terus bergerak setelah mereka telah memasuki ruang. Desain tanda-tanda tersebut harus selaras dengan arsitektur sekitarnya. Tanda-tanda arah juga harus jelas dan mudah dikenali, maka dari itu, si pesan harus disusun sederhana untuk menjadi navigasi yang mudah (hlm. 50).



Gambar 2.2. *Directional Sign*

(Sumber: Gibson, 2009)

3. *Orientation Sign*

Tanda-tanda orientasi dibuat agar pengunjung melihat gambaran lingkungan tempat tersebut dalam bentuk peta yang komprehensif dan memuat direktori.

Rancangan tanda orientasi perlu dikoordinasikan dengan identitas lainnya dalam suatu sistem, maka ketika semua tanda ini bekerja sama, pengunjung dapat mengikuti pergerakannya dengan mudah (hlm. 52).



Gambar 2.3. *Orientation Sign*

(Sumber: Gibson, 2009)

4. *Regulatory sign*

Tanda regulasi menjelaskan hal yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan di tempat tertentu. Hal-hal ini dimulai dari yang sederhana seperti tanda larangan merokok atau tampilan yang lebih kompleks dengan aturan yang berlaku (hlm. 54).



Gambar 2.4. *Regulatory Sign*

(Sumber: Gibson, 2009)

2.3.4. Tanda Dalam *Signage*

Ilmu semiotika membagi tanda kedalam tiga klarifikasi, yaitu: ikon, indeks, dan simbol (Landa, R. *Graphic Design Solutions* 4th ed, hlm:108). Tanda panah merupakan simbol yang dipakai dalam *signage*, seperti yang dijelaskan oleh Chris Calori. Penjelasan ikon, indeks, simbol oleh Robin Landa, dan penjelasan tanda panah oleh Chris Calori seperti berikut:

1. Ikon

Sebuah visual yang diterima secara umum dengan maksud mewakili suatu objek, aksi, dan gagasan, secara literal dalam bentuk *pictogram*.



Gambar 2.5. *Icon*
(Sumber: Pinterest, 2019)

2. Indeks

Sebuah visual yang menunjukkan sebuah maksud tanpa menyerupai sesuatu yang dimaksudkan tersebut.



Gambar 2.6. *Index*

(Sumber: Pinterest, 2019)

3. Simbol

Sebuah visual yang dimengerti secara konvensional dan mempunyai hubungan dengan pesan yang dimaksudkan.



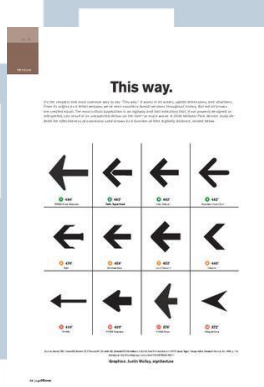
Gambar 2.7. *Symbol*

(Sumber: Pinterest, 2019)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

4. Tanda panah

Tanda panah merupakan simbol yang terbentuk dari sebuah tangkai dan ujung yang runcing. Walau demikian tanda panah bisa dibentuk tanpa tangkai, tetapi akan mengurangi kejelasan pesannya.



Gambar 2.8. Arrow

(Sumber: Pinterest, 2019)

2.4. Vihara

2.4.1. Pengertian Vihara

Menurut Yoyoh (2008), Vihara dalam sejarah Buddha terletak diatas tanah yang dinamakan Isipatana Migadaya (taman rusa Isipatana), dekat kota Banarasi. Tempat ini mengandung makna sejarah yang sangat penting bagi umat Buddha yang tidak mungkin dilupakan.

Pengertian Vihara menurut Suwarno (1999) dalam Yoyoh (2008) bahwa awalnya pengertian Vihara sangat sederhana, yaitu tempat tinggal atau tempat penginapan para bhikku, bhikkuni, samanera, dan samaneri. Namun kini pengertian Vihara mulai berkembang. Vihara adalah tempat untuk melakukan

upacara keagamaan menurut keyakinan, kepercayaan dan tradisi agama Buddha, serta tempat umat awam melakukan ibadah atau sembahyang menurut keyakinan, kepercayaan dan tradisi masing-masing baik secara perseorangan maupun berkelompok. Di dalam Vihara terdapat satu atau lebih ruang untuk penempatan altar.

2.4.2. Sejarah Vihara

Suwarno (1999) bahwa dulu sebelum dikenal Vihara, tempat tinggal para bhikku adalah goa dibawah pohon, kuburan, bukit, ditumpukan jerami dan ditempat penduduk yang menyediakan tempat untuk menginap. Setelah banyak orang yang mendengarkan ajaran Sang Buddha dan berlindung kepada Sang Tri Ratna, mereka bermaksud untuk menyediakan tempat tinggal bagi para bikkhu. Sang Buddha kemudian memperbolehkan umat berada di Vihara.

Pada umumnya umat Buddha belum mempunyai Vihara secara khusus. Gagasan untuk membangun sebuah Vihara pertama kali dilakukan oleh Raja Bimbisara dari Kerajaan Rajagaha. Suatu ketika Raja Bimbisara mendengarkan ajaran Sang Buddha dan mencapai suttapati (tingkat kesucian pertama) maka beliau memberikan persembahan kepada Sang Buddha dan para bhikku. Atas pemberian tersebut, Sang Buddha memberikan persyaratan sebagai berikut :

- a. Tempat tersebut tidak jauh, dekat dan ada jalan untuk lewat.
- b. Tidak terlalu banyak suara di siang hari maupun malam hari.
- c. Tempat tersebut tidak banyak gangguan serangga, angin, terik matahari dan pohon menjalar.

d. Orang yang tinggal disana mudah mendapat jubah, makanan, tempat tinggal, obat-obatan sebagai pengobatan bagi orang sakit.

e. Ditempat tersebut ada bhikku yang lebih tua (senior) yang mempunyai pengetahuan tentang kitab suci (Dhamma-Vinaya).

Sejak saat itu pengurusnya menerima Dana Vihara. Dengan semakin banyaknya penganut ajaran Sang Buddha, maka Vihara bukan hanya sebagai tempat singgah para bhikku, tetapi juga digunakan oleh para upasaka dan upasika untuk belajar Dhamma.

Pada saat ini, umat Buddha terutama di Indonesia datang ke Vihara untuk melakukan puja bhakti bersama-sama pada hari yang telah mereka tentukan. Selain puja bakti umat juga mengadakan berbagai kegiatan lain yang sesuai dengan Dhamma dan Vihara.

2.5. Desain Komunikasi Visual

2.5.1. Prinsip Desain

Robin Landa pada bukunya *Graphic Design Solutions*, mengatakan bahwa dalam menciptakan komunikasi visual yang baik dibutuhkan pengaplikasian prinsip desain untuk membentuk komposisi yang baik (hlm: 24). Dengan komposisi yang baik, sebuah desain dapat menarik dan nyaman untuk dilihat dan dibaca. Hal tersebut menjadi penting supaya informasi dapat disampaikan dengan baik cepat dan mudah dimengerti. Prinsip desain tersebut mencakup format, *balance*, *visual hierarchy*, *emphasis*, *rhythm*, dan *unity*.

1. Format

Format adalah parameter batas sebuah bidang desain. Dalam kata lain, format adalah bentuk dan ukuran media yang digunakan. Sebagai contoh, desain brosur menggunakan kertas. Format pada kasus ini berarti adalah ukuran kertas dan bentuknya. Misalkan, kertas berukuran A3, A4, atau A5. Kemudian berapa lipatan yang digunakan, misalkan 2 lipatan atau 4 lipatan. Pada *signage*, format yang dimaksud adalah bentuk dan ukuran dari panel sign tersebut. Format menjadi faktor utama pada prinsip desain karena format akan menentukan bentuk dan seberapa luas bidang desain yang tersedia.

2. Balance

Balance atau keseimbangan adalah prinsip yang sifatnya lebih intuitif. *Balance* adalah stabilitas dan ekuilibrium yang diciptakan oleh distribusi berat visual dari setiap sisi, garis tengah, dan juga keseluruhan komponen desain dalam suatu format. Berat visual merupakan tingkat ketertarikan, kepentingan, atau *emphasis* yang dikandung elemen pada sebuah komposisi. Berat visual ini dipengaruhi oleh ukuran, bentuk, nilai, warna, dan tekstur. Posisi elemen desain juga akan memberi efek pada berat visual. Setiap elemen pada komposisi memiliki tenaga, kekuatan, dan berat yang berbeda-beda. Dengan demikian setiap elemen ini perlu didistribusi berdasarkan berat visual tersebut untuk menciptakan keseimbangan.

Balance yang tercipta pada sebuah komposisi akan memberi kesan yang menarik dan nyaman dibaca bagi pembaca.

3. *Visual Hierarchy* dan *Emphasis*

Hierarki visual adalah prinsip utama yang digunakan dalam mengorganisir informasi dan memperjelas komunikasi. Hierarki visual memandu pembaca dengan menggunakan *emphasis*. *Emphasis* adalah susunan elemen visual berdasarkan tingkat kepentingannya, dengan cara membuat satu elemen lebih dominan dibanding dengan elemen lainnya. Sehingga pembaca akan tahu elemen mana yang harus diperhatikan pertama sampai yang terakhir sesuai dengan tingkat kepentingan elemen tersebut.

Chris Calori hlm 98-100 menjelaskan bahwa tidak semua informasi dan lokasi memiliki tingkat kepentingan yang sama. Beberapa informasi dan tempat memiliki tingkat kepentingan yang lebih dibanding informasi dan tempat lainnya. Hierarki berperan untuk membedakan pesan dan tempat yang memiliki tingkat kepentingan yang berbeda ini. Dalam prosesnya, *sign* diberi urutan atas kepentingannya, dari yang urutan pertama yaitu paling penting, sampai yang terakhir. Informasi yang paling penting dan utama ditampilkan dengan ukuran yang lebih besar dibanding informasi lainnya.

Ada dua alasan dasar hierarki dibutuhkan dalam perancangan *signage*. Pertama, untuk mengkomunikasikan informasi secara efektif. Dengan hal ini, informasi yang disampaikan dengan papan *sign* akan sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga pengguna mendapat informasi yang dibutuhkan dengan cepat. Kedua, untuk menggunakan ruang papan *sign* secara efektif. Hal ini berkaitan dengan kapasitas ruang di lokasi tertentu. Ukuran ruangan akan mempengaruhi batas ukuran papan *sign*. Ukuran papan *sign* akan menentukan kapasitas

informasi yang dapat dimuat. Dengan menggunakan hierarki, informasi yang ingin dicantumkan bisa ditentukan berdasarkan tingkat kepentingannya.

4. *Rhythm*

Rhythm atau ritme pada desain memiliki prinsip yang sama dengan ritme pada musik. *Rhythm* pada desain grafis diciptakan melalui pola. Sama seperti pada musik, ritme dapat disela, diperlambat, atau dipercepat. Repetisi yang kuat dan konsisten dapat menciptakan ritme. *Visual rhythm* yang kuat berguna dalam membentuk stabilitas pada sebuah desain. Banyak faktor yang dapat menciptakan *rhythm* diantaranya adalah warna, tekstur, relasi antara *figure and ground*, *emphasis*, dan *balance*. Kunci dalam menciptakan *rhythm* pada desain grafis adalah dengan memahami repetisi dan variasi. Repetisi dihasilkan dari pengulangan sejumlah elemen visual dengan jumlah dan kekonsistenan yang besar. Sedangkan variasi diciptakan dengan mengubah dan memodifikasi pola atau dengan mengubah elemen desain. Elemen desain yang dimaksud adalah warna, ukuran, bentuk, jarak, posisi, dan berat visual.

5. *Unity*

Unity atau kesatuan adalah keselarasan pada elemen visual sehingga terlihat sebagai satu kesatuan. Landa menjelaskan untuk mencapai *unity* ada beberapa

hal yang bisa dilakukan, yaitu:

1. *Similarity*, kemiripan atau karakteristik yang sama pada elemen visual akan membuatnya terlihat sebagai satu kesatuan.
2. *Proximity*, letak elemen visual yang berdekatan satu sama lain akan membuatnya terlihat sebagai satu kesatuan.

3. *Continuity*, elemen visual yang disusun secara berkelanjutan secara tidak langsung akan membentuk sebuah jalur dan terlihat seperti satu kesatuan.
4. *Closure*, elemen visual yang berdekatan dapat membentuk sebuah bentuk yang baru atau sebuah pola.
5. *Common Fate*, elemen visual akan terlihat sebagai satu kesatuan jika mengarah ke arah yang sama.
6. *Continuing Line*, garis yang berkelanjutan akan membentuk sebuah jalur. Bahkan jika beberapa garis terputus, keseluruhan pergerakan garis masih akan terlihat.

2.5.2. Warna

Calori (2007) mengatakan warna adalah bagian dasar dari kehidupan kita sehari-hari dan sangat mempengaruhi pengalaman kita tentang dunia, Sebab kita tinggal di dunia tidak dengan warna hitam dan putih saja. Ada banyak cara di mana warna dapat digunakan dalam program *signage*, seperti halnya semua elemen sistem grafis lainnya maksud dari bagian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang bagian warna karena berkaitan dengan sistem grafik *signage*, daripada untuk memberikan diskusi ekstensif tentang subjek yang kompleks (hlm. 125).

Warna dapat digunakan dalam program *signage* dengan banyak cara. dan di jelaskan oleh Calori (2007, hlm, 125) peranan warna di dalam signage meliputi:

1. Untuk mengkontraskan atau menyelaraskan dengan lingkungan tanda,
2. Untuk menambahkan pesan suatu tanda,
3. Untuk membedakan pesan dari satu sama lain,

4. Untuk menjadi dekoratif.

Anggraini (2014) juga mengatakan bahwa Warna merupakan salah satu unsur penting dalam desain. Warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan, dapat membedakan sifat, dapat menarik perhatian dan meningkatkan mood (hlm 37).

Menurut Sherin (2012) warna merupakan kumpulan cahaya, semakin intens warna yang dihasilkan maka cahaya yang dibutuhkan juga semakin tinggi. Warna menjadi penting dalam pembuatan *signage*. Sherin juga memaparkan bahwa manusia hanya dapat melihat beberapa warna dengan istilah *visible spectrum*. Sherin juga membagi warna kedalam beberapa kategori yang juga biasa dikenal dengan *color wheel*.

Pertama warna dalam *color wheel* dikenal dengan *primary colors*. Pada kategori ini warna terbagi kedalam dua tipe yaitu *addictive dan subtractive*. Warna *addictive* terbagi kedalam warna merah, biru dan hijau. Sedangkan warna *subtractive* terbagi kedalam warna *magenta, cyan, dan yellow*. Selanjutnya warna yang dikenal dalam *color wheel* adalah warna terang atau *light colors*. *Light colors* sendiri terdiri dari dasar warna yang pucat. Warna terang ini biasa digunakan dalam penggunaan warna latar. Ketiga, warna yang dikenal dalam *colors wheel* adalah warna gelap atau *dark colors*. Biasanya penggunaan warna gelap ini untuk membangun suasana. Pembagian warna selanjutnya yang ada dalam *colors wheel* adalah *Bright colors*. Pembagian warna ini terdiri dari warna asli yang terkesan cerah. Biasanya warna cerah digunakan untuk menarik perhatian khalayak. Selanjutnya *Pale colors*, warna ini biasanya dikenal dengan

warna-warna pastel karena mengandung warna putih sebesar 65% dari total keseluruhan warna yang tergabung. Penggunaan warna ini biasanya untuk memberi kesan *feminim*. Warna lainnya yang ada dalam *colors wheel* adalah *hot dan cold colors*. *Hot colors* mengandung warna dengan dasar merah sedangkan *cold colors* mengandung warna dengan dasar biru. Penggunaan kedua warna ini juga berbeda. *Hot colors* biasanya digunakan untuk *advertising* agar menarik perhatian khalayak, sedangkan *cold colors* untuk membangun tingkat kepercayaan atau *trust* yang tinggi terhadap khalayak. Warna terakhir yang ada dalam *colors wheel* adalah warna netral. Warna netral ini dominan dengan warna coklat atau abu-abu, jika digunakan dengan tepat warna netral ini dapat memberi dampak yang besar. Biasanya penggunaan warna netral ini akan memberi kesan *calm* dan damai (Sherin, 2012, hlm. 96-104).

2.5.3. Bentuk

Calori (2007) menyatakan bentuk yang di gunakan pada *signage* harus dapat memberikan visual yang menarik dan serta ciri khas dalam bentuk dimensi. Bentuk yang digunakan untuk membuat *signage* tidak terbatas dan bentuk dasar dapat di kombinasikan sehingga menjadi bentuk yang khas (hlm. 153).

2.5.4. Layout

Penggunaan layout dalam pembuatan *signage* sangat penting karena mengatur bagian-bagian dalam *signage* dan juga dapat membangun karakter pada desain *signage*. Layout dapat menentukan tata letak desain yang lebih mencolok atau netral selanjutnya gaya desain yang dihasilkan lebih kearah kontemporer atau tradisional. Selain itu desain yang yang dihasilkan lebih *clean* dan

straightforward atau lebih kearah kaya dan kompleks. Penentuan layout juga memikirkan pentingnya penggunaan media dari segi ukuran dan proporsi. Ada dua bentuk layout yang proposional yaitu (Calori & Eynden, 2015, hlm. 170):

1. *Side by side positioning*, yaitu panah dan tipografi harus sejajar
2. *Stacked positioning*, yaitu panah dan symbol berada diatas tipografi.

2.5.5. Tipografi

Sebagian elemen dari *signage* tidak hanya mengandalkan dari layout, warna dan desain. Tipografi juga menjadi elemen penting, sebagian dari bagian desain visual membutuhkan tipografi untuk menunjang informasi yang ada dalam signage. Ada empat elemen dalam pemilihan typeface yang dibutuhkan dalam signage, diantaranya (Calori & Eynden, 2015, hlm. 127-133):

1. *Format suitability*, mengacu pada keserasian huruf dengan desain signage.

Terdapat dua jenis huruf dasar yang sering digunakan dalam aplikasi signage yaitu *serif* dan *san serif*.

2. *Stylistic longevity*, jenis huruf yang digunakan harus mengacu pada rentang umur panjang karena porgm signage bersifat permanen.
3. *Legibility*, jenis huruf harus mudah dibaca dan dipahami oleh khalayak yang membaca informasi pada *signage*.
4. *ADA Conformance*, jenis huruf dipilih berdasarkan persyaratan SAD

khususnya di wilayah Amerika Serikat.

2.5.6. Hierarki Informasi

Hierarki informasi adalah hal terpenting dalam pembuatan *signage*, dimana semakin tinggi informasi dalam sebuah *signage* maka tingkatannya lebih tinggi.

Menurut Calori dan Eynden (2015) terdapat dua alasan hierarki menjadi sangat penting dalam sebuah signage yaitu yang pertama adalah untuk meningkatkan efektifitas sebuah komunikasi dan yang kedua untuk mengatur ruang *sign* dan informasi harus padat dan jelas (Calori dan Eynden,2015, hlm.100).

2.5.7. Material

Gibson (*The Wayfinding Handbook*, hlm. 116) menjelaskan ada berbagai jenis material yang bisa digunakan sebagai media *signage*, yaitu:

1. Metal

Metal merupakan material yang paling umum digunakan dalam pembuatan *signage*. Material ini mempunyai sifat yang fleksibel dan kuat, bisa digunakan sebagai struktur dasar sign maupun permukaan sign. Warna metal yang pada umumnya digunakan adalah silver dan kuning, dengan proses *finishing* berupa dipoles, disikat, atau satin. Elemen grafis bisa

2. Kaca

Kaca dapat menampilkan *signage* dengan bagian belakang atau tepi yang bercahaya. Kaca bisa dibentuk kedalam objek tiga dimensi sebagai keseluruhan bentuk panel *sign*. Pengaplikasian elemen grafis dapat diterapkan di belakang, depan, atau didalam lapisan kaca, yang masing-masing akan meberi efek berbeda. Kaca memiliki berbagai jenis, meliputi: *float*, *low-emissivity*, *borosilicate*, *fritted*, *tempered*, *laminated*.

3. Kayu

Dibandingkan dengan material lainnya, kayu memiliki tingkat ketahanan yang paling rendah. Elemen visual diaplikasikan dengan cara diukir. Kayu juga bisa

digunakan untuk membuat detail pada permukaan atau melapisi latar belakang sebuah material. Jenis-jenis kayu meliputi: ek, pinus, cemara, mahoni, ceri, dan popular.

4. Batu

Batu bisa dipakai sebagai panel *sign* atau dasar sebuah panel *sign*. Batu bersifat stabil dan dapat digabungkan dengan lingkungan arsitektur sebuah tempat. Elemen grafis dapat diaplikasikan diatas batu sebagai dasarnya, dan dapat juga diukir dipermukaan batu dengan metode *water-jet cutting*. Jenis batu yang bisa digunakan adalah: granit, gamping, marbel, batu pasir, dan batu tulis.

5. Spanduk

Spanduk dibuat dengan bahan kain, plastik, atau material tidak kaku lainnya. Biasanya material ini membutuhkan struktur pemasangan dibagian atas dan bawahnya. Elemen grafis pada spanduk bisa dicetak atau disablon. Biasanya papan sign dengan material ini digunakan untuk acara tertentu yang sifatnya sementara. Material ini dapat digunakan sebagai papan sign diluar ruangan jika material yang digunakan tahan lama. Jenis spanduk yang dapat dijadikan material sign adalah: *vinyl*, nilon, *tyvek*, *poplin*, dan *dacron*.

6. Plastik

Plastikan merupakan material sintetis. Sebagai material sign, plastic dipotong dari lembaran cetakan dengan ketebalan tertentu. Lembaran cetakan plastic dapat diberikan warna dan dapat ditambahkan dengan elemen tertentu untuk memberi efek bercahaya. Elemen grafis dapat dilukis, dicetak, atau disablon.

Jenis plastic yang bisa digunakan meliputi: akrilik, *lexan*, resin, *sintra*, dan *photopolymer*.

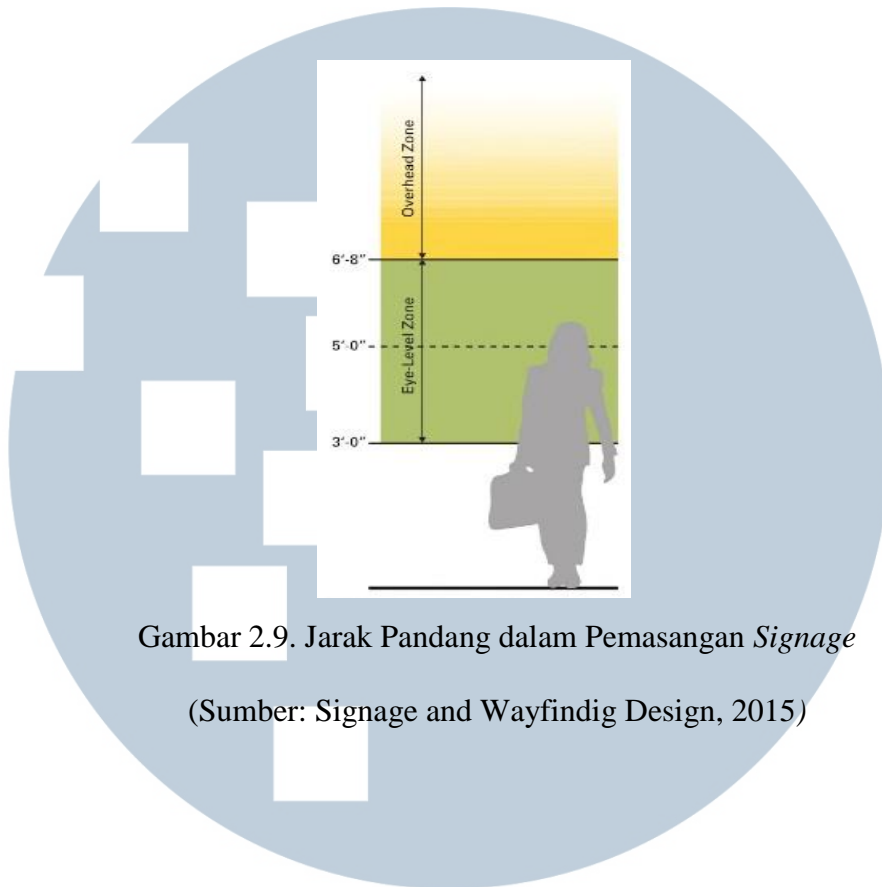
7. *Composites*

Kategori ini dihasilkan melalui dua material atau lebih dengan bahan fisika atau kimia yang berbeda. Material ini akan memiliki warna dan tekstur tertentu, dan dapat dipotong kedalam bentuk tertentu. Material *composites* bisa diberi elemen grafis dengan dilukis dan dicetak, atau digunakan sebagaimana adanya. Jenis material ini berupa: *phenolic resin laminates*, *alucobond*, dan *fiberglass*.

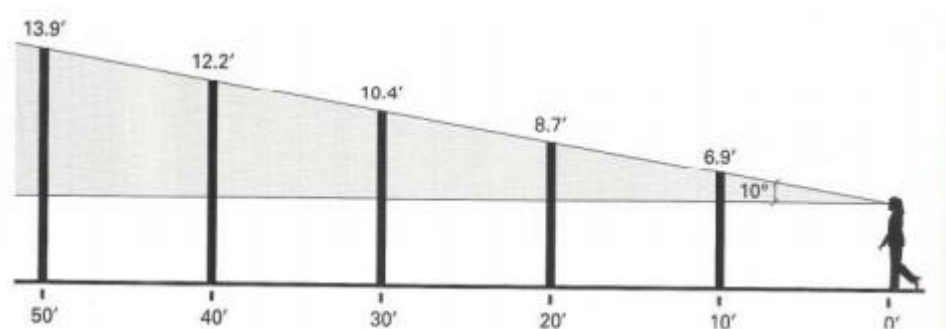
2.5.8. Jarak Pandang pada *Signage*

Signage yang efektif menurut Calori (*Signage and Wayfinding Design*, hlm. 166-167) mempunyai ukuran yang cukup besar sehingga pengguna mempunyai cukup waktu untuk membaca pesan, mengerti, dan bertindak dalam jangka waktu menuju titik destinasi.

Ukuran pesan dan papan *sign*, entah itu *sign* yang berada di luar atau di dalam ruangan, untuk pejalan kaki atau pengendara, semua terhubung dengan jarak pandang pengguna. Calori menjelaskan, pada jarak 50' (1524 cm) tinggi huruf minimum yang terbaca adalah 1" (2.54 cm). Hal ini berlaku untuk huruf yang tidak memiliki lengkungan seperti, E, H, atau I. Dengan mengikuti perbandingan ini, maka dengan jarak 500' (15240 cm) ukuran tinggi huruf yang terbaca adalah 10" (25.4 cm), diukur berdasarkan *cap-height* huruf. Menurut Calori, perbandingan rasio 1:50 ini adalah aturan yang baik dalam menentukan ukuran tipografi sesuai dengan jarak pandang.



Gambar 2.9. Jarak Pandang dalam Pemasangan Signage
 (Sumber: Signage and Wayfindig Design, 2015)



Gambar 2.10. Jarak Pandang dalam 10°
 (Sumber: Signage and Wayfindig Design, 2005)

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA