

PERANCANGAN REDESAIN *SIGN SYSTEM* UNIVERSITAS KRISTEN PETRA SURABAYA

Marvin Ade Santoso¹ Deddi Duto H. S.Sn,M.Si¹, Merry Silvia S.Sn¹

1. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya
Email: marvin_arsenal@hotmail.com

Abstrak

Universitas Kristen Petra Surabaya adalah salah satu Universitas Kristen swasta terkemuka di Surabaya. Universitas Kristen Petra ini sudah cukup dikenal masyarakat sekitar karena kualitasnya. Tetapi Universitas ini kurang memperhatikan branding dari Universitas tersebut. Sehingga salah satu unsur *branding*, yaitu *sign system*, kurang diperhatikan. Hasilnya adalah terjadinya kesulitan dalam *wayfinding*. Sehingga banyak orang yang kesulitan dalam mencari ruangan dalam Universitas ini. Hal ini berakibat menurunnya kualitas pelayanan di Universitas Kristen ini. Penelitian ini berusaha memberikan solusi terhadap permasalahan di atas, melalui redesain dengan berbagai pertimbangan desain sesuai dengan *image* dan *branding* dari Universitas ini.

Kata kunci: *Sign System, Branding, Universitas.*

Abstract

Petra Christian University Sign System Redesign

Petra Christian University is one of the leading private Christian University in Surabaya. Petra Christian University is already well known around the the public for its quality. But the university is paying less attention to the branding of the university. So that one element of branding, the sign system, less attention. The result is the difficulty in wayfinding. So many people who have difficulty in finding room in the university. This resulted in decreased quality of care at the Christian University. This study seeks to provide a solution to the above problems, through redesigning with various design considerations in accordance with the image and branding of the university.

Keywords: *Sign System, Branding, University*

Pendahuluan

Universitas Kristen Petra merupakan salah satu Universitas Kristen swasta yang ada di Surabaya. Universitas ini telah berdiri sejak tahun 1961. Universitas Kristen Petra memiliki visi menjadi universitas yang peduli dan global (*to be a caring and global university*) yang berkomitmen pada nilai-nilai Kristiani. Universitas Kristen Petra pada sejarah awalnya adalah berasal dari keinginan para pendiri PPPK Petra untuk dapat mengakomodasi para lulusan sekolah menengah atas untuk mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi. Sehingga pada tahun 1961, yaitu 10 tahun setelah berdirinya PPPK Petra, berdirilah Universitas Kristen Petra yang pada saat itu menempati gedung di Jl. Embong Wungu dan Jl. WR. Supratman pada tahun 1961, kemudian di Jl. Indrapura, Embong Kemiri, Jl. Panglima Sudirman 73, Jl. Kalianyar dan pada tahun 1973 seluruh perkuliahan dipusatkan di Jl. Siwalankerto hingga saat ini. Dengan pembangunan yang terus berkelanjutan,

maka semakin banyak fakultas dan program studi yang ditawarkan oleh Universitas Kristen Petra. Sekarang Universitas Kristen Petra memiliki 6 Fakultas dan 1 program pasca sarjana, dan berbagai macam program studi yang ditawarkan mulai dari sastra Inggris, sastra Tionghoa, Manajemen, teknik, arsitek, interior, dkk, ilmu Komunikasi dan lain-lain (Petra.par.4).

Untuk dapat menampung berbagai mahasiswa yang berasal dari banyak program studi tersebut, maka dibangunnya beberapa kampus utama yakni Kampus Barat, Kampus Pusat, dan Kampus Timur, dengan Kampus Utara yang terletak di Jl. Siwalankerto 121-131 Surabaya. Di kampus Barat, terletak Gedung T, dan ditempati oleh Fakultas Ekonomi. Sedangkan untuk kampus Pusat, yang sekaligus menjadi bangunan paling tua, meliputi gedung A, B, C, D, E, EH, K, dan W, dan ditempati oleh fakultas sastra, ilmu komunikasi, dan Program Pasca Sarjana. Sementara untuk Kampus Timur, terdapat gedung P,I,

dan J, yang ditempati oleh Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Teknologi Industri, dan Fakultas Seni dan Desain. Serta juga terdapat kampus Utara yang merupakan sarana lapangan olahraga bagi mahasiswa Universitas Kristen Petra.

Sebagai salah satu Universitas yang terus berkembang, Universitas Kristen Petra terus melakukan pembangunan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan akademik yang terus berkembang, seperti laboratorium, ruang kelas, ruang pameran, dan sebagainya. Pembangunan yang terus-menerus dilakukan ini membuat universitas Kristen Petra memiliki banyak sekali gedung utama dan gedung-gedung penunjang. Namun sayangnya pembangunan gedung dan fasilitas ini belum dilengkapi dengan sarana *sign system* yang terintegrasi. Seharusnya dengan semakin banyaknya gedung dan fasilitas yang dibangun oleh Universitas Kristen Petra, maka semakin dibutuhkannya *sign system* sebagai alat bantu komunikasi dalam mencari tempat dan menentukan posisi pengguna di area Universitas Kristen Petra.

Sign system merupakan sistem penanda yang dibuat untuk membantu manusia dalam mencari tempat (*wayfinding*) atau posisinya untuk dapat menentukan arah tujuan mereka. *Wayfinding* dapat mendefinisikan sebagai kemampuan untuk menemukan jalan menuju suatu lokasi (R. Passini 23). *Sign system* yang baik adalah *sign system* yang mampu mengkomunikasikan suatu tanda sehingga dapat dimengerti oleh orang dengan cepat arti dari tanda tersebut. *Sign system* di Universitas Kristen Petra masih perlu dilakukan perubahan sebab kurangnya tanda yang menunjukkan gedung, fasilitas, dan ruangan yang ada sehingga hal itu menyebabkan seringkali mahasiswa ataupun orang luar yang datang ke Universitas Kristen Petra kebingungan dalam mencari ruangan ataupun fasilitas yang dituju. Para tamu atau mahasiswa seringkali harus bertanya kepada satpam dan orang lain untuk dapat menuju ruangan yang dimaksud. Pernyataan mengenai masalah ini juga dinyatakan oleh salah satu staf UPFK (unit Pemeliharaan Fisik Kampus) yaitu Luis Susanti, A.Md., yaitu banyaknya tamu Universitas yang kesulitan dalam mencari ruangan yang akan dituju tanpa ada bantuan dari satpam ataupun mahasiswa yang mengerti akan letak ruangan yang dimaksud. (Percakapan Pribadi, 10 Februari 2013)

Berdasarkan jurnal penelitian Evaluasi Sistem *Wayfinding* dan Orientasi di Gedung Universitas Kristen Petra oleh Agus Dwi Hariyanto, ST., M.Sc., Gunawan Tanuwidjaja, ST. M.Sc., dan Rebecca Milka Natalia Basuki, S.Sn. menyatakan bahwa Dari 176 responden Mahasiswa Arsitektur dan DKV (tahun pertama dan tahun ketiga), didapati 42% dari kelompok ini mengalami satu kali kesulitan dalam menemukan jalan, sedangkan 13% yang menemukan

kesulitan lebih dari satu kali. Hal tersebut membuktikan bahwa *sign system* di Universitas Kristen Petra masih kurang komunikatif dan kurang menunjukkan arah yang jelas bagi pengguna gedung di Universitas Kristen Petra. (evaluasi, par.4)

Sign system di Universitas Kristen Petra seharusnya memiliki suatu kesatuan atau *unity* yaitu dengan penggunaan warna, *typeface* dan *layout* yang memiliki ciri khas yang sama sehingga *sign system* dapat terintegrasi dengan baik. Dengan penggunaan elemen-elemen dari visual desain dari *sign system* yang baik dan benar, maka diharapkan dari perancangan ini dapat membantu orang mengenali berbagai gedung dan fasilitas yang ada di Universitas Kristen Petra.

Metode Penelitian

Metode Pengumpulan data

a. Observasi

Pengertian observasi diberi batasan sebagai berikut: “studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan”. Selanjutnya dikemukakan tujuan observasi adalah: “mengerti ciri-ciri dan luasnya signifikansi dari inter relasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena sosial serba kompleks dalam pola-pola kulturil tertentu” (Kartono 142). Dalam hal ini yang menjadi objek observasi adalah *sign system* yang ada di Universitas Kristen Petra Surabaya, serta respon dari beberapa orang yang berada di Universitas Kristen Petra Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu; ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadapan-hadapan secara fisik. (Kartono 171) Dalam perancangan ulang *sign system* Universitas Kristen Petra Surabaya ini akan melakukan wawancara dengan pengguna Universitas Kristen Petra Surabaya ini. Selain itu juga akan mencari informasi dari narasumber lain agar hasil yang didapatkan dapat memberikan gambaran yang objektif terhadap kondisi *sign system* yang ada di Universitas Kristen Petra. Keuntungan dari wawancara adalah mampu dilakukan penggalian yang lebih mendalam dari informasi yang dibutuhkan dari responden. Tetapi kelemahannya adalah wawancara butuh waktu yang lama dan perlu dilakukan berulang-ulang. (Krisnamurthi 75)

Tinjauan tentang Branding

Branding adalah sebuah proses disiplin untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan sebuah merk/ nama produk dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas dari pada masyarakat, agar masyarakat mengerti maksud dari merk/nama produk tersebut. (Wheeler 6) Ruang lingkup *branding* mencakup banyak sekali aspek atau juga disebut *brand touchpoint*, hal ini dimaksudkan agar proses *branding* dapat meningkatkan kesempatan orang untuk bertemu langsung dengan *brand* tersebut. Berikut ini adalah ruang lingkup yang ada dalam *branding*. Pengalaman, Lingkungan, *Advertising*, *Sales Promotion*, *Social Media*, *Blogs*, *Public Relation*, *Direct Mail*, *Trade Shows*, *Word of Mouth*, *Telephone*, *Networking*, *Presentation*, Produk, Servis, Kendaraan, *Billboards*, publikasi, *emails*, kemasan, *signage*, koran, dan lain sebagainya. (Wheeler 3)

Dalam *Branding*, *Signage* berfungsi sebagai identifikasi, informasi dan *advertising*. Sebuah *signage* yang efektif dapat meningkatkan pendapatan, dan dapat mendukung suatu sistem *wayfinding* yang cerdas, dan meningkatkan pengalaman dari suatu destinasi. (Wheeler 156)

Tinjauan Tentang *Corporate Identity*

Menurut Wally olins, *corporate identity* adalah sebuah tampilan visual yang menunjukkan visi, strategi, dan struktur dari suatu organisasi. Setiap organisasi memiliki identitas yang unik, oleh karena itu diperlukan suatu ciri khas yang dipertahankan untuk dapat dilihat oleh *audience*

