

Skema Perancangan *Wayfinding* – *Signage* bagi Desain Komunikasi Visual

Mochamad Ficky Aulia

Desain Komunikasi Visual Universitas Nusaputra Sukabumi

Jl. Raya Cibolang No.21, Cibolang Kaler, Kec. Cisaat, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ficky.aulia@nusaputra.ac.id

Abstrak. Desain Informasi merupakan salah satu pondasi dasar dalam keilmuan Desain Komunikasi Visual. Muatan materinya memiliki tingkat kegunaan yang tinggi baik di tingkat isui kuantitatif maupun kualitatif. Di antara tersebut salah satu muatannya adalah Desain *Wayfinding* atau terkenal dengan istilah *Environmental Graphic Design* (EGD), yang juga menurunkan klasifikasi *Signage* di dalamnya. Eksklusivitas keilmuan ini terletak bagaimana ia memerankan informasi melalui serangkaian teks dan simbol visual (berupa ikon) namun terkemas dalam penyederhanaan bentuk hingga mencapai tingkat efektivitas bagi para pengakses. Di dalam konteks tujuan yang lebih besar, EGD sekaligus berkemampuan untuk menghadirkan suatu nilai citra yang dibutuhkan oleh lembaga terkait dalam menerapkan identitas visual di dalam unsur informasinya. Melalui metode kualitatif dan pendekatan *problem based learning* yang dilakukan secara berjenjang dan konsisten selama tiga tahun, tulisan ini merupakan hasil dari penelitian dalam pembelajaran yang berbuah suatu metode yang dibutuhkan secara general namun sekaligus adaptif bagi para peserta didik, di dalamnya memuat penjelasan spesifik dari apa yang telah dirancang oleh penulis mengenai sebuah skema perancangan *wayfinding*. Skema yang termaksud yaitu mengenai sebuah upaya penulis dalam menerapkan sebuah alur sistematis proses terkait *wayfinding* yang diperuntukkan bagi para peserta didik DKV, yang di dalamnya diperoleh dari hasil pengadaptasian pola *Design Thinking*, 5W2H, dan metode yang digunakan oleh Chriss Calori & Vanden.

Kata kunci: Desain Komunikasi Visual, *Design Thinking*, Desain Grafis Lingkungan, Skema Perancangan, *Wayfinding*

Abstract. Information design is one of the fundamental pillars in the field of visual communication design. Its content holds a high level of utility in both quantitative and qualitative aspects. Among them is the discipline of wayfinding design, also known as environmental graphic design (EGD), which encompasses the classification of signage. The exclusivity of this field lies in how it portrays information through a series of textual and visual symbols (in the form of icons), while packaged in simplified forms to achieve effectiveness for its users. In a broader context, EGD also has the ability to present the desired image value required by relevant institutions in implementing visual identity within their informational elements. Through a qualitative methodology and a project-based learning approach, conducted progressively and consistently over three years, this paper represents the result of research in learning that yielded a method that is both general and adaptive for participants. It includes specific explanations of what the author has designed regarding a wayfinding design scheme. The scheme in question relates to the author's efforts to implement a systematic process flow for wayfinding intended for Visual Communication Design (DKV) students. The approach is derived from the adaptation of design thinking patterns, 5W2H, and methods used by Chriss Calori and Vanden.

Keywords: *Environmental Graphic Design*, *Design Scheme*, *Design Thinking*, *Visual Communication Design*, *Wayfinding*

Pendahuluan

Desain Komunikasi Visual (DKV), merupakan salah satu keilmuan yang mampu beradaptasi dalam berbagai sektor – seperti industri, masyarakat hingga terorientasi pada kebutuhan proyeksi yang sangat spesifik dan terhubung dengan keilmuan lainnya sebagai bentuk proses dari sebuah perancangan. Dalam sebuah realitas keseharian, fungsinya bisa sebagai alat penyelesaian masalah dalam berbagai urgensi kebutuhan manusia hingga dianggap sekadar alat hiburan personal. Dalam konteks yang serius, keilmuan DKV teriris menjadi beberapa dimensi, di antaranya bergerak dalam area: informasi & instruksi, identitas dan identifikasi, serta sebagai sarana persuasi (dalam skala produk, kandidat & ideologikal). Tubuh keilmuannya bergerak secara dinamis dengan mengamati berbagai aspek kebutuhan, terutama dalam melayani kebutuhan para pengguna.

Desain Informasi merupakan salah satu keilmuan yang kurang mendapat perhatian, baik dalam sebuah kajian pendidikan di Indonesia, maupun sebagian besar perusahaan yang masih dianggap bukan sesuatu yang krusial. Hal tersebut dikarenakan bahwa desain informasi masih dianggap oleh segelintir masyarakat Indonesia sebagai sesuatu yang tidak terlalu penting. Seperti apa yang diungkap oleh (Sachari dan Sunarya 2000) bahwa desain masih merupakan hal yang ‘tak disadari’ (*unconscious activity*). Efeknya, ini akan dianggap bukan atau tak perlu melalui cara kerja yang profesional, sekalipun memiliki nilai manfaat bagi sebuah lembaga dan para pengguna. Tujuan Desain bukan sebagai objek penghayatan yang berlarut-lurut, melainkan diletakkan pada aspek nilai fungsionalitasnya.

Kathryn Coates & Andy Ellison melalui (Armayuda dan Baskoro 2022) menyebut bahwa Desain Informasi merupakan mengenai upaya pendefinisian, perencanaan, dan pembentukan konten suatu pesan serta terhubung dengan lingkungan di mana konten tersebut ditampilkan, yang bertujuan agar memenuhi kebutuhan informasi dari penerima yang dituju. Diurai kemudian dalam sumber tertulis yang sama oleh desainer Australia, Vince Frost, bahwa Desain Informasi ialah mengenai pengorganisasian dan penampilan informasi, pesan ataupun cerita hierarki yang terstruktur. Definisi lainnya diutarakan oleh Lembaga komunikasi Kanada, Society For Technical Communication disebutkan bahwa Desain Informasi merupakan upaya penerjemahan, dari data yang kompleks, tidak beraturan dan tidak terstruktur, menjadi informasi yang bernilai dan bermakna.

Katz (2012) memilah kebutuhan desain informasi berdasarkan isu kuantitatif dan kualitatif, desain Informasi dapat menghasilkan beragam jenis output media, seperti visualisasi penyederhanaan data pada kuantitatif yang terhubung dengan angka/statistik: sensus, penskalaan, jarak, data barang/objek, nilai penghasilan & pengeluaran, pengkomparasian antar nilai, per kapita, rasio perubahan, pengukuran dan proporsi, dan masih banyak lagi termasuk untuk display angka dan hasil akhir dari sebuah pertandingan olah raga. Sedangkan dari kebutuhan kualitatif dapat menyentuh aspek: profil, infografis tentang kualitas dari sebuah objek, visualisasi organ tubuh, kecenderungan habitual, instruksional pada lembaran alat elektornik, kronologi, point of view, sebagai alat penavigasian. dan masih banyak lagi.

Yang menjadi fokus kali ini ialah tentang bagaimana *Wayfinding* atau *Environmental Graphic Design (EGD)* sebagai salah satu irisan dari desain informasi (area kualitatif). (Chris Calori dan Vanden 2015) menjelaskan bahwa EGD berfungsi sebagai alat komunikasi yang menginformasikan makna melalui kata, simbol, diagram, dan gambar, melalui komunikasi yang diungkapkan. Lebih dari itu, EGD mengenai bagaimana para pengguna mengalami suatu nilai dalam sebuah lingkungannya. Desain yang dirancang dengan baik tidak hanya memenuhi fungsi komunikasi mereka untuk menginformasikan, mengarahkan, dan mengidentifikasi tetapi juga berfungsi untuk meningkatkan kualitas estetika dan psikologis suatu lingkungan. Hal ini

menunjukkan bahwa pengalaman pengguna ialah sesuatu yang kemudian dianggap menjadi penting, bagaimana informasi diproses menjadi sebuah kesan. Imbasnya dapat menumbuhkan citra yang baik bagi lembaga tersebut, sebagai penyedia layanan yang memiliki kepedulian dalam balutan image tertentu.

