

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sejarah Jakarta

Sejarah Jakarta bermula dari Sunda Kelapa, lalu menjadi kota Jayakarta. Setelah Jayakarta dibumihanguskan oleh Belanda, dari reruntuhannya lahirlah Batavia. Batavia merupakan pusat pemerintahan VOC dan Hindia Belanda. Kini Jakarta adalah ibu kota Republik Indonesia. Hari lahirnya kota Jakarta (21 Juni) adalah hari dimana Fatahillah dan pasukannya berhasil mengalahkan tentara Portugis dari Pelabuhan Sunda Kelapa pada tahun 1527.

Setelah Portugis terusir dari Sunda Kelapa, pelabuhan dan pusat perdagangan rempah-rempah itu berganti nama menjadi Jayakarta, yang artinya kota kemenangan. Kekuasaan atas Jayakarta diserahkan kepada Pangeran Jayakarta (Mulyani, 2011:14). Nama "Jakarta" yang dikenal sekarang lahir dari nama "Jayakarta".

Sunda Kelapa menjadi arena perbutan kekuasaan antarbangsa, seperti Belanda dan Inggris. Karena perebutan kekuasaan ini, J.P Coen membumihanguskan Jayakarta. Lalu dibangun kota Batavia yang merupakan tiruan dari kota Amsterdam. Pada masa itu dibangun kawasan yang sampai kini disebut sebagai Kota Tua. Pada zaman Jepang, nama Jakarta mulai resmi digunakan untuk menggantikan nama Batavia.

Jakarta dikenal sebagai kota pelabuhan yang bercorak internasional. Banyak segi yang berlain-lainan mewarnai sejarah maupun kehidupannya sekarang. Orang dengan latar belakang kebudayaan, warna kulit, dan keyakinan agama yang berbeda-beda bertemu di bandar ini sudah berabad-abad lamanya.

Interaksi seperti itu masih terus berlangsung hingga kini antara penganut berbagai aliran kebatinan dan kepercayaan, antara orang Tionghoa beragama Budha dan Taoisme, orang keturunan Arab dan India beragama Islam, orang Protestan Belanda, orang Portugis Hitam, dan orang beragama katolik.

Di samping itu banyak tentara dan budak-budak pada masa itu yang berasal dari Bali mengisi kampung di sekitar Batavia. Tawanan perang dari Filipina, tukang dari Jawa dan nelayan Banda, semua bertemu di Jakarta pada abad-abad yang silam.

Semua kelompok dan golongan ini yang berperan dalam membangun Jakarta dan masih mengambil bagian dalam kehidupan kota sampai sekarang. Hampir semua orang yang datang dari timur dan barat, meninggalkan jejak mereka. Hal ini yang menciptakan *special flavour of Jakarta* (Heuken SJ, 1997:14).

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

2.2 Sejarah Kota Tua

Selama sejarahnya Jakarta dikenal dengan nama yang berbeda-beda dan bagian tertua dari Jakarta dikenal sebagai Kota. Kota berasal dari bahasa sansekerta yang berarti tempat yang dibentengi. Daerah ini dahulu merupakan bandar Sunda Kelapa yang sibuk dan sejak abad ke-14 berfungsi sebagai tempat penyaluran barang dari dan ke pusat Kerajaan Pajajaran.

Setelah pasukan sultan Demak menyerang dan merebut Sunda Kelapa pada tahun 1527 dari arah Banten dan Cirebon, maka Sunda Kelapa berganti nama menjadi Jayakarta, yang berarti kemenangan sempurna. Tetapi satu abad kemudian, pada tahun 1619 Jayakarta dihancurkan oleh serbuan tentara di bawah pimpinan Jan Pieter Zoon Coen dan Batavia mulai bangkit. Pada masa ini, kota dikenal dengan nama Jakarta. Meskipun orang Belanda berkuasa pada masa penjajahan, hal ini tidak berarti bahwa semua peninggalan bersejarah zaman itu berhubungan dengan mereka. Beberapa peninggalan bersejarah berhubungan dengan orang Pribumi, orang Tionghoa, atau imigran Arab dan India (Heuken SJ, 1997:20).

Kota tua dipenuhi oleh bangunan bersejarah yang potensial menjadi kawasan wisata sejarah. Seperti, Toko Merah, Museum Bank Mandiri, Museum Bank Indonesia, Stasiun Jakarta Kota, Kawasan Kali Besar, Museum Wayang, dan Museum Sejarah Jakarta.

Kawasan ini merupakan tempat sejarah awal berdirinya Kota Jakarta. Sampai saat ini, masih bisa dilihat sisa-sisa bangunan dan jejak-jejak kejayaan masa lalu. Di selatan Pelabuhan Sunda Kelapa, terdapat Benteng Batavia. Pada masa kolonial, benteng ini berfungsi sebagai gudang penyimpanan barang.

Kota Tua Jakarta adalah eksotisme dan roman hidup dari bangunan antik serta komunitas turun-temurun yang masih hidup di sekitarnya. Keindahan arsitektur abad pertengahan masa Baroque-Ricoco hingga Art Deco memenuhi sisa-sisa bangunan lama di kawasan ini.

Sejak abad ke -6 Masehi, kawasan sekitar Glodok-Pancoran, Museum Fatahillah, hingga Pelabuhan Sunda Kelapa adalah jantung nadi perekonomian Nusantara bahkan sampai ke Asia Tenggara. Kejayaan bisnis di Nusantara terekam di pusat kota tua seperti di Jalan Pintu Besar Utara, perkantoran di Jalan Kalibaru Timur, ataupun di wilayah Pinangisia.

Terdapat tempat-tempat bersejarah seperti Museum Bank Mandiri, Museum Bank Indonesia, Jembatan Kota Intan, Gedung Arsip Nasional, Toko Merah, Museum Sejarah Jakarta, Museum Seni Rupa dan Keramik, Museum Wayang, dll.

2.3 Sejarah Museum Sejarah Jakarta

Merupakan sebuah museum yang terletak di Jalan Taman Fatahillah No.1, Jakarta. Juga dikenal sebagai Museum Fatahillah dan Museum Batavia. Museum ini berawal dari Museum Djakarta Lama.

Museum menempati gedung yang dulunya merupakan Balaikota Batavia. Gedung bergaya Belanda barok klasik tersebut dibangun pada zaman kekuasaan Gubernel Jenderal Joan van Hoorn. Dulu berfungsi sebagai balaikota pemerintahan Belanda di Batavia. Pada tahun 1968, diresmikan sebagai Museum Sejarah Jakarta.

2.4 Pariwisata

2.4.1 Pengertian

Wisata (Soetomo, 1994:25) adalah perjalanan keliling selama lebih dari tiga hari, yang diselenggarakan oleh suatu kantor perjalanan di dalam kota dan acaranya antara lain melihat-lihat di berbagai tempat atau kota baik di dalam maupun di luar negeri.

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Wisata mengandung dua unsur yaitu : (1) Kegiatan perjalanan, (2) Dilakukan secara sukarela, (3) Bersifat sementara, (4) Perjalanan itu bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

2.4.2 Bentuk - Bentuk Pariwisata

1. Menurut asal wisatawan

Pertama – tama perlu diketahui apakah asal wisatawan dari dalam maupun dari luar negeri. Kalau asalnya dari dalam negeri sendiri berarti bahwa sang wisatawan ini hanya pindah tempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri selama ia mengadakan perjalanan, maka ini dinamakan pariwisata domestik. Sedangkan kalau ia datang dari luar negeri dinamakan pariwisata Internasional (Yoeti, 1996:116).

2. Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi wisatawan, ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warganegara ke luar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya, ini disebut pariwisata pasif.

3. Menurut jangka waktu

Kedatangan seorang wisatawan di suatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung pada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh suatu

negara untuk mengukur panjang atau pendeknya waktu yang dimaksud.

4. Menurut Jumlah Wisatawan

Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlah wisatawan yang datang, apakah wisatawan itu datang sendiri, atau dalam suatu rombongan. Maka timbul istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

5. Menurut alat angkut yang dipergunakan

Kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan mobil, tergantung apakah sang wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta api, atau mobil.

6. Menurut alasan dan tujuan perjalanan

Kategori ini dibagi menjadi *business tourism* (tujuan usaha dan bisnis), *vacation tourism* (tujuan berlibur), *education tourism* (tujuan studi).

2.5 Desain

2.5.1 Dasar Desain Komunikasi Visual

Desain adalah suatu disiplin atau mata pelajaran yang tidak hanya mencakup eksplorasi visual, tetapi terkait dan mencakup pula dengan aspek-aspek seperti kultural-sosial, filosofis, teknis dan bisnis (Safanayong, 2006:2).

Komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang terjadi antara dua pihak, untuk mendapatkan pengertian yang sama mengenai hal yang sama.

Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada yang lain. Komunikasi adalah esensi dan dasar dari hal-hal persuasi, perubahan sikap, dan tingkah laku serta sosialisasi melalui transmisi informasi (Safanayong, 2006:10).

Kegiatan desain merupakan proses pemecahan masalah, metoda kreatifitas, dan evaluasi bentuk interdisiplin dengan bidang-bidang lain. Fungsi desain komunikasi visual atau desain grafis adalah untuk memberitahu atau memberi informasi (*to inform*), memberi penerangan (*to enlighten*), untuk membujuk (*to persuade*), dan untuk melindungi (*to protect*).

Melalui fungsi-fungsi tersebut, desain menyampaikan pesan melalui sebuah bentuk visual maupun tulisan. Bagaimana kita melihat melalui proses visual, yang tahapannya untuk merasakan, untuk menseleksi, untuk memahami.

Untuk mencapai proses pemahaman akan pesan yang disampaikan, kita harus mengerti apa yang diseleksi, untuk memproses suatu *image*, dan berkonsentrasi pada subyek dengan maksud untuk mencari makna dan tidak sekedar observasi.

Selain aspek visual dari hasil akhir karya desain, desainer harus melalui proses pemilihan material, teknik cetak dan finishing, dan manual desain. Manual

desain adalah bagian yang tidak terpisah dari aspek teknis atau pragmatis dan harus menjadi pertimbangan penting dari proses kreatif sebuah karya, fokus pada apa, kapan dan mengapa desain grafis, selain bagaimana, dimana, dan siapa.

Untuk sampai membentuk persepsi di masyarakat, desain grafis melalui proses konsep desain terlebih dahulu. Dengan menentukan tujuan dari desain tersebut, siapa target sasaran nya, apa pesan yang ingin disampaikan, bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut, dimana, kapan, dan di media apa desain itu akan dilihat.

2.5.2 Prinsip Desain

1. Simetri

Simetri adalah dua atau lebih unsur rupa yang sama dan diletakkan sejajar atau berdekatan serta di antara unsur rupa tersebut mengandung kesamaan/kemiripan (Sachari, 2007:122).

2. Irama

Irama adalah kesan bergerak sebuah garis, warna, atau bentuk, baik secara berulang maupun dinamis, sehingga secara keseluruhan tidak monoton.

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

3. Keseimbangan

Keseimbangan adalah penempatan unsur rupa dalam satu bidang baik secara beraturan maupun acak yang menekankan aspek keseimbangan komposisi unsur-unsur rupa di dalamnya (warna, bidang, dan bentuk).

4. Harmoni

Harmoni adalah suatu pola rupa yang ditempatkan dalam satu bidang dan mengutamakan aspek keselarasan antarunsur di dalamnya.

5. Kesatuan

Kesatuan adalah paduan dari berbagai unsur rupa yang membentuk sebuah konsep ketautan dan pengikatan sehingga menimbulkan kesan satu bentuk yang mengikat antara satu dengan yang lainnya secara baik.

2.5.3 Prinsip Layout

Prinsip dasar layout adalah juga prinsip dasar desain grafis, antara lain : *sequence*/urutan, *emphasis*/penekanan, *balance*/keseimbangan, *unity*/kesatuan. Tugas desainer grafis adalah menyampaikan pesan-pesan kepada *target audience* melalui suatu karya grafis. Di dalam suatu karya grafis, besar kemungkinan tidak hanya memuat satu atau dua pesan saja.

Perlu diatur urutan yang mana dulu informasi yang harus dilihat pembaca, yang mana yang kedua, ketiga, dan seterusnya. Ini yang disebut dengan *sequence*

urutan. Kita membuat prioritas dan mengurutkan dari yang harus dibaca pertama sampai ke yang hboleh dibaca belakangan.

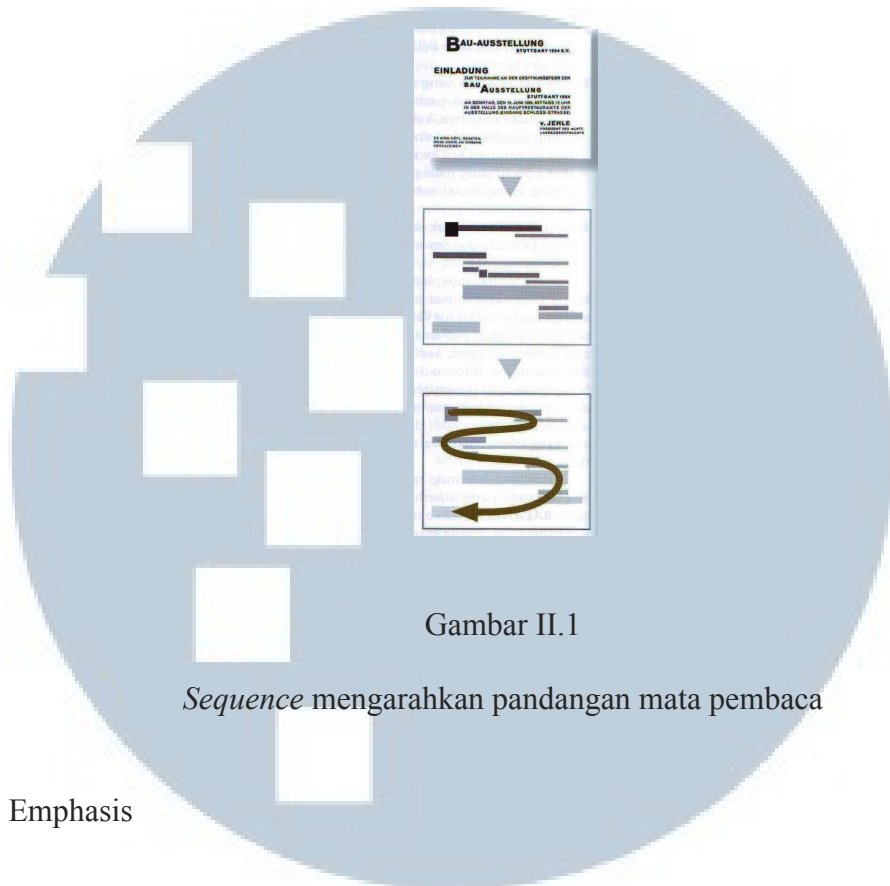
Mengapa perlu *sequence*? Karena bila semua informasi ditampilkan sama kuatnya, pembaca akan kesulitan menangkap pesannya. Dengan adanya *sequence* akan membuat pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan matanya sesuai dengan yang kita inginkan.

Sequence dapat dicapai dengan adanya *emphasis*/penekanan. *Emphasis* yang paling kuat sehingga menjadi pusat perhatian/*vocal point/point of interest*. Selain kedua prinsip tersebut, ada lagi yang perlu diperhatikan, yaitu *balance* atau keseimbangan. Pembagian berat yang merata pada suatu bidang layout. Pembagian berat yang merata bukan berarti seluaruh bidang layout harus dipenuhi dengan elemen, tetapi lebih pada menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen-elemen yang dibutuhkan (Rustan, 2008:74).

Supaya sebuah layout memberi efek yang kuat bagi pembacanya, ia harus mempunyai kesan *unity*/kesatuan. Prinsipnya sama dengan kesatuan antara elemen-elemen desain. Teks, gambar, warna, posisi, *style*, dan lainnya. Semua elemen harus saling berkaitan dan disusun secara tepat.

1. Sequence

Orang membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah. Karena itu pada materi-materi publikasi, urutan/alur pembacaan kebanyakan didesain berdasarkan kecenderungan tersebut.



Gambar II.1

Sequence mengarahkan pandangan mata pembaca

2. Emphasis

Salah satu bentuk *emphasis* adalah kontras. Kontras tersebut bertujuan untuk membangun *sequence*. Ada bermacam-macam cara menciptakan kontras, bisa lewat ukuran, posisi, warna, bentuk, konsep yang berlawanan.

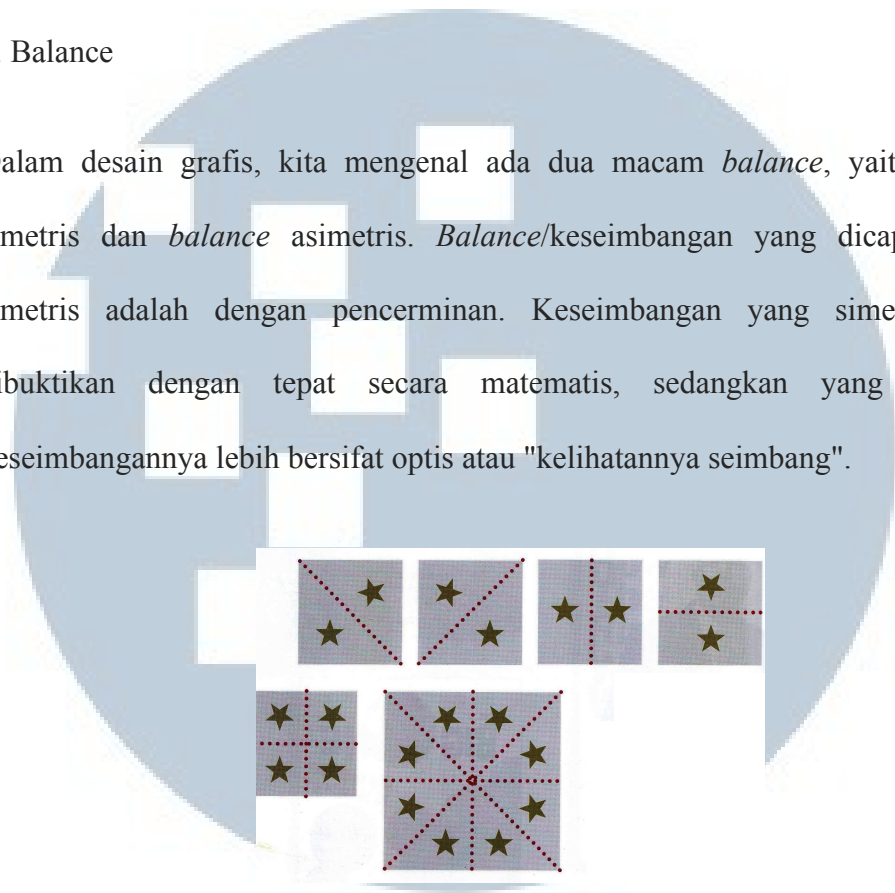


Gambar II.2

Emphasis diciptakan lewat kontras

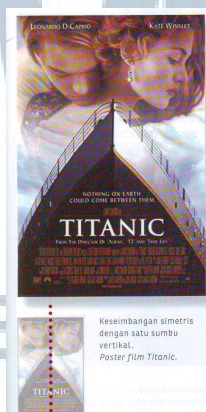
3. Balance

Dalam desain grafis, kita mengenal ada dua macam *balance*, yaitu *balance* simetris dan *balance* asimetris. *Balance*/keseimbangan yang dicapai secara simetris adalah dengan pencerminan. Keseimbangan yang simetris dapat dibuktikan dengan tepat secara matematis, sedangkan yang asimetris keseimbangannya lebih bersifat optis atau "kelihatannya seimbang".



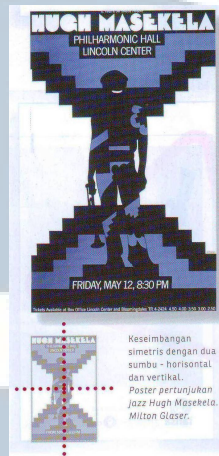
Gambar II.3

Balance simetris dan asimetris



Gambar II.4

Balance simetris dengan satu sumbu vertikal



Gambar II.5

Balance simetris dengan dua sumbu horisontal dan vertikal

3. Unity

Unity tidak hanya berarti kesatuan dari elemen-elemen yang secara fisik kelihatan, namun juga kesatuan antara yang fisik dan *non*-fisik yaitu pesan/komunikasi yang dibawa dalam konsep desain tersebut.

Dalam sebuah perusahaan, antara karya desain yang satu dengan yang lainnya sebaiknya mempunyai sebuah kesamaan/sistem desain. Kesamaan tersebut bisa lewat warna, tipografi, dan elemen-elemen desain lainnya. Tujuannya untuk mengesankan perusahaan yang solid dan menunjang *brand awareness* di masyarakat terhadap perusahaan atau produk tersebut.



Gambar II.6

Semua elemen, jenis huruf, warna, gaya ilustrasi, keseimbangan, menunjang pesan yang ingin disampaikan oleh m&m

2.5.4 Teori Warna

Warna berada dimana-mana, manusia dapat menangkap warna melalui penglihatan. Setiap orang melihat warna yang sama, ada juga yang melihat warna dalam versi yang berbeda dari yang dilihat oleh mayoritas. Tetapi pada umumnya, mata bekerja pada cara yang sama dan memberikan respon yang sama kepada sistem visual setiap orang.

Umumnya, ada dua macam warna pada identitas visual (Fraser, 2004:10) yaitu warna pada logo dan warna untuk *corporate color* / warna perusahaan. Adakalanya *corporate color* yang digunakan dalam aplikasi-aplikasi desain menggunakan warna yang sama dengan warna pada logo, namun ada juga yang memperluas jangkauan area warnanya.

Daftar Makna Warna

Abu-abu : dapat diandalkan, keamanan, elegan, rendah hati, rasa terhormat, stabil, kehalusan, bijaksana, masa lalu, bosan, kebusukan.

Putih : rendah hati, suci, netral, tidak kreatif, masa muda, bersih, netral, cahaya, pengharapan.

Hitam : klasik, baru, ketakutan, depresi, kemarahan, kematian, kecerdasan.

Merah : perayaan, kekayaan, naib baik, suci, tulus, perkawinan, perkabungan, setan, gairah, kuat, energi.

Biru : laut, manusia, produktif, isi dalam, langit, kesatuan, harmoni, damai, tenang, percaya.

Kuning : sinar matahari, gembira, bahagia, tanah, optimis, cerdas, idealisme, kaya, musim panas.

Memilih warna bagi suatu identitas bukan berdasarkan selera, atau asal tebak. Karena belum tentu warna yang kita sukai adalah warna yang paling sesuai dengan kepribadian entitas tersebut. Karena itu memilih warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam mendesain identitas visual (Rustan, 2009:72).

2.5.5 Legibility dan Readability

Huruf atau layout yang sudah didesain dengan perhitungan yang sangat akurat dan dibentuk dengan sangat indah belum tentu menjamin efektifitasnya sebagai penyampai pesan. Ada faktor terakhir yang menjadi penentu segalanya, yaitu Faktor Optis. Singkatnya, menurut ilmu psikologi tentang persepsi : objek atau peristiwa ditangkap oleh indera, data yang diterima diteruskan oleh sistem syaraf ke otak, lalu otak menerjemahkan informasi tersebut menjadi pengertian.

Penilaian terhadap tipografi adalah melalui indera penglihatan, karena itu diharapkan desainer betul-betul memahami hal ini supaya pesan yang disampaikan dimengerti secara tepat oleh *audience* yang membacanya.

Legibility (Rustan, 2011:74) berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan masing-masing huruf/karakter. *Legibility* menyangkut desain/bentuk huruf yang digunakan. Suatu jenis huruf dikatakan *legible* apabila masing-masing huruf/karakter-karakternya mudah dikenali dan dibedakan dengan jelas satu sama lain. *Readability* berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks. Teks yang *readable* berarti keseluruhannya mudah dibaca. Apabila *legibility* lebih membahas kejelasan karakter satu-per-satu, *readability* tidak lagi menyangkut huruf/ karakter satu-per-satu, melainkan keseluruhan teks yang telah disusun dalam suatu komposisi.

Legibility bisa menciptakan *readability* karena biasanya kalau kita mudah membedakan masing-masing karakter, maka keseluruhan teks akan lebih mudah

dibaca. Namun adakalanya suatu teks yang *legible* tidak *readible*. Contohnya, bila masing-masing huruf/karakternya jelas, mudah dikenali dan dibedakan, tapi disusun dalam komposisi vertikal, terbalik-balik, pemenggalan yang tidak benar, terlalu berdesak-desakan, atau kondisi lain yang membuat keseluruhan teks sulit dibaca.

2.6 Sign System

Dilihat dari bahasanya, *Sign System* berasal dari kata *Sign* dan *System*. *Sign* berarti tanda atau lambang dan *system* berarti aturan/sistem/susunan. Dengan kata lain, *sign system* dapat pula diartikan sebagai sistem penanda. *Sign System* bertujuan sebagai sistem pemberitahuan/penunjuk, peringatan dan larangan. *Sign System* dapat memberi arahan, petunjuk atau informasi dan menambah kesan estetik terhadap lingkungan.

Sign System mampu menciptakan *public image* yang mudah untuk dikenali serta unik sehingga sapat bertahan dalam memori masyarakat dalam waktu yang lama. Fungsi *Sign System* adalah memberikan informasi, mengarahkan, dan mengidentifikasi sesuatu agar orang dapat merasa aman dan nyaman di dalam suatu tempat, baik itu karena mematuhi peraturan dan peringatan yang ada, maupun karena mereka dapat mengetahui kearah mana yang dituju. *Information Design* (O'Grady, 2008:19) merujuk pada organisasi dan presentasi data : perubahan kepada informasi yang berguna dan berharga.

Sign System (Calori, 2005:70) berfungsi sebagai penyedia informasi,

untuk mengkomunikasikan informasi kepada orang tentang lingkungan. Sebuah sign berisi konten informasi yang hendak dikomunikasikan, dan berhubungan dengan dimana sign tersebut diletakkan.

Jenis - jenis sign system :

Identification Signs (Ditempatkan untuk mengidentifikasi tentang tempat tujuan atau lokasi dari lingkungan, memberikan informasi "*you have arrived*" di tempat tujuan. *Identification sign* berisi tentang nama tempat tujuan dan lokasi.)

Directional Signs (Ditempatkan di sebuah tempat untuk menuntun orang sampai ke tempat tujuan yang berada di lingkungan sekitar, *directional sign* merupakan *wayfinding sign* karena membantu orang untuk mencapai destinasi tujuan. Berupa petunjuk arah, seperti kiri, kanan, lurus, dan sebagainya.

Warning Signs (Befungsi sebagai pengingat kepada orang atau sebagai *safety procedure* di lingkungan. Contohnya *sign* tentang tenaga listrik tinggi.)

Regulatory and prohibitory Signs (Befungsi sebagai larangan kepada kebiasaan atau perilaku orang. Contohnya *sign* dilarang merokok.)

Operational Signs (Befungsi untuk memberikan penjelasan tentang kegunaan dan operasi dari lingkungan. Contoh *Operational Signs* adalah *directionie* atau peta, *sign* jam operasi.)

Honorific Signs (Berupa *sign* tentang penghormatan kepada seseorang, dan *sign* di sebuah gedung yang menampilkan nama developer dan arsitek.)

Interpretive Signs (Membantu orang untuk memahami makna dari lingkungan dan tempat disekitarnya, dengan menyediakan informasi dari sejarah tempat, geografi, penghuni, artefak, dan sebagainya).

Ada empat syarat dalam perancangan *sign system*, yaitu :

1. Mudah dilihat

Untuk *sign system indoor* (di dalam ruangan), *sign* harus ditempatkan dengan pertimbangan, di dalam ruangan yang sering dilalui banyak orang, tetapi harus tetap dapat mudah diakses.

2. Mudah dibaca

Pertimbangan jenis huruf harus berdasarkan kebutuhan *sign* sendiri yang sesuai dengan lingkungan *enviromental* dimana *sign* akan diletakkan, agar informasi dapat terbaca dengan jelas.

3. Mudah dimengerti

Sign System harus mudah dimengerti, dengan informasi tulisan yang singkat dan mudah dipahami pengunjung dari berbagai kalangan.

4. Dapat dipercaya

Informasi yang terdapat pada *sign system* harus akurat dan dapat dipercaya sehingga tidak menyulitkan pengunjung.

Perancangan *sign system* harus disesuaikan dengan lingkungan sekitar. *Sign system* yang baik harus memiliki nilai fungsional yang dapat memberikan informasi. *Sign system* juga harus memiliki satu identitas yang menyeragamkan antara sign satu dengan *sign* lainnya (di dalam bentuk, material, warna, dan detail) di dalam satu bangunan atau daerah tertentu. Dan bila ada variasi di dalam *sign system*, perlu diperhatikan agar variasi tersebut tidak menimbulkan kekacauan visual.

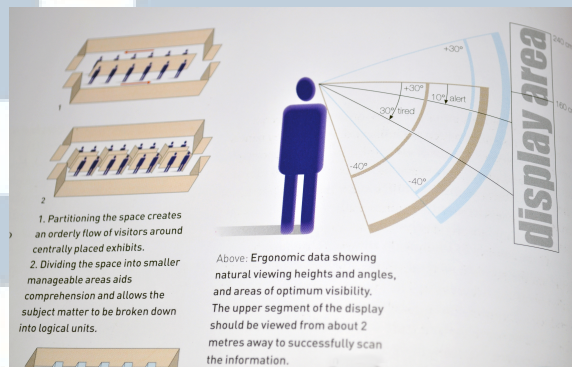
2.7 Ergonomic In Design

Ergonomic berasal dari bahasa Yunani yaitu ergo yang berarti kerja atau aktifitas fisik dan nomos yang berarti hukum. Dengan demikian, *ergonomic* dimaksudkan sebagai disiplin keilmuan yang mempelajari manusia dengan kaitannya dengan pekerjaannya. Maksud dan tujuan dari disiplin *ergonomic* adalah mendapatkan suatu pengetahuan yang utuh tentang permasalahan interaksi manusia dengan teknologi dan produk-produknya, sehingga dimungkinkan adanya suatu rancangan sistem yang optimal (W.Soebroto, 2011:1).

Disiplin *ergonomic* khususnya yang berkaitan dengan pengukuran dimensi tubuh manusia telah menganalisa, mengevaluasi, dan membakukan jarak jangkauan yang memungkinkan rata manusia untuk melaksanakan kegiatannya dengan mudah dan gerakan-gerakan yang sederhana.

Pertimbangan *ergonomic* sangat penting dalam *exhibition design*, untuk memproduksi *mock up* dari panel dahulu, sebelum membangun desain terlalu

jauh. Hal ini dapat membantu desainer untuk memeriksa efektivitas dari ukuran, tinggi, judul, teks, dan *caption*. Kondisi penerangan juga harus dipertimbangkan, karena penerangan menentukan *legibility*.



Gambar II.7

Jarak Pandang dan keterbacaan

2.8 Antropometri

Perancangan peralatan harus mempertimbangkan kaidah-kaidah ergonomi. Rancangan peralatan dan stasiun kerja yang ergonomis bertujuan agar orang yang menggunakan atau memakai alat tersebut merasa nyaman serta terjamin keamanannya. Rancangan peralatan harus sesuai dengan dimensi tubuh manusia yang berpedoman kepada dimensi tubuh dan proporsi orang yang menggunakan peralatan tersebut.

Antropometri merupakan ilmu yang mempelajari tentang dimensi tubuh dan karakteristik fisik tubuh lainnya yang relevan dengan dengan desain tentang sesuatu yang akan dipakai orang (Purnomo, 2013:2). Dengan mengetahui ukuran

dimensi tubuh pekerja, dapat dibuat rancangan peralatan maupun produk yang sesuai dengan dimensi tubuh manusia sehingga menciptakan kenyamanan, kesehatan, dan keselamatan. Data tentang ukuran tubuh manusia (data antropometri) menjadi penting dalam perancangan peralatan maupun produk.

Jenis-jenis metode pengukuran dimensi tubuh manusia :

1. Pengukuran yang sifatnya statis atau diam yang mencakup pengukuran seluruh bagian tubuh dalam posisi standar dan diam baik dalam posisi berdiri maupun duduk.
2. Pengukuran yang sifatnya dinamis diukur dalam kondisi adanya pergerakan.

Setiap ukuran tinggi dan dimensi badan manusia berbeda-beda. Rancangan peralatan antara satu negara dengan negara lain perlu disesuaikan dengan data antropometri dari negara yang menggunakan rancangan tersebut.

2.9 Segmentasi Pasar

Definisi segmentasi pasar adalah memecah pasar menjadi pasar yang kecil dengan adanya perbedaan kebutuhan, karakteristik, atau sifat. Sehingga membutuhkan masing-masing strategi marketing yang berbeda. Segmentasi (Amstrong, 2010:13) merupakan aktivitas untuk membagi-bagi pasar menjadi beberapa *market segment*, setiap *market segment* memiliki kelompok dan preferensi yang sama. Pasar dibagi berdasarkan kriteria *geographic*, *demographic*, *phycographic*, dan *behavioral*.