



### **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. Pariwisata

Menurut Ismayanti (2011) pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan kegiatan di bidang usaha. Ia juga mengungkapkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata, yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. (hlm. 1)

Menurut Cooper melalui Ismayanti (2011) terdapat tiga elemen kepariwisataan bisa terjadi (hlm. 1-4):

a. Wisatawan

Wisatawan adalah tokoh utama dalam pariwisata. Berwisata menjadi kebutuhan manusia dalam menikmati, mengantisipasi, dan mengingatkan kembali masa-masa kehidupan.

b. Elemen Geografis

Terdapat tiga elemen geografis yang menjadi penggerak wisatawan; Daerah Asal Wisatawan (DAW), Daerah Transit (DT), dan Daerah Tujuan Wisata (DTW).

c. Industri Pariwisata

Industri Pariwisata menyediakan jasa, daya Tarik wisata, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata.

Dijelaskan pada pasal 25 Undang Undang no.50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional bahwa fasilitas pariwisata

meliputi; fasilitas akomodasi, rumah makan, fasilitas informasi, fasilitas pelayanan pariwisata, fasilitas pelayanan keimigrasian, pusat informasi pariwisata, satuan tugas wisata, toko cinderamata, penunjuk arah/ papan informasi wisata/ rambu lalu lintas wisata (*tourism sign and posting*) dan bentuk bentang lahan (*landscaping*).

## **2.2. Cagar Budaya**

Menurut UU No.11 Tahun 2010, Cagar Budaya adalah warisan budaya yang memiliki sifat kebendaan, berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya yang perlu dilestarikan keberadaannya.

### **2.2.1. Situs Cagar Budaya**

Menurut UU No.11 Tahun 2010, Situs Cagar Budaya mengandung Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, dan Struktur Cagar Budaya sebagai bukti kejadian pada masa lalu.

### **2.2.2. Tujuan Pelestarian Cagar Budaya**

Tujuan Pelestarian Cagar Budaya menurut Menurut UU No.11 Tahun 2010:

- a. Melestarikan warisan budaya dan umat manusia,
- b. Meningkatkan harkat dan martabat bangsa melalui Cagar Budaya,
- c. Memperkuat kepribadian bangsa,
- d. Meningkatkan kesejahteraan rakyat sekitar, dan
- e. Mempromosikan warisan budaya bangsa kepada masyarakat mancanegara.

## 2.3. Signage

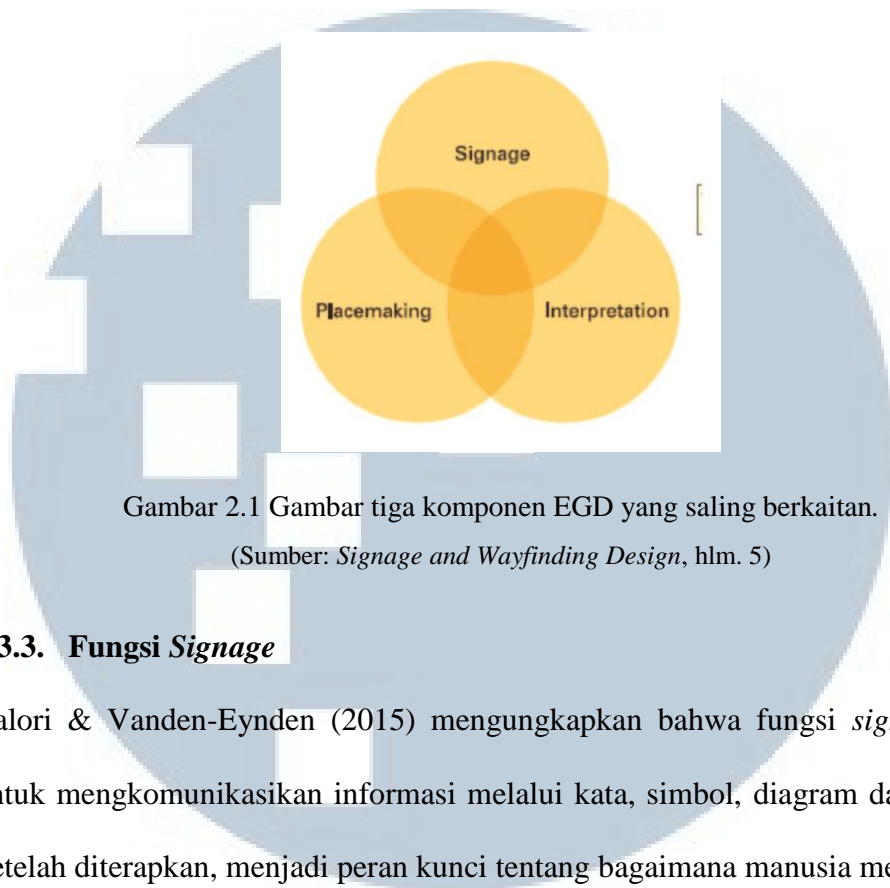
### 2.3.1. Sejarah Signage

Menurut Calori & Vanden-Eynden (2015, hlm. 5) sebelum media penulisan seperti kertas ditemukan, pada awalnya manusia menciptakan sebuah tanda visual pada suatu objek seperti pada dinding gua di lingkungan sekitarnya. Tujuannya adalah mengkomunikasikan informasi secara visual. Komunikasi tersebut diimbuhkan dengan makna sehingga menjadi bahasa yang dapat dikomunikasikan pada era tersebut. Seiring dengan perkembangan peradaban, dan mobilitas yang semakin tinggi, manusia membutuhkan media penyampaian informasi yang lebih mudah untuk dimengerti dan terdapat di sekitar mereka. Media penyampaian informasi tersebut dikenal dengan istilah *Environmental Graphic Design* (EGD).

### 2.3.2. Syarat Signage

Menurut Hunt melalui Calori & Vanden-Eynden (2015) aktivitas EGD melibatkan pengembangan sistematis, sistem komunikasi grafis, keterkaitan informasi, dan visual terpadu dalam lingkungan. Berikut adalah syarat *signage* yang saling berkaitan:

- a. Keberadaan *signage* dapat membantu dan mengarahkan masyarakat pada suatu lokasi.
- b. Dapat menginterpretasikan suatu tempat, berperan dalam penyampaian informasi tentang latar belakang suatu tempat dan memberikan pengalaman kepada pengunjung.
- c. Dan *placemaking*/penempatan *signage* dapat memberikan kesan pada suatu tempat sesuai dengan keberadaanya (hlm. 5-6).



Gambar 2.1 Gambar tiga komponen EGD yang saling berkaitan.  
(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 5)

### 2.3.3. Fungsi *Signage*

Calori & Vanden-Eynden (2015) mengungkapkan bahwa fungsi *signage* yaitu untuk mengkomunikasikan informasi melalui kata, simbol, diagram dan gambar. Setelah diterapkan, menjadi peran kunci tentang bagaimana manusia mendapatkan informasi, pengalaman dan kesan akan suatu lingkungan (hlm. 10).

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.2 *National Mall and Memorial Park Signage*  
 (Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 268)

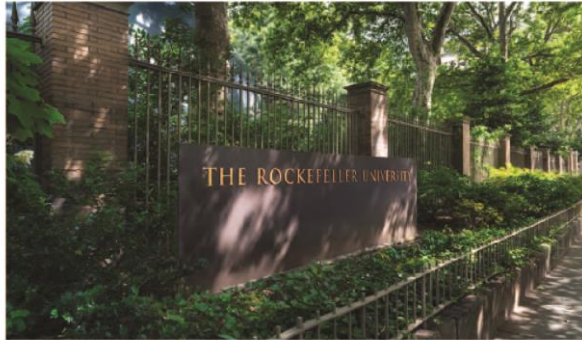
#### 2.2.4. Kategori *Signage*

Menurut Calori & Vanden-Eynden (2015) kategori *signage* meliputi (hlm. 91-98):

##### a. *Identification Signs*

Menyampaikan informasi tentang identitas suatu tempat atau lingkungan yang membantu seseorang mengetahui keberadaanya di lingkungan atau tempat tersebut. *Identification Sign* diletakan untuk mengidentifikasi tempat dalam suatu ruang publik.

UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA



Gambar 2.3 Contoh *Identification Sign*  
(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 262)

b. *Directional Signs*

Berisi informasi mengenai tanda untuk mengarahkan ke suatu tujuan. *Directional Signs* membantu seseorang menemukan jalan menuju destinasi melalui media berupa tanda arah yang spesifik seperti simbol arah lurus, depan, kiri, atau kanan.

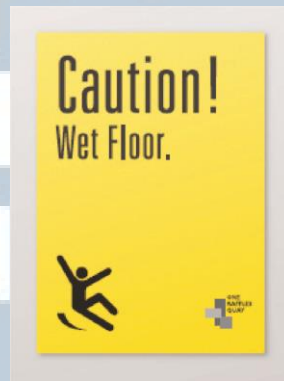


Gambar 2.4 Contoh *Directional Sign*  
(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 263)



c. *Warning Signs*

Menyampaikan informasi mengenai peringatan tentang bahaya atau prosedur keselamatan dalam ruang publik.



Gambar 2.5 Contoh *Warning Signs*  
(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 95)

d. *Regulatory* atau *Prohibitory Signs*

Menyampaikan informasi tentang regulasi yang berlaku, dengan tujuan untuk mengatur perilaku pengunjung, dan melarang kegiatan tertentu dalam ruang publik.



Gambar 2.6 Contoh *Regulatory Prohibitory Signs*  
(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 96)



e. *Operational Signs*

Menyampaikan informasi detail tentang peraturan penggunaan operasional suatu tempat atau ruang publik.



Gambar 2.7 Contoh *Operational Signs*

(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 98)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

f. *Honorific Signs*

Media informasi yang berisi informasi mengenai nama-nama orang sebagai bentuk penghargaan atas kontribusi yang telah diberikan pada ruang lingkup tersebut.



Gambar 2.8 Contoh *Honorific Signs*

(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 99)

g. *Interpretive Signage*

Sebagai informasi detail mengenai sejarah, latar belakang, geografis, artefak, untuk membantu seseorang agar dapat menginterpretasikan makna dari suatu ruang publik.



Gambar 2.9 Contoh *Interpretive Signage*

(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 99)