Dalam buku *Proyek Desain: Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia* (ADGI dan lainnya, 2020) menyatakan bahwa penciptaan nilai sebagai upaya dari pemecahan masalah. Konteks kebutuhan *wayfinding* dan *signage* sangat luas, dari urusan negara yang terkait dengan sistem informasi baik dipergunakan dalam kebutuhan kewilayahan, alur jalan dan berbagai informasi lainnya, juga pada area di sebuah instansi yang erat kaitannya dengan arsitektural, hingga memasuki konteks yang lebih spesifik, seperti kebutuhan dalam suatu event. Dalam keilmuan DKV, yang dikemukakan di atas merupakan sebuah masalah itu sendiri bagi para peserta didik yang sedang menempuh proses perancangan *wayfinding-signage*. Apa yang dialami oleh peserta kelas ialah seputar metodologi yang sebelum tiga tahun terakhir tak tersedia dalam proses pembelajaran. Di luar itu, tidak banyak ditemukan secara khusus secara literatur terkait metode perancangan *wayfinding-signage*. Bagi penulis, masalah ini mendorong secara konstruktif untuk membuka suatu metodologi yang ditata sedemikian rupa sebagai upaya pemecahan masalah terkait pembelajaran.

Upaya penulisan ini ialah mengenai bagaimana permasalahan dan solusi atas kebutuhan tersebut dapat bekerja secara terstruktur & sistematis melalui sebuah skema sebagai panduan bagi para peserta didik DKV dalam merancang desain grafis lingkungan. Fokus proyeksinya diperkecil pada suatu area instansi yang memuat kebutuhan pengguna terkait. Tujuannya agar para peserta didik DKV dapat mengolah rancangan secara efektif baik dalam tataran riset, pengolahan ide & konsep, rancangan hingga pengimplementasiannya. Sedikitnya penulis mencoba meramu langkah-langkah tersebut melalui sejumlah teori sederhana yang mudah diingat dan dikerjakan oleh peserta didik, serta dapat secara adaptif dapat diolah dan dikembangkan melalui proyeknya masing-masing.

Metode

Melalui penelitian kualitatif dan bersandar pada teknik pengajaran *problem based learning*, di mana proses pembelajaran berbasis proyek ini menurut Akhriuddin dan Ibrohim (2020) dalam (Indrawijaya dan Siregar 2022) yaitu memberlakukan proses belajar yang meramu ide-ide pembelajaran dengan dukungan teori yang komprehensif, yakni melalui pengolahan pengetahuan hasil kerja kognitif dengan melakukan suatu aktivitas, meliputi keterampilan dan sikap ilmiah, hingga diharapkan mampu mengkonstruksi pengetahuan yang dimilikinya dan memiliki makna dengan pengalaman yang nyata.

Tujuan model pembelajaran *Problem Based Learning* bagi Tan (2003) dicatat bahwa sifatnya menantang dan mengasah kemampuan berpikir kritis, kemandirian belajar, keterampilan menggali informasi, pembelajaran kolaboratif dan tim, reflektif dan evaluative (Poerwati, Cahaya, dan Suryaningsih 2021).

Proses penelitian dilakukan pada program studi DKV di Universitas Nusa Putra dalam ruang pembelajaran mata kuliah Desain Informasi (DKV 1) di setiap semester gasal. Proses pengumpulan data diperoleh dari proses belajar mengajar, diskusi, tugas, hingga ketercapaiannya dalam level Tugas Akhir. Di mana peserta didik mampu menghadirkan data dan informasi secara terstruktur sebagai landasan bagi proses perancangan.

Melalui pendekatan *Problem Based Learning*, diharapkan menjadi suatu pengalaman silang terpadu bagi pengajar dan peserta didik di kelas dalam menerapkan skema sebagai

alternatif dari proses perancangan desain grafis lingkungan (*Environmental Graphic Design* atau kerap disebut *wayfinding*).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Melalui sejumlah proses pembelajaran yang meliputi pematerian, diskusi, tugas proyek dan proses asistensi yang dilakukan lebih kurang selama tiga tahun di setiap semester gasal, nyatanya cukup mampu membuka suatu argumen bahwa terdapat beberapa alasan yang menuntun penulis untuk dapat melahirkan sebuah skema perancangan *wayfinding* yang dimaksud, di antaranya: keterbutuhan mahasiswa dalam mencari sebuah alur dalam proses perancangan agar terhubung dengan suatu isu permasalahan terkait informasi yang turut melibatkan beberapa aspek seperti citra perusahaan, keruangan, desain media informasi, periklanan hingga kebutuhan pengguna dalam menyerap informasi dan pengaksesan. Kemudian dari sejumlah tataran teoretis baik berupa metode penelitian maupun perancangan yang disampaikan di dalam ruang kelas yang serba terbatas, tidak seluruh peserta didik mampu menyerap informasi secara total. Maka perlu adanya pengantar lanjutan yang dikemas secara metodis agar dapat memandu kinerja peserta didik dalam proses pembelajarannya, termasuk alasan terbentuknya muatan tulisan ini.

Basis perancangan skema akan diletakkan terhadap ruang perkuliahan dengan pendekatan *problem based learning*, yang mana di dalamnya menurut (Nurfitriyanti 2016) bahwa terdapat tiga tahap pembelajaran, yaitu: eksplanasi, terkait membaca dan diskusi. Kedua terkait dengan analisis, sintesis dan refleksi. Dan ketiga ialah membentuk proyek kolaboratif. Melalui ketiganya para peserta didik diarahkan untuk menjalankan proyeksi melalui tahap-tahap tersebut. Melalui cara-cara ini, terjalin sebuah cara kerja yang elaboratif dalam upaya pemecahan masalah sebagai orientasinya.

Hasilnya, para peserta didik mampu berkerja secara sistematis dalam mengerjakan proyeksi *Wayfinding*. Tentu skema tersebut bukan satu-satunya dorongan pembelajaran, melainkan juga dipandu atas media pembelajaran dan aktivitas lainnya. Tapi setidaknya melalui skema tersebut, sejumlah peserta didik mengalami progres pengerjaan terbilang jauh lebih bisa menata setiap tahap dalam proyeksinya sendiri. Secara komparatif ketercapaian ini dapat dipantau melalui beberapa tahun sebelumnya, di mana peserta didik belum mendapatkan wacana studi terkait metodologi perancangan *wayfinding*.

Tentu skema yang disajikan ialah bukan sebagai bentuk penawaran yang absolut, maka dari itu perlu adanya pendekatan kualitatif lanjutan agar permasalahan yang terkaji mampu terus diatasi secara adaptif, sehingga memunculkan metode-metode lainnya bagi berbagai subdesain informasi. Kemudian bukan berarti tanpa masalah di tahap selanjutnya. Justru ini membuka permasalahan eksternal, nyatanya dalam tataran realitas – baik di skala perusahaan maupun masyarakat, desain *wayfinding* sulit untuk diimplementasikan secara nyata. Sekalipun permasalahan terkait *wayfinding* adalah hal yang penting, namun kesadaran akan kebutuhan sistem dan desain informasi yang terhubung dengan citra dalam sebuah perusahaan kerap kali ditemui tidak dalam kategori baik dan benar, bahkan di beberapa tempat belum menyediakannya. Ini dapat dikritisi dari sisi permasalahan seputar bentuk desain *wayfinding & signage* (*frame, font & ikon*), keterhubungannya dengan audiens, penempatan, hingga keterbacaan.

Ada banyak faktor eksternal dalam permasalahan tersebut, seperti modal, atau bukan ditangani (dirancang) orang di bidangnya, atau menginginkan serba praktis dengan membeli barang jadi, kesediaan lembaga sebagai wadah proyeksi, sampai ketidakpedulian lembaga

dalam memposisikan diri dengan penuh keempatian sebagai penyedia/pelayan kebutuhan ruang dari pengguna. Dalam kasus pembelajaran di kelas, beberapa masalah dapat diselesaikan secara nyata, namun beberapa sisanya yang terbilang sulit, akhirnya proses perancangan berjalan melalui cara lainnya, yaitu diselesaikan dengan cara *mock up*.

