

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas tentang landasan teori dan beberapa konsep-konsep yang digunakan dalam membantu perancangan *Environmental Graphic Design* Museum Sepuluh Nopember Surabaya.

1.1 *Environmental Graphic Design*

Willey (2007:2) menyebutkan bahwa sebelum kertas diciptakan, manusia sudah membuat tanda pada objek-objek yang ada di lingkungan sekitar mereka, seperti dinding-dinding pada gua. Tujuan manusia pada zaman itu dalam membuat tanda ini adalah untuk menyampaikan informasi visual yang dimana akan menjadi sarana komunikasi yang ada ditengah-tengah rakyat yang ada pada masa itu. Dengan demikian, *Environmental Graphic Design* atau EGD, dapat didefinisikan sebagai grafis komunikasi informasi yang ada di dalam lingkungan publik. Menurut buku “Signage and Wayfinding Design” ini juga disebutkan bahwa *Environmental Graphic Design* merupakan salah satu profesi tertua di dunia dikarenakan pekerjaan ini sudah dilakukan oleh manusia semenjak zaman dahulu. Berikut beberapa contoh *Environmental Graphic Design* yang pernah ada pada jaman dahulu.



Gambar 2.1 EGD yang sudah ada sejak peradaban kuno sebagai sarana komunikasi – biasanya bisa berupa gambar hewan buruan, telapak tangan dan sebagainya.

(sumber: <http://id.wikipedia.org>)

1.1.1 Fungsi *Environmental Graphic Design*

Peningkatan kebutuhan *wayfinding*, sistem informasi dan *graphic identity* pada dunia modern sangatlah tinggi. Mobilitas yang tinggi, globalisme, pertumbuhan teknologi, dan aktivitas sosial adalah alasan utama mengapa kebutuhan penyampaian informasi semakin dibutuhkan di kalangan masyarakat.

Setiap kota dapat diatur oleh *Environmental Graphic Design* dan membuat kota tersebut menjadi lebih layak untuk disinggahi oleh masyarakat. Manusia menerima informasi terbanyak melalui mata. Kondisi ini mendukung pentingnya aspek visual pada budaya perkotaan, dan kebanyakan orang mengekspetasikan sesuatu melalui elemen visual.

Tujuan dari *Environmental Graphic Design* adalah untuk mengantarkan masyarakat, memungkinkan mereka untuk menemukan jalan mereka sendiri tanpa harus bertanya arah tujuan ke orang lain, dan yang lebih penting adalah untuk mencegah seseorang dari perasaan hilang atau tersesat (Niron, 2009: 4).

2.1.2 Unsur Desain

Pada dasarnya desain merupakan hasil penyusunan pengalaman visual dan emosional yang terjadi di kehidupan makhluk hidup di bumi ini. Penyusunan pengalaman visual dan emosional tersebut dilakukan dengan memperhatikan prinsip dan unsur desain yang dituangkan dalam satu kesatuan atau komposisi yang baik. Dalam membuat karya desain komunikasi visual, diperlukan pemahaman mengenai pentingnya elemen dan prinsip desain. Menurut Kusmiati (1993:3) seorang desainer perlu memahami pentingnya elemen (garis, bentuk, ruang, warna, tekstur) dan prinsip desain, sehingga kelak dihasilkan karya yang memenuhi persyaratan estetika.

2.1.3 Prinsip Desain

Pujiyanto (2001:57) menarik kesimpulan sebagai berikut.

Prinsip desain dapat diterapkan pada perancangan media komunikasi visual adalah keseimbangan, kesatuan, corak atau ragam, proporsi, irama, dan keselarasan. Untuk mencapai hasil yang diharapkan dalam perancangan, seorang perancang perlu memperhatikan ke-enam dasar-

dasar pokok yang erat hubungannya dengan sifat manusia untuk mengacu pada titik ruang.

1. Proporsi

Proporsi atau perbandingan menunjukkan hubungan antara :

- Suatu elemen dengan elemen lain
- Element dengan dimensi ruang desain
- Dimensi ruang desain itu sendiri

2. Irama

Suatu gerak yang dijadikan sebagai dasar suatu irama dan ciri khasnya terletak pada pengulangan-pengulangan yang dilakukan secara teratur dengan diberi tekanan atau aksen (Kusmiati,1999:14).

Irama perlu dirasakan dalam penyajian desain periklanan untuk mencapai suatu bentuk tunggal. Irama dalam desain dapat dilakukan dengan cara :

- Kesamaan pengulangan dan penempatan elemen
- Pengulangan bentuk atau ukuran elemen
- Pengulangan warna

3. Keseimbangan

Keseimbangan akan terjadi bila elemen-elemen dirempatkan dan disusun dengan rasa serasi atau sepadan. Dengan kata lain bila bobot elemen-elemen itu telah disusun memberi kesan mantap dan tepat pada tempatnya.

Bentuk keseimbangan yang paling sederhana yaitu keseimbangan simetris yang terkesan resmi atau formal. Sedangkan keseimbangan asimetris terkesan tidak resmi atau informal, tetapi tampak lebih dinamis (Kusmiati,1999:9).

4. Kontras

Dalam setiap komunikasi ada beberapa tahap atau gagasan yang lebih perlu ditampilkan pada yang lain. Tujuan utama dalam pemberian kontras adalah untuk mengarahkan pandangan pembaca pada suatu yang ditonjolkan. Kontras dapat dicapai dengan mengganti ukuran, bentuk, irama, dan arah dengan memberi kasat mata.

5. Kesatuan

Antara elemen-elemen tersendiri yang kesemuanya akan membentuk wujud sarana informasi visual harus berhubungan satu dengan yang lain dengan seluruh rancangan sehingga memberi kesan menjadi satu. Secara keseluruhan, obyek yang ditampilkan saling dukung dan saling mengait yang menguntungkan.

6. Harmoni

Harmoni bertindak sebagai faktor pengaman untuk mencapai keserasian seluruh rancangan penyajian. Harmoni akan kelihatan meskipun komposisinya memuat dua kelompok yang seimbang terdiri dari beberapa unsur yang berbeda. Tercapainya keharmonisan tersebut dikarenakan pada unsur-unsur yang ditampilkan terdapat hubungan dalam ukuran dan irama.

2.1.4 Komunikasi

Dibalik eksistensi signage, prinsip komunikasi adalah hal mendasar, dimana dalam komunikasi terdapat proses penyampaian pesan atau tujuan dari pemberi pesan kepada penerima pesan. Tahapan ini dapat di integrasi dari tahapan komunikasi AIDA (*attention, interest, desire, action*). Menurut Hendri Ma'aruf dalam bukunya yang berjudul "Pemasaran Reatil" AIDA sering kali juga dipadankan dengan rumusan think – feel – do, yaitu tahapan "tahu" ke tahap "merasakan" dan akhirnya ke tahapan "melakukan". Konsumen mencerna suatu info, hatinya terpengaruh atau tergerak, dan kemudian bertindak (Ma'aruf, 2006: 180)

Tidak jarang dalam proses komunikasi juga digunakan tanda atau simbol sebagai alat penyampai informasi. Berikut beberapa penjelasan tentang tanda dan simbol yang berkaitan dengan signage.

1. Semiotika atau Semiotik





























Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), semiotik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sistem tanda atau lambang dalam kehidupan manusia. Kata semiotik berasal dari bahasa Yunani; “semiotikos” yang berarti tafsiran tanda (sign). Umberto Eco, dalam bukunya yang berjudul “A Theory of Semiotics” menjelaskan bahwa sign adalah segala sesuatu yang ada di muka bumi, yang sebelumnya telah melewati proses kesepakatan bersama (konvensi) sebagai rujukan atau referensi akan sesuatu yang lain.

(http://omni.bus.ed.ac.uk/opsman/quality/SEM_black_run_11.htm)

Charles Sander Peirce (1839-1914), pencetus pragmatisme asal Amerika Serikat ini membedakan tanda-tanda ke dalam tiga kategori yaitu:

Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dapat pula dikatakan, tanda yang memiliki ciri-ciri sama dengan apa yang dimaksudkan. (<http://aliyahmuthoharoh-fib09.web.unair.ac.id>)

Berikut adalah contoh gambar dari ikon yang bisa dilihat pada gambar 2.2:

Filter	 
Search	  
Document	  
Admin/ Security	 
Report	  
Protection	
User	 
Cart	  
Contact	  
Alert	     

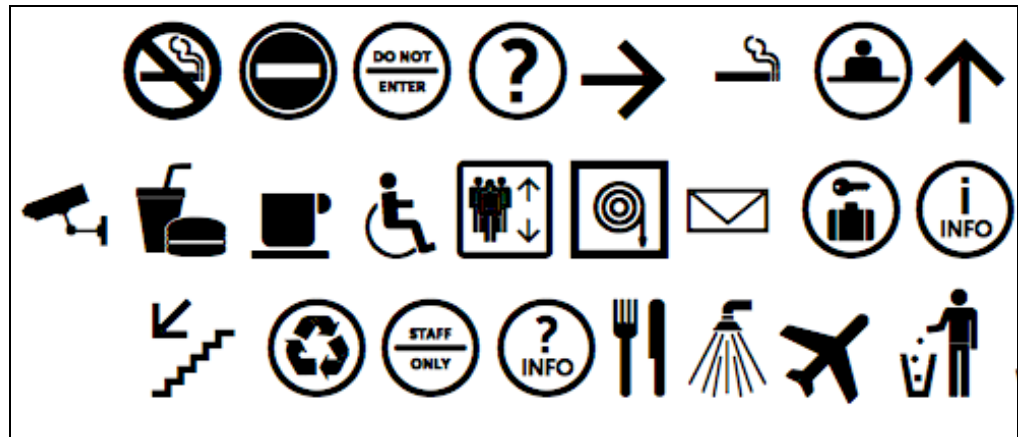
Gambar 2.2 Contoh ikon

(sumber: <http://www.pakfaizal.com>)

Simbol adalah hubungan tanda dan acuannya ditentukan suatu peraturan yang berlaku umum berdasarkan konvensi, peraturan atau perjanjian yang disepakati bersama yang bersifat universal. Sedangkan ikon tidak memerlukan konvensi. Contoh simbol lingkaran dengan garis merah menyilang ditengahnya merupakan simbol larangan.

(<http://aliyahmuthoharoh-fib09.web.unair.ac.id>)

Berikut adalah contoh gambar dari symbol yang bisa dilihat pada gambar 2.3:



Gambar 2.3 Contoh simbol

(sumber: <http://heartlandfairfield.com>)

Indeks Adalah tanda di mana ada hubungan langsung antara tanda dan objek. Mayoritas rambu lalu lintas yang Indeks tanda-tanda karena mereka mewakili informasi yang berhubungan dengan lokasi.

(<https://mariamichaelresearch.wordpress.com>)



Gambar 2.4 Contoh Indeks

(sumber: <https://web.stanford.edu>)

Piktogram adalah suatu ideogram yang menyampaikan suatu makna melalui penampakan gambar yang menyerupai/meniru keadaan fisik objek yang sebenarnya. Tanda atau gambar yang termasuk piktogram disebut piktograf. Contoh suatu piktograf meliputi gambar-gambar kuno dan lukisan prasejarah yang ditemukan dalam dinding gua. Piktograf juga digunakan dalam menulis dan sistem grafis. (<http://id.wikipedia.org>)

2.1.5 Tipografi

Dikutip dari buku Gordon(2010:138), bahwa kebanyakan *typeface* yang digunakan para desainer berasal dari *typeface* yang dikembangkan dari huruf huruf dasar. Beberapa *typeface* tertentu diciptakan hanya untuk buku dan Koran, akan tetapi ada juga *typeface* yang diciptakan untuk display dan tanda, jadi para designer harus dengan teliti dalam memilih ukuran dan bentuk *typeface* yang akan digunakan, untuk lebih lanjut dalam memilih *typeface* yang akan digunakan untuk *sign system* agak lebih sulit. Terkadang jarak pandang dari *typeface*, meskipun besar, tidak berarti semua orang dapat menerima semua informasi yang disampaikan, jadi untuk itu, sebagai seorang designer yang bekerja untuk pembuatan sign system harus dapat memastikan kejelasan dan keterbacaan dari *typeface* yang akan dipakai pada sebuah *sign system*.

Komunikasi terbangun oleh bahasa, dan bahasa didirikan oleh struktur-struktur yang merupakan susunan dari kata-kata dan elemen terkecil dari semua itu adalah tulisan yang mudah dibaca atau dimengerti

dan merupakan rangkaian-rangkaian kode atau simbol yang ditampilkan dalam bentuk huruf-huruf. Setiap bentuk huruf dalam sebuah alfabet memiliki keunikan fisik yang menyebabkan mata kita dapat membedakan antara huruf 'm' dengan 'p' atau 'C' dengan 'Q'. Sekelompok pakar psikologi dari Jerman dan Austria pada tahun 1900 memformulasikan sebuah teori yang dikenal dengan teori Gestalt.

Teori ini berbasis pada 'pattern seeking' dalam perilaku manusia. Salah satu hukum persepsi dari teori ini membuktikan bahwa untuk mengenal atau 'membaca' sebuah gambar diperlukan adanya kontras antara ruang positif yang disebut dengan figure dan ruang negative yang disebut dengan ground.

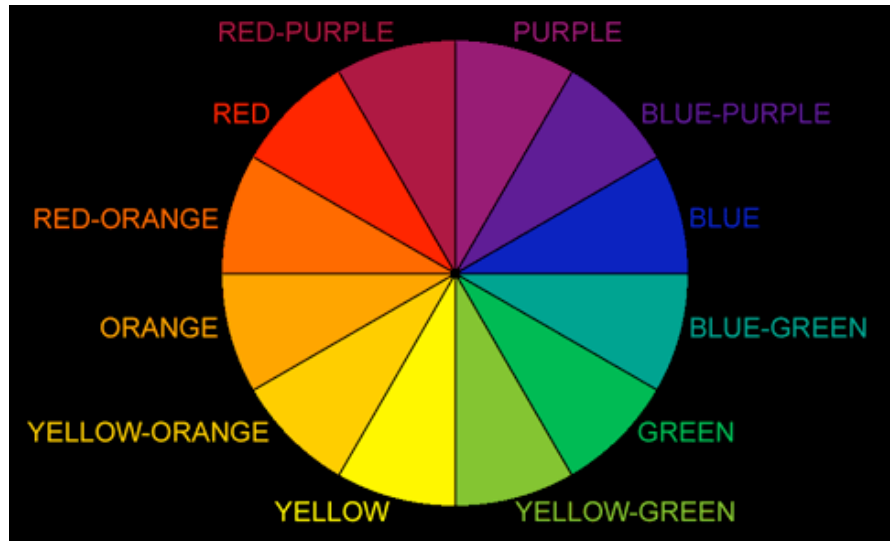
Seperti diatas, bahwa huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja dapat memberikan suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Huruf memiliki perpaduan nilai fungsional dan nilai estetika. Pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam sebuah disiplin seni yang disebut tipografi (*typography*) (Gordon, 2010 : 138).

2.1.6 Warna

Untuk dapat menyampaikan suatu pesan tertentu pada pembaca, perlu adanya suatu pemahaman yang baik terhadap teori warna dan palet warna apa yang akan digunakan untuk menyampaikan suasana tertentu.

Berikut ini adalah paparan mengenai karakteristik warna menurut Leatrice Eiseman:

- Merah: Sinyal untuk aksi dan reaksi, untuk bertarung atau melarikan diri, kehidupan dan pertumpahan darah
 - Oranye: Optimisme, juicy, kebahagiaan, fleksibel, aktif, persuasif
 - Kuning: Menyenangkan, bahagia, hidup, bersemangat
 - Cokelat: tanah, bumi, enak, membangkitkan selera, kokoh, hangat, rasa aman
 - Biru: tenang, sabar, damai, kepercayaan, kredibel, agamis
 - Hijau: segar, natural, keseimbangan, kehidupan, pertumbuhan, militer, harmoni
 - Ungu: romantis, nostalgia, sentimental, sensual
 - Putih: murni, bersih, ringan, diam, lugu
 - Hitam: Kuat, elegan, misterius, kuat, bold, modern, kematian, kejahatan
- (Eissman, Leatrice 2006 : 23)



Gambar 2.5 *Colour Wheel*

(sumber: <http://grace.studio-zoe.com>)

Berdasarkan sumber dari pengurus Museum Sepuluh Nopember, objek yang di suguhkan oleh Museum Sepuluh Nopember adalah sebagai berikut :

A. Kesiapan Tempat

- Ruang pameran
- Toilet
- Area parkir
- Ruang informasi
- Kantor
- Area souvenir
- Musholla

B. Visual

- Identitas Visual
- Logo area

C. Promosi

- *Profile Book*

1.2 Pengunjung

Pengunjung Museum Sepuluh Nopember surabaya berasal dari bermacam-macam kalangan. Mulai dari anak umur 6 tahun sampai lebih dari 40 tahun dan dari berbagai macam latar belakang lainnya. Berdasar dari pengunjung yang bervariasi, maka dalam perancangan *environmental graphic design*, harus dapat menyampaikan informasi yang akan dibutuhkan oleh keseluruhan target pengunjung, dan bukan hanya pada kalangan tertentu saja. Termasuk juga pada bahasa yang dimana ditargetkan untuk wisatawan asing maka dibutuhkan juga penyediaan informasi dengan bahasa asing (Disbudpar Surabaya).