Dalam suatu organisasi membawa ribuan transaksi setiap harinya, mulai dari membeli, menjual, membuat produk, berpromosi, dan lain-lain, setiap transaksi yang dilakukan kepada orang lain, suatu perusahaan akan mempresentasikan identitas mereka di khalayak banyak, walaupun hanya sebagian kecil saja, namun tetap akan terlihat oleh konsumen, dan konsumen seringkali mempersepsikan suatu perusahaan sesuai dengan apa yang didapatkannya itu. Karena begitu banyak ruang lingkup suatu organisasi tersebut, maka suatu *corporate identity* harus diatur dengan baik agar dapat bersama memiliki suatu identitas yang sama. (olins 1). Dan dalam suatu *corporate identity* terbagi menjadi 4 sektor besar, yaitu :

1. Produk dan servis, adalah segala sesuatu yang dibuat atau dijual oleh perusahaan.
2. Lingkungan, segala sesuatu yang berhubungan dengan tempat dan lingkungan kerja dari pada perusahaan, baik berupa lingkungan produksi, area komersial, *sign system*, dan sebagainya.
3. Komunikasi, segala sesuatu yang berhubungan dengan iklan dan promosi dari produk yang dimiliki oleh perusahaan.

4. Tingkah Laku, segala sesuatu yang berhubungan dengan kebiasaan perusahaan sehari-hari, bagaimana karyawan perusahaan bersikap, dan sebagainya.

Dalam komponen *corporate identity*, semua faktor yang menunjukkan identitas dari suatu perusahaan diperlukan untuk menjaga visi misi perusahaan agar tetap dapat berjalan dengan baik. Salah satu komponen yang diperlukan adalah *sign system*, sebab dalam suatu bangunan perusahaan atau kantor diperlukan suatu petunjuk yang jelas agar para karyawan maupun tamu tetap dapat mengingat identitas perusahaan tersebut.

Tinjauan Tentang *Sign System*

Sign system merupakan suatu sistem yang terdiri kumpulan penanda yang digunakan untuk memandu manusia dalam mengerti suatu area lingkungan tertentu. (Follis dan Hammer 12) Zaman sekarang Bangunan menjadi semakin kompleks dengan berbagai fungsi yang dibutuhkan oleh manusia zaman sekarang seperti kompleks gelanggang olahraga, kampus, *mall*, perkantoran sehingga orang terkadang merasa kebingungan dalam mencari tempat yang dituju dalam suatu bangunan yang kompleks tersebut, oleh karena itu dibutuhkan suatu *sign system* agar dapat membantu menemukan tempat yang dituju dengan efektif dan efisien. *Sign system* juga dapat membantu mempercepat arus pergerakan manusia zaman sekarang, misalnya ketika di dalam stasiun pesawat dan kereta api yang banyak digunakan oleh orang-orang untuk bepergian, kecepatan sangat dibutuhkan untuk dapat mengetahui arah mana yang harus dituju. Dengan melihat *sign* yang jelas maka orang dapat langsung mengetahui tujuan mereka tanpa harus kebingungan dan bertanya pada petugas atau orang lain yang pasti akan lebih banyak menghabiskan waktu.

Salah satu yang mempengaruhi *Sign system* adalah manusia. Sebab manusia adalah pengguna *sign system* sehingga dalam suatu pembuatan *sign system* harus diutamakan faktor kesesuaian dengan manusia. Antara lain adalah persepsi dan respon. Setiap persepsi dan respon terhadap suatu tanda dipengaruhi oleh karakteristik dari fisik dan psikologi dari setiap orang, yang biasa disebut dengan faktor manusia, faktor manusia ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu faktor fisik dan faktor psikologi. Faktor fisik memiliki beberapa aspek yaitu :

- a. Pandangan Mata. Sebuah studi mengatakan bahwa sudut pandang mata normal manusia untuk dapat melihat area di sekitar adalah 60 derajat. Diluar area sudut pandang tersebut mata manusia tidak akan melihat dengan detail yang tinggi. Walaupun sudut pandang yang dimiliki manusia dapat ditambah dengan menggenggelkan

kepala dan menanggukkan kepala, namun para pengguna *sign system* menolak untuk mengeluarkan usaha yang lebih untuk melihat sebuah *sign*.

- b. Ketajaman mata. Pengguna *sign system* haruslah memiliki ketajaman mata yang baik agar dapat melihat dengan jelas.
- c. Kecepatan membaca. Kemampuan membaca seseorang antara satu dengan yang lain tentu tidaklah sama. Ukuran yang di pakai adalah 125 kata per menit hingga 500-600 kata per menit. Beberapa faktor yang mempengaruhi adalah usia, tingkat intelegensia, dan pendidikan mempengaruhi kecepatan membaca. Rata-rata yang dapat diambil adalah 250 kata per menit. Dengan mengacu pada rata-rata ini, maka sebuah *sign* yang hanya dilihat dalam beberapa detik haruslah tidak lebih dari 6 kata.
- d. Keterbacaan. Studi tentang jarak menyatakan bahwa ketika siang hari, seseorang yang memiliki penglihatan normal dapat membaca huruf setinggi 25 milimeter dengan jarak 15 meter.
- e. Ketinggian Mata. Rata-rata ketinggian mata manusia yang diukur dari tanah orang Amerika adalah 1,7 meter, untuk orang asia adalah 1,6 meter, ketika duduk orang amerika 1,3 meter, orang asia 1,2 meter.
- f. Tinggi Huruf. Tinggi huruf dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu, faktor kecepatan dan faktor waktu untuk mengenali suatu tanda.

Standardisasi Sign System

Sign system adalah suatu sistem yang dibuat untuk menempatkan tanda-tanda yang ada di dalam suatu area tertentu agar memudahkan orang untuk dapat mengerti lokasi area tersebut dan dapat mengetahui arah tujuan yang dimaksud. Oleh karena itu diperlukan suatu standardisasi agar orang dapat menangkap maksud dari suatu *sign* dengan makna yang seragam. Namun ilmu dalam menempatkan suatu *sign system* harus memperhatikan beberapa aspek yang ada, yaitu jarak Keterbacaan Manusia, Tinggi *typeface*, dan Kontras dan Warna.(Griffin 237).

1. Jarak keterbacaan. Salah satu aspek terpenting dari *sign system* adalah jarak keterbacaan, para pengguna *sign system* harus dapat membaca tanda yang ada pada jarak tertentu agar dapat memikirkan arah mana yang akan dituju sesuai dengan tujuan awal pengguna *sign system*. Dengan jarak keterbacaan yang tepat maka para pengguna *sign system* juga akan merasa aman dan nyaman untuk menuju tempat yang dituju. (Griffin 237)
2. Tinggi *Typeface*. Tinggi *typeface* atau huruf juga berpengaruh pada jauh dekatnya pengguna *sign system* dalam membaca tanda, berikut ini adalah

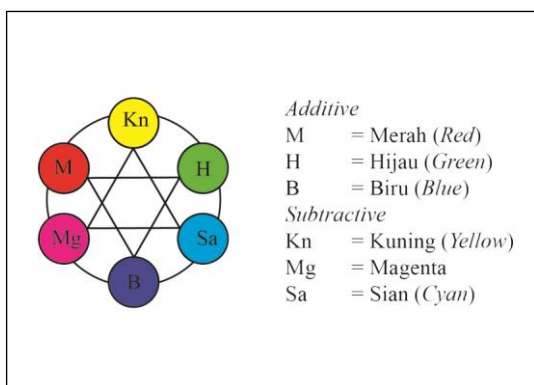
tabel panduan hubungan tinggi huruf dan jarak keterlihatan.(Griffin 237)

Tabel 1. Tabel tinggi huruf minimum

Jarak sign dengan mata manusia	Tinggi Huruf Minimum untuk Mata Normal	Tinggi Huruf Minimum untuk Mata bermasalah
3,1 m	10 mm	16 mm
4,65 m	12,5 mm	18,75 mm
6,2 m	16 mm	23 mm
7,6 m	16 mm	25 mm
9,3 m	18,75 mm	28 mm
10,85 m	18,75 mm	35 mm
12,4 m	23 m	42 mm
13,95 m	23 m	47 mm
15,2 m	25 mm	50 mm
16,75 m	25 mm	53 mm
18,3 m	28 mm	60 mm
19,85 m	31 mm	67 mm
21,4 m	35 mm	72 mm
22,9 m	38 mm	76 mm
24,5 m	38 mm	79 mm
26,05 m	41 mm	86 mm
27,6 m	44 mm	92 mm
29,1 m	47 mm	98 mm
30,5 m	51 mm	102 mm

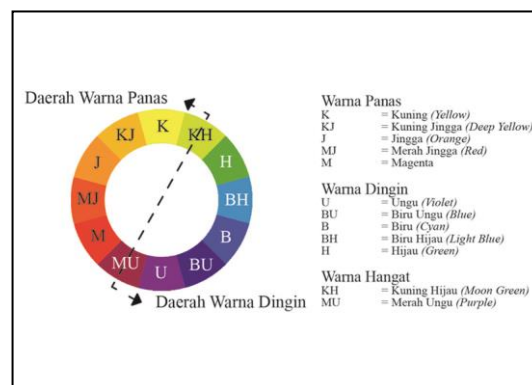
Sumber : Public Transportation (2004,p. 240)

3. Kontras dan warna. Warna dapat didefinisikan sifat cahaya yang dipancarkan atau bagian pengalaman dari Indra Penglihatan(Sanyoto 13). Menurut kejadiannya, warna dibedakan menjadi 2 macam, yaitu warna *additive* dan warna *subtractive*. *Additive* adalah warna-warna yang berasal dari cahaya. Sedangkan warna *subtractive* adalah warna yang berasal dari pigmen warna. Warna pokok *additive* adalah merah, hijau, dan biru, dalam komputer warna-warna ini disebut dengan warna RGB. Sedangkan warna pokok *subtractive* adalah Sian (*Cyan*), magenta, dan Kuning (*Yellow*), dalam komputer warna-warna itu disebut warna model CMY. (Sanyoto 16)



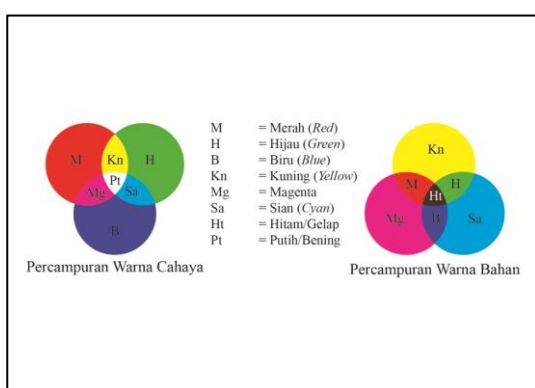
Sumber : Nirmana, Dasar-Dasar Seni dan Desain (2009,p.20)

Gambar 1. Lingkaran Warna Additive dan Subtractive



Sumber : Nirmana, Dasar-Dasar Seni dan Desain (2009,p.36)

Gambar 3. Lingkaran Warna (The Color Wheel)



Sumber : Nirmana, Dasar-Dasar Seni dan Desain (2009,p.21)

Gambar 2. Pencampuran Warna Additive dan Subtractive

Lingkaran warna (*The Color Wheel*) adalah sistem warna yang menggunakan sebutan warna dengan istilah yellow, Red, dan Blue atau YRB. Lingkaran warna merupakan salah satu sistem warna di samping RGB dan CMYK. Jika RGB digunakan dalam bidang pekerjaan yang menggunakan cahaya, CMYK digunakan dalam bidang pekerjaan yang menggunakan teknik cetak mencetak, maka sistem lingkaran warna banyak digunakan oleh seniman atau desainer. Lingkaran warna menghasilkan berbagai macam kombinasi warna. Lingkaran warna merupakan bentukan dari 3 warna primer, 3 warna sekunder, dan 6 warna tersier. 3 warna primer adalah Merah, Biru, Kuning. 3 warna sekunder adalah Jingga (Kuning + Merah), Hijau (Kuning + biru), dan Ungu (Biru + Merah). 3 warna Tersier adalah Kuning Hijau, Biru Hijau, Biru Ungu, Merah Ungu, Merah Jingga, dan Kuning Jingga. (Sanyoto 33)

Dalam lingkaran warna juga membagi warna menjadi 2 bagian besar, yaitu warna panas dan warna dingin. Warna panas terdiri dari Merah, Jingga, dan Kuning. Sedangkan Biru, Ungu, dan Hijau digolongkan menjadi warna dingin. Kemudian di antara warna dingin dan panas juga terdapat warna hangat, yaitu warna Kuning Hijau dan Merah Ungu. (Sanyoto 37)

4. Kode warna dan bentuk. Kode warna dan bentuk yang distandardisasikan agar dalam membaca suatu tanda, para pengguna dapat mengartikan hal yang sama dan memudahkan pengguna dalam mengenali sebuah tanda. Untuk menjaga suatu kesamaan dalam sebuah tanda maka diperlukan suatu rekomendasi warna untuk tujuan yang khusus, antara lain Area Administratif - Gambar berwarna putih dengan latar belakang Abu-abu gelap, Rute akses - Gambar berwarna putih dengan latar belakang biru. Area Publik - Gambar berwarna putih dengan latar belakang biru gelap atau biru, Area rekreasi atau kultural - Gambar berwarna putih dengan latar belakang warna coklat. Akses jalan dan transportasi - Gambar berwarna putih dengan latar belakang hijau.

Visual elemen ini diatur dalam *sign system* untuk dapat menghasilkan suatu pemahaman visual yang sama agar dapat dikenali dengan cepat dan mudah oleh pengguna *sign system*. Ada 3 kategori dasar dalam *sign* yaitu informasi (persegi), Peraturan (Lingkaran), dan Peringatan (Segitiga). (Griffin 242)

Tinjauan Tentang Pictogram

Semiotika

Semiotika adalah analisis hubungan antara penanda/*sign* atau simbol dengan kegunaannya, hal ini kemukakan oleh Charles Sanders Peirce (1839-1914) yang melihat bahwa alam semesta ini adalah

suatu kumpulan tanda. Beliau mengadopsi sistem klasifikasi, yang membagi *sign* atau penanda menjadi 3 kategori *Icon*, *Symbol*, dan *index* berdasarkan relasi *sign* dengan wujud sebenarnya (*icon*), kesepakatan (*Symbol*), dan adanya hubungan (*Index*). Menurut Morris (1901-1979) mengembangkan teori tentang semiotika ini dan mendefinisikan 3 cabang dari semiotika, yaitu sintaksis (relasi antara *sign* dengan struktur yang telah ada), semantik (Relasi antara *sign* dengan maknanya), dan pragmatis (relasi antara *sign* dengan pengguna *sign*). (Abdullah dan Roger Hubner 12)

Sign

Menurut Umberto Eco, *sign* adalah semua yang sudah ada di masyarakat, dan dapat sebagai patokan untuk sesuatu yang lain. Dengan dasar itu, sebuah *sign* menyampaikan sebuah pesan kepada manusia melalui indra yang dimiliki oleh manusia, ada 3 kategori dalam *sign* :

1. *Auditory Sign* atau tanda melalui suara adalah semua penanda yang dapat didengar oleh indra pendengaran manusia, *auditory sign* dapat berupa alarm, sirene, bunyi peluit, dan lain-lain.
2. *Visual Sign* atau penanda visual ada penanda yang dapat dilihat oleh mata manusia, visual sign dapat berupa bahasa tubuh, ilustrasi, dan diagram.
3. *Tactile Sign* adalah semua penanda yang dapat dirasakan oleh indra peraba manusia, *tactile sign* dapat berupa huruf braille, jabat tangan, dan lain-lain. (Abdullah dan Roger Hubner 12)

Pictogram

Pictogram adalah sebuah *visual sign*, sebuah gambar yang diciptakan oleh manusia dengan tujuan untuk mempercepat dan memperjelas komunikasi tanpa menggunakan bahasa atau kata-kata. Sebuah persepsi visual mencakup banyak area dalam otak manusia, yaitu lebih dari 80 persen, kemudian diikuti dengan indra pendengaran 10 persen, oleh karena itu sebuah penanda visual memiliki pengaruh yang kuat dalam indra manusia. (Abdullah dan Roger Hubner 13)

Tinjauan Tentang Wayfinding

Pengertian Wayfinding

Wayfinding dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk dapat mengorientasikan dirinya dan dapat memahami ruang yang ada di sekitar mereka adalah kebutuhan dasar yang dibutuhkan oleh manusia. Rasa keamanan dan percaya diri dapat berjalan seiring dengan kemampuannya untuk dapat mengenali rute untuk selamat dan dimana manusia dapat mendapatkan pertolongan jika mendapatkan kesulitan. Kenyamanan untuk dapat memenuhi kebutuhan sangat tergantung pada kejelasan sistem informasi untuk dapat mengenali area sekitarnya. (Griffin 228) Contohnya penumpang yang mengenali tanda-tanda rute yang akan dituju akan

merasa lebih aman dan nyaman daripada penumpang yang tidak mengetahui tanda-tanda mengenai rute tempat tersebut. Sebuah sistem informasi yang efektif untuk *wayfinding* adalah sebagai berikut :

1. Kemampuan untuk menentukan sebuah lokasi dan berorientasi dengan fasilitas yang ada di sekitarnya.
2. Kemampuan untuk menentukan tempat tujuan.
3. Kemampuan untuk menentukan rencana dan menentukan rute sesuai keinginan. (Griffin 228)

Komponen Wayfinding

Komponen untuk menentukan suatu *wayfinding* adalah sebagai berikut :

1. Layout fasilitas
2. Bangunan penanda (*Visual Landmark*)
3. Grafik
4. Elemen Bangunan Arsitektural
5. Petunjuk arah (*sign system*)
6. Map dan brosur
7. Petunjuk arahan dari staff

Dalam suatu *wayfinding* diperlukan suatu elemen bentuk yang menjadi patokan dalam memandu pengguna *sign system* untuk dapat mencapai tujuannya. Elemen bentuk merupakan salah satu elemen dasar yang dapat dilihat pertama kali dalam mengenali suatu tanda. Ada 3 fungsi utama dalam bentuk tanda yaitu tanda informasi, tanda peraturan, dan tanda peringatan. Masing-masing fungsi tersebut diwakili oleh bentuk geometris, standardisasi bentuk ini berfungsi untuk dapat menyamakan persepsi seseorang tentang tanda dan dapat mengenali dengan tanda-tanda yang ada dengan cepat. (Griffin 229)

Jenis-jenis Tanda :

- a. Petunjuk Arah. Tanda yang menunjukkan arah dapat berupa tanda panah yang menunjukkan ke suatu arah, dapat berupa 1 tanda ataupun tanda petunjuk arah yang sangat kompleks dengan banyak sekali petunjuk arah seperti kiri, kanan, ataupun lurus kedepan.
- b. Identifikasi. Tanda nama dari sebuah tempat atau benda, seperti ruang konferensi, kantor, sekolah, dan lain-lain.
- c. Informasi. Semua *Sign* memberikan informasi, namun yang ini adalah *sign* yang memberikan suatu informasi secara mendetail tentang spesifikasi tertentu dan lain-lain.
- d. Larangan. Variasi dari *sign* informasi. Papan ini melarang masyarakat umum untuk melakukan sesuatu seperti wilayah berbahaya, jangan masuk ke area ini dan sebagainya.

Tinjauan Teori Tipografi

Pengertian Tipografi

Tipografi berasal dari kata-kata Yunani yaitu *typos* yang berarti *form* atau bentuk dan *graphe* yang berarti *writing* atau menulis. (wikipedia, par.1) Dalam tipografi terdapat 2 istilah penting yang sering terjadi kesalahpahaman yaitu *typeface* dan *font*. *Typeface* merupakan satu set dari karakter yang mempunyai ciri khas tertentu dan kesatuan yang kuat. Sebuah *typeface* biasanya terdiri dari karakter, angka, tanda baca dan penanda lainnya. Sedangkan *font* merupakan suatu set yang lengkap sebuah *typeface* dalam 1 ukuran. (fontshop, p.7)

Tipe-tipe typeface

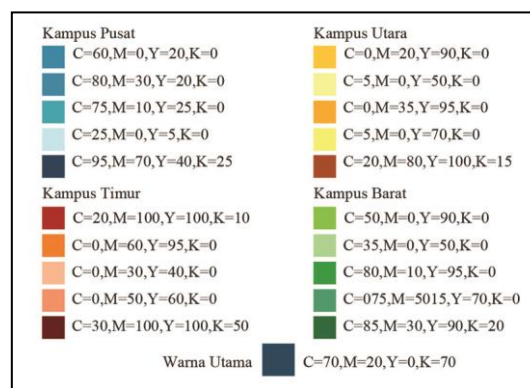
1. *Serif*. *Serif* berarti ekor dalam Bahasa Yunani. *Typeface* tipe serif memiliki ciri khas memiliki garis seperti kaki dalam setiap akhir dari setiap hurufnya. Tipe huruf serif relatif memiliki tingkat keterbacaan yang baik. Namun tidak sebaik tipe *sans serif*. Tipe serif memiliki sifat hangat dan tampilan klasik.
2. *Sans serif*. *Sans Serif* memiliki arti tanpa ekor dalam bahasa Yunani. *Typeface sans serif* memiliki ciri khas tidak memiliki garis ekor dalam setiap huruf-hurufnya. Dalam *sign system*, *typeface* jenis *sans serif* memiliki tingkat keterbacaan yang lebih baik sebab tipe *sans serif* memiliki bentuk yang lebih simpel dan dekat dengan unsur geometris. Tipe *sans serif* memiliki ciri khas bersih dan modern.
3. *Slab Serif*. Merupakan penggabungan dari *serif* dan *sans serif*. *Slab serif* memiliki ciri khas memiliki ekor dengan ujung yang tebal dan geometris.
4. *Decorative*. *Typeface* tipe *decorative* lebih mengedepankan pada unsur estetis visual daripada legibility/ keterbacaan sehingga tipe *decorative* lebih cocok untuk mendesain suatu tampilan yang unik. (Lupton, p.46)

Visualisasi Sign System

Pictogram

Pictogram adalah representasi gambar, ISOTYPE (*System of Typographic Picture Education*). Sebuah penanda ikonik yang merepresentasikan sejumlah fakta kompleks, tidak melalui kata atau suara, namun melalui visual yang memiliki arti. (Abdullah dan Roger Hubner, p.11) Dalam perancangan redesain *Sign system* Universitas Kristen Petra, akan ditambahkan gambar-gambar *Pictogram* untuk dapat membantu pengguna gedung untuk dapat mengenali secara cepat arti dari masing-masing tanda tersebut daripada melihat suatu tulisan atau huruf, sebab bahasa gambar/ *pictogram* ini lebih dikenal oleh semua orang daripada tulisan. *Pictogram* yang dibuat adalah *pictogram* yang menjadi tempat-tempat fasilitas umum yang digunakan dalam Universitas Kristen Petra, antara lain : Kelas / Ruang Perkuliahan, Ruang Biro/ Unit Rektorat, Kantor Yayasan,

Perpustakaan, Tata Usaha Program Studi & Fakultas, dan lain-lain.



Sumber : Gambar Oleh Marvin (2013)

Gambar 4. Warna Zonasi

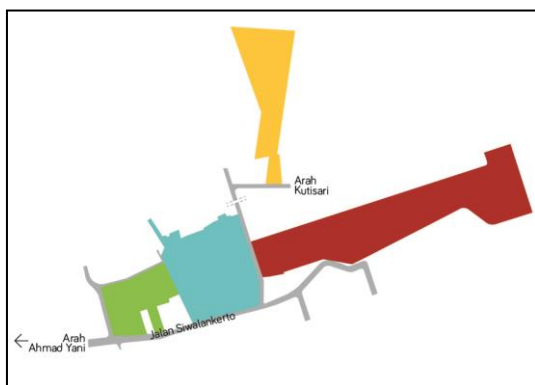
Zoning System

Salah satu masalah yang ada dalam *wayfinding* yang ada di Universitas Kristen Petra adalah belum adanya penanda pembagian wilayah/*zoning* yang cukup dapat terlihat, hanya dibedakan melalui area saja dan simbol tulisan yang terdapat pada pintu masuk kampus, sehingga dalam *sign system* kurang dapat terlihat pembagian yang jelas *zoning* tersebut, oleh karena itu diperlukan suatu perbedaan *zoning* yang memadai dengan tujuan untuk mempermudah orang-orang untuk dapat mencari tempat yang dimaksud. Dalam perancangan ini akan membagi 4 wilayah yang dimiliki oleh Universitas Kristen Petra yaitu area gedung T dengan nama *West Campus/Kampus Barat*, Area gedung lama seperti gedung Radius Prawiro (Gedung W), gedung Gedung Ferry Teguh Santosa (Gedung A), Gedung B, Gedung Kuntjoro Sasmita (Gedung C), dan lainnya dengan nama *Main Campus/Kampus Pusat*, serta *East Campus/ Kampus Timur* yang terdiri dari Gedung P, I, dan J. 4 wilayah tersebut akan dibagi dalam 4 warna yang berbeda, dengan maksud agar dapat terlihat dengan jelas perbedaan wilayah tersebut. Warna-warna yang dipakai untuk pembagian warna tersebut adalah sebagai berikut :

1. Warna Merah untuk Kampus Timur/ *East Campus*. Penggunaan warna Merah ini disesuaikan dengan karakteristik kampus Timur yang banyak diisi oleh program studi teknik, sedangkan warna Program Studi Teknik adalah merah dan orange sehingga warna ini cocok dipakai untuk Kampus Timur. Selain itu juga Kampus Timur juga memiliki ciri khas warna merah yang berada di atap gedung sehingga dapat menonjolkan warna merah tersebut.
2. Warna Biru Muda untuk Kampus Pusat/ *Main Campus*. Penggunaan warna biru muda ini berdasarkan pada karakteristik dari gedung pusat yang banyak diisi oleh ruang-ruang kantor dan biro yang ada di Universitas Kristen Petra, sehingga penggunaan warna biru muda yang

sesuai dengan warna *corporate* Universitas Kristen Petra paling cocok untuk area Kampus Pusat.

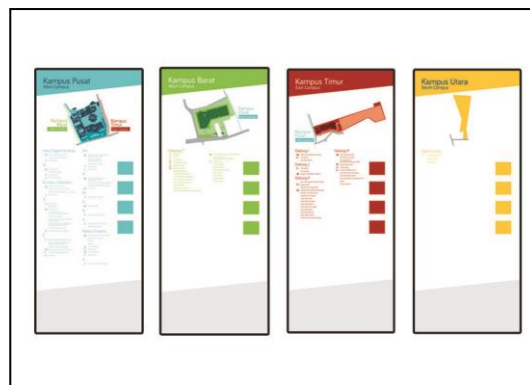
3. Warna Hijau untuk Kampus Barat/ *West Campus*. Warna Hijau untuk kampus barat disesuaikan dengan warna fakultas ekonomi yang mayoritas berada di Kampus Barat, sebab warna fakultas Ekonomi adalah Hijau, maka *sign* yang dibuat untuk area Kampus Barat akan menggunakan warna hijau.
4. Warna Kuning untuk Kampus Utara/ *North Campus*. Warna kuning yang digunakan untuk kampus utara ini sebagai penanda untuk adanya kesinambungan antara *sport center* dan Universitas Kristen Petra, sebab jarak untuk menuju sport center memang agak jauh dari Universitas Kristen Petra, sehingga sebuah penanda dengan karakteristik yang mencolok. Warna kuning dipilih sebab memiliki sebuah arti semangat dan *passion*, yang cocok digunakan untuk sebuah *sport center*.



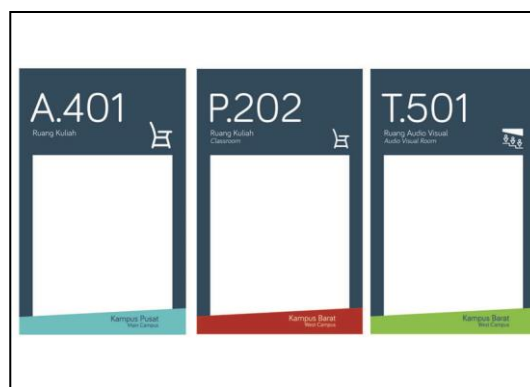
Sumber : Gambar Oleh Marvin (2013)
Gambar 5. Warna zonasi



Sumber : Desain Oleh Marvin (2013)
Gambar 6. Design sign pintu



Sumber : Desain Oleh Marvin (2013)
Gambar 7. Design peta kaca



Sumber : Desain Oleh Marvin (2013)
Gambar 8. Design sign pintu



Sumber : Desain Oleh Marvin (2013)
Gambar 9. Design standing sign



Sumber : Desain Oleh Marvin (2013)

Gambar 10. Design hanging sign

Kesimpulan

Sign system merupakan salah satu elemen yang kecil dari sebuah desain, namun *sign system* memiliki dampak fungsional yang sangat besar dan dapat membantu orang untuk menemukan tujuan yang akan dicari, oleh sebab itu dalam merancang suatu *sign system* diperlukan studi untuk dapat menentukan desain dan letak dari satu *signage* agar dapat membantu orang untuk dapat menemukan tujuan mereka masing-masing.

Menjadi suatu tantangan tersendiri dalam merancang suatu *sign system* sebab banyak hal yang dapat dipelajari dari suatu *sign*, proses pembuatan *sign system* mengharuskan agar dapat menemukan keseimbangan nilai estetis dan fungsional agar desain yang dibuat dapat berfungsi secara optimal.

Semoga dari perancangan ini dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai *sign* dan jika direalisasikan dapat menjawab kebutuhan yang ada di Kampus Universitas Kristen Petra.

Daftar Pustaka

- <http://ilovetypography.com/2008/05/30/a-brief-history-of-type-part-4/>. (2013, April 4). Dipetik April 4, 2013
- <http://pmk-online.petra.ac.id/SekilasUKP/tabid/55/Default.aspx>. (2013, maret 13). Dipetik Maret 13, 2013
- <http://www.artikata.com/arti-336712-kuesioner.html>. (2013, Februari 21). Dipetik Februari 21, 2013
- <http://www.petra.ac.id/informasi-untuk-mahasiswa/program-akademik>. (2013, Februari 10). Dipetik Februari 10, 2013

- Abdullah, R., & Roger Hubner. (2006). *Pictograms, Icon & Signs : A Guide to Information Graphics*. Singapore: Tames and Hudson.
- Agus Dwi Hariyanto, S. M., Gunawan Tanuwidjaja, ST., M.Sc., & Rebecca Milka Natalia Basuki, S.Sn. (2010-2011). *Evaluasi Sistem Wayfinding dan Orientasi di Gedung Universitas Kristen Petra*.
- Follis, J., & Hammer, D. (1979). *Architectural Signing and Graphic*. New York: Whitney Library of Design.
- FontShop. (2010). *Meet your Type : a Field Guide to Love & Typography*. FontShop.
- (2004). Dalam K. W. Griffin, *Building Type Basic for Transit facilities* (hal. 227-250). New Jersey: John Wiley & Son, Inc.
- lubnamelia. (2013, 2 20). <http://mjeducation.co/profil-universitas-kristen-petra-surabaya/>. Dipetik 2013 20, 2013
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type*. New York: Princeton Architectural Press.
- (2005). Dalam Mulyana, *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Passini, P. A. (1992). *Wayfinding: People, Signs, and Architecture*. Ontario: McGraw - Hill Ryerson Ltd. Reissued as a collector 's edition in 2002 by Focus Strategic Communications, Inc.
- Passini, R. (1984). *Wayfinding in Architecture, Environmental Design Series volume 4*. New York: Van Nostrand Reinhold Company.
- Petra, U. K. (2013, February 20). <http://www.petra.ac.id/tentang-ukpetra/sejarah/yayasan>. Dipetik February 20, 2013
- Sanyoto, S. E. (2009). *Nirmana (Dasar-Dasar Seni dan desain)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wenzel, P. (2004). *Signage Planning Manua*. Huenstetten: Lulu.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wiryanan, M. B. (2008). *Kamus Brand*. Jakarta: Red and White Publishing.