Di luar permasalahan eksternal kemudian, setidaknya tahapan-tahapan tersebut masih tetap dalam upaya pembangunan kreativitas para peserta didik melalui salah satu alur skema. Yang mana para peserta didik mampu bekerja secara eksklusif di habitatnya – sebagai wacana metodologis di ruang pendidikan. Tanpa studi yang komprehensif kita bahkan tidak tahu arah orientasi lembaga dalam membangun institusi Pendidikan dengan segala aktivitas pembelajarannya. Untuk itu jurnal ini akan memandu para peserta didik untuk mengurai permasalahan dalam konteks *wayfinding* baik secara definitif maupun skematis

Pembahasan

Wayfinding & Signage

Sebelum memasuki pola skema, perlu adanya penjelasan kontekstual dari definisi-definisi yang membedakan antara *wayfinding* dan *signage*. Keduanya merupakan alat informasi, namun menurut Gibson adalah dua hal yang berbeda. *Signage* menurut (Gibson 2009) ialah media visual dan grafis yang digunakan untuk memandu, memberi informasi seseorang tentang sesuatu. *Signage* dalam definisi Society for Experimental Graphic Design (SEGD 2014) yang merupakan lembaga profesional yang fokus menggeluti bidang EGD, dalam *website*-nya menjelaskan bahwa *Signage* merupakan komponen utama dari semua sistem pencarian jalan, pembuatan tempat dan identitas, serta pameran. Sajiannya dapat terkemas secara statis atau fisik maupun kinetis dan digital. Tanda-tanda dalam sistem atau *signage* merujuk pada petunjuk visual atau alat komunikasi visual, seperti tanda atau simbol, yang sengaja dirancang untuk digunakan sebagai pemandu dan pemberi informasi kepada orang-orang di suatu ruang atau dalam kebutuhan khusus lainnya.

Sedangkan *wayfinding* dijelaskan kembali oleh Gibson bahwa fokusnya adalah tentang bagaimana proses pengambilan keputusan mengenai arah dan tujuan yang terkait dengan pengalaman spasial. Lynch dalam (Gibson 2009) menjelaskan bahwa *wayfinding* berhubungan dengan proses pembentukan gambaran mental seseorang di sekitarnya yang didasari sensasi dan memori. *Wayfinding* bukan hanya *signage*, seperti pada papan informasi yang terdiri dari penataan visual: teks, ikon, dan panah, diperjelas oleh Poulin (Farr dkk 2012) bahwa *wayfinding* juga terkait dengan bentuk arsitektural, instalasi patung, mural figuratif dan sebagainya yang mana difungsikan untuk memberikan pengalaman menyeluruh kepada publik. Semuanya mengenai pengalaman spasial dalam berbagai tingkatan dan skala. Desain grafis telah terintegrasi dengan lingkungan binaan terkait dalam membentuk tidak hanya pada aspek keruangan tetapi juga kehidupan penghuninya. Ini melibatkan kemampuan untuk memahami, menginterpretasikan, dan menavigasi lingkungan fisik, serta interpretasi nonverbal, jaringan sosial, dan keterampilan kognitif.

Dalam konteks *Wayfinding*, "Orientasi spasial" dalam (Arthur dan Passini 1992) dengan meneorikan definisi Lynch sebagai salah satu pelopor di tahun 1960-an yang membangun hubungan antara orientasi spasial seseorang dengan lingkungan fisiknya, bahwa orientasi spasial disebut sebagai kemampuan seseorang untuk membentuk peta kognitif. Ini berkaitan dengan cara seseorang membangun persepsi, penginterpretasian, dan penggunaan informasi fisik untuk bergerak dan berorientasi di dalamnya. Mengenai lingkungan (*enviromtment*) bagi Downs & Stea (Dodge, Kitchin, dan Perkins 2011) ialah permukaan berskala besar, yang memuat sejumlah kategori informasi yang ada. Sebagai fasilitator untuk memberi kompleksitas informasi yang tidak terdistribusi secara merata, untuk itu lingkungan memiliki kualitas 'keberadaan' yang memuat 'di mana'. Sedangkan audiens/pengguna diposisikan sebagai organisme yang relatif kecil dengan keterbatasan mobilitas, kemampuan mencari stimulus,

kemampuan memproses informasi (*decoding*), kapasitas penyimpanan ingatan dan melibatkan ketersediaan waktu. Informasi yang diperoleh oleh pengguna berasal dari sumber yang kompleks, tidak pasti, berubah, dan tak mampu diprediksi secara utuh oleh kapasitas sensorik manusia yang tidak sempurna, dan dalam rentang waktu yang variatif. Melalui cara-cara yang tersebut, pengguna harus mengumpulkan informasi untuk membangun representasi yang menyeluruh dari sebuah lingkungan binaan.

Proses penerimaan, penggabungan, dan penyimpanan ini dikatakan sebagai pemetaan kognitif. Inti dari pemetaan kognitif yaitu representasi internal seseorang dari dunia yang dialaminya, dan melibatkan proses yang memungkinkan orang untuk memperoleh, kode, menyimpan, mengingat, dan memanipulasi informasi tentang lingkungan spasial mereka. Serta produk dari proses ini pada setiap titik waktu dapat dipahami sebagai peta kognitif. Dengan kata lain, diramu melalui (Dodge, Kitchin, dan Perkins 2011) bahwa peta kognitif sebagai syarat/media dapat membawa pengguna untuk merumuskan hal-hal yang mendasar sebagai strategi perilaku lingkungan terhadapnya, untuk kelangsungan hidup manusia dan untuk perilaku lingkungan sehari-hari. Pemetaan kognitif sebagai cara adaptif manusia dalam mengelola komponennya. Ini akan menjawab tentang di mana hal tersebut berada, serta bagaimana menuju ke lokasi tersebut dari posisi dia berada. *Wayfinding* bergerak ke arah pemetaan kognitif yang merupakan percampuran kognisi spasial dan lingkungannya. Setidaknya (Farr dkk. 2012) menganggap ini mengenai perpaduan dua hal, yaitu mengenai refleksi ruang yang terinternalisasi dalam pemikiran audiens, dan kesadaran yang dimiliki audiens tentang lingkungan fisiknya.

Wayfinding membentuk segala aspek holistik mengenai sistem informasi tersebut melalui pemetaan kognitif sebagai upaya adaptif dalam mengelola dan mengambil keputusan spasial. Tugasnya bukan hanya pemberi arah, namun dapat diletakkan pada informasi-informasi lain sebagai media pengidentifikasian yang terkemas dengan gaya identitas tertentu. Ini bisa berbentuk informasi perusahaan di jalan, rute yang aman dan tercepat, keputusan tujuan liburan, display historis perusahaan, keterangan informasi mengenai hal tertentu; seperti pada pameran; kebun binatang; pemberitahuan jadwal keberangkatan/kedatangan (pada Lembaga transportasi), supergrafis pada display dan interior, eksterior, arsitektural, *Internet of things*, akses GPS dan lain lagi, termasuk seluruh bentuk signage.

Semakin dilengkapi oleh apa yang dikemukakan oleh (Farr dkk 2012) model *wayfinding* terbagi menjadi beberapa yang bekerja berdasarkan fungsinya, antara lain:

1. *City layout* (tatakota)
Pemetaan kota dalam sebuah klasifikasi tertentu
2. *Landmark* (penanda arah/rute di jalanan)
Seperti rambu petunjuk bagi pengendara dan pejalan kaki agar lebih efisien dalam mengakses jalan, dan hari ini dapat dicontohkan oleh GPS.
3. *Colour and light* (cahaya dan lampu)
Baik digunakan sebagai petunjuk maupun identifikasi tempat atau fungsi lainnya bagi pengguna.
4. *Maps* (Peta)
Pemandu konkrit yang memberi gambaran navigasi rute yang tepat. Fungsinya sangat berguna bagi berbagai skala.
5. *Signage* (rambu)
Digunakan untuk mengkompensasi denah lantai atau suatu area lingkungan yang rumit dan untuk mempermudah pencarian jalan.

Seluruhnya diperuntukkan bagi kemudahan-kemudahan pengguna, yang mana tanpa petunjuk-petunjuk informasi itu akan terjadi kekacauan.

Allen (1999) menyebut dalam uraian artikel yang ditulis oleh (Farr dkk 2012) tentang bagaimana *wayfinding* secara praktis bekerja. *Wayfinding* merupakan karakteristik media

interaksi yang membauri antara karakteristik individu, meliputi usia, jenis kelamin, perkembangan kognitif, kemampuan perseptual, kemampuan spasial, kondisi mental dan fisik, dan karakteristik lingkungan, seperti ukuran, luminositas (tingkat kecerahan), tanda dan struktur.

(Poulin 2012) menegaskan bahwa pentingnya EGD secara visual atas kegunaan praktisnya dan dapat dinikmati karena tampilan dekoratifnya. Disiplin desain pada porsi ini telah berkembang bukan sebatas peningkatan teknisnya saja, melainkan juga dengan hubungan integralnya dari waktu ke waktu dengan seni, arsitektur, dan gerakan budaya. Dijelaskan dalam jurnal *Wayfinding: A Simple Concept, A Complex Process* oleh (Farr dkk 2012), secara proses komunikasi, *wayfinding* berkenaan dengan orientasi spasial, kemampuan pemetaan kognitif, strategi rute, budaya, bahasa, gender, dan faktor biologis.

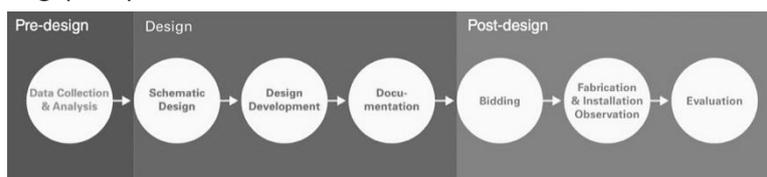
Ini menunjukkan bahwa dalam sebuah *wayfinding* baik secara proses kerja dan efeknya mampu berkontribusi ke arah yang kompleks sebagai salah satu penggerak ekosistem bagi berkehidupan umat manusia. Kemuliaan media dan visual terletak pada tujuannya, untuk mempermudah sekaligus memberikan pengalaman bagi pengguna dan Lembaga binaan. Sudah seharusnya keseriusan tentang keilmuan ini mendapatkan posisi yang lebih dalam pada ruang lingkup dunia akademik DKV.

Skema Perancangan EGD

Sifat dari skema yang dirancang tidak menjadi sesuatu yang kaku, prosesnya bisa terjadi pengurangan maupun penambahan porsi, semua bergantung pada kebutuhan di lapangan. Namun secara general skema tersebut setidaknya memandu di tahap-tahap yang mendasar. Terutama yang mencakup proses di area pengklasifikasian data hasil riset, pengolahan ide dan konsep, serta rencana-rencana pengimplementasiannya.

Dalam definisi pada kamus '*A Dictionary of Reading*' (1981) menyebutkan tentang skema disebutkan bahwa skema ialah penggeneralisasian dari suatu pemberian, yang juga dimaknai sebagai suatu rencana atau struktur. Empat poin keterangan yang menyangkut skema, bahwa skema dapat diposisikan sebagai suatu peta kognitif yang memuat sejumlah susunan ide. Yang kedua ialah sebagai fondasi referensial untuk merekam ragam data maupun informasi. Yang ketiga mampu diposisikan sebagai model, atau pemercontohan dari langkah yang terstruktur. Dan yang keempat ialah sebagai basis referensi yang terdiri atas sejumlah respons yang pernah diberikan, dan lalu menjadi standar bagi keberlanjutan respons selanjutnya (Sulistyaningsih 2005).

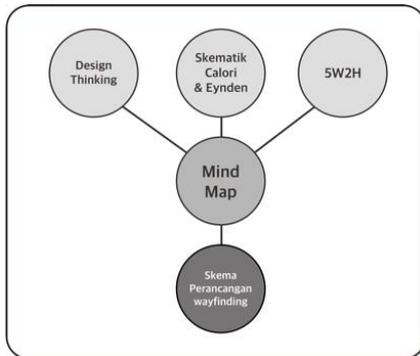
Beberapa referensi terkait metode perancangan EGD sudah pernah ditulis oleh para pemikirnya, salah satunya oleh (Chriss Calori dan Vanden 2015) yang menyajikan metode profesional secara general dalam setiap prosesnya. Melalui pijakan tersebut yang kemudian dikembangkan untuk dapat digunakan oleh peserta didik dalam bentuk uraian yang lebih spesifik melalui metode yang menunjang penalaran dari berbagai proses sebagai panduan perancangan. Dan melalui apa yang dikemukakan oleh Calori sedikitnya menjadi bahan dasar bagi penulis dalam mengurai tahap-tahap lainnya sebagai kebutuhan perancangan, khususnya bagi para peserta kelas.



Gambar 1. Skema proses perancangan EGD oleh Chriss Calori (2015:27)

Adapun teori yang digunakan dalam proses perancangan skema ini ialah dengan memadupadankan teori komunikasi 5W1H milik Rudyard Kipling yang kemudian diolah menjadi 5W2H oleh Nancy R. Tague. Namun semua itu diadopsi dalam konteks kebutuhan

perancangan *wayfinding*. Di mana melalui proses pendekatan pola *Design Thinking*, tahap-tahap tersebut juga dirancang secara adaptif dalam metode Mind Map yang dipopulerkan oleh Tony Buzan.



Gambar 2. Alur pembentukan Skema perancangan EGD

Jenis *Design thinking* yang digunakan ialah yang terstandarisasi oleh Stanford, dan terwacanakan oleh (Yuwono dan Indragit 2020) antara lain dengan muatan: pengempatan, penetapan, pengidean, prototip dan pengujian. Sekalipun Design Thinking tidak tertulis secara gamblang di setiap poin pada skema, namun tahapannya dipergunakan sebagai formulasi yang disisipkan pada poin-poin klaster. Dengan harapan para peserta didik mampu menerapkan skema melalui pola dasar (*design thinking*) sebagai landasan yang telah mapan.

Dalam definisi (Buzan 2012) *Mind map* adalah sebuah cara yang termudah untuk menempatkan informasi ke dalam otak, dan mengambil informasi ke luar dari otak. *Mind map* sebagai alat cara berpikir linier, sebagai pengejawantahan pikiran atas kinerja tertentu, sebagai metode untuk mencatat yang kreatif, efektif dan secara harfiah akan memetakan pikiran-pikiran. Bagi skema ini berfungsi sebagai alat pengategorisasi dari apa yang telah dicapai dalam proses riset. Secara estafet, sistem mindmap akan berkontribusi bagi porsi dalam setiap klaster selanjutnya. Secara keseluruhan bentuk skema ini sejatinya menggunakan cara kerja Mind map, baik digunakan dalam pengklasifikasian hingga pencarian gagasan kreatif.

Skema perancangan *wayfinding* ini terdiri atas lima klaster besar yang bekerja dalam porsinya masing-masing, di mana peserta didik diarahkan ke berbagai sistem proses kerja yang terencana sekaligus dinamis yang dapat disesuaikan pada proyek masing-masing. Proses tersebut terdiri dari: *Planning Map*, riset dan pengklasifikasian data, strategi visual (kristalisasi ide dan penggagasan), Produksi dan eksekusi serta pengimplimentasian hingga tahap evaluasi. Dengan itu semua, maka pembahasan lebih lanjut sebagai tuntunan lainnya akan diurai kemudian yang memuat pembahasan poin-poin dalam skema termaksud.

1. Klaster 1 – Perencanaan

KLASTER 1 - Planning Map



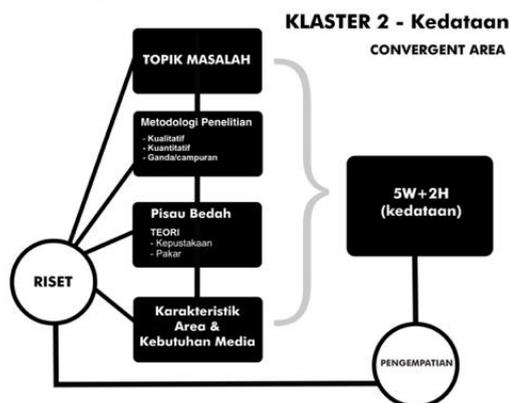
Gambar 3. Skema perancangan: klaster 1

Klaster satu merupakan bagian yang mengawali perencanaan dari tahap pertama sebelum menyentuh seluruh aspek perancangan. Secara nyata tahapan ini difungsikan sebagai upaya penataan cara kerja yang menempatkan langkah-langkah proyeksi dalam setiap porsinya. Baik bagi cara kerja profesional, maupun bagi peserta didik yang sudah di tahap Tugas Akhir, biasanya perencanaan ini sangat dibutuhkan agar agenda dan tujuan kerja dapat terselesaikan secara efisien. Ini memuat topik yang ditentukan, setidaknya kita mengetahui apa yang akan dikerjakan atau apa yang jadi masalah utamanya, baik seputar kebutuhan kompleksitas *wayfinding* atau sebatas *signage*, juga pada kasus-kasus terkait,

yang bisa saja merambat pada kasus yang lebih besar, seperti rebranding misalnya yang juga menuntut untuk merubah semua aspek desainnya (termasuk seluruh Desain Informasinya). Yang kedua yaitu penyusunan agenda kerja sebagai bentuk penyesuaian dalam batas waktu. Ketiga adalah pemilihan metode & instrumen penelitiannya, tujuannya agar para peserta didik mengetahui langkah apa saja guna melayani proses risetnya kemudian. Dan yang terakhir ialah proses penentuan pencarian data, baik obyek & subyek terkait seperti klien, guna melengkapi basis penelitian yang akan dijalankan.

Klien adalah sumber proyek yang memberikan aneka ragam informasi yang akan diproses oleh desainer. bentuk kemitraan ini ditujukan agar bersama-sama memecahkan sebuah konteks permasalahan melalui sistem timbal balik.

2. Kluster 2 – Kedataan



Gambar 4. Skema perancangan: kluster 2

Penentuan di tahap awal akan diarahkan pada kluster dua yang memuat serangkaian data dari apa yang telah didapat dari proses riset dan kemudian ditetapkan sebagai bahan penganalisan, seperti spesifikasi masalah, jenis metode yang digunakan berikut hasil dari proses kerja instrumennya, seperti hasil wawancara. Kemudian meninjau pula karakteristik area sebagai bahan pertimbangan utama, dan dilengkapi teori-teori penunjang sebagai landasan penelitian & perancangan.

Sebagai metode penelitian, baik diacu secara kualitatif maupun kuantitatif dengan berbagai instrumennya, bagaimana kita menganalisis permasalahan-permasalahan seputar kebutuhan pengguna dan lembaga, setidaknya pada tahap awal informasi yang didapat dari klien ialah sebagai pijakan permasalahan yang harus dicermati. Mengingat keterhubungannya dengan kebutuhan pencitraan lembaga sebagai pelayan dari konstituen, maupun sarana pengaksesan yang akan digunakan oleh pengguna. Melalui pengempatian kita mendapatkan apa yang menjadi dasar kebutuhan terkait wayfinding secara holistik. Sehingga keberadaan Desain Informasi dapat menyentuh keakraban dengan para penggunanya. Konsep empati sendiri dari sudut desain dalam definisi yang dipapar oleh (Sofyan dan Mulana 2021), bahwasanya pengempatian ialah basis dari dalam hubungan sosial yang terkait dengan welas asih, untuk bagaimana kita memposisikan diri pada situasi orang lain. Ini merupakan kemampuan terhadap pengendalian perasaan, pikiran dan tindakan yang juga dalam pengelolaan sikap dan perilaku. Dan ini bukan hanya berguna bagi hubungan sosial saja, melainkan juga dapat menumbuhkan daya kreativitas yang mampu memasuki ruang-ruang kebutuhan sesungguhnya.

Selain itu penelitian akan lebih baik jika dilengkapi dengan keanekaragaman keilmuan yang dibutuhkan melalui studi pustaka maupun para pakar di bidangnya. Ini akan menuntun kita pada banyak kemungkinan dalam penganalisan maupun pada proses perancangan nantinya. Baik sekadar wacana teoretis maupun yang praktik. Di tahap selanjutnya kita dapat melompat pada bagian 5W2H terlebih dahulu untuk

mengklasifikasikan data sekaligus menganalisis. Bagian-bagian tersebut dipecah melalui cara standar yang telah diadopsi dan dikembangkan dari ilmu komunikasi yang dipopulerkan oleh Harold D. Laswell. Secara adaptif bagian tersebut ialah:

What: Kategori *What* dipergunakan untuk mengklasifikasikan apa-apa yang menjadi dasar informasi terkait perusahaan tersebut. seperti: nama & jenis perusahaan beserta informasi yang ingin diwacanakan dalam desain informasi, termasuk visi misi lembaga jika itu dirasa dapat memengaruhi gaya desain. Selanjutnya ialah terkait dengan identitas visual perusahaan tersebut yang mengakar pada logo. Elemen pada logo (warna, *form* & atribut serta *font*) dapat memberikan input pada desain, baik sebagai supergrafis pembawa nuansa yang konsisten, maupun bekerja secara terpisah namun dalam pembentukan kesan yang sama. Sisanya akan terhubung dengan kultur tentang bagaimana *image* perusahaan tersebut terbentuk secara internal yang disertai aktivitas-aktivitasnya. Tentu kita perlu melayani dengan cara yang berbeda antara perusahaan asuransi dengan Café Metal misalnya. Adapun kebutuhan tambahan seputar ruang misalnya bisa dijadikan sebagai acuan data.

When: Porsi *When* ditempatkan sebagai poin yang mengklasifikasikan hal-hal yang terikat dengan waktu, seperti momen/peristiwa kesejarahan. Beberapa perusahaan besar, menyantumkan informasi terkait sejarah perusahaannya yang diekspos bersamaan dengan para *founding fathers*-nya. Ini bukan hanya berfungsi sebagai infografis, namun sebagai bentuk membangun kepercayaan pada audiens akan keberadaan konsistensi perusahaan tersebut. Atau museum yang melibatkan artefak-artefak dari suatu peristiwa, tentu ini menjadi penting ditampilkan secara informatif dengan gaya tertentu. Di luar itu, dapat pula dicantumkan sebagai aktivitas lembaga tersebut sebagai batas layanan terhadap publik.

Where: Bagian ini diperuntukkan sebagai poin yang mengklasifikasikan segala informasi terkait tempat/kewilayahan. Di sini dapat menaruh informasi alamat perusahaan, layanan telepon dan alamat media-media digital. Lalu hal yang menjadi penting selanjutnya ialah informasi mengenai jumlah ruangan, guna melacak jumlah desain yang diterapkan dalam setiap spot yang dibutuhkan. Yang mana akan berbuah pada kebutuhan terkait pengimplementasian media pada suatu tempat nantinya, seperti apa yang dijelaskan oleh (Gibson 2009), antara lain:

a. *Informational*

Kebutuhan informatif bagi para pengguna atau yang terorientasi secara umum (*Wi Fi, call center, infografis, ruang tunggu, lobi, pusat keberangkatan, dan semacamnya*).

b. *Directory*

Sebagai pemandu arah dalam dan luar ruangan, umum dan spesifik, *traffic sign*, dan lain-lain.

c. *Identification*

Commercial sign, penanda profesi, nama (tempat, ruangan/orang), dan lain-lain.

d. *Regulatory*

Berupa aturan-aturan, peringatan (*warning sign*), larangan, himbuan, dan lain-lain.

Table 1. Contoh Penabelan Kategori *Directory*

| No. | DIRECTORY | Jumlah | TEKNIK PEMASANGAN | | | | |
|-----|-------------------|--------|-------------------|------|-------|----------|---------------|
| | | | Wall | Flag | Floor | Ceilling | Free Standing |
| 1 | Pusat Arah (Lobi) | 1 | ✓ | | | | |
| 2 | Arah Toilet | 3 | ✓ | ✓ | | ✓ | |
| 3 | Arah keluar | 2 | ✓ | | ✓ | | |

| | | | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|---|
| 4 | Arah Ruang Rapat | 4 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
|---|------------------|---|---|---|---|---|

Sumber: Pribadi

Pengategorian sebaiknya diklasifikasikan dengan menggunakan tabel, agar kebutuhan terdata dengan jelas, sehingga akan membantu kreator dalam menentukan jumlah media desain yang melibatkan material dan sebagainya.

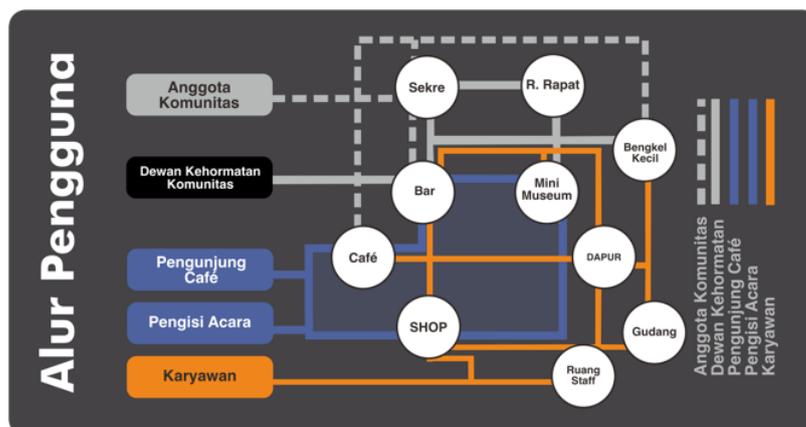
Who: Kategori ini bekerja untuk menganalisis pengguna wayfinding secara spesifik. Tahap awal dipecah berdasarkan dua pengguna yaitu:

- Internal, pengguna yang posisinya terlibat langsung dalam aktivitas rutin keseharian lembaga. Seperti staf karyawan dan jajaran direksi perusahaan, konstituen dalam dan luar (seperti kasus guru dan murid), dan sebagainya.
- Eksternal, kategori pengguna yang posisinya sebagai di luar kepegawaian. Seperti tamu, pasien, turis, penilik, fans, nasabah dan sebagainya.
- Di sisi lain, beberapa kasus membutuhkan pemetaan aspek geografis, demografis & psikografis. Fungsinya untuk melacak kebutuhan yang lebih spesifik dan ekstra. Seperti ibu dan anak, manula, tuna netra, dan lain-lain.
- Sedangkan bagi kasus model tempat usaha yang membutuhkan kajian konsumennya, bisa jadi dibutuhkan kategori segmen dan target, yang mana aspek geografis (kewilayahan), demografis (seputar usia, gender, ras, tingkat pendidikan, tingkat sosial ekonomi, agama, dan lain-lain) dan psikografis (seputar pola keseharian, hobi, habitat, karakteristik dan lain-lain) serta *behavioral* (terkait pola hubungan antara pengguna dengan suatu merek/Lembaga terkait) turut andil dalam pemecahan tersebut.

Why: ini akan terhubung dengan topik masalah di awal, sebuah analisis mengenai faktor-faktor masalah terkait wayfinding, seperti: belum terdapatnya sistem informasi yang baik, penambahan ruang, kebutuhan dari pengguna baru, Rebranding perusahaan, Redesain logo atau juga facelift, ketidakefektifan media, kerusakan material, ketidakterbacaan, dan masih banyak lagi.

How 1 (How much): Ditekankan pada aspek ekonominya, seperti yang menyoali alokasi anggaran untuk wayfinding (terhubung dengan jumlah total desain dan material). Dalam kasus profesional akan berbicara tentang jumlah item desain yang akan dirancang, yang bisa terpisah dengan biaya riset, biaya produksi, biaya pemasangan dan sebagainya.

How 2 (How to do): Terkait dengan solusi-solusi dari apa yang telah terumus dan



menjadi acuan kebutuhan. Khusus bagian ini akan terhubung dengan klaster berikutnya.

Gambar 5. klaster 2 Contoh Alur pengguna Café

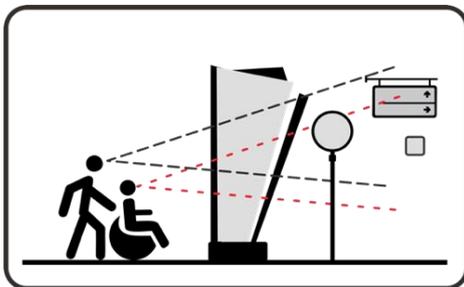
Setelah melalui tahap 5W2H maka kita dapat melanjutkan apa-apa yang dapat dianalisis pada sebuah lokasi terkait. Perlunya menganalisis karakteristik area ialah agar bagaimana hasil rancangan kelak bekerja secara efisien dan efektif. Sedikitnya hal-hal yang

perlu diketahui ialah mengenai jenis ruangnya (*Indoor/Outdoor*), mengetahui jumlah lantai dan ruangan, jumlah lantai & ruangan, ukuran ruang (termasuk ketinggian, jika indoor), ukuran jarak alur pengguna dalam mengakses tujuan-tujuannya, tipe tanah & cuaca (*outdoor*), dan apapun yang dibutuhkan selanjutnya. Selain itu, semasa proses observasi diperlukan dokumentasi sebagai kebutuhan lanjutan saat merancang desain dalam bentuk *mock up*.

Masih dalam proses yang sama, perlu adanya tinjauan mengenai bagaimana pengguna mengakses tujuan-tujuannya dalam memperoleh informasi yang dapat dilacak melalui alur pengguna. Ini akan banyak membantu kita dalam memperoleh kebutuhan dalam rancangan. Dari gambar di atas, terlihat porsi alur yang bekerja sesuai dengan kategori penggunaannya. Dalam contoh kasus *café* komunitas bikers, tentu alur yang digunakan akan berbeda antara pengunjung dengan karyawan, anggota komunitas dan dewan kehormatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa alur-alur yang termaksud membutuhkan rancangan desain yang akan disesuaikan penempatannya.

Selanjutnya ialah mengamati ruang-ruang sebagai area di mana media akan ditempatkan. Tujuannya ini akan memudahkan pula dalam proses perancangan desain yang dibutuhkan, dengan meninjau aspek: titik-titik spesifik *wayfinding* dan *signage*, pengukuran keterbacaan media dan elemen visual. Hal termaksud akan mengarah pada kebutuhan dari display yang tertampil di ruang tersebut melalui teknik pengaplikasian, sekalipun ini masih sebatas perencanaan. (Gibson 2009) menyebut terdapat beberapa tipe-tipe bentuk *wayfinding*, sebuah *frame* yang memuat unsur-unsur grafis di dalamnya, di antaranya:

- a. *Wall-mounted sign*: Ditempel di dinding.
- b. *Flag-mounted sign*: Dipasang menyerupai bendera dengan satu sisi menempel di dinding.
- c. *Ceiling-mounted Sign*: Terpasang di langit-langit.
- d. *Freestanding sign & ground mounted*: Dipasang berdiri, termasuk didesain di lantai.



Gambar 6. *Eye Level*

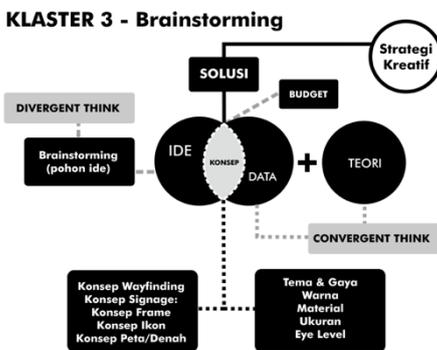
Hal yang perlu diperhatikan sebagai kajian data selanjutnya ialah terkait dengan tingkat keterbacaan media yang diterapkan dalam ruang tertentu. Perencanaan tersebut berfungsi untuk mencari ukuran-ukuran pasti baik terkait *frame*, ikon dan huruf yang nantinya dibutuhkan oleh pengguna saat mengakses media dalam jarak pandang. Ukuran-ukuran tersebut juga sangat membantu kreator sebagai bahan acuan dalam kebutuhan proses mendesain. Hal-hal yang perlu diketahui terkait *Eye Level* antara lain ialah jarak akses di berbagai jenis frame meliputi ketinggian, dimensi desain *frame*, ikon dan *font*. Jika menggunakan elektronik (*running text*) maka perlu dipertimbangkan pula kecepatan visual. Di titik ini, calon pengguna bisa dilayani secara khusus. Bagi EGD di lingkungan Taman Kanak-kanak, maka setidaknya mengukur postur dari rata-rata anak, agar dapat rancangan teraplikasikan dengan efektif. Atau pada kasus EGD bagi penyandang Tuna Netra yang membutuhkan ekstra desain, seperti rancangan tiga dimensi atau sensor suara, di mana desain dapat diakses melalui alat peraba dan indra pendengaran, baik dalam

bentuk tertentu maupun kode *Braille*, atau melalui unsur bunyi sekalipun. Ukuran-ukuran ini hanya dapat bekerja sesuai dengan mempertimbangkan alur serta kapasitas dari penggunaanya.

Jika dalam kasus sistem tanda yang digunakan pada pengguna jalan umum atau lokasi terbuka yang besar (seperti kebun binatang), selain yang sudah disebut, perlu mempertimbangkan pula laju kecepatan pengguna kendaraan. Ini akan berpengaruh pada informasi dari sudut pandang pengendara. Lalu, apa yang ingin diinformasikan, secara penempatan tidak terlalu jauh dari apa yang menjadi tujuan informasi dan pengaksesannya. Seperti tanda informasi jalan berkelok dipasang beberapa meter sebelum tikungan.

3. Klaster 3 – Strategi Kreatif

Klaster ini diperuntukkan memproses data dan ide agar terkristalisasi menjadi sebuah konsep. Segala aspek yang dibutuhkan baik oleh lembaga maupun pengguna dapat terpecahkan melalui proses kreatif ini yang memuat cara berpikir konvergen (analitis) dan divergen (kreatif), di mana basis teori-teori yang dibutuhkan turut berkontribusi bagi penyelesaian masalah baik terkait aspek *wayfinding*, maupun teknik dari kebutuhan desain.



Gambar 7. Skema perancangan: klaster 3

Setelah melalui serangkaian observasi dan analitis di klaster sebelumnya yang menyangkut kebutuhan perancangan dari masalah kebutuhan pengguna, alur pengguna, identitas visual perusahaan hingga budget, hal pertama yang perlu dilakukan dalam klaster ketiga ini ialah mengurai kata kunci, baik yang terkait dengan kesan identitas lembaga maupun kebutuhan perancangan ikon. Cara penguraian kata kunci dengan menggunakan sistem estafet atau menyerupai pohon ide atau sekadar meranting. Dasar polanya dapat disusun berdasarkan pengasosiasian makna, sebab-akibat, dan sebagainya dari apa yang terbesit di benak kreator maupun yang berangkat dari data. Teknik seperti ini akan banyak membuka kemungkinan kreasi seputar tema dan gaya, yang meliputi *frame*, ikon, peta, bahkan hingga aspek material.

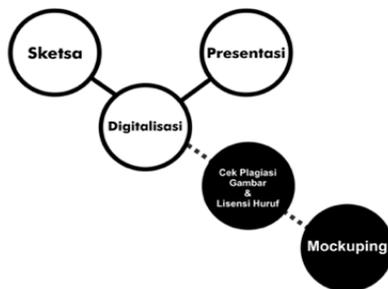
Intinya adalah ini tentang bagaimana proses kreatif bekerja dalam batas-batas. Perlu dicatat bahwa keinovasian dalam keilmuan DKV bukan berarti tanpa batas, kita bahkan selalu terikat ketat dengan permasalahan batas, seputar: audiens, keinginan klien, karakteristik ruangan, hingga *budget*. Hal-hal tersebutlah yang menjadi acuan dalam menemukan gagasan-gagasan *out of the box* dan tuntutan untuk menyelesaikan masalah secara bersamaan. Kemampuan mengolah semua itu bertujuan untuk memberikan solusi yang efektif sekaligus memberikan pengalaman pengguna dalam sebuah tujuan nilai tertentu.

Pada kasus *Café Bikers* misalnya, kita dapat menaruh gaya jalanan dengan tema musik *rock*. Melalui proses *brainstorming*, di sana dapat ditemukan aneka ide, seperti pemilihan frame dengan format rambu, atau dari aneka *body* motor kuno, seperti plat

nomor, tangki atau knalpot akan membantu memunculkan kesan yang lebih unik dari pada sekadar akrilik. Ikon sendiri dikemas melalui pendekatan tema lambang dari komunitas Bikers yang didasarkan pada tengkorak yang khas, yang mungkin supergrafis bergaya ornamen tribal tato dapat menjadi pilihan lainnya. Atribut semacam ini bukan hanya bekerja sebagai sistem informasi, melainkan juga memberi pengalaman tematik pada audiens. Belum lagi kreasi *wayfinding* untuk menambah informasi mengenai para pendirinya yang dapat dipampang pada museum mini dalam *café*.

Namun semua itu tetap harus bersandar pada aspek kebutuhan pengguna dan lembaganya. Setidaknya ini memperjelas bahwa muara dari proses strategi visual yaitu pengonsepan yang berguna bagi *wayfinding*, denah/peta (dalam kasus tertentu), *signage*: konsep *frame*, ikon dan jenis *font*. Langkah selanjutnya ialah mempertimbangkan dan menetapkan aspek material dalam menerapkan desain. Tentu hal tersebut tak lepas dari hasil peninjauan di lapangan, bagaimana material dan urusan lainnya hal-hal yang dapat menunjang kekuatan pondasi konsep. Poin-poin tersebut dapat diurai sedetail mungkin sebagai penetapan rencana dalam kebutuhan eksekusi perancangan kelak.

4. Klaster 4 – Desain



Gambar 8. Skema perancangan: klaster 4

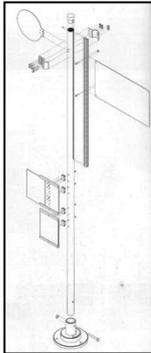
Konsep yang dihasilkan dari proses klaster sebelumnya merupakan sebagai acuan dalam tahap mendesain pada klaster empat. Kita bisa memisahkan kertas kerja untuk bagian aneka *frame* yang dibutuhkan, dengan kebutuhan ikon-ikon yang terkategori (*informational, directory, identification, regulatory*). Proses pencarian bentuk dapat bereksplorasi berdasarkan kata kunci yang terpilih dari hasil *brainstorming*. Sebagai penawaran dari sketsa awal kita bahkan sudah dapat menerapkan elemen grafis jika dirasa mampu merepresentasikan konsistensi dari tema identitas visual.

Sketsa yang acak, sudah dapat ditata dengan kebutuhan kategori, dan digarap dengan lebih rapi. Setidaknya dalam proses ini perlu mempertimbangkan prinsip-prinsip desain dalam menunjang pekerjaan teknis. Seperti tentang keseimbangan dan proporsi, empasis, harmonisasi visual, irama yang mana seluruhnya ditekan pada penyederhanaan bentuk. Dalam proses visualisasi pada tahap sketsa tak luput bagaimana teknis tersebut didekatkan pada prinsip Gestalt. Menurut (Rustan 2021), Gestalt merupakan teori tentang proses psikologis manusia yang cenderung mempersepsi lingkungannya sebagai satu kesatuan yang utuh, bukan antar bagian. Inti dari prinsip Gestalt adalah tentang keterbukaan, ketertutupan, dan kedekatan. Dalam dunia visual, Gestalt mampu mengaktifkan ikon sebagai pembawa informasi dengan gaya yang lebih terkesan ringan sehingga mudah dicerna oleh pengguna. Elemen yang sejatinya tak utuh mampu dipersepsikan menjadi sesuatu yang utuh sekalipun bentuk merupakan produk dari pengasosiasian makna.

Setelah menemukan seluruh bentuk dalam sketsa, hal selanjutnya ialah mengeksekusinya dalam bentuk digital. Proses visualisasi melalui perangkat hardware dan software tentu akan mempermudah pembentukan ikon dalam menerapkan ikon melalui sistem grid atau Golden Ratio jika dibutuhkan. Dari tahap ini pula proses penentuan jenis

font, ukuran terkait: ikon, frame dan *font*, pewarnaan semuanya terkunci dengan pasti menjadi standar-standar yang akan diproduksi nantinya. Karena di tahap digitalisasi ini pula selain memapankan desain ke arah konsistensi visual, juga mulai menerapkan keterbacaan (*Eye Level*) yang sudah ditentukan, ketepatannya akan berpengaruh pada efisiensi desain.

Dalam orientasi proyek yang profesional dan dikerjakan secara tim, tentu kita wajib menyertakan rancangan gambar yang disertai panduan teknis media secara mendetail dan per bagian. Gunanya diurai dalam (Gibson 2009) bahwa selain memberi pandangan teknis pada klien dan tim produksi secara merinci. Kejelasan dalam perdetilan ini akan sangat membantu pekerja baik dalam permasalahan material maupun instalasi yang melibatkan ukuran pasti dan perkabelan (jika digunakan) agar struktur elemen dapat terhubung dengan sesuai. Desain dirancang dengan menggunakan ukuran, Desain yang dirancang sedetil ini bisa jadi dikerjakan oleh divisi tertentu, dalam artian terpisah dengan perumus desain yang general. Setidaknya cara ini dapat membuat mengurangi resiko kegagalan saat produksi.



Gambar 9. Desain produksi & instalasi (Gibson, 2009:112)

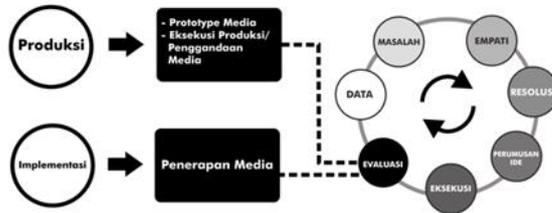
Di tahap serangkaian lainnya kreator perlu memastikan desain yang telah dirancang terbebas dari plagiasi. Pada bagian ini memang cukup sulit, karena tidak seluruh ikon dapat diubah menjadi objek dengan tema tertentu. Oleh karenanya karena bersandar pada ikon yang sudah mapan di beberapa kasus seperti ikon *WiFi*, yang mungkin kita hanya merubah kreasi secara komposisi dari objek visual tersebut. Intinya tidak pada standar ikon yang beredar di internet. Setidaknya mampu merepresentasikan gaya visual yang berasal dari turunan identitas visual perusahaan misalnya. Terkecuali memang sengaja membeli lisensi dari apa yang sudah tersedia pada platform penjual *template*. Namun skema yang tertulis di sini tidak diperjuangkan untuk demikian, upaya perancangan melalui serangkaian riset lebih ditekankan sebagai fokus untuk menghasilkan warna kreasi yang otentik.

Setelah melalui pengecekan gambar, kita bisa menerapkan *wayfinding* ke dalam sebuah *Mock Up*, di mana aset tersebut didapat melalui dokumentasi riset di tahap awal. Ini menjadi perlu, sebagai gambaran bagaimana desain itu diterapkan sebagai *sample*, dan berguna baik bagi desainer memberi pandangan pada klien yang dilakukan dalam sebuah presentasi, maupun pada divisi produksi nantinya.

Jika semua telah selesai, maka tahap presentasi dapat dilakukan. Dengan kemasan yang rapi dan meyakinkan, kita dapat memberikan pandangan terhadap klien mengenai aset desain yang telah dirancang sebagai kebutuhan desain informasi. Di tahap yang lebih serius, mungkin ini dapat disajikan melalui visual digital 3D atau maket fisik yang telah menyesuaikan pada skala dari tipe area proyek. Tipe klien yang mempercayakan pada tim kreator akan mendapatkan pandangan serta pengalaman yang lebih dalam dengan penyajian yang lebih serius. Namun semuanya tetap dikembalikan pada batas-batas dari proyek tersebut, yang meliputi waktu, *budget* dan kapasitas dari klien tersebut. Fase

presentasi ini akan membuka pula pada tahap evaluasi awal, yakni melihat potensi kesalahan sebelum memasuki ruang produksi. Jika memang ada yang perlu diperbaiki maka Kembali masuk ke tahap perancangan.

5. Kluster 5 – Produksi & Implementasi



Gambar 10. Skema perancangan: kluster 5

Di tahap produksi, baik itu dikerjakan sepaket dengan proyeksi maupun terpisah, tim kreator perlu menilik dan memastikan dari apa yang diolah oleh bagian produksi. Setidaknya di tahap produksi awal dengan ukuran yang sesungguhnya, kita bisa melihat ketepatan dari keseluruhan aspek desain, baik ketepatan warna, ukuran *font*, dimensi desain, hingga material yang disertai kelengkapan penunjang instalasi. Untuk itu perlu adanya sampling dari setiap jenis frame, dan perlu pula ditinjau dengan mengukur ketepatannya di area proyek, gunanya untuk mengurangi resiko yang lebih banyak jika terjadi kesalahan di tahap produksi. Jika semuanya sudah dapat dipastikan tanpa ada masalah maka barulah memulai untuk produksi keseluruhannya, termasuk apabila ada yang perlu digandakan seperti ikon panah penunjuk arah.

Bentuk prototip sangat dinamis, seperti pada kasus *wayfinding* yang terukir pada marmer, krom, vinil, akrilik dan lain-lain seperti yang diterapkan pada bagian lantai dan tembok. Penentuan material akan terhubung dengan proses produksinya, baik secara *cutting*, etsa, cetak, 3D, dan digital yang juga menurut (Gibson 2009) yang mengulas secara detail pada tahapan produksi dalam bukunya *The Wayfinding Handbook*, bahwa material sudah dipastikan akan menentukan pula perangkat produksi (*tools*) yang akan digunakan, baik dalam pembentukan model *frame*, tipografi dan ikon yang juga membawa kebutuhan warna di dalamnya. Seperti pada teknik penggunaan stiker, cat, laser, dan lain-lain. Hal-hal seperti inilah yang akhirnya dapat digunakan oleh audiens sebagai alat penavigasi dan membantu untuk mencapai pengalaman spasial.

Setelah semuanya selesai diproduksi, maka tahap selanjutnya ialah penginstalasian media di setiap spot yang dibutuhkan dengan ragam teknisnya. Tahapan-tahapan pada setiap kluster sebelumnya akan meminimalisir kesalahan, baik segi desain dan produksi. Setelah semuanya selesai, bukan berarti tidak ada evaluasi untuk ini, sebagai bahan evaluasi jangka pendek, kita dapat kembali mengecek ulang setiap desain yang sudah diterapkan pada setiap spot. Sedangkan dalam evaluasi jangka panjang, selain butuh perawatan desain, bagi perusahaan yang serius dan tumbuh, akan membutuhkan jenis-jenis desain informasi tambahan di lain waktu. Misalkan perusahaan tersebut mengalami perluasan lahan dan penambahan ruangan, atau fitur layanan baru, atau menambah aspek informasi lainnya, atau berempati pada kasus yang spesifik seperti membuka akses pada Tuna Netra dan manula. Tentu proses evaluasi tersebut akan kembali membantu kita pada tahapan yang akan dibutuhkan.



Gambar 11. Barcode Skema Perancangan

Source : <https://tinyurl.com/3x345bpb>

Melalui semua itu, berikut barcode dari skema perancangan yang disajikan secara utuh jika dibutuhkan, agar dapat dicermati sebagai salah satu metode dari perancangan Desain Wayfinding.

Simpulan

Desain informasi ialah salah satu kinerja dari irisan keilmuan DKV yang memiliki tingkat kegunaan tinggi. Kunci utama untuk mempertemukan kebutuhan dengan kegunaan ialah menggunakan pengempatian sebagai upaya kualitatif tertinggi. Sehingga efektivitas muncul bukan hanya dalam bentuk informasi saja, melainkan juga upaya untuk membangun pengalaman pengguna melalui layanan visual yang berimbang pada reputasi perusahaan. Skema perancangan *wayfinding* ini merupakan sebuah alternatif dari sekian metode lainnya yang memiliki tujuan serupa. Cara kerjanya tidak diharapkan menjadi sesuatu yang kaku, namun justru dapat diadaptasikan dengan berbagai kebutuhan di lapangan. Termasuk ketidakmapanaan dari apa yang saya papar dalam tulisan ini, tujuannya untuk membuka peluang keberpikiran bagi para aktivis DKV untuk turut serta mengkonstruksi sebuah metode yang dianggap ideal. Maka dari hal-hal keberpikiran tersebut, keilmuan DKV akan menemukan dirinya pada suatu porsi yang eksklusif, di mana dapat terumus sebagai wacana koheren dalam laboratorium Pendidikan.

Daftar Pustaka

- Armayuda, E., & Lahandi, B. (2022). *Desain Informasi*. Vol. 2. Trilogi Press, Universitas Trilogi.
- Arthur, P., & Passini, R. (1992). *Wayfinding: people, signs, and architecture*.
- Buzan, T. (2012). *Buku Pintar Mind Map*. Edisi ke 10. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems*. John Wiley & Sons.
- Dodge, M., Kitchin, R., & Perkins, C. (Eds.). (2011). *The map reader: theories of mapping practice and cartographic representation*. John Wiley & Sons.
- Farr, A. C., Kleinschmidt, T., Yarlagadda, P., & Mengersen, K. (2012). Wayfinding: A simple concept, a complex process. *Transport Reviews*, 32(6), 715-743.
- Gibson, D. (2009). *The wayfinding handbook: Information design for public places*. Princeton Architectural Press.
- Indrawijaya, S., & Siregar, A. P. (2022). Peningkatan Kreativitas melalui Penerapan Pembelajaran Team Based Project pada Mata Kuliah Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 12(1), 268-273.

- Katz, J. (2012). *Designing information: Human factors and common sense in information design*. John Wiley & Sons..
- Nurfitriyanti, M. (2016). Model pembelajaran project based learning terhadap kemampuan pemecahan masalah matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 6(2).
- Pasaribu, Y. M. (2019). *Dasar Pengadaan Dan Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia*. *Badan Ekonomi Kreatif, Deputi Riset, Edukasi dan Pengadaan*. Jakarta.
- Poerwati, C. E., Cahaya, I. M. E., & Suryaningsih, N. M. A. (2021). Pengaruh Model Pembelajaran Problem Based Learning Berbasis Eksperimen Sederhana dalam Pengenalan Sains Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(3), 1472-1479.
- Poulin, R. (2012). *Graphic design and architecture, a 20th century history: a guide to type, image, symbol, and visual storytelling in the modern world*. Rockport Publishers.
- Rustan, S. (2021). *LOGO 2021*. Jakarta: Nulis Buku Jendela Dunia.
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2000). Pengantar Tinjauan Desain Eco Design: Eksplorasi Dan Aplikasi Material Bahan Pandan Berduri Untuk Mendukung Ekonomi Kreatif Kriya Seni Dan Pariwisata Di Pangandaran View Project Creative Economy View Project. <https://www.researchgate.net/publication/306012610>
- SEGD. (2014). Signage. Segd.Org. March 28, 2014.
- Sofyan, E., & Mulana, S. (2021). Redefinisi Desain - Menghubungkan Makna Desain Dengan Mental Berinovasi. Diedit oleh Hendro Prayitno.
- Sulistyaningsih, L. S., Indonesia, U. P., & Pengertian, A. (2005). Teori skema.
- Yuwono, A., & Indragit, R. E. (2020). "Pengantar Konsep Dasar- Design Thinking." In *Pengantar Konsep Dasar- Design Thinking*, Diedit oleh Marcella Kika, 1st ed., 77. Yogyakarta: ANDI.