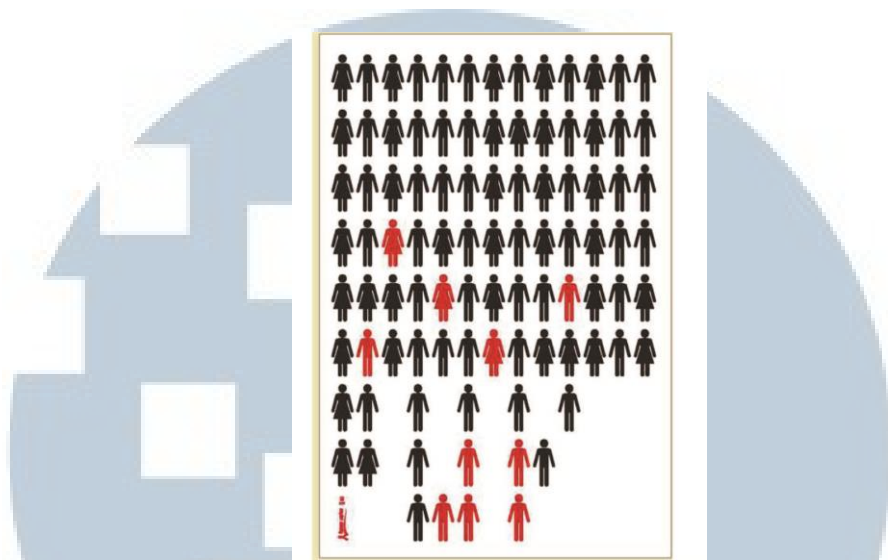
### **2.3. Pengaturan Persepsi**

Menurut Malamed (2009) sistem visual/pengelihatan pada manusia sangat sensitif. Hal itu dapat membantu manusia ketika berada di lingkungan. Proses asosiasi dengan pengelihatan awal dinamakan “*preattentive processing*”. Dengan mengerti bagaimana cara pengamat (*viewers*) menganalisa gambar, desainer dapat mengatur dan menyusun grafis untuk menyempurnakan persepsi pengamat. Tujuannya adalah mengganti informasi ke sistem persepsi, untuk proses visual yang lebih cepat. Pengelihatan awal dapat mendeteksi hal-hal yang ada di lingkungan. Pada proses deteksi, manusia menjabarkan persepsi awal untuk mendapatkan kesan. Tujuannya, visual membuat manusia mengerti apa yang menjadi fokusnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh persepsi manusia di masa lampau (hlm. 45).

#### **2.3.1. Proses Paralel**

Malamed (2009) mengungkapkan bahwa otak manusia dapat menganalisa visual secara cepat sebelum hitungan detik, disebabkan karena neuron bekerja cepat dalam susunan paralel. Dengan kata lain, objek yang kontras/ *pop-out* akan mendapatkan perhatian yang lebih (hlm. 46).

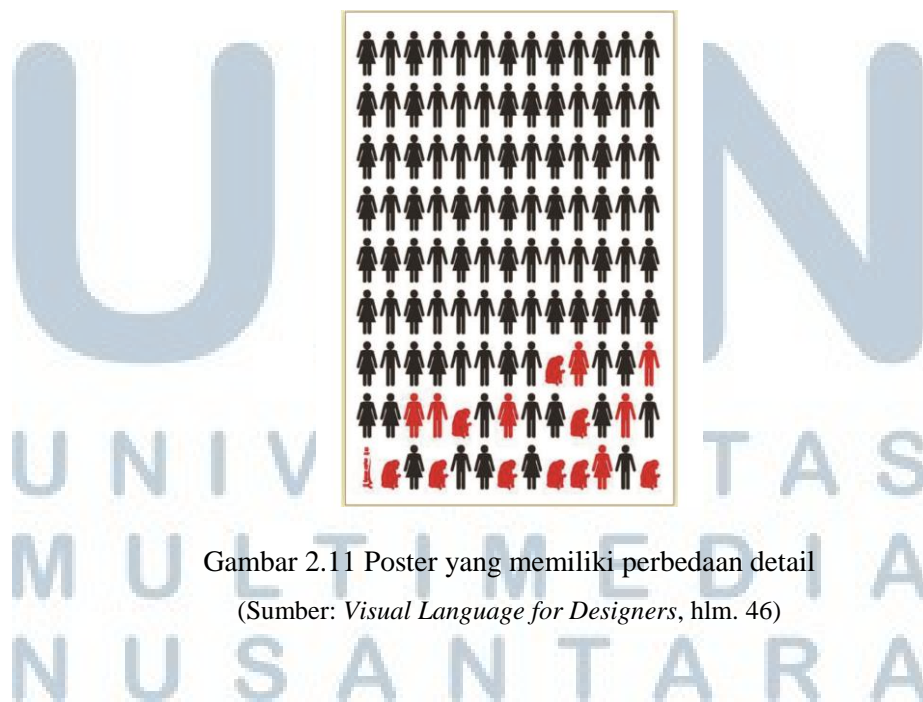
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2.10 Poster yang memiliki warna *pop-out* dan detail  
 (Sumber: *Visual Language for Designers*, hlm. 46)

### 2.3.2. Proses Seri

Menurut Malamed (2009) setelah mendapatkan perhatian, pengelihatannya yang lebih lama akan menganalisa informasi lebih detail dan informasi yang diterima lebih terperinci (hlm. 46).



