

SIGN SYSTEM KAMPUNG DAUN CULTURE GALLERY & CAFE

PROYEK AKHIR GRAFIS

**DIAJUKAN SEBAGAI PERSYARATAN UNTUK
MENEMPUH UJIAN SIDANG AKHIR DIPLOMA IV
SERTA MEMPEROLEH GELAR SARJANA SAINS TERAPAN
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
FAKULTAS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

OLEH

**FEBRI LIEW
NPM. 09.03.023**



**UNIVERSITAS WIDYATAMA
2010**



**TÜV Rheinland®
CERT
ISO 9001**



**TERAKREDITASI ½ ACCREDITED
BERDASARKAN KEPUTUSAN
BADAN AKREDITASI NASIONAL PERGURUAN TINGGI
NOMOR: 006/BAN-PT/Ak-V/Dpl-IV/II/2009**



LEMBAR PENGESAHAN

**SIGN SYSTEM
KAMPUNG DAUN CULTURE GALLERY & CAFE**

**Persetujuan Draft Proyek Akhir Grafis Untuk Disidangkan
Pada Hari Selasa, 2 Februari 2010**

**FEBRI LIEW
NPM. 09.03.023**

Bandung, 29 Januari 2010

Menyetujui :

Pembimbing,

Co - Pembimbing,

BUDIMAN, Drs.

RUDY FARID SAGIR, Drs.

Mengetahui :

**Dekan Fakultas
Desain Komunikasi Visual,**

**Ketua Program Studi
Desain Grafis,**

TUBAGUS ZUFRI, S.Sn., M.Ds.

WAHDIAMAN, S.Sn.



**TÜVRheinland®
CERT
ISO 9001**





ABSTRAK

Kampung Daun Culture Gallery & Café adalah salah satu sarana umum di Bandung yang memberikan pelayanan jasa restorasi, oleh karena itu sangat penting untuk menciptakan kepercayaan, kepuasan, ketepatan, dan kecepatan dalam memberikan layanan. Salah satu usaha memperbaiki layanan dilakukan dengan perancangan *sign system* pada Kampung Daun Culture Gallery & Café agar pengunjung dapat menggunakan layanan dengan mudah, sederhana, cepat, tepat, bermanfaat. Selain itu juga, dilakukan kegiatan promosi yang mendukung informasi layanan. Sehingga masyarakat mengetahui layanan dan fasilitas yang ada dan dapat memanfaatkan dengan optimal.

Luas area dan jalur yang bercabang memungkinkan pengunjung kesulitan dalam menemukan lokasi yang dituju dan disadari penyebabnya adalah kurang tersistemnya *sign system* yang ada. Menyadari hal diatas seiring dengan perbaikan sarana dan infrastruktur, dirasa perlu untuk memperbaiki *sign sistem* yang ada di Kampung Daun Culture Gallery & Café sebagai upaya peningkatan pelayanan. Namun dengan tidak menyimpang dari tujuan utama yaitu memudahkan pengunjung dalam menentukan lokasi yang dituju.

Implementasi konsep menjadi desain sebagai pemecahan permasalahan, digagas menggunakan pendekatan bidang desain komunikasi visual (spesifik pada ilmu desain grafis). Pemilihan material, penentuan ukuran media aplikasi visual, penjabaran teknik, dan pembahasan biaya produksi, menjadi bagian cakupan teknis pekerjaan yang dilalui dalam pembuatan desain. Hasil akhir terpenting adalah terwujudnya visualisasi karya *sign system* Kampung Daun Culture Gallery & Café secara nyata dan bentuk-bentuk media berbasis komunikasi visual.



TÜVRheinland
CERT
ISO 9001





ABSTRACT

Kampung Daun Culture Gallery & Café is one of the common facilities in Bandung that provide restoration service, therefore of vital importance to create the belief, satisfaction, accuracy, and speed in giving service. One of the efforts the service done with the scheme of sign system Kampung Daun Culture Gallery & Café so that visitors can use the service with easy, simple, rapid, precise, useful. Others also, done by a promotion activity supporting service information. So that society knows the existing facility, existing service and can exploit optimally.

Area and branching paths allows visitors difficulty in finding the location of the intended and realized the cause was a lack of existing sign systems. Recognizing the above items along with the improvement of facilities and infrastructure, it is necessary to improve the existing system sign in Kampung Daun Culture Gallery & Café as an effort to improve service. But by not deviating from the main goal is easier to determine the location of visitors in the destination.

Implementation of a design concept as problem solving, was conceived using the approach of visual communication design (specific to the science of graphic design). Selection of materials, determining the size of the visual media applications, technical description and discussion of production costs, become part of the technical scope of work through the design creation. The end result is the realization of a visualization of the most important sign system works Kampung Daun Culture Gallery & Café is real and other forms of visual communication-based media.

KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat merampungkan Proyek Akhir ini. Penulis menyadari, Proyek Akhir ini bukan merupakan suatu yang instant tetapi suatu proses yang relatif panjang, menyita segenap tenaga dan pikiran. Penulisan Proyek Akhir ini penulis lakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Terapan dari Fakultas Desain Komunikasi Visual, Universitas Widyatama . Yang pasti, tanpa segenap motivasi, kesabaran, kerja keras, dan do'a, mustahil penulis sanggup untuk menjalani tahap demi tahap dalam kehidupan akademik di Universitas Widyatama.

Penulis telah berusaha seoptimal mungkin, namun apabila dalam Proyek Akhir ini masih terdapat kekurangan, dengan segala kerendahan hati penulis tetap mengharapkan saran, dan kritiknya demi hasil yang lebih baik di kemudian hari. Akhirnya penulis berharap dengan adanya Proyek Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, bagi orang lain, dan bagi **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**. Terima kasih.

Bandung, Februari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR DEDIKASI	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSIDANGAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	
UCAPAN TERIMA KASIH	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
LEMBAR UNTAIAN KATA SPECIAL	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah	3
1.2.1 Perumusan Masalah	3
1.2.2 Pembatasan Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan	4
1.3.1 Maksud	4
1.3.2 Tujuan	4
1.4 Kegunaan Proyek Akhir	5
1.4.1 Kegunaan Profesi	5
1.4.2 Kegunaan Akademis	5
1.5 Sistematika Penulisan	6

BAB II KAJIAN MASALAH

2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Teori <i>Sign System</i>	9
2.1.2 Teori Informasi.....	12
2.1.3 Teori Psikologi Komunikasi	13
2.1.3.1 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi	15
2.1.3.2 Ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi	17
2.1.3.3 Penggunaan Psikologi Komunikasi.....	18
2.1.4 Teori Pesan.....	19
2.1.4.1 Jenis Pesan	21
2.1.4.2 Proses Pembentukan Pesan	24
2.1.4.3 Pengembangan Pesan (<i>Message Development</i>)	24
2.1.4.4 Strategi Pesan	25
2.1.4.5 Sasaran Pesan	27
2.1.5 Teori Media	28
2.1.5.1 Jenis-jenis media <i>sign system</i>	29
2.1.5.2 Sasaran Media	32
2.1.6 Teori Desain/Visual	32
2.1.6.1 Sejarah Teori Desain/Visual	32
2.1.6.2 Desain Grafis.....	37
2.1.6.3 Komponen Desain Grafis.....	37
2.2 Kerangka Pemikiran.....	52
2.3 Kerangka Kerja	53

BAB III ANALISA MASALAH

3.1 Metode Penelitian	54
3.2 Teknik Pengumpulan Data	54
3.2.1 Instrumen Penelitian.....	55
3.3. Tinjauan Masalah	55
3.3.1 Latar Belakang Institusi	55
3.3.2 Visi dan Misi.....	57
3.3.3 Kegiatan Institusi	57

3.3.4 SWOT Analisis	58
3.3.5 STP Analisis.....	60

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Pemetaan Masalah (<i>Mapping Mind</i>)	63
4.2 Strategi Pemecahan Masalah.....	65
4.2.1 Strategi Pendekatan Visual	65
4.2.2 Strategi Komunikasi.....	65
4.3 Teknik Pengerjaan Visual	66
4.4 Konsep Visual	78
4.4.1 Gaya Visual.....	79
4.4.2 Bentuk Visual.....	79
4.4.3 Elemen Estetis.....	79
4.4.4 Tipografi (Jenis huruf)	80
4.4.5 Warna	81
4.4.6 Grid System.....	82
4.4.7 Layout	84
4.5 Penempatan Media	87
4.6 Teknik Produksi	92

BAB V RINCIAN TUGAS

5.1 Cakupan Teknis Pekerjaan.....	98
5.2 Contoh Visual	101

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISTILAH

INDEKS

LEMBAR LAMPIRAN-LAMPIRAN

LEMBAR ASISTENSI PEMBIMBING

LEMBAR ASISTENSI CO-PEMBIMBING

LEMBAR KONSULTASI

LEMBAR NARASUMBER

SURAT PENGANTAR PROYEK AKHIR GRAFIS
SURAT PENERIMAAN DARI PEMBERI TUGAS
SURAT KETERANGAN DARI PEMBERI TUGAS
UCAPAN TERIMA KASIH KHUSUS
LEMBAR PERSETUJUAN REVISI
BIOGRAFI/*CURRICULUM VITAE*
SOFTCOPY (CD)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengunjungi sarana umum seperti pasar, pusat perbelanjaan, *mall*, *plaza*, restoran, *cafe*, jalan raya, rumah sakit, sekolah, bahkan tempat ibadah, semua itu membutuhkan petunjuk area untuk menelusuri setiap bagian dari tempat-tempat tersebut. Sehari-harinya tempat-tempat tersebut akan selalu dikunjungi oleh banyak orang tergantung kebutuhannya masing-masing. Salah satu contoh aktivitas manusia ketika sedang mengunjungi sebuah *mall*. *Mall* merupakan tempat yang terdiri dari kumpulan berbagai layanan publik yang fungsi utamanya memenuhi tuntutan manusia akan kebutuhan hidup kesehariannya. Berbagai fungsi ruang yang beragam tersebut tentunya akan berakibat pada adanya pembagian ruang, dimana pola pembagiannya akan selalu memperhitungkan sirkulasi manusia yang ada di dalamnya. Banyaknya orang-orang yang tidak tertib dalam menggunakan rambu-rambu yang ada terkadang menyebabkan sirkulasi area tidak teratur dan juga menyebabkan suasana menjadi tidak nyaman.

Orang-orang yang melakukan aktivitas di tempat-tempat tersebut membutuhkan petunjuk area dan suatu informasi yang bisa memberikan kemudahan kepada penggunaanya dalam mencari kebutuhan yang diinginkan dan sesuatu yang akan dituju. Aturan yang diciptakan dalam bentuk informasi diwujudkan dalam simbol-simbol yang telah disepakati bersama baik arti maupun maknanya, yang dikenal dalam dunia desain komunikasi visual dengan istilah "*Sign System*" (pola penandaan). *Sign System* sangat penting keberadaanya di sebuah tempat yang banyak dikunjungi khalayak ramai, yaitu sebagai tanda

informasi untuk dapat lebih cepat mendapatkan atau menuju tempat yang akan dikunjungi. Sehingga pembuatan atau pemakaian *Sign System* haruslah mudah dipahami oleh orang lain selain si pembuat itu sendiri. Warna dan bentuk merupakan hal terpenting dalam pembuatan sebuah *Sign System*.

Bahasan pada proyek akhir ini, penulis akan merancang sebuah *Sign System* pada sebuah *cafe* yang terletak berada di sebuah lembah kecil, kawasan obyek wisata Cihideung, di belahan utara kota Bandung yang disebut dengan **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**. Sarana umum seperti Kampung Daun Culture Gallery & Cafe setiap harinya banyak dikunjungi oleh khalayak ramai, orang berkunjung ke sana dengan berbagai tujuan seperti menikmati menu makanan yang disajikan oleh *cafe* tersebut, menghilangkan kejenuhan sambil menikmati suasana *cafe*, dan lain sebagainya. Suasana *cafe* di **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** sangat berbeda dengan *cafe* pada umumnya. Suasana yang dimiliki Kampung Daun Culture Gallery & Cafe layaknya suasana pedesaan yang memiliki berbagai karakteristik dan keunikan wilayah pedesaan yang masih bersifat tradisional tapi elegan, dengan beberapa saung yang disediakan kepada pengunjung di sepanjang areal **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** sebagai tempat untuk menikmati makanan yang disajikan.

Sebagai salah satu sarana untuk masyarakat umum, **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** sudah sepatutnya menjadi tempat yang menyenangkan, nyaman sekaligus aman agar masyarakat dapat terus mengunjungi *cafe* tersebut dengan penuh suka cita. Untuk itu, pihak pengelola **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** juga harus terus memperhatikan kondisi *cafe* melalui penyajian makanan dengan baik, dan layak, dan juga pemeliharaan prasarana fisik yang nyaman dan menarik. Contohnya *Sign System* sangatlah dibutuhkan untuk mengarahkan para pengunjung dalam menelusuri areal **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**. **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** merupakan suatu ruang yang tidak terlepas dari konsep penggunaan area yang cukup luas, yang dapat mengakibatkan pengabaian rambu-rambu penunjuk arah (*Sign System*).

Dalam hal ini penulis ingin merancang suatu *Sign System* yang maksimal dan komunikatif sesuai dengan fungsi dari *Sign System* dan dapat memudahkan sirkulasi atau tata alur penelusuran tempat yang diinginkan oleh pengunjung di areal **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**.

1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Perumusan Masalah

Dari hal-hal yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dapat diuraikan ke dalam pertanyaan:

Bagaimana cara merancang *Sign System* yang informatif dan komunikatif pada areal **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** agar para pengunjung bisa memahami alur sirkulasi saat memasuki areal tersebut dan mengetahui posisi dari setiap fasilitas yang ada.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Kampung Daun Culture Gallery & Cafe sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan makanan dan minuman harus dapat memberikan pelayanan yang memadai bagi para penikmatnya, bukan hanya pelayanan terhadap penyajian makanan dan minuman, namun perlu juga adanya pemeliharaan prasarana fisik yang nyaman dan menarik serta adanya pelayanan terhadap berbagai aktivitas publik yang ada di dalamnya. Kenyamanan para pengunjung pada saat ia berada di areal **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** haruslah diperhatikan. Penunjang kenyamanan pengunjung adalah pola penataan sirkulasi yang memadai pada areal tertentu, dimana alur dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Sign System yang memadai menjadi tuntutan yang harus segera diadakan pada areal **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**. Pendekatan secara keilmuan dari desain grafis terhadap penataan ruang dan areal merupakan dasar utama proses perencanaan, dimana *Sign System* jadi batasan bidang garap pada proyek akhir ini adalah mulai dari proses perancangan, pembagian fungsi masing-masing dan hasil akhirnya berupa desain *Sign System*.

1.3 Maksud dan Tujuan

Penulisan proyek akhir ini disertai dengan maksud dan tujuan, adapun maksud dan tujuannya adalah sebagai berikut:

1.3.1 Maksud

Maksud dari penulisan proyek akhir ini adalah membuat sebuah media informasi yang memadai, terarah, informatif dan bisa digunakan selayaknya sebuah tanda informasi (*Sign System*), dan juga bisa menjadi satu kesatuan dengan lingkungan dimana tempat media informasi tersebut dipasang serta untuk menambah nilai estetika bangunan.

1.3.2 Tujuan

Tujuan dibuatnya proyek akhir ini adalah terjadinya alur sirkulasi yang teratur pada areal **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** sehingga mempermudah para pengunjung untuk menelusuri **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** tersebut dengan memperhatikan *Sign System* yang telah dibuat. Penerapan *Sign System* pada ruang dan areal **Kampung Daun Culture Gallery**

& Cafe juga bertujuan membantu memberikan informasi kepada para pengunjung tentang berbagai fasilitas yang ada.

1.4 Kegunaan Proyek Akhir

Penulisan proyek akhir ini sangatlah bermanfaat baik dalam bidang profesi maupun akademis. Manfaat-manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Profesi

Informasi haruslah jelas dan mudah diterjemahkan serta mudah diingat oleh masyarakat. *Sign System* diharapkan bisa membantu meringankan tugas bagian informasi, memudahkan para pengunjung **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** untuk lebih mudah memahami alur sirkulasi pada areal cafe tersebut.

Media informasi harus sesuai dengan aturan-aturan yang telah disepakati bersama oleh bidang keilmuan desain komunikasi visual. Maka dari itu diharapkan untuk tidak menyalahi aturan yang berlaku sehingga menjadi muncul sebuah masalah baru dalam bidang keilmuan tersebut.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Proyek akhir ini diharapkan bisa menjadi bahan mata perkuliahan dan juga bisa menjadi literatur bagi mahasiswa angkatan baru di Fakultas Desain Komunikasi Visual Universitas Widyatama. Mengingat kurangnya contoh-contoh kasus yang terbatas dan kurang memadai.

1.5 Sistematika Penulisan

Gambaran umum dari penyajian penulisan dan pembahasan tiap-tiap bab dalam proyek akhir ini, berikut diuraikan poin-poin yang dapat memperjelas bagaimana sistematika penulisan yang digunakan dalam pembuatan proyek akhir tersebut.

Bab I Pendahuluan

Sign System adalah sebuah media informasi yang sangat mutlak. Dengan arti lain sangatlah berpengaruh bagi audien untuk lebih mudah memahami apa yang disampaikan oleh perancang grafis. Pada lingkungan yang ramai dan sangat asing bagi penghuni baru atau kita menjadi orang baru di suatu tempat.

Fasilitas umum setiap harinya dikunjungi oleh banyak orang, untuk memudahkan penggunaan fasilitas umum, di setiap fasilitas umum harus didukung oleh *Sign System* sebagai media informasi yang dapat memudahkan pengunjung. *Café* misalnya merupakan salah satu fasilitas umum, untuk itu *cafe* harus dibuat *Sign System* yang terstruktur untuk membantu kelancaran *aktifitas* di areal *cafe* tersebut.

Bab II Kajian Masalah

Untuk membantu merealisasikan pembuatan *Sign System* pada **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**, langkah pertama adalah mengkaji permasalahan dengan melihat dan mempelajari teori-teori yang mendukung guna melengkapi data dan fakta karya Proyek Akhir. Dimulai dengan membahas *Sign System* dengan teori-teorinya kemudian memberikan suatu asumsi berdasar dari kasus yang memiliki kesamaan atau kemiripan yang pernah ada, kemudian membuat hipotesa berdasar asumsi yang kemungkinan mempengaruhi cara kerja dalam pembuatan karya Proyek Akhir.

Bab III Analisa Masalah

Untuk merealisasikan hipotesa maka dilakukan metode pengumpulan data guna melengkapi kebutuhan yang diperlukan selama pembuatan Proyek Akhir. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, *browsing* di internet, Untuk memperjelas masalah ditulis juga tentang **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** mulai dari sejarah, visi misi, hingga struktur organisasi.

Bab IV Pemecahan Masalah

Setelah mengetahui permasalahan dan dapat menyimpulkan suatu pemecahannya, maka dibuatlah sebuah rancangan pemecahan, kemudian merancang teknis pengerjaan pada visual yang berpegang pada konsep-konsep.

Bab V Rincian Tugas

Kemudian dibuatlah rancang visual yang berdasarkan pada konsepnya,. Kesemuanya itu disertakan pula teknis pengerjaannya hingga prakiraan jumlah produksi dan biaya yang akan dikeluarkan.

BAB II

KAJIAN MASALAH

2.1 Tinjauan Teori

Manusia melalui kemampuan akalnya berupaya berinteraksi dengan menggunakan tanda sebagai alat untuk berbagai tujuan, salah satu tujuan tersebut adalah untuk berkomunikasi dengan orang lain sebagai bentuk adaptasi dengan lingkungan. Komunikasi bukan hanya sebagai proses, melainkan komunikasi sebagai pembangkitan makna (*the generation of meaning*) . Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, setidaknya orang lain tersebut memahami maksud pesan kita, kurang lebih secara tepat. Supaya komunikasi dapat terlaksana, maka kita harus membuat pesan dalam bentuk tanda (bahasa, kata). Pesan-pesan yang kita buat mendorong orang lain untuk menciptakan makna untuk dirinya sendiri yang terkait dalam beberapa hal dengan makna yang kita buat dalam pesan kita. Semakin banyak kita berbagi kode yang sama, makin banyak kita menggunakan sistim tanda yang sama, maka makin dekatlah “makna” kita dengan orang tersebut atas pesan yang datang pada masing-masing kita dengan orang lain tersebut.

Sebagai bahasa, maka efektivitas penyampaian pesan tersebut menjadi pemikiran utama seorang pendesain komunikasi visual. Untuk itu, sang desainer haruslah: pertama, memahami betul seluk beluk pesan yang ingin disampaikan. Kedua, mengetahui kemampuan menafsir, kecenderungan dan kondisi, baik fisik maupun jiwa dari manusia kelompok masyarakat yang menjadi sasarannya. Ketiga, harus dapat memilih jenis bahasa dan gaya bahasa yang serasi dengan pesan yang dibawakannya, dan tepat untuk dapat dibicarakan secara efektif (jelas, mudah, dan mengesankan) bagi si penerima pesan. komunikasi visual sebagai suatu sistem pemenuhan kebutuhan manusia di bidang informasi visual melalui lambang-lambang kasat mata,

dewasa ini mengalami perkembangan sangat pesat. Hampir di segala sektor kegiatan, lambang-lambang, atau simbol-simbol visual hadir dalam bentuk gambar, sistem tanda, *corporate identity*, sampai berbagai display produk di pusat pertokoan dengan aneka daya tarik. Gambar merupakan salah satu wujud lambang atau bahasa visual yang di dalamnya terkandung struktur rupa seperti: garis, warna, dan komposisi. Keberadaannya dikelompokkan dalam kategori bahasa komunikasi non verbal, ia dibedakan dengan bahasa verbal yang berwujud tulisan ataupun ucapan. Di dalam rancang grafis yang kemudian berkembang menjadi desain komunikasi visual banyak memanfaatkan daya dukung gambar sebagai lambang visual pesan, guna mengefektifkan komunikasi. Upaya mendayagunakan lambang-lambang visual berangkat dari premis bahwa bahasa visual memiliki karakteristik yang bersifat khas bahkan sangat istimewa untuk menimbulkan efek tertentu pada pengamatnya. Hal demikian ada kalanya sulit dicapai bila diungkapkan dengan bahasa verbal.

2.1.1 Teori Sign System

Sign System atau tanda merupakan sebuah pengetahuan yang sangat erat hubungannya dengan bidang kajian Desain Komunikasi Visual, begitu juga dengan bidang arsitektur dan desain interior. *Sign System* berawal dari penjelasan yang mudah di terjemahkan oleh khalayak umum. Dimana *Sign System* digunakan oleh beberapa perusahaan, instansi, dan tempat-tempat hiburan sebagai sarana informasi untuk memudahkan para pengunjung untuk lebih mudah berinteraksi dengan lingkungannya. *Sign System* sangat penting keberadaanya di sebuah tempat yang banyak dikunjungi khalayak ramai. Sebagai informasi untuk dapat lebih cepat mendapatkan atau menuju tempat yang akan di kunjunginya. Oleh sebab itu pembuatan atau pemakaian *Sign System* haruslah simple dan mudah dipahami oleh orang lain selain si pembuat itu sendiri.

Dalam tugas Proyek Akhir ini penulis mengangkat sebuah *cafe* yaitu **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** sebagai bahan kajian dalam pembuatan *Sign System* tersebut. Dimana, sebuah *cafe* merupakan salah satu tempat yang lumayan banyak dan sering dikunjungi oleh khalayak ramai, dan tentunya *cafe* tersebut haruslah memiliki *sign system* yang baik yang akan mengarahkan para pengunjung untuk menelusuri areal tersebut. Kondisi di atas ini diproyeksikan untuk meningkatkan perhatian sebagai dasar dalam perencanaan penulisan proyek akhir D4 ini, dimana pada tugas ini penulis mengangkat tema “***Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Cafe***”.

Dalam bahasan desain grafis visual yang dimaksud adalah suatu *sign system* yang dapat berkomunikasi dan memberikan informasi sehingga memudahkan penggunanya untuk menemukan sesuatu ruang yang akan dituju. Penggunaan *sign system* pada suatu areal tertentu, memberikan solusi sebagai sistem pengodean atau pemberian identitas yang akan mempermudah di dalam melakukan penelusuran di areal yang ingin dituju. Pada buku *Architectural Signing and Graphics* oleh John Follis dan Dave Hamer dikatakan bahwa: “*Sign system* dibutuhkan karena mampu mengomunikasikan tata alur di kompleks bangunan tersebut”.

Dapat dikatakan bahwa suatu *sign system* yang baik merupakan media untuk mengomunikasikan informasi yang terarah dengan mempertimbangkan antara keselarasan arsitektural dari segi warna, huruf, elemen grafis, bentuk, ukuran dan secara ekonomis dapat memberikan penghematan terhadap waktu dan biaya, serta mudah terbaca.

Adapun prinsip-prinsip dari *sign system* adalah:

1. Jelas dalam menyampaikan suatu informasi.
2. Khas mencerminkan identitas dari instansi atau perusahaan.
3. Mudah seluruh rancangan *sign system* harus memberikan kemudahan.
4. Serasi seluruh rancangan harus dipertimbangkan nilai-nilai keserasian dengan lingkungan.

Traffic sign mematuhi satu sistem visual yang baku digunakan secara internasional, kecuali Amerika Serikat dan Iran yang menggunakan unsur tulisan/verbal. Ada beberapa kategori tanda yang sudah menjadi universal antara lain:

1. *Orientational Sign*

Orientational Sign adalah tanda informasi yang menjelaskan keberadaan pengguna pada sebuah lingkungan, fungsinya sebagai pemandu bagi pengguna untuk menentukan tujuannya. Termasuk dalam *Orientational Sign* peta lokasi, *zooming* daerah/benda/sesuatu yang penting.

2. *Informational Sign*

Tanda informasi yang menggunakan banyak huruf bahasa yang dapat dikatakan *informational*. Format *informational sign* sangat beragam, mulai dari papan pengumuman, menu restoran, *front office* hotel, pertokoan, dan sebagainya.

3. *Directional Sign*

Tanda informasi sebagai alat navigasi pada suatu sistem informasi yang kompleks. Fungsi *Directional Sign* adalah mengarahkan langsung pengguna kepada tempat yang ingin dia tuju diantara banyak pilihan. Sasarannya adalah tempat

yang mempunyai tingkat kesibukan/stres tinggi seperti: terminal, bandara, rumah sakit, dan sebagainya.

4. *Identificational Sign*

Merupakan tanda dari informasi pada penamaan yang mengidentifikasikan suatu tempat yang spesifik, dari skala yang paling kecil (klasifikasi pada rak buku) hingga yang sangat besar (nama kompleks perkantoran).

5. *Statutory Sign*

Merupakan tanda informasi yang bersifat larangan dan perintah yang berkekuatan hukum atau ada sanksi yang mengikuti. Fungsi utamanya adalah memberi kenyamanan, keamanan, dan menjaga keselamatan bagi pengguna.

6. *Ornamental Sign*

Tanda informasi ini menambah kualitas visual & “merias” lingkungan dengan tujuan mempercantik lingkungan secara keseluruhan.

2.1.2 Teori Informasi

Informasi adalah keterangan, penerangan, data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata, sehingga dapat dipakai sebagai dasar untuk mengambil keputusan, dan terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan mendatang. Data merupakan raw material untuk suatu informasi. Perbedaan informasi dan data sangat relatif tergantung pada nilai gunanya bagi manajemen yang memerlukan. Suatu informasi bagi level manajemen tertentu bisa menjadi data bagi manajemen level di atasnya, atau sebaliknya. Kualitas informasi tergantung dari 3 hal, yaitu informasi harus :

1. Akurat, berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya.
2. Tetap pada waktunya, berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat.
3. Relevan, berarti informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan yang lainnya berbeda.

Susunan hirarki informasi mulai dari data/fakta, kemudian diseleksi dan diolah menjadi sesuatu yang berguna. Menurut **Davis** dalam **Abdul Kadir**, informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang. Informasi merupakan kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima. Jadi, secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang. Untuk memperoleh informasi yang berguna, tindakan yang pertama adalah mengumpulkan data, kemudian mengolahnya sehingga menjadi informasi. Dari data-data tersebut informasi yang didapatkan lebih terarah dan penting karena telah dilalui berbagai tahap dalam pengolahannya diantaranya yaitu pengumpulan data, data apa yang terkumpul dan menemukan informasi yang diperlukan.

George R. Terry, Ph. D. menjelaskan, berguna atau tidaknya informasi tergantung pada beberapa aspek, yaitu:

1. Tujuan si penerima

Apabila informasi itu tujuannya untuk memberikan bantuan maka informasi itu harus membantu si penerima dalam usahanya untuk mendapatkannya.

2. Ketelitian penyampaian dan pengolahan data

Penyampaian dan mengolah data, inti dan pentingnya info harus dipertahankan.

3. Waktu

Informasi yang disajikan harus sesuai dengan perkembangan informasi itu sendiri.

4. Ruang dan tempat

Informasi yang didapat harus tersedia dalam ruangan atau tempat yang tepat agar penggunaannya lebih terarah bagi si pemakai.

5. Bentuk

Dalam hubungannya bentuk informasi harus disadari oleh penggunaannya secara efektif, hubungan-hubungan yang diperlukan, kecenderungan-kecenderungan dan bidang-bidang yang memerlukan perhatian manajemen serta menekankan informasi tersebut ke situasi-situasi yang ada hubungannya.

6. Semantik

Agar informasi efektif informasi harus ada hubungannya antara kata-kata dan arti yang cukup jelas dan menghindari kemungkinan salah tafsir. Jelaslah bahwa agar informasi itu menjadi berguna harus disampaikan kepada orang yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dalam bentuk yang tepat pula. Tidak semua data merupakan informasi. Ada kantor-kantor yang menyimpan data-data atau catatan yang sebenarnya tidak ada gunanya. Sebaliknya informasi yang diperlukan dilengkapi dengan data.

Desain Grafis juga merupakan ilmu yang mempelajari tentang media untuk menyampaikan informasi, ide, konsep, ajakan dan sebagainya kepada khalayak dengan menggunakan bahasa visual. Baik itu berupa tulisan, foto, ilustrasi dan lain sebagainya. Desain grafis adalah solusi komunikasi yang menjembatani antara

pemberi informasi dengan publik, baik secara perseorangan, kelompok, lembaga maupun masyarakat secara luas yang diwujudkan dalam bentuk komunikasi visual. Sebagaimana layaknya informasi yang disampaikan menggunakan bahasa lisan (suara) yang dapat disampaikan secara tegas, ceria, keras, lembut, penuh gurauan, formal, dan sebagainya dengan menggunakan gaya bahasa dan volume suara yang sesuai. Desain grafis juga dapat melakukan hal serupa. Kita dapat merasakan sendiri setelah membaca sebuah berita (tulisan), melihat foto atau ilustrasi, melihat permainan warna dan bentuk dari sebuah karya design yang berbentuk publikasi cetak, nuansa yang ditimbulkannya. Apakah informasi itu tegas, formal, bergurau, lembut, anggun, elegan dan sebagainya.

2.1.3 Teori Psikologi Komunikasi

Komunikasi sangat esensial untuk pertumbuhan kepribadian manusia. Kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian. Komunikasi amat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia. Dalam sejarah perkembangannya komunikasi memang dibesarkan oleh para peneliti psikologi. Bapak Ilmu Komunikasi yang disebut **Wilbur Schramm** adalah sarjana psikologi. **Kurt Lewin** adalah ahli psikologi dinamika kelompok. Komunikasi bukan subdisiplin dari psikologi. Sebagai ilmu, komunikasi dipelajari bermacam-macam disiplin ilmu, antara lain sosiologi dan psikologi.

2.1.3.1 Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi

Hovland, Janis, dan Kelly, semuanya psikolog, mendefinisikan komunikasi sebagai *"the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other*

individuals (the audience). Dance mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha “menimbulkan respon melalui lambang-lambang verbal.”. Kamus psikologi, menyebutkan enam pengertian komunikasi:

1. Penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat yang lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara.
2. Penyampaian atau penerimaan sinyal atau pesan oleh organisme.
3. Pesan yang disampaikan
4. (Teori Komunikasi) Proses yang dilakukan satu sistem yang lain melalui pengaturan sinyal-sinyal yang disampaikan.
5. (K.Lewin) Pengaruh suatu wilayah persona pada wilayah persona yang lain sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah lain.
6. Pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi.

Psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikasi, psikologi memberikan karakteristik manusia komunikasi serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi perilaku komunikasinya. Pada komunikator, psikologi melacak sifat-sifatnya dan bertanya : Apa yang menyebabkan satu sumber komunikasi berhasil dalam memengaruhi orang lain, sementara sumber komunikasi yang lain tidak?. Psikologi juga tertarik pada komunikasi diantara individu : bagaimana pesan dari seorang individu

menjadi stimulus yang menimbulkan respon pada individu lainnya. Komunikasi boleh ditujukan untuk memberikan informasi, menghibur, atau memengaruhi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis.

2.1.3.2 Ciri Pendekatan Psikologi Komunikasi

Komunikasi begitu esensial dalam masyarakat manusia sehingga setiap orang yang belajar tentang manusia mesti sesekali waktu menolehnya. Komunikasi telah ditelaah dari berbagai segi antropologi, biologi, ekonomi, sosiologi, linguistik, psikologi, politik, matematik, engineering, neurofisiologi, filsafat, dan sebagainya. Sosiologi mempelajari komunikasi dalam konteks interaksi sosial, dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok. **Colon Cherry** (1964) mendefinisikan komunikasi sebagai, "usaha untuk membuat suatu satuan sosial dari individu dengan menggunakan bahasa atau tanda. Memiliki bersama serangkaian peraturan untuk berbagai kegiatan mencapai tujuan.". Psikologi juga meneliti kesadaran dan pengalaman manusia. Psikologi terutama mengarahkan perhatiannya pada perilaku manusia dan mencoba menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya perilaku manusia itu. Bila sosiologi melihat komunikasi pada interaksi sosial, filsafat pada hubungan manusia dengan realitas lainnya, psikologi pada perilaku individu komunikan.

Fisher menyebut 4 ciri pendekatan psikologi pada komunikasi : Penerimaan stimuli secara indrawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantari stimuli dan respon (*internal meditation of stimuli*),

prediksi respon (*prediction of response*), dan peneguhan respon (*reinforcement of responses*). Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respon yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respon yang terjadi pada masa yang akan datang. **George A. Miller** membuat definisi psikologi yang mencakup semuanya : *"Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral event"*. Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah *"internal meditation of stimuli"*, sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. Komunikasi adalah peristiwa sosial – peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada psikologi sosial. Pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

2.1.3.3 Penggunaan Psikologi Komunikasi

Tanda-tanda komunikasi efektif menimbulkan lima hal :

1. Pengertian:

Penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksudkan oleh komunikator.

2. Kesenangan:

Komunikasi fatis (*phatic communication*), dimaksudkan menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan.

3. Mempengaruhi sikap:

Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, dan pesan menimbulkan efek pada komunika. Persuasi didefinisikan sebagai "proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.

4. Hubungan sosial yang baik:

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif. Abraham Maslow menyebutnya dengan "kebutuhan akan cinta" atau "belongingness". William Schutz merinci kebutuhan dalam tiga hal : kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi (*inclusion*), pengendalian dan kekuasaan (*control*), cinta serta rasa kasih sayang (*affection*).

5. Tindakan:

Persuasi juga ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dihendaki. Menimbulkan tindakan nyata memang indikator efektivitas yang paling penting. Karena untuk menimbulkan tindakan, kita harus berhasil lebih dulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap, atau menumbuhkan hubungan yang baik.

2.1.4 Teori Pesan

Dalam sebuah sign system aspek komunikasi merupakan pemegang peranan penting dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Pesan akan tersampaikan dengan baik jika proses

komunikasi berjalan dengan baik juga. Komunikasi harus dapat menginformasikan dan mempengaruhi komunikan serta komunikator. Komunikasi tidak sekedar menyampaikan informasi, tetapi juga mengandung unsur persuasi, yaitu agar masyarakat bersedia menerima pemahaman, pengaruh, mau melakukan perintah, dan lainnya. Hakikat komunikasi itu pada dasarnya adalah sebuah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu berupa buah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Ada bermacam-macam pendapat yang dikemukakan oleh para ahli tentang komunikasi, salah satunya seperti yang diterangkan oleh Charles **Cooley**. Definisi komunikasi menurut **Charles Cooley** (1977 : 50, Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi) adalah: Komunikasi merupakan suatu mekanisme yang dapat menyebabkan adanya hubungan antar manusia dan yang memungkinkannya berkembang serta lambang lambang pikiran bersama-sama dengan alat-alat untuk meneruskannya dalam ruang dan menyimpannya dalam dimensi waktu.

Untuk lebih mudahnya, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikator (*communicator*) adalah orang yang menyampaikan pesan sedangkan komunikan (*communicate*) merupakan orang yang menerima pesan. Pada dasarnya komunikasi tidak saja hanya sekedar menyampaikan pesan saja tetapi juga dapat memberikan dampak yang lain kepada yang melakukannya. Disamping itu komunikasi juga dapat memberikan dampak kepada sasarannya. Dampak tersebut biasanya muncul dari beberapa fungsi yang dapat dijalankan dalam berkomunikasi

Menurut **Wilbur Scharman**, jika sebuah pesan dapat disampaikan dengan baik maka harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak baik situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Kita dapat berkomunikasi melalui beberapa cara (*how to communicate*), yaitu:

1. Komunikasi verbal (*verbal communication*).
Proses pertukaran informasi melalui perantaraan ucapan atau percakapan lisan.
2. Komunikasi nonverbal (*nonverbal communication*).
Proses pertukaran informasi secara tertulis.
3. Komunikasi tatap muka (*face to face communication*).
Proses pertukaran informasi secara langsung melalui tatap muka antara komunikator dengan komunikan.
4. Komunikasi bermedia (*mediated communication*).
Proses pertukaran informasi melalui berbagai media massa, seperti koran, majalah, televisi, radio, telepon dan lain-lain

2.1.4.1 Jenis pesan

Pesan berdasarkan struktur dibagi atas sisi pesan (*message sidedness*), susunan penyajian (*order of*

presentation), dan pernyataan kesimpulan (*drawing conclusion*)

1. Message Sideness

Sisi pesan memperlihatkan bagaimana argumentasi yang mendasari suatu pesan persuasif disajikan kepada khalayak. Pelaku dalam kampanye secara sepihak hanya menyajikan pesan-pesan yang mendukung posisinya. Posisi kelemahan pelaku kampanye atau posisi pihak lawan disini tidak akan pernah dinyatakan secara *eksplisi* maka ini di sebut *one side* message atau pola pesan satu sisi. Pelaku kampanye menyajikan sebagian dari kelemahan posisinya atau sebagian kelebihan dari posisi pihak lain. Argumentasi dua sisi dapat memperkuat kredibilitas pelaku kampanye. Khalayak akan menganggap pesan dua sisi lebih jujur dan dapat di percaya. Jujur bukanlah alasan pokok untuk menyebabkan juru kampanye memilih pola pesan dua sisi. Pola ini disebut dengan *two sides* message atau pola pesan dua sisi.

2. Susunan Penyajian (Order of Presentation)

Cara penyusunan pesan meliputi susunan klimaks, antiklimaks dan susunan piramidal. Pelaku kampanye yang menginginkan pengaturan klimaks makaia harus menempatkan argumentasi terbaiknya di bagian akhir. Pelaku kampanye yang ingin pengaturan antiklimaks harus menempatkan argumentasi terbaiknya di awal pesan kampanye. Pesan terpenting yang diletakan di bagian tengah adalah susunan piramidal.

3. Pernyataan kesimpulan (Drawing Conclusion)

Pelaku Kampanye yang cermat dapat menentukan apakah kesimpulan isi pesan perlu

dinyatakan secara eksplisit atau cukup secara implisit saja. Khalayak dapat menyimpulkan sendiri apa isi pesan tersebut secara keseluruhan jika dinyatakan secara implisit. **Stiff (1993)** berpendapat menyajikan kesimpulan secara implisit harus memperhitungkan karakteristik khalayak yang meliputi pendidikan, kepribadian, dan keterlibatan khalayak dalam kegiatan kampanye yang dilakukan. Hovland, Janis dan Kelly (**Johnson,1986**) berdasarkan eksperimen yang mereka lakukan menyimpulkan lima generalisasi, dalam kaitan dengan penting tidaknya menyatakan kesimpulan dalam suatu tindakan komunikasi:

- a) Sikap untuk menyajikan kesimpulan secara eksplisit akan meningkatkan kemampuan pelaku kampanye dalam melakukan perubahan (pendapat) pada diri khalayak.
- b) Khalayak yang kurang cerdas, maka pelaku kampanye akan lebih mudah mengubah pendapat mereka dengan menyajikan kesimpulan secara eksplisit.
- c) Khalayak ketika mempersepsi, pelaku kampanye akan memanipulasi mereka atau menarik keuntungan dari mereka atau khalayak merasa dilecehkan dengan adanya kesimpulan yang tegas untuk mereka. Pelaku kampanye sebaiknya membiarkan khalayak membuat kesimpulan sendiri.
- d) Isu atau pesan kampanye yang memunculkan keterlibatan yang tinggi pada diri khalayak atau gagasan yang bersifat personal maka sebaiknya komunikator membiarkan khalayak membuat kesimpulan sendiri. Gagasan yang bersifat

impersonal penyajian kesimpulan akan membuat komunikasi lebih efektif.

- e) Isu yang dihadapi kompleks maka akan lebih efektif bila kesimpulan dinyatakan secara eksplisit sedangkan pesan-pesan yang lebih sederhana harus mempertimbangkan karakteristik khalayak sebelum menetapkan perlunya pernyataan kesimpulan yang eksplisit.

2.1.4.2 Proses Pembentukan Pesan

Pesan yang hendak disampaikan kepada khalayak, tentunya mengalami proses pembentukan pesan. Proses pembentukan pesan biasanya bisa dilihat dari isi pesan secara keseluruhan. Proses ini biasanya dinamakan *key word*. *Key word* adalah pedoman untuk menentukan sebuah pesan yang informatif maupun persuasif, tergantung dengan tema kampanye. *Key word* dapat berupa kata-kata, kalimat maupun slogan. Proses pembentukan pesan juga baiknya melihat khalayak sebagai penerima pesan, sehingga menggunakan kata-kata atau kalimat yang mudah dimengerti dan dicerna oleh mereka. Khalayak juga cenderung tertarik dengan kata-kata maupun kalimat yang menarik, unik, dan tak biasa (non formal).

2.1.4.3 Pengembangan Pesan (*Message Development*)

Pesan yang telah terbentuk dalam sebuah kata kunci (*key word*) dalam sebuah kampanye akan mengalami pengembangan sehingga pesan meluas hingga menjabarkan sebuah isi pesan dan informasi kampanye. Pengembangan pesan dilakukan agar pesan

yang nantinya akan diterima khalayak dapat diterima dan sampai sesuai dengan yang diberikan dalam sebuah kampanye.

Pesan yang mengalami pengembangan juga membentuk sebuah kreatifitas dalam berkata-kata. Pesan yang telah diramu sedemikian rupa, akan membuat khalayak tertarik dengan sebuah kampanye hanya dengan melihat untaian kata-kata/kalimat. Khalayak akan menganalisa pesan tersebut dengan kritis. Pesan yang kreatif dan menarik akan dinilai baik oleh khalayak.

Pesan bukan hanya sekedar kreatif dan menarik semata. Pesan yang telah mengalami pengembangan juga menitikberatkan kepada strategi dan sasaran pesan.

2.1.4.4 Strategi Pesan

Pesan yang efektif adalah pesan yang menginformasikan dengan segera kejadian penting yang terjadi di sekitar khalayak sarannya. Pesan yang digunakan menggambarkan sesuatu secara visual juga mampu menarik perhatian. Komunikator yang sensitif adalah komunikator yang dapat menyesuaikan diri dengan khalayak yang dihadapinya. Pesan akan lebih menarik perhatian orang bila memperhitungkan perasaan mereka. Kata jenaka atau humor yang digunakan juga dapat menarik perhatian orang lain. Pesan pertama dalam sebuah rangkaian biasanya lebih diperhatikan oleh khalayak. Khalayak akan lebih memperhatikan kata-kata yang diucapkan pertama kali. Pesan dengan menggunakan kata-kata yang jelas dan bahasa yang sederhana dalam membuat pesan tersebut lebih mudah dimengerti. Khalayak akan lebih mempercayai informasi

visual daripada informasi verbal, karena orang mudah mengingat gambar dalam waktu yang lama daripada kata-kata.

Edward Bernays, pada awal tahun 1920-an menggunakan strategi khusus untuk mendapatkan konsumen berdasarkan pemikiran bahwa khalayak akan menerima pesan pada saat pikirannya dalam keadaan istirahat dengan keterlibatan kognitif yang rendah. Bernays mengemas pesan itu sedemikian rupa dalam bentuk iklan yang kemudian terbukti dan efektif. Khalayak memberi reaksi pada simbol-simbol yang ditayangkan dalam iklan dan mereka dengan tidak sadar mengolah pesan-pesan tersebut.

Kode diartikan sebagai sistem pemaknaan yang diorganisasikan melalui penggunaan lambang-lambang. Kode itu melibatkan citra dan gagasan yang sangat padat. Proses komunikasi terjadi dengan kiasan-kiasan dan di dalamnya terdapat *ambiguitas* (kedwitarian). *Ambiguitas* inilah yang membuat khalayak melakukan interpretasi masing-masing atas isi pesan yang diterimanya. Syarat agar pesan efektif dan menjangkau khalayak sasaran adalah pelaku harus memperhitungkan *ambiguitas* dalam pesannya, karena setiap khalayak mengolah pesan dengan cara yang berbeda. Khalayak juga akan menerima pesan secara selektif. Khalayak akan melihat apa yang ia lihat, mendengar apa yang ia dengar. Khalayak akan menginterpretasikan sebuah pesan sesuai dengan latar belakang dan pengalaman yang dimilikinya.

Pesan akan menarik perhatian khalayak dan tepat pada sasaran jika:

1. Pesan memiliki kedekatan

2. Pesan memiliki ide segar
3. Pesan berhubungan dengan hal nyata,
4. Pesan di ulang-ulang
5. Pesan yang baru,
6. Pesan yang memiliki pertentangan,
7. Pesan yang memiliki isi visual
8. Pesan yang *familiar*
9. Pesan yang sederhana
10. Pesan yang menggugah perasaan
11. Pesan memiliki humor

2.1.4.5 Sasaran Pesan

Pesan yang ingin disampaikan, pastinya memiliki sebuah target ataupun sasaran. Sasaran disini adalah khalayak yang memang membutuhkan sebuah informasi maupun perubahan sikap. Sasaran pesan terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Sasaran Pesan Tingkat Atas

Sasaran ini menitikberatkan kepada masyarakat yang memiliki tingkat perekonomian atas, dengan gaya bahasa dan pendekatan yang sesuai dengan pola kehidupannya.

2. Sasaran Pesan Tingkat Menengah

Sasaran ini ditunjukkan kepada masyarakat dengan tingkat perekonomian menengah, dengan gaya bahasa dan pendekatan yang biasa kita temui sehari-hari.

3. Sasaran Pesan Tingkat Bawah

Sasaran ini biasanya menggunakan pesan secara langsung melalui penyuluhan dan pemahaman sebuah informasi, karena sasaran ini memiliki

perekonomian maupun pendidikan yang jauh dari kata cukup atau bahkan terbelakang.

Sasaran pesan selain melihat tingkat perekonomian khalayak, juga melihat media yang tepat untuk menyampaikan pesan. Media yang tepat disini, dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari khalayak, komunikasi mereka, dan pola hidup mereka. Sasaran pesan dengan media yang tepat guna akan menghasilkan sebuah respon yang baik dari khalayak.

2.1.5 Teori Media

Media berarti wadah atau sarana. Dalam bidang komunikasi, istilah media yang sering kita sebut sebenarnya adalah penyebutan singkat dari media komunikasi. Media komunikasi sangat berperan dalam mempengaruhi perubahan masyarakat. Televisi dan radio adalah contoh media yang paling sukses menjadi pendorong perubahan. Media yang efektif adalah media yang memiliki hubungan dekat dengan khalayak. Media yang tepat akan membuat pesan yang akan disampaikan dapat diterima baik oleh khalayak. Media yang dipilih juga sebaiknya jangan terlalu banyak dan memakan biaya yang besar. Media yang tepat adalah media yang penempatannya tepat kepada pola dan sikap khalayak sehari-hari, yang bisa dilihat dari tingkat perekonomian maupun pendidikannya.

Sign system adalah media komunikasi. Ia memberitahukan pesan visual dari seorang pengirim kepada penerima. Seperti halnya media lain, *sign system* mempengaruhi cara sebuah pesan dilihat dan dengan cerdas menyampaikan sebuah pesan. Untuk berkomunikasi secara efektif, *sign system* harus menarik perhatian orang yang melihatnya. Karena *sign system* hanyalah salah satu bagian dari sebuah lingkungan visual yang terdiri dari berbagai macam elemen, maka lingkungan sekitar *sign system* juga harus diperhatikan. Jenis dari *sign system* tersebut serta penempatannya

harus bekerja berkesinambungan untuk mampu bersaing secara efektif dalam meraih perhatian orang yang melihat. Teknik-teknik yang dikembangkan oleh insinyur-insinyur *highway* dan lalu lintas dapat diaplikasikan dalam penempatan *sign system* yang efektif. Insinyur *highway* menyadari bahwa seorang pengendara secara konstan memproses informasi dan membuat keputusan. Beberapa bagian tertentu dari sebuah jalan terkadang membutuhkan perhatian yang lebih. *Landscape*, pepohonan, gedung, cuaca atau kondisi-kondisi lainnya, semua mengklaim perhatian si pengendara. Insinyur lalu lintas selalu menghindari untuk menempatkan informasi berlebih di tempat-tempat seperti ini. *sign system* akan menjadi sangat efektif jika mereka ditempatkan di area dimana mereka tidak perlu berkompetisi dengan stimuli lainnya. Observasi yang teliti terhadap karakteristik situs akan memungkinkan seorang desainer maupun arsitek untuk menemukan lokasi yang tepat bagi pemasangan *sign system*. *Sign system* yang dipasang di luar sebuah bangunan memerlukan pertimbangan ekstra kecepatan lalu lalang kendaraan, sebagai contohnya, dan juga sudut penempatan *sign system* sehingga dapat terlihat dengan jelas dari jalan.

2.1.5.1 Jenis-jenis media *sign system*

Dalam mendesain sebuah sistem komunikasi suatu gedung atau areal, struktur *sign system* harus dipilih yang nantinya akan paling baik memberitahukan suatu informasi kepada penngunjung-pengunjunganya. Sebagai tambahan, setiap gedung maupun areal memiliki kebutuhan *sign system* tertentu. Perencanaan yang baik atas kebutuhan-kebutuhan tersebut akan membantu pihak desainer maupun arsitek dalam memilih tipe *sign system* apa yang akan berfungsi paling baik dalam lingkungan tersebut. Pertama-tama pihak desainer harus mengetahui dengan jelas tipe-tipe *sign system* yang ada:

1. *Banner signs*: terbuat dari material yang ringan seperti kain, kertas atau plastik yang tidak kaku. Tipe ini biasanya digunakan sebagai pemberitahuan sementara dari sebuah acara.
2. *Canopy signs*: dipasang di suatu permukaan seperti misalnya tembok atau tiang dan sebagainya. Jika *sign system* tergantung di bawah kanopi, maka disebut *undercanopy sign*. *Undercanopy signs* umumnya harus berukuran kecil.
3. *Changeable copy signs*: *sign system* yang memungkinkan tulisan yang tertulis di atas *sign system* tersebut dapat diubah-ubah secara manual seperti contohnya pada *message board* suatu teater, hotel maupun restoran.
4. *Electronic message center*: menampilkan pesan pada sebuah layar elektronik yang dapat diubah-ubah secara cepat dan efisien.
5. *Floor signs*: merupakan *sign system* yang dilukis atau dipasang di atas lantai. Biasanya berupa tulisan atau simbol. Terkadang terlalu susah untuk dibaca dengan jelas, namun tetap memiliki keuntungan yaitu memiliki daya tarik artistik dan keefektivitasan dalam menuntun pengguna menuju sebuah lokasi yang sulit untuk ditemukan.
6. *Freestanding signs*: tidak terpasang pada bangunan. Biasanya disangga oleh satu atau dua tiang, berdiri tegak terkait dengan tanah atau lantai. Tiang dimana *sign system* ini dipasang, pada umumnya tinggi sehingga memungkinkan bagi pesan untuk dilihat dari kejauhan. Karena menawarkan visibilitas yang tinggi maka ia sangat efektif untuk diaplikasikan

sebagai *exterior sign* untuk meraih perhatian pengendara kendaraan bermotor yang berlalu lalang.

7. *Projecting signs*: dipasang pada tembok dan biasanya memiliki dua sisi sehingga dapat dibaca dari dua arah yang berlawanan sekaligus.
8. *Roof signs*: didirikan di atas garis atap dari sebuah bangunan. Pemasangan *sign system* dengan cara ini paling sesuai bila ditujukan untuk pengendara kendaraan bermotor.
9. *Suspended signs*: biasanya digunakan untuk *interior sign*. *Sign system* seperti ini biasanya digantung di langit-langit dengan rantai kawat, senar atau material lainnya. Jika diposisikan di tempat-tempat strategis sepanjang perjalanan menuju suatu tempat maka *sign system* ini akan menjadi lebih efektif jika dibandingkan dengan *wall signs*. *Suspended signs* juga umumnya digunakan di tempat-tempat dimana *wall signs* dan *freestanding signs* tidak akan berintegrasi dengan desain arsitektural sebuah bangunan.
10. *Walls signs*: dapat berfungsi sekaligus sebagai *exterior signs* maupun *interior signs*. *Sign system* ini terpasang paralel dengan tembok sebuah bangunan, muncul tidak lebih dari 18 inci. Ia juga hanya memiliki satu sisi saja dan umumnya berbentuk persegi empat.
11. *Windows signs*: ditempatkan di dalam jendela dengan tujuan supaya dapat dilihat dari arah luar. *Sign system* ini terbuat dari kertas, papan atau material lainnya. *Sign system* ini harus jelas dan mampu dibaca dengan mudah. Tidak hanya karena harganya yang tidak mahal namun juga karena dapat dibuat

dan dipasang dengan cepat. Ia juga efektif dalam memberikan informasi dalam situasi dimana orang-orang dalam jumlah banyak berjalan melewati *sign system* ini. Namun di samping itu juga *sign system* ini memiliki kelemahan yaitu tidak efektif bila ditujukan bagi pengendara kendaraan bermotor.

2.1.5.2 Sasaran Media

Media sama seperti pesan, memiliki sasaran dan target yang akan menjadi penerimanya, dalam hal ini adalah khalayak. Media yang telah dipilih hendaknya tepat dengan sasaran, dengan melihat dari tingkatan khalayak, pola hidupnya, sampai tempat yang sesuai dengan medianya. Sasaran media cenderung untuk meminimalisasikan penolakan atau ketidaksetujuan khalayak terhadap media penyampaian pesan.

2.1.6 Teori Desain/Visual

Teori desain/visual adalah teori desain mengenai penggambaran sebuah konsep yang telah dibuat oleh desainer grafis, dengan mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku hingga menjadi sebuah desain visual, dengan hasil akhir dalam sebuah media.

2.1.6.1 Sejarah Teori Desain/Visual

Desain grafis berkembang pesat seiring dengan perkembangan sejarah peradaban manusia saat ditemukan tulisan dan mesin cetak. Desain dan gaya huruf latin mulai diterapkan pada awal masa kejayaan kerajaan Romawi. Abad pertama adalah masa kejayaan kerajaan Romawi yang berhasil menaklukkan Yunani, membawa peradaban baru dalam

sejarah Barat dengan diadaptasikannya kesusasteraan, kesenian, agama, serta alfabet Latin yang dibawa dari Yunani. Alfabet Latin pada awalnya hanya terdiri dari 21 huruf, yakni A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, V, dan X, kemudian huruf Y dan Z ditambahkan dalam alfabet Latin untuk mengakomodasi kata yang berasal dari bahasa Yunani. Huruf tambahan J, U dan W dimasukkan pada abad pertengahan sehingga jumlah keseluruhan alfabet Latin menjadi 26.

Awal milenium kedua, ketika perguruan tinggi pertama kali berdiri di Eropa, buku menjadi sebuah tuntutan kebutuhan yang sangat tinggi. Teknologi cetak belum ditemukan pada masa itu, sehingga sebuah buku harus disalin dengan tangan. Konon untuk penyalinan sebuah buku dapat memakan waktu berbulan-bulan. Guna memenuhi tuntutan kebutuhan penyalinan berbagai buku yang semakin meningkat serta untuk mempercepat kerja para penyalin (scribes), maka lahirlah huruf *Blackletter Script*, berupa huruf kecil yang dibuat dengan bentuk tipis-tebal dan ramping. Efisiensi dapat terpenuhi lewat bentuk huruf ini karena ketipis tebalannya dapat mempercepat kerja penulisan. Huruf tersebut dapat dituliskan dalam jumlah yang lebih banyak diatas satu halaman buku.

Johannes Gutenberg (1398-1468) menemukan teknologi mesin cetak yang bisa digerakkan pada tahun 1447 dengan model tekanan menyerupai desain yang digunakan di Rhineland, Jerman untuk menghasilkan anggur. Teknologi ini merupakan suatu pengembangan revolusioner yang memungkinkan produksi buku secara massal dengan biaya rendah, yang menjadi bagian dari ledakan informasi pada masa kebangkitan kembali Eropa.

Persitiwa penting pun menjadi catatan sejarah perkembangan desain grafis, antara lain:

1. *The Great Exhibition (1851)*

The Great Exhibition diselenggarakan di taman Hyde London antara bulan Mei hingga Oktober 1851, pada saat Revolusi industri. *The Great Exhibition* yang merupakan pameran besar ini menonjolkan budaya dan industri serta merayakan teknologi industri dan desain. *The Great Exhibition* digelar dalam bangunan berupa struktur besi-tuang dan kaca, sering disebut juga dengan Istana Kristal yang dirancang oleh Joseph Paxton.

2. *Aristide Bruant, Toulouse-Lautrec (1892)*

Ilustrator *art nouveau* Perancis dan pelukis *post-impressionist*, Henri Toulouse-Lautrec melukiskan banyak sisi Paris pada abad ke sembilan belas dalam poster dan lukisan yang menyatakan sebuah simpati terhadap ras manusia. Toulouse-Lautrec membantu tercapainya peleburan industri dan seni, walaupun *lithography* ditemukan di Austria oleh Alois Senefelder pada tahun 1796.

3. *Modernisme (1910)*

Modernisme terbentuk oleh urbanisasi dan industrialisasi dari masyarakat Barat. Dogma yang menjadi nafas desain modern adalah “*Form follow Function*” yang di lontarkan oleh Louis Sullivan. Symbol terkuat dari kejayan *modernisme* adalah mesin yang juga diartikan sebagai masa depan bagi para pengikutnya. Desain tanpa dekorasi lebih cocok dengan ‘bahasa mesin’, sehingga karya-karya tradisi yang bersifat ornamental dan dekoratif dianggap tidak sesuai dengan ‘estetika mesin’.

4. *Dadaisme (1916)*

Seni dan kesusasteraan (1916-23) mengalami sebuah pergerakan yang dikembangkan pada masa Perang Dunia Pertama dan mencari untuk menemukan suatu kenyataan asli hingga penghapusan kultur tradisional dan bentuk estetik. *Dadaisme* membawa gagasan baru, arah dan bahan, tetapi dengan sedikit keseragaman. Prinsip *Dadaisme* adalah ketidakrasionalan yang disengaja, sifat yang sinis dan anarki, dan penolakan terhadap hukum keindahan.

5. *De Stijl (1916)*

Gaya yang berasal dari Belanda, *De Stijl*, adalah suatu seni dan pergerakan desain yang dikembangkan sebuah majalah dari nama yang sama ditemukan oleh Theo Van Doesburg. *De Stijl* menggunakan bentuk segi empat kuat, menggunakan warna-warna dasar dan menggunakan komposisi asimetris.

6. *Constructivism (1918)*

Seni modern yang dimulai di Moskow pada tahun 1920, ditandai oleh penggunaan metode industri untuk menciptakan objek geometris. *Constructivism Rusia* berpengaruh pada pandangan modern melalui penggunaan huruf *sans-serif* berwarna merah dan hitam diatur dalam blok asimetris.

7. *Bauhaus (1919)*

Bauhaus dibuka pada tahun 1919 di bawah arahan arsitek terkenal Walter Gropius. *Bauhaus* memulai suatu pendekatan segar untuk mendisain mengikuti Perang Dunia Pertama, dengan suatu gaya yang dipusatkan pada fungsi bukan sebagai hiasan. *Bauhaus* ditutup pada tahun 1933.

8. Gill Sans (1928-1930)

Tipografer Eric Gill belajar pada Edward Johnston dan memperhalus tipe huruf *Underground* ke dalam *Gill Sans*. *Gill Sans* adalah sebuah jenis huruf *sans serif* dengan proporsi klasik dan karakteristik geometris lemah gemulai yang memberinya suatu kemampuan beraneka ragam (*great versatility*).

9. Harry Beck (1931)

Harry Beck (1903-1974), perancang grafis, menciptakan peta bawah tanah London (*London Underground Map*) pada tahun 1931. Harry Beck membuat sebuah pekerjaan abstrak yang mengandung sedikit hubungan ke skala fisik. Beck memusatkan pada kebutuhan pengguna dari bagaimana cara sampai dari satu stasiun ke stasiun yang lain dan di mana harus berganti kereta.

10. International Style (1950)

International atau *Swiss style* didasarkan pada prinsip revolusioner tahun 1920an seperti *De Stijl*, *Bauhaus* dan *Neue Typography*, dan itu menjadi resmi pada tahun 1950an. *Grid*, prinsip matematika, sedikit dekorasi dan jenis huruf *sans serif* menjadi aturan sebagaimana tipografi ditingkatkan untuk lebih menunjukkan fungsi universal daripada ungkapan pribadi.

11. Helvetica (1951)

Helvetica diciptakan oleh Max Miedinger seorang perancang dari Swiss. *Helvetica* adalah salah satu tipe huruf yang paling populer dan terkenal di dunia. *Helvetica* berpenampilan bersih, tanpa garis-garis tak masuk akal berdasarkan pada huruf *Akzidenz-Grotesk*. *Helvetica* pada awalnya disebut *Hass Grotesk*, nama tersebut diubah menjadi *Helvetica* pada tahun 1960. *Helvetica* keluarga

mempunyai 34 model ketebalan dan *Neue Helvetica* mempunyai 51 model.

12. *Psychedelia* dan *Pop Art* (1960)

Kultur yang populer pada tahun 1960-an seperti musik, seni, desain dan literatur menjadi lebih mudah diakses dan merefleksikan kehidupan sehari-hari. *Pop Art* berkembang sebagai sebuah reaksi perlawanan terhadap seni abstrak.

13. *Émigré* (1984)

Majalah disain grafis Amerika, *Émigré*, adalah publikasi pertama untuk menggunakan komputer *Macintosh*, dan mempengaruhi perancang grafis untuk beralih ke *desktop publishing (DTP)*. Majalah ini juga bertindak sebagai suatu forum untuk eksperimen tipografi.

2.1.6.2 Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Teks dalam desain grafis juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan *fine art*. Desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (desain). Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan keterampilan visual, termasuk di dalamnya tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar, dan tata letak.

2.1.6.3 Komponen Desain Grafis

Desain yang menekankan fungsi tanpa keindahan/estetika tidak akan menarik sehingga tidak

komunikatif. Desain yang ‘menarik’ atau ‘indah’ bisa dinilai dengan menggunakan mata (lahir) atau dengan hati (batin). Desain bisa menarik karena indah dipandang atau konsepnya yang kreatif. Mata yang kemampuannya sebagai penilai sangat menentukan baik atau buruknya sebuah desain. Sebuah desain hendaknya dibuat agar menarik mata (*eye catching*), sehingga diperlukan pengetahuan mengenai unsur/komponen desain grafis, antara lain:

1. Garis

Garis merupakan sebuah dasar sebuah desain yang tercipta karena adanya perbedaan warna, cahaya atau perbedaan jarak. Garis memiliki jenis, karakter dan suasana yang berbeda-beda. Ragam garis akan menimbulkan kesan psikologis maupun persepsi tersendiri, seperti huruf ‘S’ yang memberikan kesan lembut, halus dan gemulai; berbeda dengan huruf ‘Z’ yang terkesan kaku dan tegas. Kesan dan rasa itu terjadi seiring dengan ingatan dan pengalaman seseorang akan suatu hal, sehingga bisa dengan mudah menilai sebuah garis yang terbentuk.

a) Garis Lurus Horizontal

Garis yang tercipta dengan menarik garis lurus mendatar (secara horizontal). Garis ini memberikan kesan/sugesti ketenangan atau hal yang tak bergerak.

b) Garis Lurus Vertikal

Garis yang menarik garis menurun dari atas ke bawah (secara vertikal). Garis ini memberikan kesan stabilitas, kekuatan dan kemegahan.

c) Garis Lurus Miring Diagonal

Garis yang menarik garis secara miring dari sudut kanan atas ke kiri bawah ataupun sebaliknya. Garis ini memberikan kesan tidak stabil, sesuatu yang bergerak dan berdinamika.

d) Garis Melengkung (Kurva)

Garis yang menarik garis secara melengkung, baik itu dari atas maupun dari bawah seperti kurva. Garis ini memberikan kesan keanggunan dan terasa halus melihatnya.

Garis akan memberikan kesan yang berkembang pula, apabila kita mengkombinasikan dan melakukannya secara berulang-ulang, dengan melakukan pencerminan maupun dengan pemancaran.

2. Bentuk (*Shape*)

Bentuk (*shape*) dihasilkan dari garis-garis yang tersusun sedemikian rupa. Bentuk terdiri dari bentuk 2 dimensi (dwimatra) dan 3 dimensi (trimatra). Bentuk tersebut memiliki arti masing-masing, tergantung budaya, geografis, bahasa, negara, dan lain-lain.

Kesan yang berbeda pun dapat terjadi apabila kita mengkombinasikan bentuk-bentuk yang ada, atau bahkan membuat bentuk baru, tetapi dengan tetap memiliki bentuk dasarnya, sama halnya dengan kombinasi garis.

3. Ilustrasi/*Image*

Ilustrasi/*image* merupakan sebuah gambaran yang dapat mewakili sebuah pesan, dengan informasi yang disampaikan gambar tersebut bisa diterjemahkan ke dalam kata-kata. Dewasa ini, seiring dengan perkembangan zaman, ilustrasi bukan hanya diciptakan

melalui *hand drawing* (manual) saja, tetapi juga melalui komputerisasi (digital).

a) Manual (*Hand Writing*)

Ilustrasi dengan cara manual ini diperlukan penguasaan teknik dan gaya gambar yang handal. Ilustrasi dengan cara manual bisa menggunakan alat-alat seperti pensil, airbrush, kuas, cat, spidol, dan lain-lain. Ilustrasi dengan menggunakan cara manual (manual reproduksi) cocok untuk pembuatan konsep, sketsa, ide, karikatur, komik, lukisan, dan sebagainya. Ilustrasi dengan cara manual ini memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan cara digital, seperti lebih otentik (*authentic*), aura lebih keluar (*auratic*), dan mempresentasikan si pembuat ilustrasi. Cara manual ini juga bisa diolah kembali ke dalam bentuk digital, dengan menggunakan mesin pemindai (*scanner*), tanpa mengurangi kelebihan cara manual tersebut.

b) Komputerisasi (Digital)

Era digital memang membuat segalanya lebih mudah dalam membuat ilustrasi. Cara digital ini terbantu dengan banyaknya *software-software* yang grafis yang beredar di pasaran, seperti *CorelDraw* (untuk gambar *vector*) dan *Adobe Photoshop* (untuk gambar *bitmap*). Teknologi yang semakin maju memang membuat ilustrasi cara manual perlahan-lahan ditinggalkan. Cara digital ini memiliki keunggulan dalam hal efisien waktu dan pekerjaan, karena memang prosesnya yang cepat dibanding dengan cara manual.

c) Manual dan Digital

Cara ini adalah menggabungkan antara ilustrasi dengan cara manual (*hand writing*) dengan menggunakan komputerisasi (digital). Gaya visual ini biasanya digunakan untuk menambah efek khusus yang tak dapat dilakukan secara manual, dan hanya dapat dikerjakan dengan bantuan komputer.

d) Fotografi

Fotografi lahir berkat sebagian usaha kaum pelukis potret. *Encyclopedia Britannica* mengungkapkan proses kelahiran fotografi itu terjadi sebagai upaya sang pelukis untuk mendapatkan kemiripan yang sempurna. Joseph Nicéphore Niépce pada tahun 1826 melakukan eksperimen terhadap cairan kimia tertentu, ketika dia mengalami kesulitan membuat litografi. Louis Jacques M. J. M. Daguerre, Si Pemimpi, pelukis pemandangan alam, di tahun 1839 tampil dengan penemuannya berupa proses reproduksi yang terkenal dengan sebutan *daguerrotype*, yang kelak dicatat sebagai dasar fotografi modern.

Fotografi pada umumnya dipandang sebagai suatu proses teknologi yang memungkinkan kita membekukan waktu, gerak dan peristiwa yang terdapat di kenyataan trimatra. Proses Fotografi dengan bantuan bahan peka cahaya (film dan kertas) mengubahnya menjadi kenyataan dwi-matra, baik secara *monochrome* (hitam dan putih) atau berwarna. Foto pada dasarnya adalah wujud satu momen dari satu atau serangkaian gerak.

Foto memiliki keunggulan menimbulkan dramatisme khalayak. Foto yang baik berbicara dengan sendirinya. Foto bisa berpengaruh baik atau buruk.

Foto menarik perhatian, menggugah emosi dan bercerita. Foto yang hasilnya bagus merupakan perpaduan antara artistik dan teknik.

4. *Layout*

Layout adalah istilah untuk tata cara penempatan sebuah kata maupun gambar dengan tulisan sehingga tertata dan tersusun rapi dan menarik dilihat, dipahami serta tidak membuat pusing orang yang membacanya dan melihatnya. Desain *layout* sangat erat hubungannya dengan desain grafis, dimana desain grafis adalah salah satu orang yang dapat membuat *layout* dengan menarik, selain itu ada unsur komposisi juga, yaitu suatu cara penyusunan unsur-unsur yang membentuk karya tersebut. Unsur itu seperti garis, warna, bidang, ruang, tekstur dan gelap terang.

Komposisi atau *layout* sebenarnya merupakan masalah teknis namun di dalam pelaksanaannya kepekaan estetis atau perasaan lebih banyak dituntut. Komposisi meliputi beberapa kaidah, yaitu:

a) Kesatuan (*Unity*)

Unsur grafis dan semua bagian bersatu-padu dan serasi sehingga pembaca memahaminya sebagai suatu kesatuan dan ada beberapa macam pendekatan prinsip-prinsip kesatuan antara lain:

b) Kedekatan dan penutup

Objek didekatkan, seakan mata menangkap objek adalah sebuah kesatuan atau grup.

c) Kesenambungan

Gambar disusun secara berkesinambungan membuat mata kita bisa diarahkan pada objek tertentu. perspective dan dibantu garis-garis yang membantu

untuk mengarahkan mata, maka mata akan diajak menuju objek lain.

d) Kesamaan dan konsisten

Objek dengan bentuk, ukuran, proposi, warna yang sama cenderung terlihat sebagai kesatuan atau grup.

e) Perataan (*Alignment*)

Karakteristik perataan dalam teks antara lain rata kiri, rata tengah, rata kanan, rata kiri kanan, dan rata kiri kanan penuh.

5. Warna

Cahaya yang dapat ditangkap indera manusia mempunyai panjang gelombang 380 sampai 780 nanometer. Cahaya antara dua jarak nanometer tersebut dapat diurai melalui prisma kaca menjadi warna-warna pelangi yang disebut spektrum atau warna cahaya, mulai berkas cahaya warna ungu, biru, hijau, kuning, jingga, hingga merah. Cahaya di luar ungu/violet terdapat gelombang-gelombang ultraviolet, sinar X, sinar *gamma*, dan sinar kosmik. Di luar cahaya merah terdapat gelombang/sinar *inframerah*, gelombang *hertz*, gelombang radio pendek, dan gelombang radio panjang, yang banyak digunakan untuk pemancaran radio dan televisi. Proses terlihatnya warna adalah dikarenakan adanya cahaya yang menimpa suatu benda, dan benda tersebut memantulkan cahaya ke mata (retina) kita hingga terlihatlah warna. Benda berwarna merah karena sifat pigmen benda tersebut memantulkan warna merah dan menyerap warna lainnya. Benda berwarna hitam akan memantulkan sifat pigmen sebuah benda. Benda akan berwarna putih karena sifat pigmen benda tersebut memantulkan semua warna pelangi.

Warna dapat dibagi dalam beberapa bagian yang sering dinamakan dengan sistem warna *Prang System* yang ditemukan oleh Louis Prang pada 1876 meliputi :

a) Hue

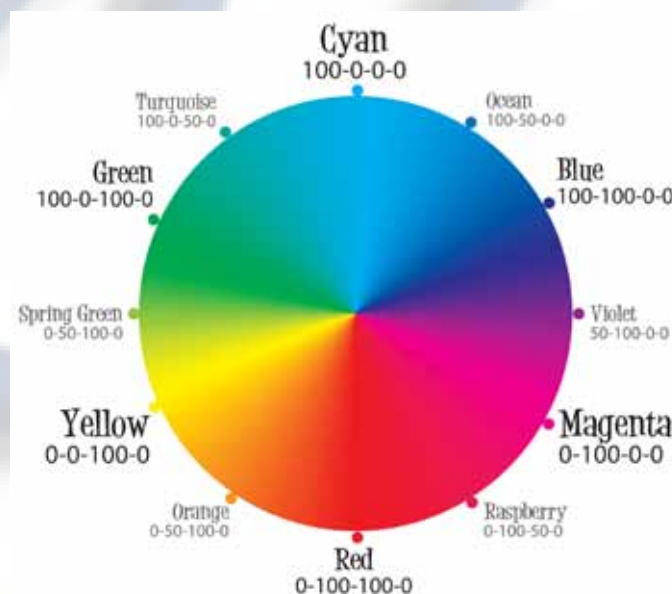
Hue adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.

b) Value

Value adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contoh *value* adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.

c) Intensity

Dimensi yang berhubungan dengan cerah atau suramnya warna biasa disebut dengan *Intensity* atau sering juga disebut dengan *chroma*.



Gambar 2.1 Proses Color System CMYK

CMYK atau *Process Color System*, *Munsell Color System*, *Ostwald Color System*, *Schopenhauer/Goethe Weighted Color System*, *Subtractive Color System* serta *Additive Color/RGB Color System* merupakan sistem warna selain *Prang System*. Sistem warna yang kini

banyak dipakai dan dipergunakan oleh industri media visual cetak adalah CMYK atau *Process Color System* yang membagi warna dasarnya menjadi *Cyan*, *Magenta*, *Yellow* dan *Black*. Sistem warna yang digunakan oleh industri media visual elektronika adalah *RGB Color System*.

Warna adalah suatu unsur yang sangat memikat dalam penampilannya, unsur ini lebih komunikatif dibandingkan dengan unsur lain. Desainer grafis dapat mempertegas bentuk-bentuk, suasana dan memberi macam-macam kesan seperti riang, gembira, elegan, gelap, terang, damai, mencekam, dan lain-lain. Warna dapat melengkapi penampilan suatu benda. Warna dapat menampilkan objek gambar atau lukisan sampai mirip aslinya.

Warna dalam penggunaannya memiliki fungsi, simbolisme dan arti yang berbeda-beda yang sampai sekarang masih digunakan. warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda. Warna adalah faktor yang sangat penting dalam komunikasi visual. Warna dapat memberikan dampak psikologis, sugesti, maupun suasana bagi yang melihatnya.

6. Teks/Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf. Huruf memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari, yang dapat dijumpai pada papan reklame, brosur-brosur, poster, majalah, buku pengetahuan. Huruf dalam desain grafis mempunyai fungsi yang penting, untuk itu seorang desainer grafis mutlak perlu menguasai

berbagai bentuk huruf. Huruf terdiri dari beberapa macam, yakni:

1.) Huruf Tak Berkait (*Sans-Serif*)

Jenis huruf yang tidak memiliki *stroke* atau ekor. Huruf jenis ini memiliki ujung yang bisa berbentuk tumpul (*rounded corner*) atau tajam. Bentuk Huruf *Sans-Serif* yang paling populer adalah : *Helvetica* dan *Arial*. Huruf ini kesannya kurang formal, lebih hangat, dan bersahabat. *Sans-Serif* biasanya sangat cocok sebagai *screen-font* (untuk tampilan di layar monitor) karena tajam dan gampang untuk dibaca.

2) Huruf Berkait (*Serif*)

Jenis huruf (*Typefaces*) dengan *strokes* atau ekor, dinamakan *serif*, menghiasi jenis huruf ini. Bentuk huruf jenis ini yang paling umum adalah *Times New Roman*. Bentuk huruf ini memberi kesan yang formal. *Serif* mengekspresikan organisasi dan intelektualitas, sangat anggun dan konservatif.

3) Huruf Dekoratif

Bentuk huruf yang sangat rumit desainnya. Bentuk huruf ini akan sangat memusingkan jika dipakai sebagai *body text*, dan hanya cocok untuk dipakai (secara terbatas) untuk *Headline*. Huruf jenis ini banyak digunakan sebagai *font decorative*, yang bisa membuat efek respon yang berbeda. Jenis *decorative* biasanya paling baik digunakan untuk Judul, bukan sebagai *body text*.

4) Huruf Tulis (*script*)

Bentuk huruf yang menyerupai tulisan tangan. Jenis huruf ini juga sering di sebut jenis Kursif (*Cursive*). Huruf ini memberikan kesan keanggunan,

sophistication, dan sentuhan pribadi. Huruf ini jangan sampai terlalu banyak dipakai, sama seperti *decorative*, karena menyebabkan susah untuk dibaca.

5) Huruf *monospace*

Huruf yang berjenis *monospace* mempunyai jarak atau lebar yang sama setiap hurufnya. Huruf 'W' dan 'I' akan mempunyai ruang yang sama. Huruf pada mesin tik juga adalah contoh huruf *monospace*. Jenis *monospace* banyak digunakan oleh *programmer* untuk *coding* dan juga untuk *preformatted text*. Dewasa ini, huruf jenis *monospace* ini banyak dipakai oleh para *designer* yang beraliran *grunge alternative*.

Huruf selain memiliki jenis juga memiliki karakteristik teks tersendiri. Karakteristik teks huruf bisa dilihat dari penerapan seperti, *italics*, *bold*, *underline*, berwarna, maupun kapital.

a) Huruf Miring (*Italic*)

Teks italic akan menarik mata karena kontras dengan teks normal. Teks italic ini sering dipakai untuk kata-kata asing dan kedokteran. Teks italic ini akan sulit dibaca apabila diterapkan pada kalimat yang panjang.

b) Huruf Tebal (*Bold*)

Huruf tebal sama dengan huruf italic, yakni kontras dan menarik perhatian. Huruf tebal biasanya digunakan sebagai judul atau sub-judul. Huruf tebal yang digunakan terlalu banyak akan mengaburkan fokus pada makna.

c) Huruf Bergaris Bawah (*Underline*)

Huruf dengan teks bergaris bawah (*underline*) menandakan adanya sesuatu yang penting. Huruf teks ini biasanya dipakai di *web* sebagai *hyperlink*.

d) Huruf Berwarna

Huruf dengan warna seperti halnya teks dengan *bold*, namun dengan berbagai warna-warni, namun tak sekuat *bold* (berwarna hitam). Huruf ini biasanya banyak dipakai di *web* sebagai hiasan maupun pembeda isi tulisan. Huruf ini tak jarang bisa mengelabui pengunjung web karena mirip *hyperlink*.

e) Huruf Kapital

Huruf kapital memiliki kesan sebuah ketegasan, perintah, maupun amarah. Huruf ini biasanya dijadikan sebuah judul maupun penerapan kepada sebuah kalimat agar lebih tegas.

7. Ruang (*Space*)

Ruang (*space*) akan membuat kita merasakan jauh-dekat, tinggi-rendah, panjang-pendek, kosong-padat, besar-kecil, dan sebagainya. Ukuran ruang juga bersifat relatif. 'Besar' menurut Anda belum tentu 'besar' menurut orang lain. Beda persepsi itu dikarenakan adanya pembandingan dalam ruang tersebut.

Ruang yang merupakan sebuah komponen dari desain grafis adalah sebuah ruang kosong. Ruang kosong disini bukan berarti ruang yang tak bermanfaat dan ruang yang harus diisi, tetapi ruang tersebut akan membuat desain akan lebih mudah dicerna, fokus, komunikatif dan menarik.

7. *Grid System*

Desain yang kuat bukan hanya terletak dari konsep, pemakaian warna dan *font*, ilustrasi/*image* saja, tetapi juga terlihat dari komposisi alur baca melalui *grid system*. *Grid system* akan membantu seorang desainer dalam mendesain komposisi dan tata letak desain, agar enak untuk dilihat dan tidak mengurangi dan menghalangi keterbacaan. *Grid system* terdiri dari komposisi garis vertikal, horizontal, diagonal, kurva, maupun bentuk. *Grid system* akan membentuk alur baca tanpa mengurangi isi tulisan (teks) maupun ilustrasi/*image* dalam sebuah *layout*.

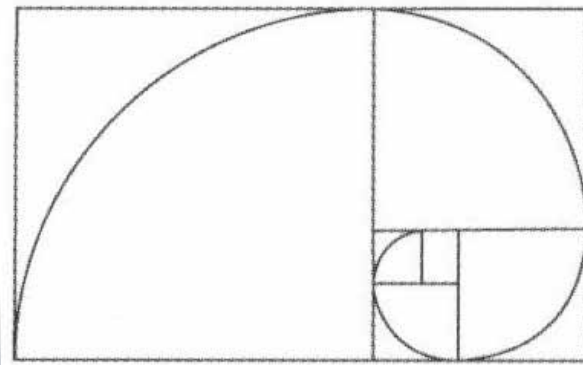
Grid system memiliki dua cara yang dapat membantu seorang desainer grafis, yaitu:

a) *The Golden Section*

Proporsi agung menjadi dasar pembuatan ukuran kertas dan prinsip tersebut dapat digunakan untuk menyusun keseimbangan sebuah desain dalam sebuah halaman. Proporsi agung sudah ditemukan sejak jaman kuno untuk menghadirkan proporsi yang sangat sempurna dan indah. Membagi sebuah garis dengan perbandingan mendekati rasio 8:13, berarti garis yang lebih panjang dibagi dengan garis yang lebih pendek hasilnya akan sama dengan pembagian panjang garis utuh sebelum dipotong dengan garis yang lebih panjang. Proporsi agung juga dikenal dalam istilah deret bilangan *fibonacci* yaitu deret bilangan yang setiap bilangannya adalah hasil jumlah dari dua bilangan sebelumnya dan di mulai dari nol.

Deret bilangan ini memiliki rasio 8:13 yaitu rasio proporsi agung. Bilangan ini sering dipakai dalam pengukuran bangunan, arsitektur, karya seni, huruf

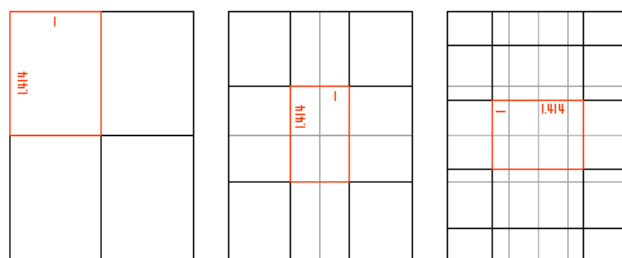
hingga *layout* sebuah halaman karena proporsinya yang harmonis. 0, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89, 144, 233, 377, dan seterusnya. Objek yang mempunyai proporsi agung mampu sekaligus memuaskan mata dan tercermin pada benda-benda alam. Ujung daun pakis dan spiral dalam rumah keong adalah contoh yang paling populer.



Gambar 2.2 Contoh Grid System *The Golden Section*

b) *The Symmetrical Grid*

Grid simetris menerapkan seperti layaknya sebuah cermin. Grid ini membagi sama persis halaman kanan dengan halaman kiri sebuah desain. Grid ini memberikan dua *margin* yang sama baik *margin* luar maupun *margin* dalam. Grid ini juga menjaga proporsi, dengan *margin* luar memiliki bidang yang lebih lebar. *Layout* klasik yang dipelopori oleh Jan Tschichold (1902-1974) seorang *typographer* dari Jerman ini didasari ukuran halaman dengan proporsi 2:3.



Gambar 2.3 Contoh Grid System *The Symmetrical Grid*

8. Elemen Estetis

Elemen estetis merupakan sebuah elemen yang dapat dipakai untuk menambah daya tarik dan komposisi sebuah desain. Elemen estetis pun dapat menambah variasi pada suatu desain sehingga desainya lebih menarik. Elemen ini tak bisa sembarangan untuk ditempatkan dan harus digunakan sesuai dengan kebutuhan. Variasi elemen estetis yang terlalu banyak dan tak beraturan akan membuat sebuah desain menjadi sulit dibaca atau dimengerti oleh khalayak. Elemen estetis yang dapat digunakan untuk membuat lebih menarik desain itu antara lain:

a) Garis

Garis yang digabung dan membentuk sebuah pola tertentu dapat dianggap sebagai elemen estetis, yang dapat menambah daya tarik sebuah desain. Garis yang berupa elemen estetis dapat tercipta dari garis horizontal, vertikal, diagonal, maupun kurva atau melengkung.

b) Bentuk

Bentuk seperti kotak, lingkaran, oval, segitiga, jajargenjang, dan sebagainya, dapat dijadikan sebagai elemen estetis sebuah desain. Elemen estetis dalam penggunaan bentuk, dapat dilakukan dengan cara penggabungan antar bentuk yang sama maupun antar bentuk yang berbeda. Bentuk pun dapat dibentuk dengan sebuah bentuk yang baru, hingga bentuk tersebut dapat digunakan sebagai simbol maupun lambang.

c) Bingkai (*Frame*)

Bingkai dapat menjadi sebuah elemen estetis apabila tepat digunakannya dalam sebuah desain. Foto adalah salah satunya. Bingkai akan membuat sebuah foto dalam sebuah desain terlihat lebih indah dan seni. Bingkai disini bukan hanya sebuah bingkai biasa seperti sebuah foto di dinding rumah, tetapi bingkai dengan menggunakan efek dari komputerisasi (digital), sehingga lebih terkesan menarik.

d) Ukiran dan Ornamen

Ukiran dan ornamen pun terkadang bisa dijadikan sebagai elemen estetis sebuah desain. Ukiran dan ornamen merujuk kepada sebuah kebudayaan dan adat istiadat. Desain dengan membahas sebuah kebudayaan, pasti menggunakan elemen ini, karena saling keterkaitan dan saling berhubungan satu dengan yang lainnya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Sign system atau penandaan merupakan salah satu dari media komunikasi yang menggunakan visual sebagai alat untuk menyebarkan informasi. *Sign system* dibuat dengan tujuan menjelaskan keberadaan pengunjung di lingkungan cafe, sedangkan fungsi dari dibuatnya *sign system* itu sendiri adalah sebagai pemandu pengunjung di areal cafe. Dengan dibuatnya *sign sytem* di sebuah cafe maka akan memudahkan dan memperlancar para pengunjung untuk melakukan aktifitas di areal cafe.

2.3 Kerangka Kerja

Dengan adanya *sign system* yang memiliki unsur desain, prinsip desain dan filosofi desain di **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**, maka diharapkan dapat:

- a. Memudahkan pengunjung untuk menelusuri areal **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**.
- b. Meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat
- c. Suasana di **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** akan terasa nyaman.
- d. Memperindah tampilan **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** secara visual dengan nilai estetika yang dimiliki *sign system* itu sendiri.

BAB III

ANALISA MASALAH

3.1 Metode Penelitian

Untuk mendukung dan memperkuat asumsi yang diajukan dalam penulisan proyek akhir ini, penulis mengumpulkan data dari berbagai pihak sesuai dengan judul yang telah diajukan. Data dikumpulkan dari berbagai sumber mulai dari studi kepustakaan, wawancara, observasi, dan juga mengumpulkan data dari situs-situs internet. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting dalam sebuah metode ilmiah, karena umumnya data yang dikumpulkan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan sebagian besar untuk mendapatkan data teknis seperti dimensi ruang, alur sirkulasi, fasilitas ruang dan kelengkapan *sign system* yang telah ada sebelumnya. Sebelum pembuatan *sign system* dimulai terlebih dahulu penulis akan melakukan :

1. Studi pustaka atau literatur yang bertujuan sebagai referensi dan panduan bagaimana pembuatan *sign system* yang informatif nantinya.
2. Obsevasi atau pengamatan langsung ke lapangan dengan tujuan untuk lebih memperjelas seperti apa *sign system* itu akan dibuat nantinya.
3. Wawancara juga akan dilakukan dengan pengunjung dan pengelola cafe untuk lebih memperjelas masalah penerapan *sign system* yang ada di **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** pada saat ini.
4. Pengumpulan data dari situs-situs *internet* yang bertujuan untuk menambah referensi yang sudah ada.

3.2.1 Instrumen Penelitian

Tahapan ini dilakukan dengan alat bantu tertentu yang dianggap memadai untuk melakukan proses penelitian lapangan seperti:

1. Kamera

Kamera digital (*Sony DSC-W80*, 7,2 megapixel) digunakan untuk mendokumentasikan data-data dan informasi yang sifatnya visual, seperti *sign system* yang ada di **Kampung Daun Culture Gallery & Café** saat ini.

2. Pena dan Kertas

Pena dan kertas digunakan untuk mencatat berbagai hal yang berkaitan dengan **Kampung Daun Culture Gallery & Café**

3.3 Tinjauan Masalah

Tinjauan masalah pada sub bab ini akan menjadi latar belakang untuk mengambil keputusan-keputusan desain *sign system* pada **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** yang meliputi:

3.3.1 Latar Belakang Institusi

Kampung Daun Culture Gallery & Cafe adalah sebuah perusahaan jasa restorasi yang menjual makanan, minuman dan pelayanan yang didirikan pada bulan Nopember 1999 diatas tanah seluas 2,5 hektar yang diapit oleh dua desa Panyairan dan Cihideung kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat, tepatnya di Jalan Sersan Bajuri Km 4,7 Perumahan Villa Trinity. Awalnya Villa Trinity dibangun di tempat ini pada tahun 1997, yang kemudian menjelma menjadi picnic area, dimana orang-orang bebas datang sembari membawa tikar dan makanan. Tempat yang alami, indah dan jauh dari hiruk pikuk kota membuat **Ruth Tamzil de Fernandes** terinspirasi membuat saung sederhana untuk tempat

makan dan melepas penat. Ide ini semakin berkembang ketika Indonesia banyak mengalami kerusuhan, khususnya di kota besar seperti Jakarta dan sekitarnya. Ruth berpikir, kenapa tidak kembali saja ke desa? Tempat yang begitu tenang dan damai. Keinginan sederhana ini kemudian dituangkan dalam barisan puisi yang indah. Nama **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** sendiri diambil karena di tempat ini dahulu dipenuhi daun-daun labu siam. Filosofi labu siam adalah semakin rimbun semakin merunduk. Jadi, **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** merupakan perkampungan yang low profile serta penuh kebersahajaan. Daun labu siam pun dijadikan sebagai lambang **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe**. Selain itu pula **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** mempunyai keunikan lain adalah adanya tebing batu alami yang megah membentang sepanjang 50 meter melengkapi indahnya bak suasana kampung yang asri. Gemercik suara aliran sungai dan air terjun yang selalu menemani pengunjung dalam merebahkan dalam ketenangan dari penatnya rutinitas. **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** mulanya berdiri hanya dengan 4 saung kecil, 1 dapur utama dan warung, seiring dengan perkembangannya yang begitu pesat, dan kini **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** mempunyai kapasitas sebanyak 600 tempat duduk dengan rincian jumlah tempat duduknya adalah sebagai berikut :

- Saung kecil sebanyak 42 unit, kapasitas rata-rata 2-10 orang
- Saung Besar (Bumi Cai, Rumah Besar) sebanyak 2 unit, kapasitas 10-40 orang
- Joglo / Bale Ageung sebanyak 1 unit, kapasitas max 100 orang.

Dalam melayani pelanggan yang rata-rata setiap bulanya 15.000 (limabelas ribu) maka dari itu **Kampung Daun Culture Gallery & Cafe** menambah sarananya yang kini memiliki 2 unit dapur utama.

3.3.2 Visi dan Misi

Visi dan misi **Kampung Daun Culture Gallery & Café** adalah:

a. Visi

Sebagai bisnis restoran, **Kampung Daun Culture Gallery & Café** dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar serta masyarakat luas.

b. Misi

Kampung Daun Culture Gallery & Café selalu berusaha menyatukan potensi seni budaya nusantara dengan rasa, yaitu yang menjadi slogan perusahaan ini “*Where Culture and Taste Meet*”

3.3.3 Kegiatan Institusi

Dengan tekad untuk mengenalkan keunikan yang dimiliki perkampungan sekitar kepada para pengunjung yang sebagian besar berasal dari kota besar, **Kampung Daun Culture Gallery & Café** menyajikan berbagai hal baru yang dapat dinikmati. Khususnya bagi orang-orang yang jenuh dengan kehidupan di kota besar. Di **Kampung Daun Culture Gallery & Café** akan ditemukan berbagai karakteristik dan keunikan wilayah pedesaan yang masih bersifat tradisional tapi elegan. Di kafe ini dapat ditemui pedagang keliling yang menjual dodol lipet, gulali, dan harum manis yang duduk berjejer di tepi jalan setapak **Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Tak ketinggalan hiburan asli setempat juga bisa dinikmati di kafe ini. Pengamen yang bermain harpa dan kecapi dengan jari-jarinya yang lentur, berkeliling dari saung ke saung. Selain makanan tradisional jenis makanan yang dijual adalah makanan Indonesia dan makanan Eropa. Makanan tersebut dapat

dinikmati pada jam operasional **Kampung Daun Culture Gallery & Café** yaitu :

- Week day (Senin-Jumat) : 11:00 s/d 23:00 wib
- Week end (Sabtu) : 11:00 s/d 23:30 wib
- Week end (Minggu) : 11:00 s/d 23:00 wib
- Long week end (liburan panjang) : 11:00 s/d 23:30 wib

3.3.4 SWOT Analysis

Analisa ini dilakukan untuk menunjang proses perencanaan *sign system* pada **Kampung Daun Culture Gallery & Café**, yaitu dengan melakukan SWOT Analisis untuk mengetahui Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Kesempatan), dan Threat (Hambatan). Berikut SWOT analisis yang penulis lakukan, yaitu:

c. Strength (Kekuatan)

Dengan pola penataan ruang yang terencana dengan baik, dimana desain ruang interior terbuka, maka areal **Kampung Daun Culture Gallery & Café** memiliki kekuatan dan kelebihan sebagai berikut:

1. Luas area sirkulasi yang sangat lebar memberi begitu banyak peluang bagi bentuk dan penempatan *sign system*.
2. Sifat ruang yang terbuka dimana pemakaian dinding pembatas dibuat seminimal mungkin, sehingga jarak pandang menjadi lebih bebas.
3. Nuansa kafe dibentuk seperti suasana pedesaan sehingga membedakan dengan nuansa kafe lain di kota pada umumnya.

d. Weakness (Kelemahan)

Beberapa kelemahan yang dimiliki **Kampung Daun Culture Gallery & Café** dalam hubungannya dengan perencanaan *sign system* adalah sebagai berikut:

1. *Sign system* yang ada saat ini kurang berfungsi dengan baik sebagaimana fungsi *sign system* untuk mengarahkan para pengunjung untuk menelusuri areal **Kampung Daun Culture Gallery & Café**.
2. Bentuk *sign system* yang ada saat ini kurang menarik dilihat dari segi simboliknya.

e. Opportunity (Kesempatan)

Dengan keunikan yang dimiliki **Kampung Daun Culture Gallery & Café** yaitu sebuah kafe dengan nuansa pedesaan dan jauh dari keramaian kota, akan menjadikan tingkat kedatangan pengunjung lebih tinggi dari berbagai kota besar baik dari dalam kota maupun luar kota. Karena orang-orang yang berasal dari kota lebih tertarik mengunjungi kafe yang bernuansa pedesaan, jauh dari keramaian dan berudara segar untuk menghilangkan rasa penat mereka. Ditambah lagi dengan masakan tradisional dan jajanan unik maka keberadaan **Kampung Daun Culture Gallery & Café** menjadi salah satu alternatif tujuan yang menarik.

f. Threat (Hambatan)

Hambatan yang dimiliki oleh **Kampung Daun Culture Gallery & Café** yaitu berkembangnya badan sejenis yang bergerak dibidang jasa restorasi yang lebih menarik dan menawarkan beragam fasilitas yang menarik pula. Maka dari itu **Kampung Daun Culture Gallery & Café** harus memberikan pelayanan yang maksimal terhadap berbagai

hal yang berkaitan dengan pengunjung dan meningkatkan berbagai fasilitas pendukung agar lebih menarik perhatian para pengunjung.

3.3.5 STP Analisis

Analisis STP (*Segmentation, Targeting and Positioning*) merupakan analisa instrumen yang dilihat dari strategi pasar. **Kampung Daun Culture Gallery & Café** memiliki analisis STP dalam strategi pasar. Analisis mengenai *segmentation, targeting* dan *positioning* pada **Kampung Daun Culture Gallery & Café** dijabarkan sebagai berikut:

a. *Segmentation*

Segmentation (segmentasi) disebut sebagai *mapping strategy*, karena di sini dilakukan pemetaan pasar. Segmentasi **Kampung Daun Culture Gallery & Café** meliputi aspek geografis dan demografis. Berikut aspek-aspek segmentasi yang ada di **Kampung Daun Culture Gallery & Café**:

1) Aspek Geografis

Kampung Daun Culture Gallery & Café ditinjau dari aspek geografis, meliputi wilayah, kepadatan, dan iklim adalah sebagai berikut:

No.	Aspek Geografis	Uraian
1.	Wilayah	a. Indonesia b. Jawa Barat c. Bandung
2.	Luas Wilayah	± 160 km ²
3.	Kepadatan Kota	15.625/ km ²

4.	Iklim	a. Hujan b. Panas c. Rentan suhu antara 19° - 35°
----	-------	---

Tabel 3.1 **Segmentation Berdasarkan Aspek Geografis**

2) Aspek Demografis

Kampung Daun Culture Gallery & Café ditinjau dari aspek demografis yang meliputi data kependudukan, sebagai berikut:

No.	Aspek Demografis	Uraian
1.	Usia	Semua usia
2.	Ukuran Keluarga	1-15 orang
3.	Siklus Keluarga	a. Kawin b. Belum kawin
4.	Jenis Kelamin	a. Pria b. Wanita
5.	Pekerjaan	a. Pelajar/Mahasiswa b. Pegawai kantor c. Pengusaha
6.	Pendidikan	a. SMP b. SMA c. Universitas
7.	Agama	Semua agama
8.	Ras	Semua ras
9.	Generasi	a. Generasi X b. Generasi Y
10.	Kewarganegaraan	Semua warga negara

11.	Kelas Sosial	Menengah-Atas
-----	--------------	---------------

Tabel 3.2 **Segmentation Berdasarkan Aspek Demografis****b. Targeting**

Targeting (target) merupakan proses membidik target market yang telah dipilih dalam analisa segmentasi pasar. Targeting **Kampung Daun Culture Gallery & Café** adalah para pengunjung pria-wanita dengan semua umur, telah menikah atau belum, yang berprofesi mulai dari siswa, mahasiswa sampai pengusaha, yang meliputi semua agama dan ras dengan kelas sosial menengah sampai atas yang berdomisili di Bandung yang membutuhkan suasana yang jauh dari keramaian kota dengan adanya fasilitas menarik dan hiburan.

c. Positioning

Positioning (penempatan) merupakan sebuah cara menciptakan keunikan posisi produk dalam benak atau persepsi pelanggan potensial yang akan dibidik. Dalam analisa ini **Kampung Daun Culture Gallery & Café** memposisikan dirinya sebagai sebuah perusahaan jasa restorasi atau kafe yang menawarkan keunikan nuansa pedesaan dengan dukungan fasilitas dan produk makanan beragam yang ditawarkan kepada para pelanggan yang membutuhkan suasana tersebut.

BAB IV

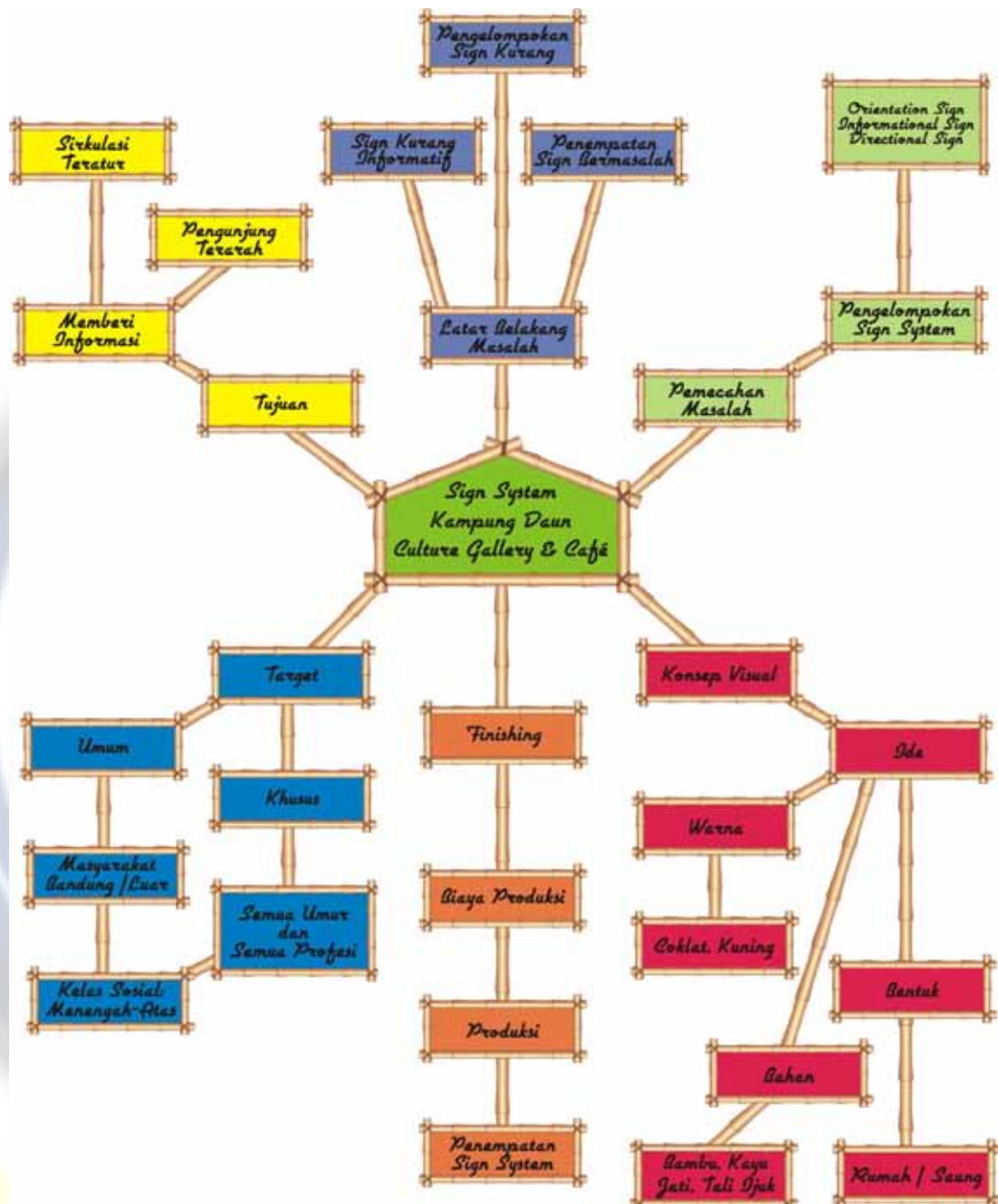
PEMECAHAN MASALAH

4.1 Pemetaan Masalah (*Mapping Mind*)

Mapping Mind atau pemetaan masalah adalah suatu cara penyajian pembelajaran dengan jalan bertukar pendapat, mencari pemecahan masalah untuk materi tertentu. Cara mengembangkan kegiatan berpikir ke segala arah, menangkap berbagai pikiran dalam berbagai sudut, berpikir kreatif, dan cara termudah untuk menempatkan informasi ke dalam otak lalu mengambil informasi itu ketika dibutuhkan. Secara lengkap *Mapping Mind* dapat digunakan untuk:

1. Menyimpan informasi
2. Mengorganisasikan informasi
3. Membuat prioritas
4. Belajar memahami informasi dalam konteksnya
5. Melakukan review atas sebuah materi pembelajaran
6. Mengingat informasi secara lengkap

Mapping mind dalam bahasan ini merupakan sebuah susunan ringkas alur proses penelitian Proyek Akhir ***Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café***. Dengan mengulas mulai dari latar belakang masalah, pemecahan masalah, tujuan, target, konsep visual, hingga *finishing*, *Mapping mind* diharapkan dapat menjadi sebuah acuan dalam menentukan perancangan ***Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café*** dengan tepat. Berikut ringkasan *Mapping Mind* pada perancangan ***Sign System Kampung Daun Culture Gallery***:



Gambar 4.1 Diagram Mapping Mind Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café

4.2 Strategi Pemecahan Masalah

Strategi pemecahan masalah adalah sebuah strategi rancangan guna memecahkan masalah yang berhubungan dengan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery** yang penulis rencanakan. Strategi pemecahan masalah memiliki dua unsur yang saling mengikat satu sama lain, dimana unsur-unsur tersebut meliputi strategi pendekatan visual dan strategi komunikasi.

4.2.1 Strategi Pendekatan Visual

Strategi pendekatan visual adalah sebuah strategi yang penulis ambil dalam hal pendekatan visual, sehingga desain visual yang akan dikerjakan sesuai dan tepat guna. Strategi pendekatan visual pada **Sign System Kampung Daun Culture Gallery** ini memiliki dua unsur, yaitu unsur grafis dan unsur mekanikal. Pada unsur grafis yang digunakan adalah typography dan warna. Sedangkan unsur mekanikal yang digunakan adalah material dari bambu, kayu jati, paku dan tali dari bahan ijuk.

4.2.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang akan digunakan dalam perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery** adalah dengan merancang map grafis atau denah (*Orientation sign*) yang akan terletak pada posisi pintu gerbang **Kampung Daun Culture Gallery & Café**, yang fungsinya akan mengatur alur sirkulasi pengunjung, kemudian dibantu dengan Informational Sign, Directional Sign, yang terletak di dalam areal **Kampung Daun Culture Gallery & Café** untuk mengarahkan pengunjung langsung ke fasilitas-fasilitas yang ada di dalam **Kampung Daun Culture Gallery & Café**.

4.3 Teknik Pengerjaan Visual

Teknik pengerjaan visual adalah teknik pengerjaan yang dimulai dengan sketsa kasar hingga *finishing* dengan menggunakan computer. Berikut teknik pengerjaan visual pada perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery**:

1. *Thumbnail Sketch*

Thumbnail sketch adalah sketsa awal dalam merancang *format* atau bentuk *sign system*, map atau denah (*Orientational sign*), penanda tempat (*Identificational sign*), penanda arah (*Directional sign*). *Thumbnail sketch* bisa dikatakan sebagai rencana awal desain.

Tampilan *thumbnail sketch* pada **Sign System Kampung Daun Culture Gallery**, sebagai berikut:

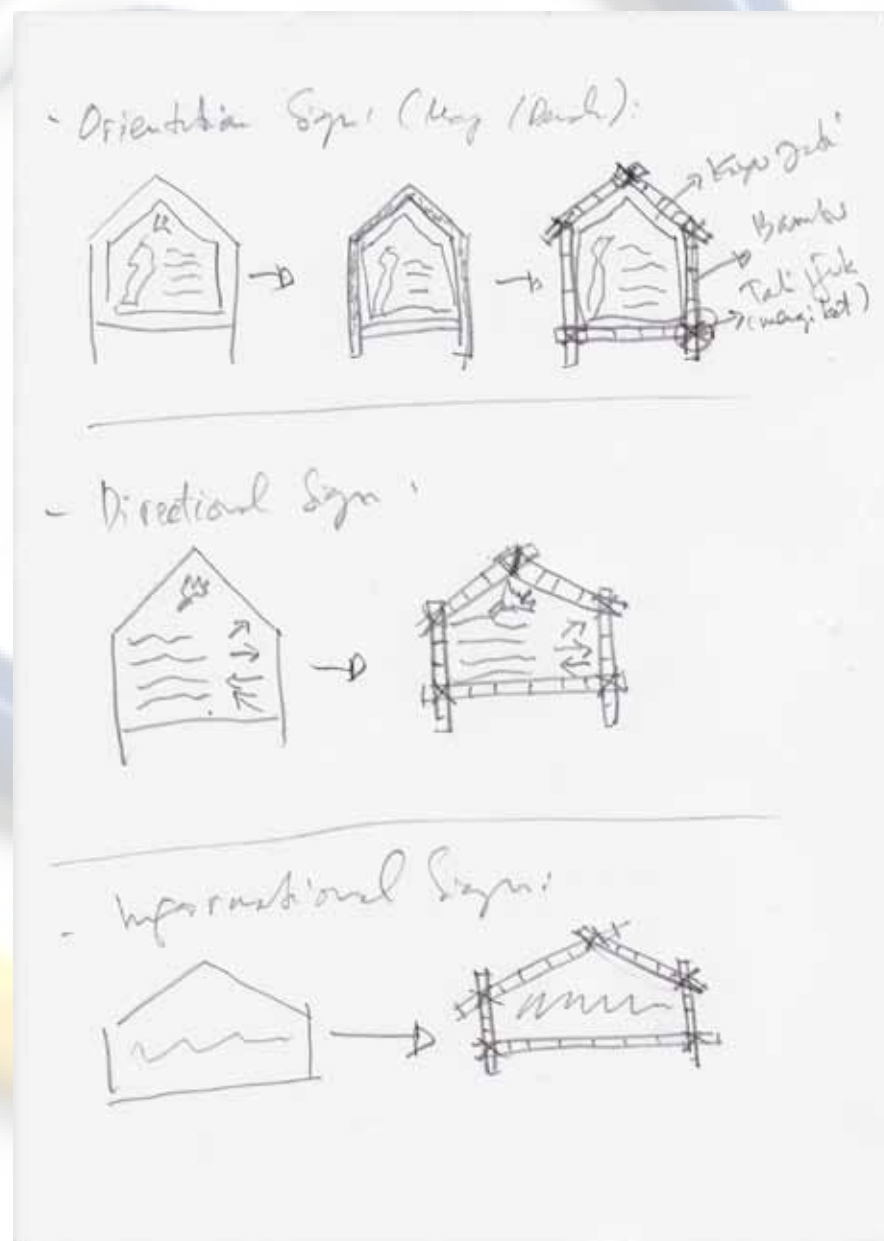


Gambar 4.2 ***Thumbnail Sketch*** pada perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café**

2. Rough Layout

Rough layout adalah desain sketsa kasar, dimana *format* atau bentuk *sign system* sudah terlihat lebih rinci, walaupun belum secara mendetail. *Rough layout* memperjelas *thumbnail sketch* selaku pemikiran utama sebuah desain.

Tampilan *Rough layout Sign System Kampung Daun Culture Gallery*, sebagai berikut:



Gambar 4.3 **Rough Layout** pada perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café**

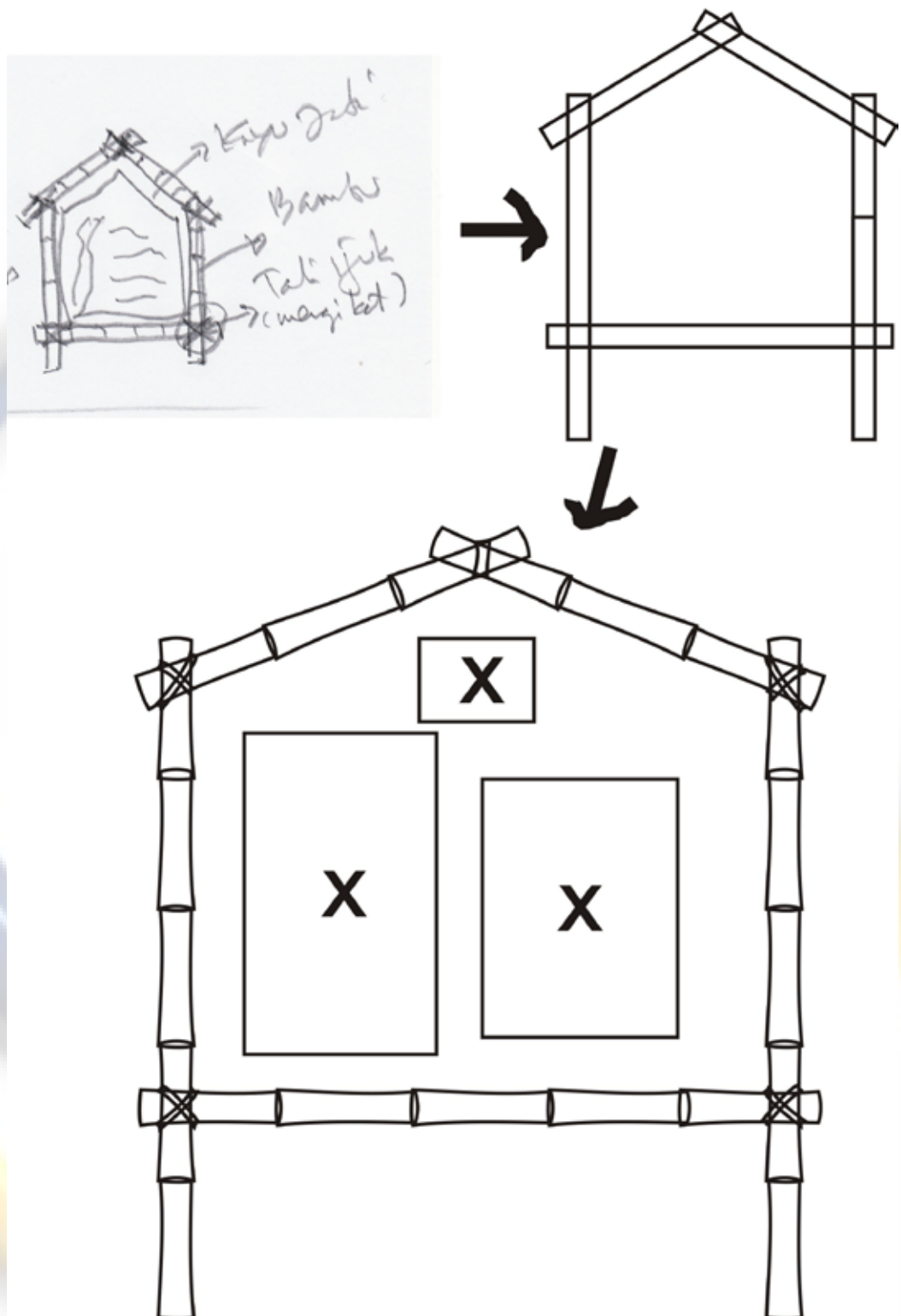
3. *Semi Comp*

Semi comp adalah proses desain dimana sebagian desain telah melewati proses yang dinamakan pemindaian. Proses pemindaian tersebut dapat berupa *copying*, *tracing* maupun *scanning*. *Semi comp* adalah desain awal dalam proses komputerisasi.

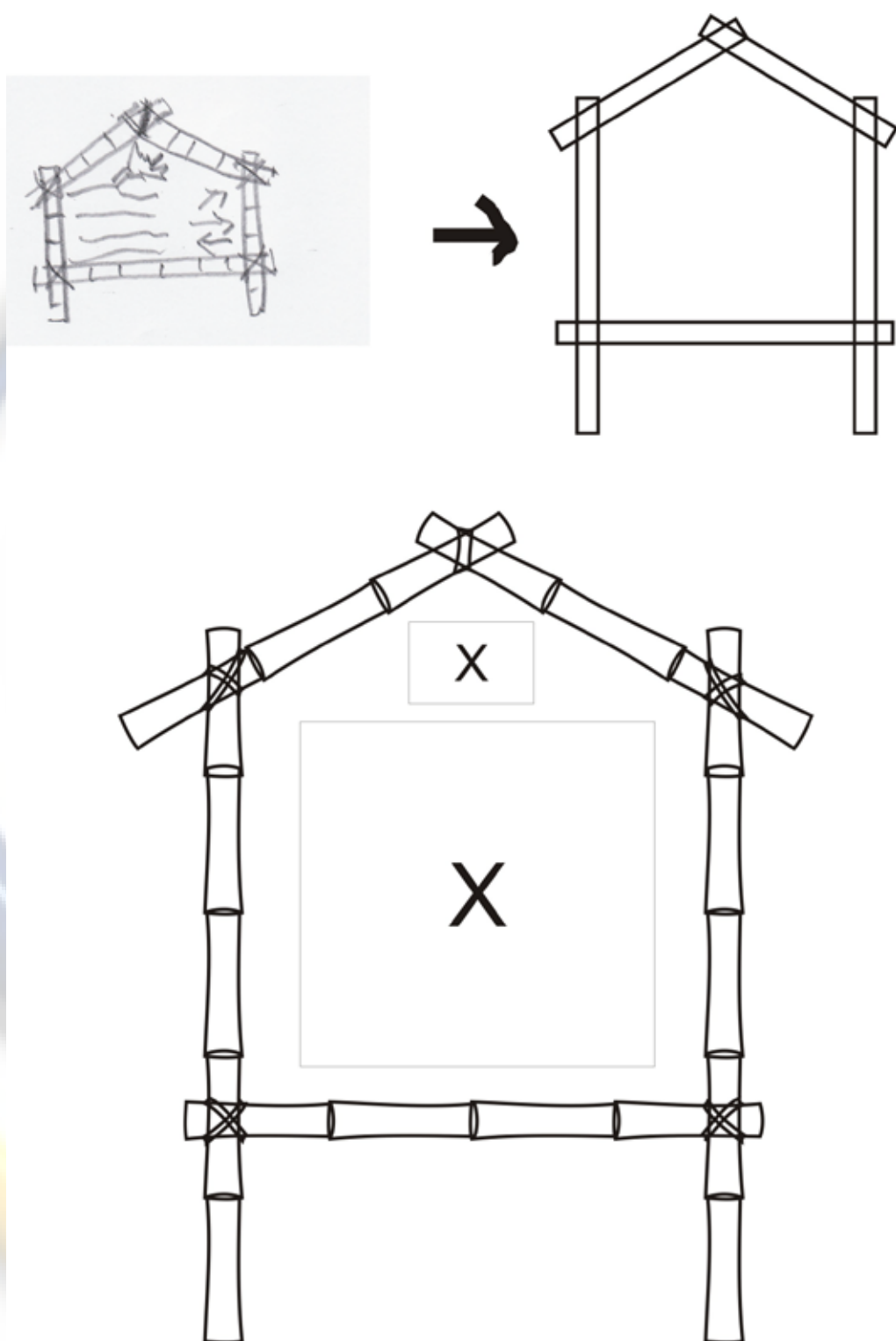
Tampilan *semi comp* pada **Sign System Kampung Daun Culture Gallery**, sebagai berikut:



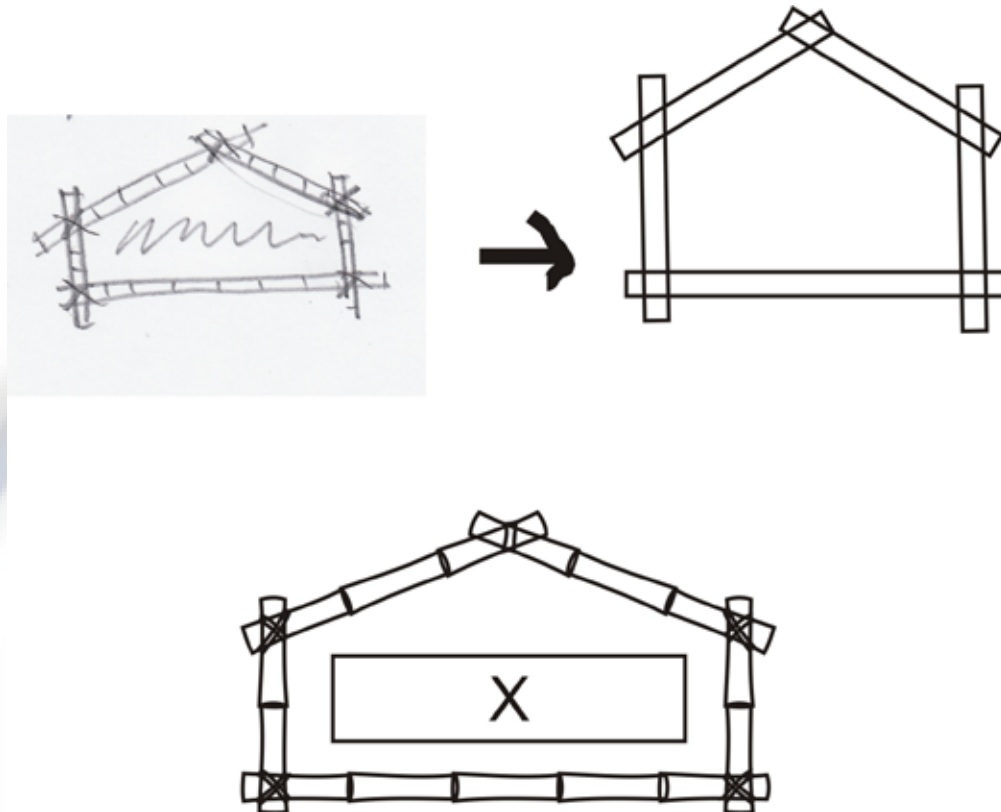
Gambar 4.4 *Semi Comp* pada perancangan map atau denah lokasi
(*Orientational Sign*) Sign System Kampung Daun Culture Gallery &
Café



Gambar 4.5 *Semi Comp* pada perancangan format atau bentuk
(*Orientalional Sign*) Sign System Kampung Daun Culture Gallery &
Café



Gambar 4.6 *Semi Comp* pada perancangan format atau bentuk (*Directional Sign*) *Sign System* Kampung Daun Culture Gallery & Café

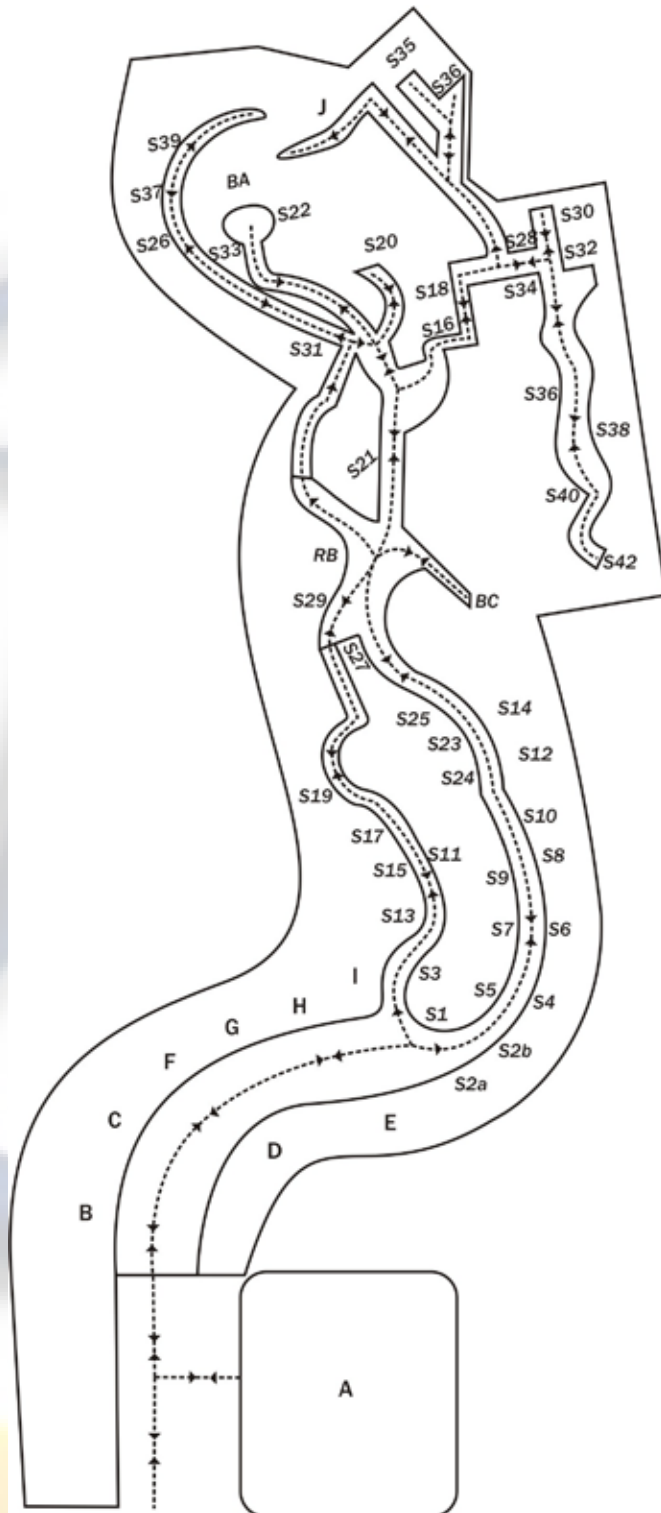


Gambar 4.7 *Semi Comp* pada perancangan format atau bentuk
(*Identificational Sign*) *Sign System* Kampung Daun Culture Gallery &
Café

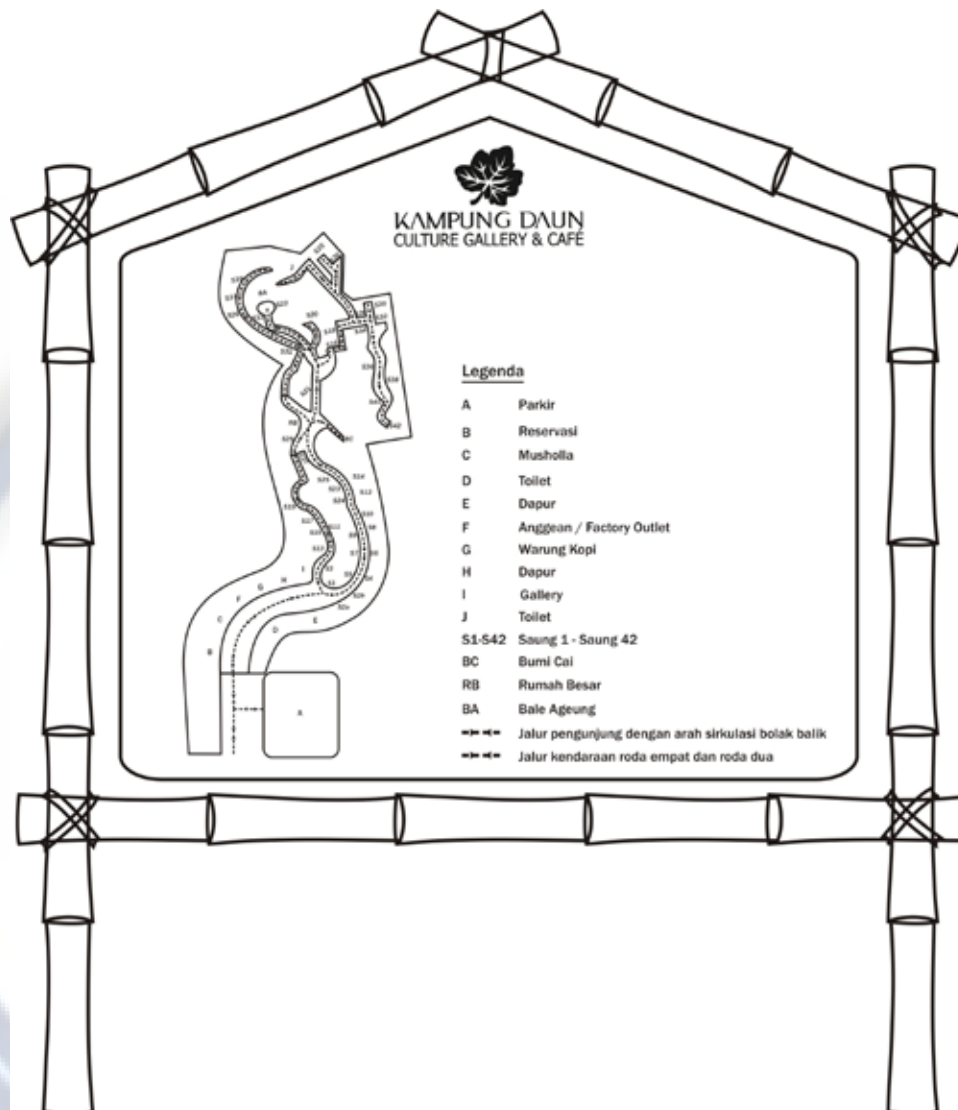
4. *Comprehensive*

Comprehensive adalah proses desain melalui komputerisasi, dimana penulis mulai memilah-milih tipografi yang akan digunakan, elemen estetis yang akan dipakai, termasuk proses pengeditan *image*, *tracing* sketsa, dan sebagainya.

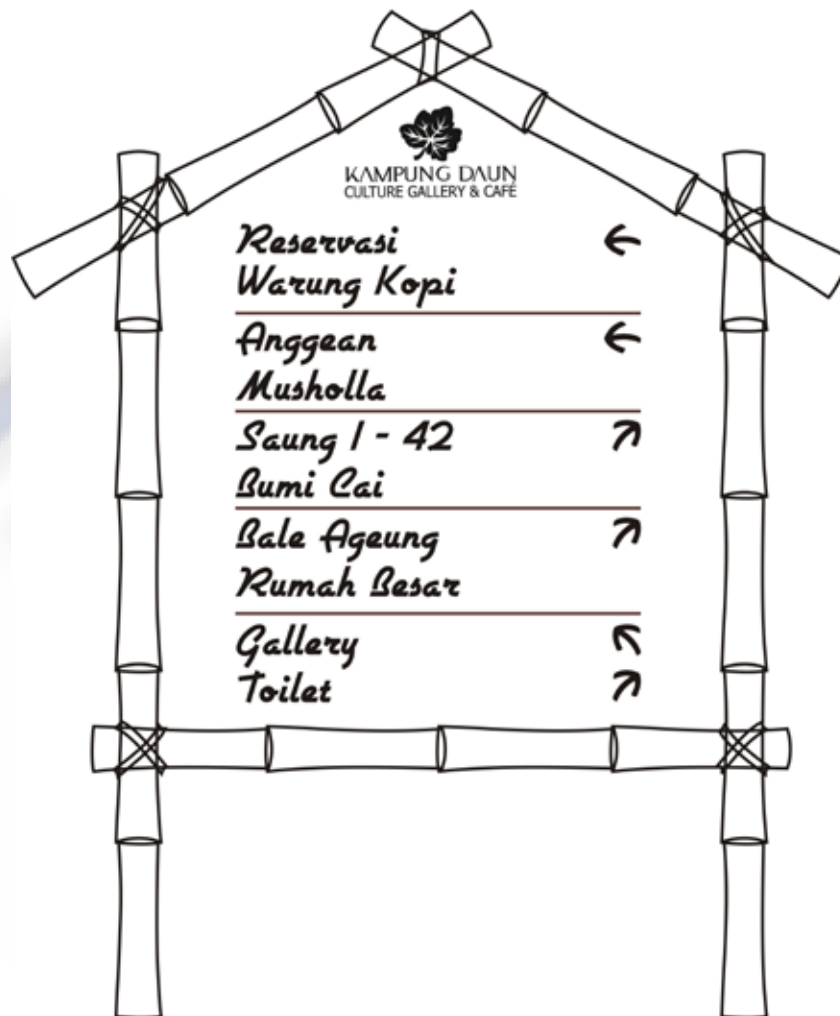
Tampilan *comprehensive* media poster pada **Sign System** **Kampung Daun Culture Gallery**, sebagai berikut:



Gambar 4.8 *Comprehensive* pada perancangan map atau denah lokasi
(*Orientational Sign*) Sign System Kampung Daun Culture Gallery &
Café



Gambar 4.9 *Comprehensive* pada perancangan map atau denah lokasi
(*Orientational Sign*) Sign System Kampung Daun Culture Gallery &
Café



Gambar 4.10 *Comprehensive* pada perancangan penanda arah (*Directional Sign*) Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café



Gambar 4.11 *Comprehensive* pada perancangan penanda tempat (*Identificational Sign*) Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café

5. *Mechanical*

Mechanical adalah proses desain *full* komputerisasi dengan menggunakan berbagai software pendukung desain grafis, dimana berbagai bahan-bahan desain yang telah tersedia siap untuk melakukan desain dengan teknik komputerisasi digital.

Tampilan *Mechanical* pada **Sign System Kampung Daun Culture Gallery**, sebagai berikut:



Gambar 4.12 *Mechanical* pada perancangan map atau denah lokasi (*Orientalional Sign*) **Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café**



Gambar 4.13 *Mechanical* pada perancangan map atau denah lokasi
(*Orientational Sign*) Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café
Ukuran sebenarnya 200cm x 150 cm, ukuran tampilan 20cm x 15cm



Gambar 4.14 *Mechanical* pada perancangan penanda arah (*Directional Sign*) *Sign System* Kampung Daun Culture Gallery & Café
Ukuran sebenarnya 200cm x 150 cm, ukuran tampilan 20cm x 15cm



Gambar 4.15 *Mechanical* pada perancangan penanda tempat
(*Identificational Sign*) *Sign System* Kampung Daun Culture Gallery &
Café

Ukuran sebenarnya 40cm x 20 cm, ukuran tampilan 10cm x 5cm

4.4 Konsep Visual

Konsep desain yang akan dirancang pada pembuatan *sign system* ini dapat dilihat melalui pemilihan warna, bentuk, *tipografi*, tata letak (*layout*), dengan harapan *sign system* yang dibuat bisa dipahami oleh pengunjung **Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Melihat permasalahan-permasalahan yang ada pada **Kampung Daun Culture Gallery & Café**, maka penulis akan merancang suatu *sign system* yang dapat berfungsi dengan baik dan mempunyai nilai estetika yang dapat memperindah dan dapat menciptakan kenyamanan di **Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Untuk itu akan dibuat suatu *sign system* yang dapat memudahkan dan mempercepat pencarian tempat, *sign system* mudah dibaca, dimengerti, dan difahami. Gagasan utama dalam pembuatan *sign system* di **Kampung Daun Culture Gallery & Café** diambil dari bentuk saung yang ada di **Kampung Daun Culture Gallery & Café**, bentuk saung ini akan disederhanakan lagi dan akan digunakan sebagai format atau bentuk *sign system*. Bahan yang digunakan adalah bambu sebagai

bingkai dan kayu jati di dalamnya sebagai wadah peletakan huruf, sedangkan bahan huruf juga dari kayu. Untuk map atau denah bahan bingkai masih dari bambu dan kayu jati tapi untuk desainnya dengan digital print out dan untuk menghindari hujan akan di lapisi dengan bahan acrylic transparan.

4.4.1 Gaya Visual

Gaya visual yang ditampilkan pada perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café** ini lebih menonjol ke karakter **Kampung Daun Culture Gallery & Café** itu sendiri, yaitu dengan memakai bahan bambu dan kayu, perancangan *sign system* akan lebih menyatu dan senafas dengan suasana alam **Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Dengan kata lain gaya visual yang digunakan penulis adalah gaya pedesaan.

4.4.2 Bentuk Visual

Bentuk tidak akan pernah lepas dari sebuah perancangan desain. Bentuk visual yang dimaksud pada perancangan *sign system* ini adalah sebuah bentuk visual yang akan mewakili seluruh *sign system* yang akan dirancang. Bentuk tersebut diambil dari bentuk saung yang ada di **Kampung Daun Culture Gallery & Café**, yang akan digunakan sebagai format *sign system* pada *Oriental Sign*, *Identificational Sign*, dan *Directional Sign*.

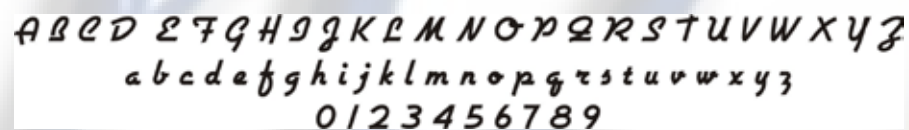
4.4.3 Elemen Estetis

Elemen estetis pada Proyek Akhir ini adalah sebagai bagian dari perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Elemen estetis yang digunakan terdiri dari garis horizontal, vertical, dan garis melengkung. Garis-garis inilah yang akan membentuk gambar bambu dan saung yang juga sebagai elemen estetis pada perancangan *sign system* ini.

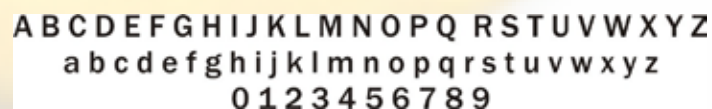
4.4.4 Tipografi (Jenis huruf)

Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Dikenal pula seni tipografi, yaitu karya atau desain yang menggunakan pengaturan huruf sebagai elemen utama.

Jenis huruf atau tipografi yang digunakan dalam perancangan *sign system* ini adalah huruf Airstream NF. Huruf ini akan digunakan pada *Directional Sign* dan *Identificational Sign*. Dengan bentuk huruf yang miring dan seperti tulisan tangan namun cukup mudah dilihat dan dibaca., kesan yang ditimbulkan adalah klasik, bersifat pribadi dan akrab sehingga orang yang membaca akan cepat mengingat huruf ini.



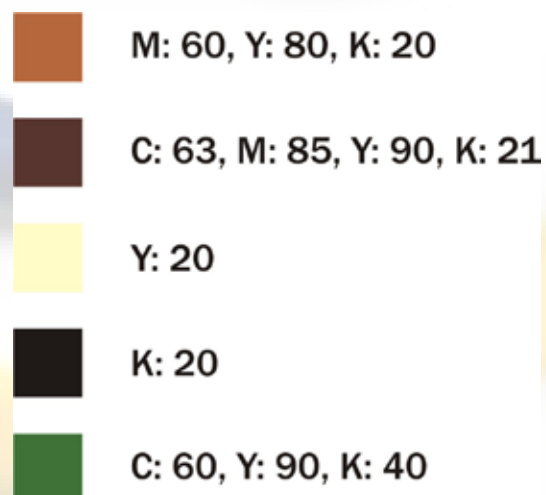
Jenis huruf atau tipografi Franklin Gothic Medium digunakan pada *Orientational Sign*. Kesan yang ditimbulkan adalah tegas dan mudah dibaca. Penulis memilih huruf ini untuk *Orientational Sign* atau map lokasi pada **Kampung Daun Culture Gallery & Café** karena dibutuhkan huruf yang tegas untuk menandakan setiap titik fasilitas yang ada di **Kampung Daun Culture Gallery & Café**.



4.4.5 Warna

Warna yang digunakan secara keseluruhan pada perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café** adalah coklat muda, coklat tua, kuning muda, hitam, dan hijau.

- Coklat tua dan muda dipakai untuk warna bambu, penulis memakai warna ini karena untuk memberi kesan alami sesuai dengan karakter bangunan **Kampung Daun Culture Gallery & Café** yang bernuansa pedesaan.
- Warna kuning muda akan dipadukan dengan coklat pada bambu untuk memberi kesan lembut. Warna kuning juga digunakan pada kayu jati.
- Sedangkan warna hitam digunakan pada tali ijuk pengikat bambu tersebut yang akan memberikan kesan kuat dan kokoh.
- Dan warna hijau digunakan pada logo **Kampung Daun Culture Gallery & Café** yang memberikan kesan harmonis dengan suasana pedesaan.

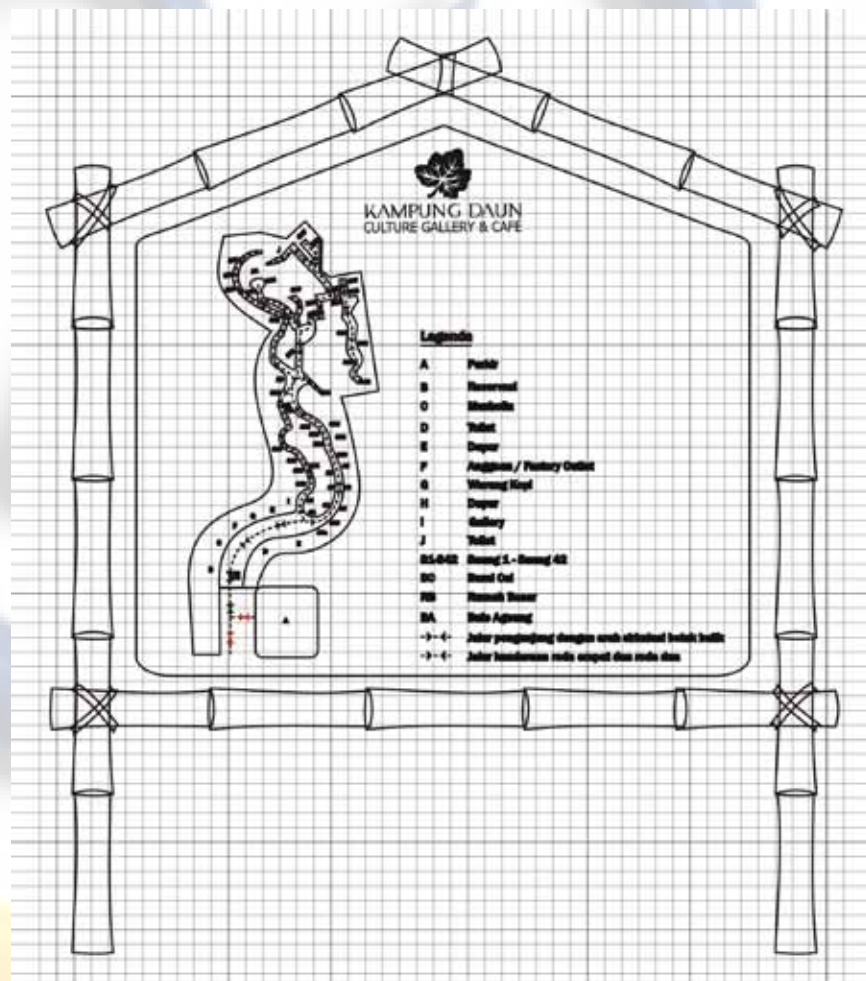


Gambar 4.16 Konsep Warna pada perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café**

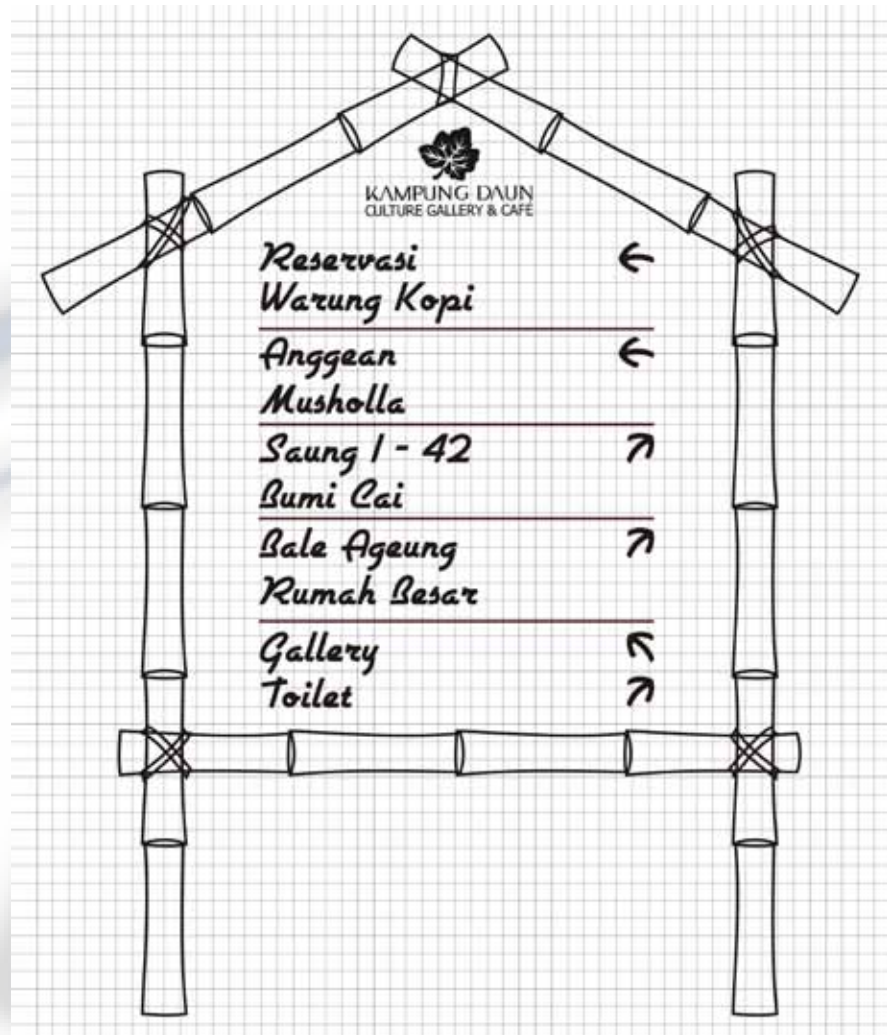
4.4.6 Grid System

Keberadaan grid pada dasarnya adalah membantu untuk menempatkan berbagai elemen dalam sebuah desain agar nampak beraturan, lebih harmoni, lebih memiliki alur. Semua yang kita lihat dan saksikan berdasarkan pada grid, denah bangunan, bentuk gedung, layout majalah atau buku, tata ruang, bahkan desain web berdasarkan pada grid.

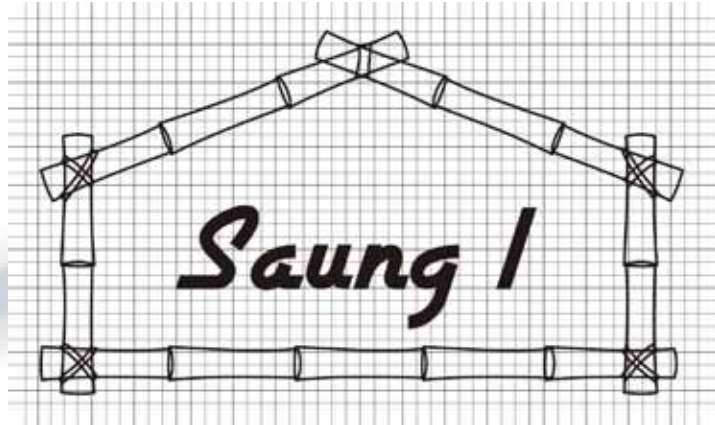
Berikut grid system pada perancangan **Sign System** **Kampung Daun Culture Gallery & Café**:



Gambar 4.17 Grid System pada perancangan **Orientational Sign**,
Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café



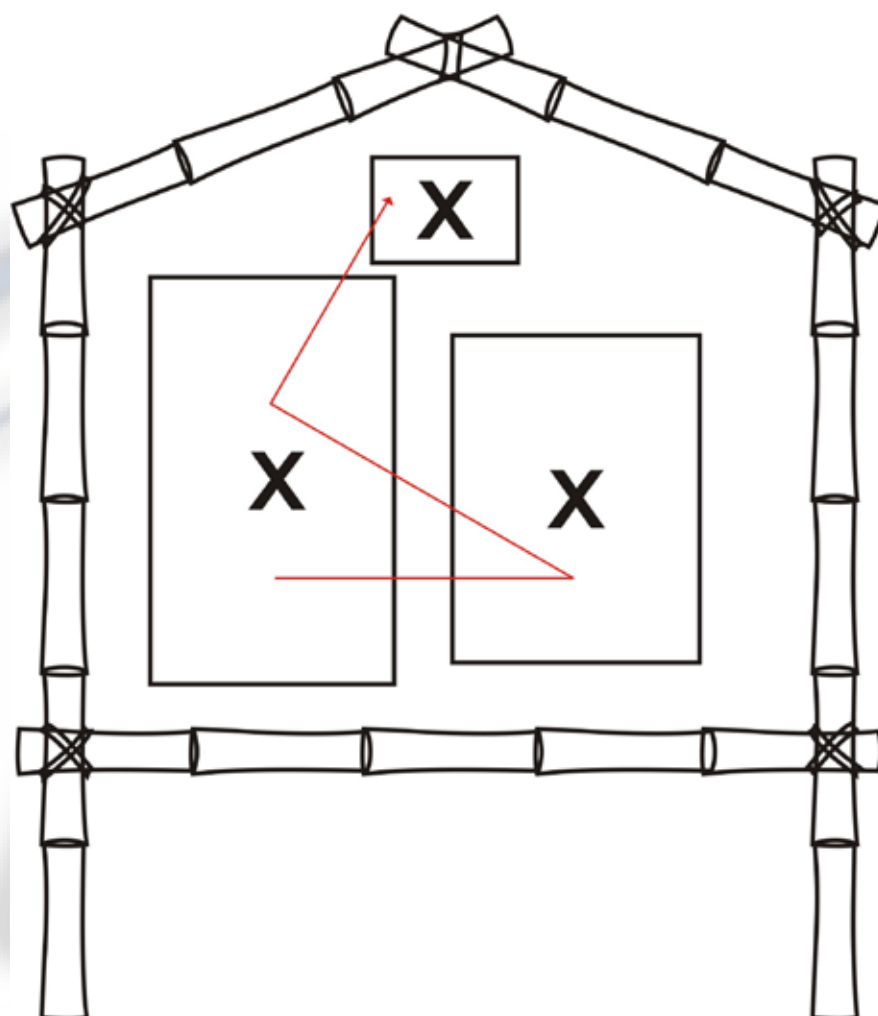
Gambar 4.18 Grid System pada perancangan *Directional Sign*,
Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café



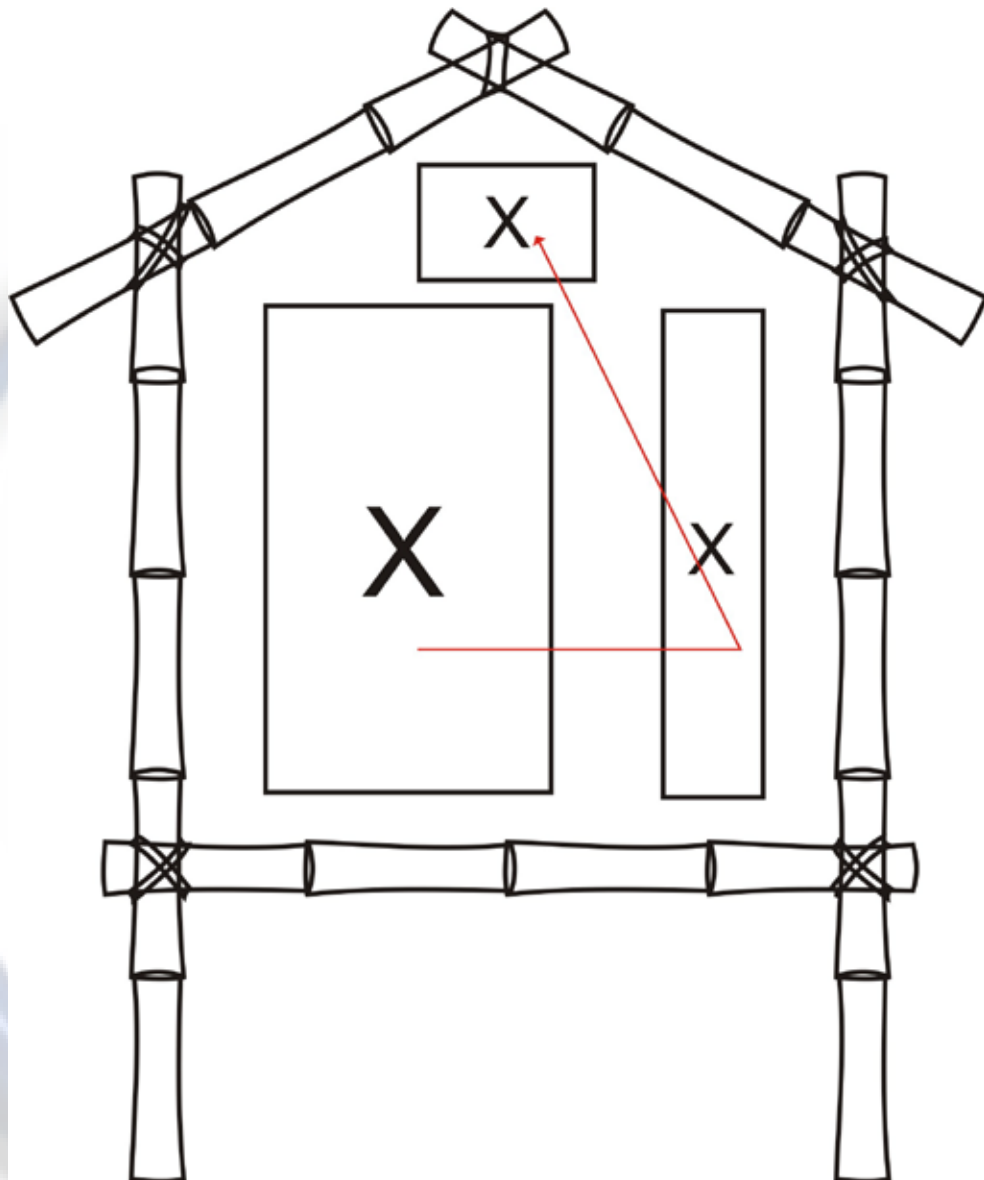
Gambar 4.19 Grid System pada perancangan *Identificational Sign, Sign System* Kampung Daun Culture Gallery & Café

4.4.7 Layout

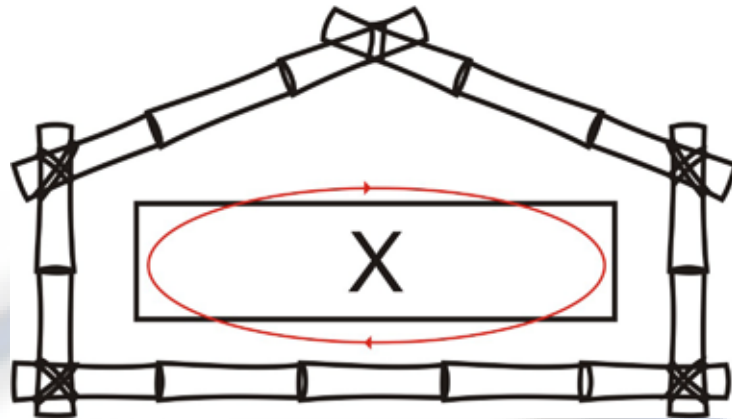
Pemilihan dan pemakaian atau pengaturan *layout* disesuaikan dengan aspek-aspek seperti komposisi, keseimbangan, kesatuan, pada sebuah susunan antara gambar, huruf, warna, yang disatukan dengan pesan yang akan disampaikan. Konsep *layout* yang digunakan pada setiap ***Sign System* Kampung Daun Culture Gallery & Café** ini akan mempermudah orang dalam membaca melalui alur baca. Berikut *layout* pada perancangan ***Sign System* Kampung Daun Culture Gallery & Café**:



Gambar 4.20 *Layout* pada perancangan *Orientalional Sign, Sign System* Kampung Daun Culture Gallery & Café



Gambar 4.21 *Layout pada perancangan Directional Sign, Sign System*
Kampung Daun Culture Gallery & Café

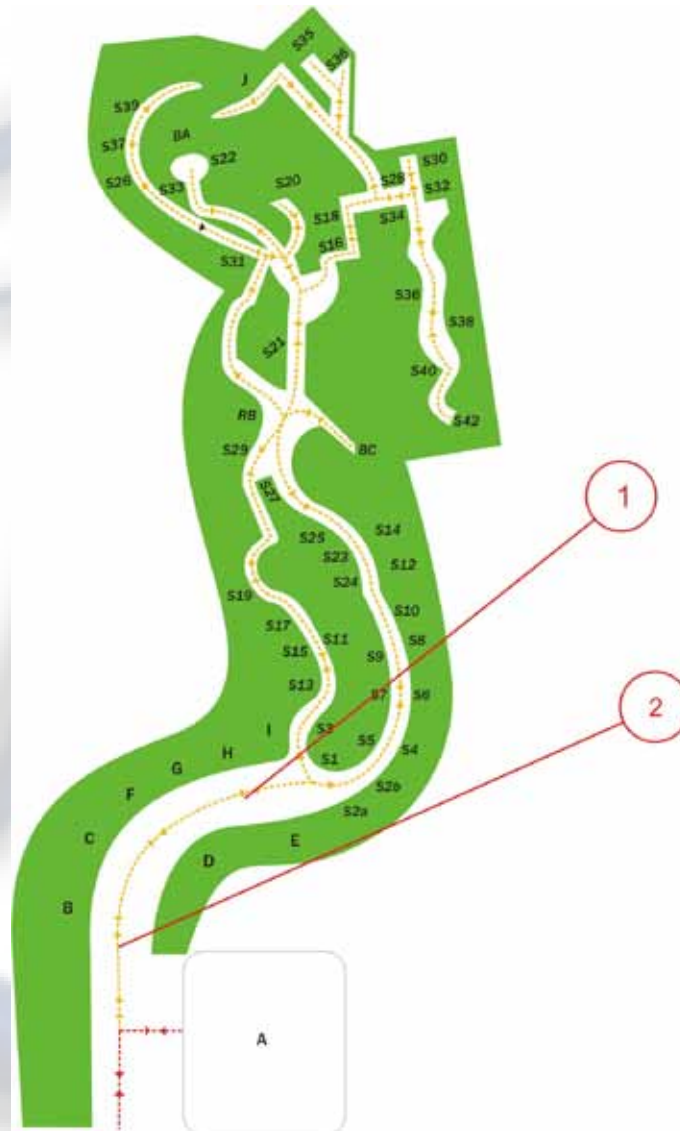


Gambar 4.22 *Layout* pada perancangan *Identificational Sign, Sign System* **Kampung Daun Culture Gallery & Café**

4.5 Penempatan Media

Penempatan media merupakan proses penempatan *sign system* pada setiap titik areal **Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Penempatan *sign system* ini dimasukkan atau diletakkan pada foto lokasi **Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Sebelum menempatkan *sign system* pada foto lokasi penulis ingin menjelaskan tentang titik permasalahan *sign system* yang ada di **Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Bila diperhatikan pada gambar 4.22 di bawah, angka satu menunjukkan salah satu titik permasalahan *sign system* yang ada di **Kampung Daun Culture Gallery & Café**. Yang menjadi permasalahan pada titik tersebut adalah pada saat memasuki pintu gerbang **Kampung Daun Culture Gallery & Café** tidak tersedia map atau denah lokasi (*Orientalional Sign*) yang akan menjelaskan keberadaan pengunjung saat akan menelusuri areal tersebut. Kemudian pada angka dua permasalahan yang terjadi adalah saat pengunjung sudah memasuki areal, terjadi kebingungan pada pengunjung tersebut karena kurangnya *sign system* yang ada di dalam areal yang menandakan setiap fasilitas yang ada sehingga pengunjung hanya bias mencoba untuk mengelilingi areal tanpa dipandu *sign system*. Dengan dirancangnya *sign system* **Kampung Daun Culture Gallery & Café**, semoga terjadi komunikasi dan alur sirkulasi yang teratur sehingga

memudahkan para pengunjung untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan.



Gambar 4.23 Titik permasalahan *sign system* di Kampung Daun Culture Gallery & Café



Gambar 4.24 Letak *sign system* pada areal Kampung Daun Culture Gallery & Café



Gambar 4.25 Penempatan media *sign system* map (*Orientational Sign*)



Gambar 4.26 Penempatan media sign system (Directional Sign)



Gambar 4.27 Penempatan media sign system (Directional Sign)



Gambar 4.28 **Penempatan media sign system (Identificational Sign)**



Gambar 4.29 **Penempatan media sign system (Identificational Sign)**



Gambar 4.30 Penempatan media sign system (*Identificational Sign*)

4.6 Teknik Produksi

Teknik produksi pada perancangan **Sign System Kampung Daun Culture Gallery & Café** meliputi, bahan yang digunakan, ukuran dan cara pengerjaan seluruh *format* atau bentuk *sign system* sesuai dengan rancangan desain yang telah dibuat pada bahasan sebelumnya. Berikut ini penjelasan tentang bahan yang digunakan dan teknik pengerjaannya:

1. Bahan

Bahan yang akan digunakan pada bingkai *sign system* adalah bambu, kayu jati, tali ijuk dan paku.

2. Ukuran

a. *Orientational Sign*

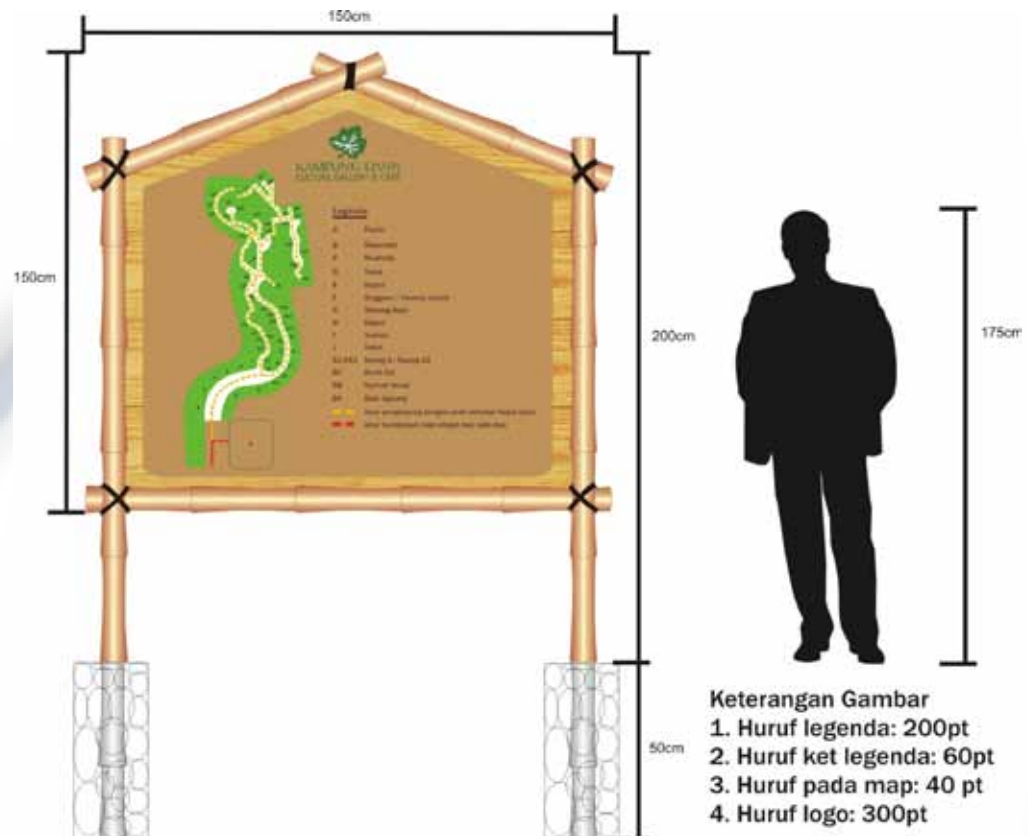
- Ukuran bambu sebagai bingkai *sign system*:
200cm x 150cm, diameter 10cm

- Ukuran kayu jati di dalam bingkai: 150cm x 150 cm, tebal 5 cm
- b. *Identificational Sign*
 - Ukuran bambu sebagai bingkai *sign system*: 200cm x 150cm, diameter 10cm
 - Ukuran kayu jati di dalam bingkai: 150cm x 150 cm, tebal 5 cm
- c. *Directional Sign*
 - Ukuran bambu sebagai bingkai *sign system*: 40cm x 20cm, diameter 5cm
 - Ukuran kayu di dalam bingkai: 40cm x 20 cm, tebal 5 cm

3. Teknik Pengerjaan

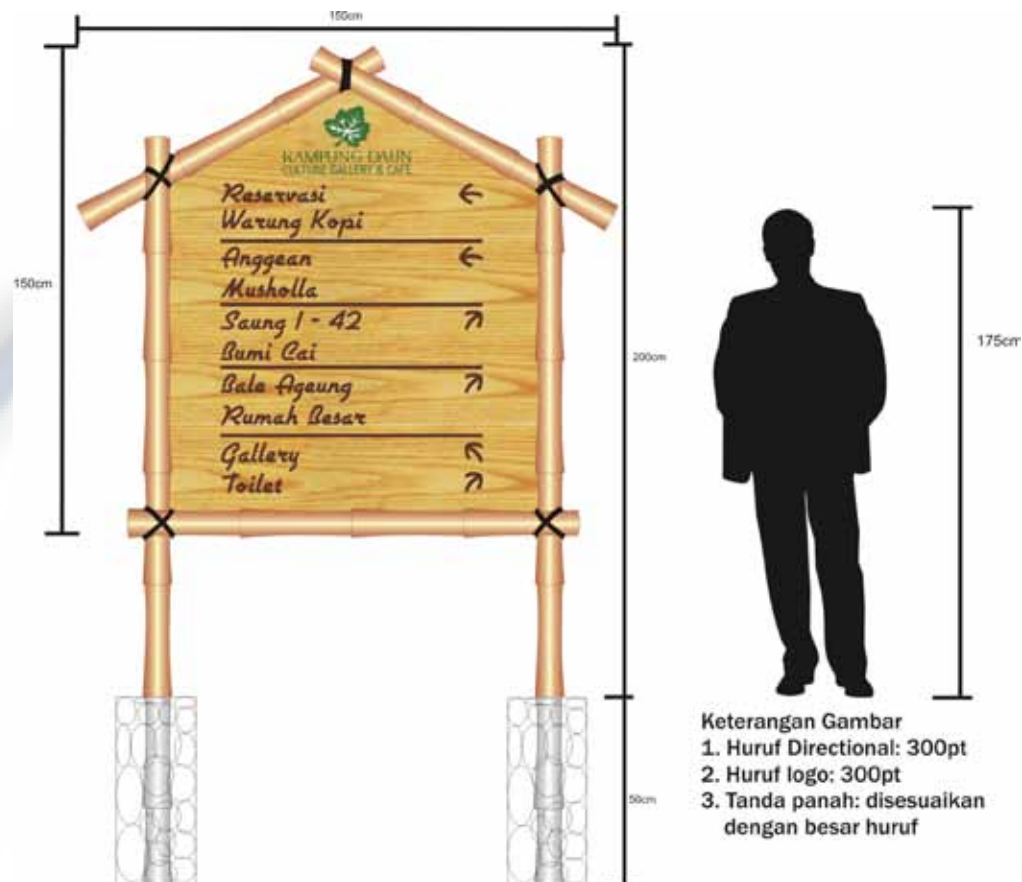
Teknik pengerjaan pada *format* atau bentuk bingkai *Identificational Sign*, *Directional Sign* dikerjakan dengan manual, dan untuk *Oriental Sign* dikerjakan dengan manual dan digital print out untuk map lokasi. Untuk menghindari print map lokasi tersebut dari hujan maka akan ditutup dengan bahan acrylic transparan. Teknik pengerjaan bingkai dari bambu menjadi bingkai *sign system* secara manual yaitu pertama, pembentukan huruf dengan mesin cutting atau dengan gergaji kecil pembetuk huruf. Bahan huruf tersebut dari kayu jati. Kedua, pemotongan bambu dan kayu jati sesuai dengan konsep ukuran dan bentuk *sign system*. Ketiga, proses finishing yaitu dengan mengikat bambu menggunakan tali dari bahan ijuk hingga membentuk saung sesuai dengan konsep bentuk yang sudah dibahas sebelumnya. Di tengah bingkai tersebut dipasang kayu jati dengan menggunakan paku sebagai wadah penempatan huruf, huruf ditempelkan dengan menggunakan paku juga.

Proses pemasangan *sign system* yang telah jadi yaitu pada *Oriental Sign* dan *Directional Sign*, bagian ujung bawah bambu sepanjang 50 cm ditanam kedalam tanah supaya kuat diganjal dengan batu atau disemen.



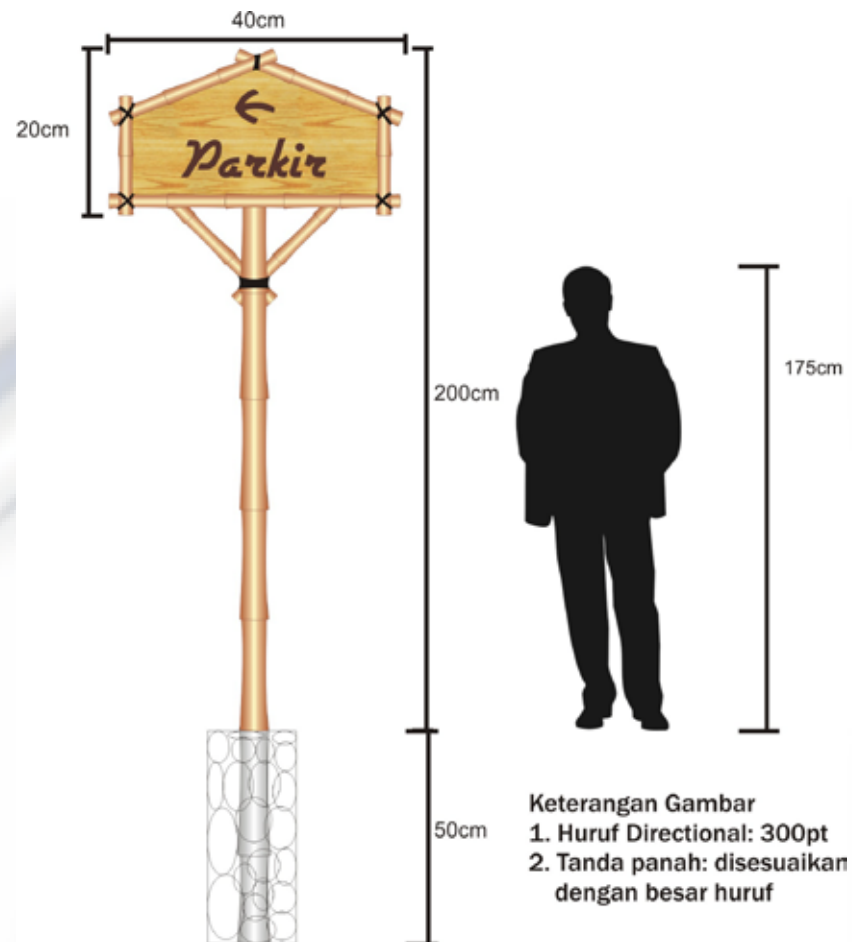
Gambar 4.31 **Proses pemasangan sign system (Orientational Sign) ke dalam tanah dan keterangan gambar**

Ukuran sebenarnya 200cm x 150 cm, ukuran tampilan 10cm x 7.5cm



Gambar 4.32 Proses pemasangan sign system (*Directional Sign*) ke dalam tanah dan keterangan gambar

Ukuran sebenarnya 200cm x 150 cm, ukuran tampilan 10cm x 7.5cm



Gambar 4.33 Proses pemasangan sign system (*Directional Sign*) ke dalam tanah dan keterangan gambar

Ukuran sebenarnya 200cm x 40cm, ukuran tampilan 10cm x 2cm

Proses pemasangan *sign system* untuk *Informational Sign* yaitu dengan menggunakan paku pada belakang sign ke bagian kayu pada saung dimana posisi yang ditentukan sesuai dengan konsep.



11

Gambar 4.34 **Proses pemasangan sign system (*Identificational Sign*) pada saung**

Keterangan gambar: Huruf saung: 300point

BAB V

RINCIAN TUGAS

5.1. Cakupan Teknis Perkerjaan

Sign system yang telah dirancang, selanjutnya akan diproduksi dan diaplikasikan ke dalam media yang telah ditentukan. Adapun cakupan teknis yang dibuat pada tugas Proyek akhir ini adalah sebagai berikut :

1. *Orientational Sign*

a. Ukuran:

- P (Panjang) × L (Lebar) × D (Diameter)

250cm × 150cm × 10cm

- Digital Print out A1

b. Bahan:

- Bambu, tali ijuk, kayu jati, paku.

c. Harga:

- Bambu per batang dengan panjang 10m, diameter 10cm = Rp 10.000

- Tali ijuk per 10m = Rp 15.000

- Kayu jati per m², 1m x 1m x 5cm (tebal) = Rp 2.000.000

- Paku ukuran 2-4 inch (5-10cm), per kg = Rp.15.000

- Digital Print out Poster A1 = Rp 40.000

d. Sub total:

- Jumlah bambu yang dibutuhkan : 9m-10m = Rp 10.000

- Jumlah tali ijuk yang dibutuhkan: 10m = Rp 15.000

- Jumlah kayu jati yang dibutuhkan 1,5m² × Rp 2.000.000 =
Rp 3.000.000

- Paku ukuran 2-4 inch (5-10cm), per kg = Rp.15.000

- Digital Print out Poster A1 = Rp 40.000

e. Total:

$$\text{Rp. } 10.000 + \text{Rp. } 15.000 + \text{Rp. } 3.000.000 + \text{Rp. } 15.000 + \text{Rp. } 40.000 = \text{Rp. } 3.080.000$$

2. *Directional Sign*

a. Ukuran:

$$\begin{aligned} & - P (\text{Panjang}) \times L (\text{Lebar}) \times D (\text{Diameter}) \\ & 250\text{cm} \times 150\text{cm} \times 10\text{cm} \end{aligned}$$

b. Bahan:

- Bambu, tali ijuk, kayu jati, paku.

c. Harga:

- Bambu per batang dengan panjang 10m, diameter 10cm = Rp 10.000
- Tali ijuk per 10m = Rp 15.000
- Kayu jati per m², 1m x 1m x 5cm (tebal) = Rp 2.000.000
- Paku ukuran 2-4 inch (5-10cm),per kg = Rp.15.000

d. Sub total:

- Jumlah bambu yang dibutuhkan : 9m-10m = Rp 10.000
- Jumlah tali ijuk yang dibutuhkan: 10m = Rp 15.000
- Jumlah kayu jati yang dibutuhkan 1,5m² × Rp 2.000.000 = Rp 3.000.000
- Paku ukuran 2-4 inch (5-10cm),per kg = Rp.15.000

e. Total:

$$\text{Rp. } 10.000 + \text{Rp. } 15.000 + \text{Rp. } 3.000.000 + \text{Rp. } 15.000 = \text{Rp. } 3.040.000$$

3. *Identificational Sign*

a. Ukuran:

$$\begin{aligned} & - P (\text{Panjang}) \times L (\text{Lebar}) \times D (\text{Diameter}) \\ & 40\text{cm} \times 20\text{cm} \times 5\text{cm} \times 51 \text{ sign (saung 42 buah, gallery, anggean, warung kopi, bumi cai, parkir, rumah besar, reservasi, musholla, bale ageing, toilet pria 2 buah, toilet wanita 2 buah)} \end{aligned}$$

b. Bahan:

- Bambu, tali ijuk, kayu pinus, paku.

c. Harga:

- Bambu per batang dengan panjang 10m, diameter 5cm = Rp 7.000
- Tali ijuk per 10m = Rp 15.000
- Kayu pinus per m², 1m x 1m x 5cm (tebal) = Rp 800.000
- Paku ukuran 2-4 inch (5-10cm), per kg = Rp.15.000

d. Sub total:

- Jumlah bambu yang dibutuhkan : 1 sign membutuhkan 130cm, jumlah sign $55 \times 130\text{cm} = 71.5\text{m}$, $\text{Rp } 7000 \times 71.5\text{m} = \text{Rp } 505.000$
- Jumlah tali ijuk yang dibutuhkan: 1 sign membutuhkan 3m, jumlah sign $55 \times 3\text{m} = 165\text{m}$, $\text{Rp } 15.000 \times 165\text{m} = \text{Rp } 2.475.000$
- Jumlah kayu pinus yang dibutuhkan: 1 sign membutuhkan 0.4m², jumlah sign $55 \times 0.4\text{m}^2 = 22\text{m}^2$, $\text{Rp } 800.000 \times 22\text{m}^2 = \text{Rp } 17.600.000$
- Paku ukuran 2-4 inch (5-10cm), per kg = Rp.15.000

e. Total:

$$\text{Rp. } 505.000 + \text{Rp. } 2.475.000 + \text{Rp } 17.600.000 + \text{Rp.}15.000 = \text{Rp } 20.595.000$$

5.2 Contoh Visual

Hasil akhir dari penerapan konsep desain pada *Sign System* **Kampung Daun Culture Gallery & Café** berikut ini :

1. *Orientational Sign*



Gambar 5.1 *Orientational Sign* Contoh map atau denah



Gambar 5.2 ***Oriental Sign*** Contoh penerapan map atau denah pada ***sign system***

Ukuran sebenarnya 200cm x 150 cm, ukuran tampilan 15cm x 10cm

2. Directional Sign



Gambar 5.3 *Directional Sign* Contoh penerapan penanda arah pada sign system

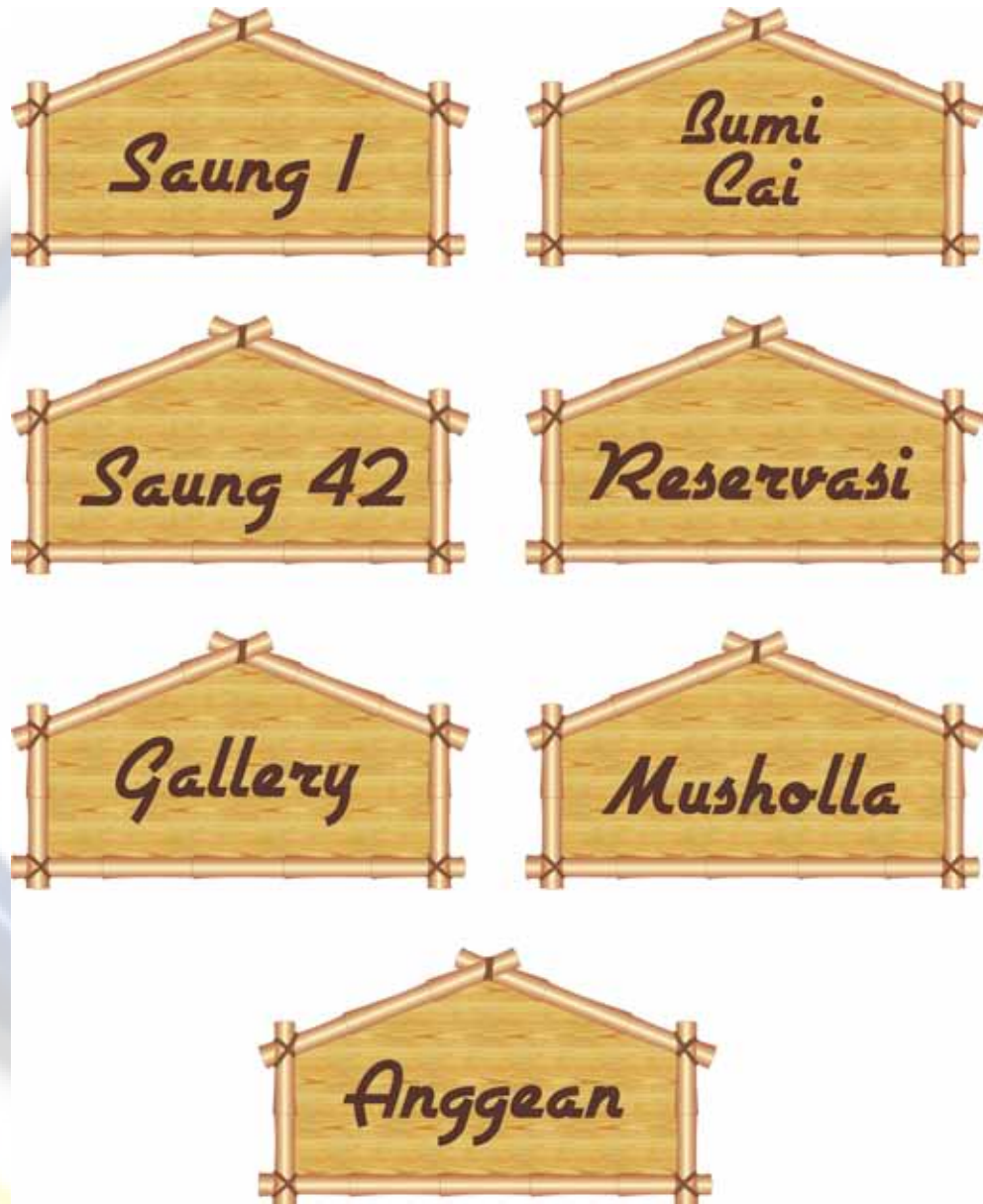
Ukuran sebenarnya 200cm x 150 cm, ukuran tampilan 15cm x 10cm



Gambar 5.4 *Directional Sign* Contoh penerapan penanda arah pada sign system

Ukuran sebenarnya 200cm x 40 cm, ukuran tampilan 10cm x 2cm

3. *Identificational Sign*



Gambar 5.5 *Identificational Sign* Contoh penerapan penanda informasi atau tempat pada *sign system*

Ukuran sebenarnya untuk satu sign 40cm x 20 cm, ukuran tampilan
10cm x 5cm



Gambar 5.5 *Identificational Sign* Contoh penerapan penanda informasi atau tempat pada *sign system*

Ukuran sebenarnya untuk satu sign 40cm x 20 cm, ukuran tampilan
10cm x 5cm

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Dody., Drs., 2005, *Way finding at the public facility and houses*
Bandung.

John Follis, Dave Hamer, 1979, *Architectural Signing and Graphics*, New
York

Branimir Zlamalik, Paul Arthur, 2005, *Wayfinding Pictografic System Nonverbal*
Universal, Singapore.

Charles Cooley, Wilbur Scharman, dikutip dari laporan R. Didi Satriadi, *Sign*
System Pasar Caringin Bandung

Philip Meuser, Daniela Pogade, 2005, *Architectural Information Graphics*

Archiword, 1999, *Sign Design 1*

Archiword, 1999, *Sign Design 2*

Vista System, 2007

INDEKS

A

Adobe Photoshop , 40
Airbrush, 40
Area, 1
Areal, 3
Architectural Signing and Graphics, 10
Arsitek, 29
Akurat, 13
Alignment, 43
Ambiguitas, 26
Auratic, 40
Authentic, 40

B

Banner signs , 30
Bauhaus, 35
Behaviorisme, 16
Bitmap, 40
Browsing, 7

C

Café, 1
Canopy signs, 30
Changeable copy signs, 30
Constructivism, 35
CorelDraw, 40
Corporate, 9

D

Diagonal, 38
Digital, 40
Directional Sign, 11
Development, 24

E

Efektif, 3
Efisien, 3
Electronic message center, 30
Elegan, 15
Enginereering, 17
Esensial, 17
Exterior sign, 30

F

Fasilitas, 3
Filsafat, 20
Fisik, 2
Floor signs, 30
Fotografi, 41
Formal, 15
Freestanding signs, 30

G

Grafis, 9
Geometris, 35

H

Hand drawing, 40
Hand Writing, 40
Horizontal, 38
Highway, 29

I

Identificational Sign, 12
Identity, 9
Image, 38
Individual, 15
Informational Sign, 11
Ilustrasi, 15
Informatif, 4
Informasi, 4
Instansi. 11
Internet, 7

K

Karakteristik, 2
Kognitif, 26
Komunikasi, 8
Komunikatif, 3
Kurva, 38

L

Landscape, 29
Layout, 42
Level, 12
Linguistik, 17
Literatur, 5

M

Mall, 1
Matematik, 17
Media, 28
Mekanisme, 20
Milenium, 33
Misi, 7
Modernism, 34

N

Navigasi, 11
Neurofisiologi, 17

O

Observasi, 7
Opportunity, 59
Orientational Sign, 11
Organisasi, 7
Ornamental Sign 12

P

Plaza, 1
Persuasif, 17
Politik, 17
Positioning, 62

Publikasi, 15
Projecting signs, 31
Proposi, 43
Psikologi, 15

R

Radio, 28
Relevan, 13
Relevansi, 13
Reproduksi, 40
Roof signs, 31

S

Segmentation, 60
Semantik, 14
Scanner, 40
Shape, 38
Sign Syste, 1
Sirkulasi, 3
Software, 40
Sosiologi, 17
Statuory Sign, 12
Stimulus, 17
Strength, 58
Suspended signs, 30

T

Targeting, 62
Televisi, 28
Threat, 59
Tipografi, 37
Traffic Sign, 11
Tradisional, 2

U

Unity, 42

V

Value, 44
Verbal, 9
Vector, 40
Vertikal, 38

Visi, 7
Visual, 8

W

Walls signs, 30
Weakness, 59
Windows signs, 30

Z

Zaman, 39