Gambar 2.11 Poster yang memiliki perbedaan detail  
 (Sumber: *Visual Language for Designers*, hlm. 46)

### 2.3.3. Organisasi Persepsi

Menurut Malamed (2009) selama manusia menganalisa visual, alam bawah sadar menampilkan 2 tipe organisasi persepsi; membedakan *primitive features* dan mengelompokkan informasi visual, menjadi pengertian. *Primitive features* adalah hal unik yang membuat elemen visual menonjol, seperti warna, tekstur, atau bentuk. Sebelum mendapatkan fokus perhatian, desainer membentuk berbagai informasi kedalam persepsi, hal ini dapat mendukung hubungan masing-masing elemen dan keseluruhan elemen. Menggunakan bahasa visual kepada proses pengelihatian awal pengamat dapat membedakan "*primitive features*" dan mengelompokkannya dalam kesatuan membuat desainer mampu mengkomunikasikan, mendapat perhatian, dan membuat pengertian. Prinsip ini dapat diterapkan pada informasi grafis, materi promosi, *warning signs*, *wayfinding*, dan teknis *interface* (hlm. 47).

## 2.4. Desain

### 2.4.1. Elemen Desain

#### 2.4.1.1. Logo

Menurut Landa (2010), logo merupakan suatu tanda unik untuk mengidentifikasi. Seseorang mampu mengetahui dan memahami suatu *brand* atau sekelompok orang (organisasi) dengan rekognisi sebuah identitas yang berbeda melalui sebuah logo (hlm.246).

#### 2.4.1.2. Bentuk

Calori (2015) berpendapat bahwa, bentuk adalah suatu wujud ekspresi yang paling jelas dari sistem perangkat *signage* atau tampilan fisik tanda.

Bentuk dalam wujud tiga dimensi pada *signage* akan membuat kesatuan visual dan keterkaitan dengan lingkungannya (hlm. 193). Calori juga menjelaskan tentang bentuk dasar *sign* berdasarkan *mounting/* pemasangannya (hlm. 193-196):

a. *Freestanding or ground-mounted*

Adalah pemasangan *sign* dengan permukaan bawah *sign* dipasang pada permukaan horizontal, contohnya pemasangan *sign* pada lantai.



Gambar 2.12 Contoh *ground mounted*  
(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 193)

b. *Suspended or ceiling-hung*

Merupakan pemasangan dengan permukaan atas *sign* dipasang pada permukaan horizontal, contohnya pemasangan *sign* pada langit-langit seperti menggantung.





Gambar 2.13 Contoh *suspended sign*  
(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 193)

c. *Projecting or flag-mounted*

Merupakan pemasangan *sign* dengan sisi *sign* dipasang pada permukaan yang vertikal.



Gambar 2.14 Contoh *flag-mounted*  
(Sumber: *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 194)

d. *Flush or flat wall-mounted*

Pemasangan *sign* dengan sisi belakang yang dipasang pada permukaan vertikal, misalnya pemasangan *sign* pada dinding.





Gambar 2.15 Contoh *wall mounted*  
(Sumber dari *Signage and Wayfinding Design*, hlm. 194)

### 2.4.1.3. Warna

Menurut Calori (2015, hlm.157) terdapat beberapa peran warna pada *signage*; terlihat menonjol dari lingkungan sekitarnya, untuk menekankan makna pesan yang disampaikan, untuk membedakan jenis pesan yang disampaikan dari satu dengan yang lainnya, dan sekaligus dapat menjadi dekorasi pada *signage*.

Menurut Poulin (2015) warna dapat meningkatkan daya tarik visual dan dapat membuat makna menjadi lebih kuat dan dalam setiap komposisi visual, warna berperan dalam organisasi setiap elemen. Ia menambahkan, bahwa warna dapat meningkatkan nuansa emosional, psikologis, dan membantu menciptakan *mood* dari pesan visual. Terdapat 3 hal mendasar warna, yaitu (hlm. 59-61):

a. *Hue*

Merupakan Identifikasi warna dengan corak aslinya, dengan kata lain identifikasi yang diberikan pada setiap warna, seperti warna kuning, warna biru, atau warna merah.

b. *Value*

Tingkat terang atau gelap warna diidentifikasi sebagai *value*. Dengan menambahkan warna putih, warna menjadi lebih terang, atau dengan menambahkan warna hitam, warna menjadi lebih gelap. *Value* juga dapat membuat warna menjadi lebih kontras sehingga warna memiliki tingkat kedalaman.

c. *Saturation*

*Saturation* adalah intensitas kecerahan, atau jumlah abu-abu pada warna. *Saturation* digunakan untuk mendapatkan perhatian dari *audience*.

#### 2.4.1.4. Tipografi pada *Signage*

Kunci dari sebuah tampilan *signage* adalah pemilihan tipografi, karena tipografi merupakan elemen grafis utama yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi verbal melalui visual. Menurut Calori (2015, hlm. 129), secara umum terdapat tiga faktor dalam pemilihan tipografi:

a. *Formal Suitability*

Faktor ini mengacu pada kesesuaian bentuk *typeface* dengan lingkungannya. Terdapat dua bentuk dasar *typeface* yaitu *serif* dan *san-*

*serif*. Masing-masing memiliki ciri khas dan konotasi yang berbeda tergantung pada penerapannya. Dalam penerapannya harus disesuaikan dengan kebutuhan, dan efektivitas penyampaian pesan.

b. *Stylistic Longevity*

Faktor ini sangat berpengaruh dalam perancangan *signage* permanen. Karena, suatu *typeface* memiliki masa tren atau umur gaya yang berbeda. Terdapat beberapa *typeface* yang memiliki masa tren dengan jangka panjang, *serif* atau *san-serif*, huruf yang konvensional atau huruf modern, yang dapat digunakan pada *signage* permanen. Perlu adanya pertimbangan dari segi kreatifitas perancang dengan kebutuhan *signage* dalam pemilihan jenis huruf atau *typeface*.

c. *Legibility*

Suatu *typeface* yang mudah dibaca adalah *typeface* yang memiliki sifat *legible*. Selama objektif *signage* bertujuan untuk menyampaikan informasi, *typeface* harus mudah dibaca dan dimengerti agar mempermudah khalayak merespon informasi yang dimaksud. Berikut beberapa parameter yang dapat membantu menentukan keterbacaan *typeface*: memiliki bentuk yang jelas dan mudah dikenali, memiliki proporsi (*x-height*) yang besar, tidak terlalu tebal dan tidak terlalu tipis, memiliki lebar karakter yang normal yaitu tidak terlalu sempit dan tidak terlalu lebar.

#### 2.4.1.5. *Layout pada Signage*

Menurut Calori (2015, hlm. 165) salah satu hal utama dalam pembuatan *layout* adalah menentukan ukuran setiap elemen grafis. Proporsi elemen grafis seperti simbol (*pictogram*) dan tanda panah disesuaikan pada proporsi tipografi. Pada *directional sign layout* dapat dikatakan bahwa besar simbol dan tanda panah harus relatif lebih besar daripada *cap height* tipografi, untuk memastikan simbol dan panah dapat terlihat lebih jelas. Dalam kasus ini, besar simbol dapat disesuaikan beberapa kelipatan dari *cap height* tipografi, contohnya simbol 1,5 kali lebih besar dari *cap height typeface*, dengan kata lain, simbol lebih besar 50 persen dari *cap height*.

Selain proporsi elemen grafis, terdapat beberapa pilihan pengaturan posisi setiap elemen grafis, yaitu:

1. *Side-by-side positioning* artinya tanda panah dan simbol posisinya sejajar dengan tipografi.
2. *Stacked positioning*, artinya posisi tanda panah dan simbol berada di bawah atau di atas susunan tipografi.

#### 2.4.2. **Iconic Representation**

*Iconic Representation* menurut Lidewell (2010, hlm.132) adalah penggunaan *pictorial image* dalam membuat aksi, objek, dan konsep dalam sebuah tampilan mudah dimengerti, mudah dicari, dipelajari, dan mudah diingat. Terdapat empat jenis *iconic representation*, yaitu :

### 1. Similar icons

Ikon jenis ini menggambarkan serupa dengan suatu kejadian, objek, aksi dan/atau tindakan. Ikon jenis ini cenderung cocok untuk suatu kejadian, objek, dan tindakan yang sederhana, dengan kata lain kurang efektif jika kompleksitasnya meningkat. Misalnya yaitu, indikasi adanya turunan curam di depan jalan, dapat direpresentasikan oleh *similar icon* dengan ikon garis cekung pada sebuah *signage*, agar pengemudi dapat lebih waspada.

### 2. Example icons

Ikon jenis ini dapat menggambarkan suatu kejadian, objek, dan tindakan yang lebih kompleks. *Example icons* menggunakan suatu gambaran yang diasosiasikan, atau di ambil sebagai contoh, untuk mewakili suatu kejadian, objek atau tindakan. Misalnya adalah ikon bandara C, ikon yang digunakan untuk menggambarkan bandara adalah ikon pesawat, jadi bukan gambaran bandara C yang menjadi ikon.

### 3. Symbolic icons

*Symbolic icons* menggunakan gambar yang merepresentasikan suatu kejadian, objek, dan tindakan pada tingkat abstraksi yang lebih tinggi.

Sebagai contoh, sebuah kontrol pengunci pada pintu mobil menggunakan ikon gembok untuk mendeskripsikan fungsinya.

#### 4. *Arbitrary icons*

Ikon jenis ini sama sekali tidak ada unsur intrinsik dan/atau tidak merepresentasikan suatu kejadian, objek, atau tindakan. Misalnya ikon yang menunjukkan bahaya radiasi, gambar yang digunakan tidak ada unsur intrinsik dengan radiasi.

### 2.5. Material pada *Signage*

Menurut Gibson (2009, hlm.114) terdapat beberapa material yang umumnya digunakan dalam *signage*:

#### 1. Metal

Metal adalah material yang sering digunakan dalam *signage*, karena bersifat lentur dan tahan lama. Dapat digunakan sebagai kerangka sebuah *signage* hingga digunakan sebagai permukaan *signage*. Ciri-ciri dari *signage* berbahan metal adalah berwarna kekuningan hingga silver.

Elemen grafis pada material ini dapat diaplikasikan dengan cara diukir, penggoresan, dicat, atau ditempel pada permukaan. Terdapat beberapa jenis material metal seperti aluminium, *stainless steel*, kuningan, dan perunggu.

#### 2. Kaca

Dapat diaplikasikan dalam *backlit*, *edgelit*, atau dibuat membentuk dimensional. Elemen grafis dapat dibentuk dengan cara cat, gores, ukir, atau *sandblasting*. Terdapat beberapa jenis kaca, yaitu: *float*, *low-emissivity*, *fritted*, *tempered*, borosilikat, dan *laminated*

#### 3. Kayu

Material kayu dapat digunakan pada signage dan dapat digunakan untuk menampilkan grafis dengan cara menggores, ditempel, atau cat pada permukaannya. Kayu dapat digunakan untuk detail permukaan *signage*, pelapis, dan *background*. Kelebihan dari material ini adalah cenderung lebih murah. Jenis kayu antara lain: *oak, cedar, pine, mahogany, cherry, poplar*.

#### 4. Batu

Material bebatuan dapat diaplikasikan sebagai fondasi, membentuk stabilitas dan integritas dengan lingkungan arsitektural. Jenis batuan yang dapat digunakan adalah *granit, limestone, marmer, sandstone, dan slate*.

#### 5. Banner

Material ini terbuat dari campuran serat, plastik, dan bahan lentur lainnya. Elemen grafis dapat diaplikasikan dengan cara *digital printing*, sablon, atau tempel. Jenis material yang dapat digunakan adalah *vinyl, nylon, Tyvek, poplin, dan dacron*.

#### 6. Plastik

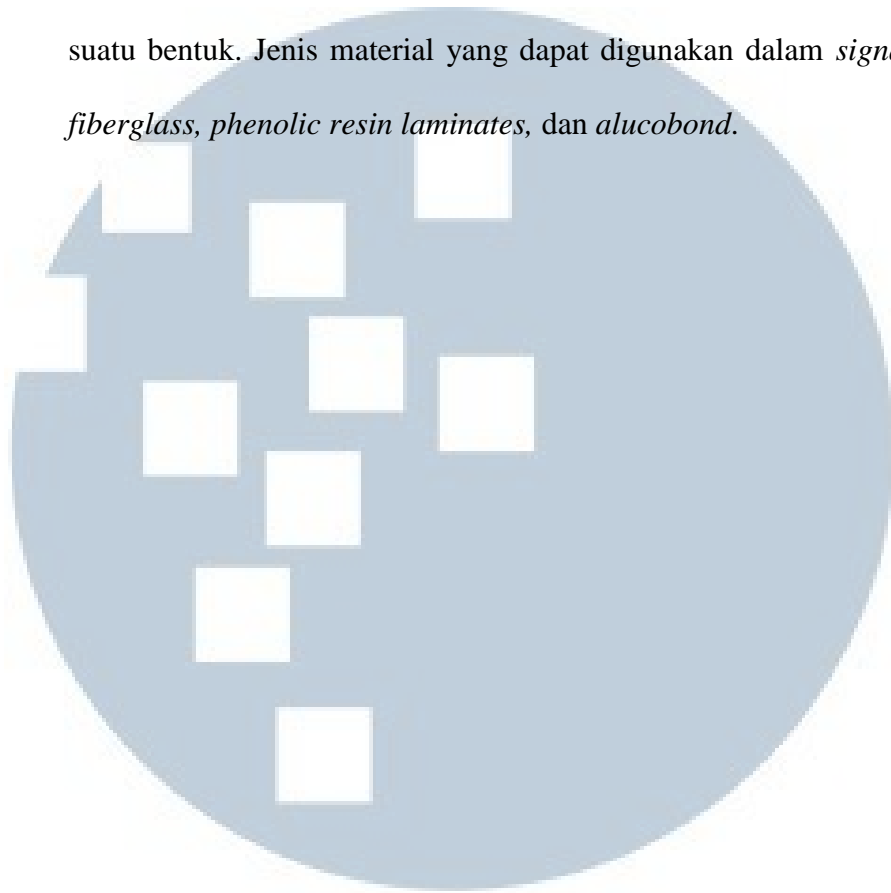
Plastik biasa digunakan pada modular *signage*. Aplikasi elemen grafis dapat dilakukan melalui pengecatan, sablon, atau cetak. Jenis plastic yang dapat digunakan adalah *akrilik, photopolymer, lexan, resin, dan sintra*.

#### 7. Composites

Material ini dibentuk dari dua komponen bahan kimia dan fisika yang berbeda. Dapat digunakan sebagai lapisan permukaan *signage*, atau bahkan untuk lapisan *mounting*, dan biasanya dapat di potong menjadi



suatu bentuk. Jenis material yang dapat digunakan dalam *signage* adalah *fiberglass, phenolic resin laminates, dan alucobond.*



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA