

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Perancangan *Signage System* pada Obyek Wisata Sigotak di Desa Kramat, Purbalingga.

Penelitian ini berfokus pada objek wisata Sigotak yang menghadapi masalah kesulitan pengunjung dalam menemukan spot wisata karena tidak adanya sistem *signage* yang memadai. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur, kemudian dianalisis menggunakan metode 5W+1H. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan *signage system* dapat membantu pengunjung dalam bernavigasi dan mendapatkan informasi secara mudah. Kekurangan dari penelitian ini adalah kurangnya rincian tentang metode desain yang diterapkan dalam *signage* serta tidak adanya evaluasi efektivitas setelah penerapan *signage*.



Gambar 2. 1. Sign Board
(Sumber: Robiatul Adawiyah (2023))

2.1.2 Perancangan *Sign System* Tempat Wisata Edukasi Ramah Lingkungan Bukit Bambu Beber, Kabupaten Cirebon

Penelitian ini mengkaji perancangan *signage* pada Bukit Bambu Beber, dengan fokus pada masalah rendahnya kesadaran lingkungan di antara pengunjung karena kurangnya petunjuk dan informasi edukatif di lokasi tersebut. Metode yang digunakan adalah *Design thinking*, yang membantu menciptakan *signage* selaras dengan identitas tempat. Hasil penelitian berhasil merancang *signage* yang memperkuat kesadaran lingkungan melalui media edukatif dan informatif. Kekurangan dari penelitian ini adalah tidak ada informasi mengenai proses evaluasi efektivitas *signage* setelah diterapkan, sehingga kurang jelas dampak *signage* pada perilaku pengunjung.



Gambar 2. 2. Commercial sign
(Sumber: Adam Kautsar, Dewi Iriani, Jafar Sodik, Galih Mandala Putra (2023))

2.1.3 Perancangan *Signage System* dan *Wayfinding* di Museum Tsunami Aceh

Penelitian ini berfokus pada Museum Tsunami Aceh yang mengalami masalah terkait keterbatasan dan ketidakjelasan *signage* sehingga pengunjung kesulitan dalam bernavigasi dan memahami lokasi penting di museum. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan pendekatan *Design thinking*, dengan data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Hasilnya adalah desain *signage* yang lebih informatif dan visual dengan konsep *clean design* untuk memudahkan navigasi. Kelemahan penelitian ini adalah kurangnya waktu untuk melakukan observasi menyeluruh karena adanya rehabilitasi museum, yang membuat hasil evaluasi kurang optimal.



Gambar 2. 3. Final design sign system dan wayfinding 2
(Sumber: Dok. Nursabila (2022))

2.1.4 Perancangan Re-Design Sign System di Museum Ranggawarsita

Objek penelitian adalah Museum Ranggawarsita, yang mengalami masalah kebingungan pengunjung akibat kurangnya *signage* yang memadai. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung. Hasilnya adalah perancangan *signage* dengan pendekatan gaya Art Nouveau, yang memberikan identitas baru dan memudahkan navigasi pengunjung. Kekurangan dari penelitian ini adalah kurangnya pemetaan yang jelas untuk penempatan *signage* dan kekurangan dalam pemilihan jenis tipografi yang memadai



Gambar 2. 4. Hasil akhir perancangan Sign direction pada area museum
(Sumber: Dok. Dionisius Yudha Laksmna (2021))

2.1.5 Perancangan *Signage* di Museum Tekstil Jakarta

Penelitian ini bertujuan untuk merancang *signage* yang informatif dan mudah dipahami di Museum Tekstil Jakarta, yang menghadapi masalah kurangnya informasi bagi pengunjung. Metode yang digunakan adalah pendekatan kombinasi antara kualitatif dan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui observasi lapangan dan kuesioner. Hasil penelitian adalah desain *signage* yang mampu memberikan informasi dasar tentang museum dan memudahkan pengunjung dalam bernavigasi. Kelemahan penelitian ini adalah kurangnya perhatian pada aspek interaktif atau digital yang dapat meningkatkan pengalaman pengunjung, terutama di era modern



Gambar 2. 5. Manual book
(Sumber: Dokumentasi Ericha Surya Tantio, Erwin Alfian (2021))

2.2 Teori Terkait

2.2.1 Desain Grafis Lingkungan (Environmental Graphic Design)

Desain Grafis Lingkungan (*Environmental Graphic Design*) adalah bidang yang menggabungkan elemen grafis dengan arsitektur dan desain fisik untuk menciptakan pengalaman yang informatif, menarik, dan mudah dipahami dalam suatu ruang. Inti dari teori ini adalah bagaimana elemen grafis, seperti huruf, warna, gambar, dan tekstur, dapat membantu orang lebih mudah berinteraksi dengan lingkungan fisik mereka serta mempengaruhi cara mereka merasakan dan berperilaku di tempat tersebut.

Environmental Graphic Design (EGD) adalah pendekatan yang menggunakan elemen visual untuk memperbaiki cara orang memahami dan berinteraksi dengan lingkungan. Dengan elemen-elemen grafis yang dipadukan secara baik, *EGD* membantu menciptakan komunikasi yang lebih jelas di dalam ruang, sehingga lebih mudah dimengerti dan dinavigasi. (Calori, 2015)

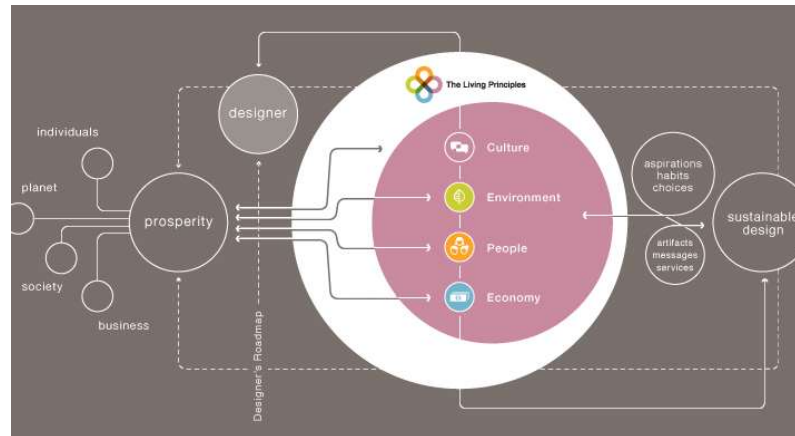
Elemen Utama pada *EGD* dalam menciptakan komunikasi yang lebih jelas pada ruang adalah:

- A. Huruf (Tipografi): Berfungsi untuk menyampaikan informasi dalam bentuk teks, seperti petunjuk arah atau penanda tempat.
- B. Warna: Berperan dalam menciptakan suasana tertentu di dalam ruang dan dapat digunakan untuk mengidentifikasi atau menyoroti bagian penting dari ruang.
- C. Gambar: Menyampaikan informasi secara visual dan dapat menimbulkan perasaan atau respon emosional tertentu.
- D. Tekstur: Memberikan dimensi tambahan pada ruang dan membuatnya lebih interaktif bagi pengguna.

Fungsi utama dari Desain Grafis Lingkungan termasuk membantu navigasi melalui sistem tanda dan petunjuk yang jelas, yang sering digunakan di fasilitas umum seperti bandara dan pusat perbelanjaan. Selain itu, *EGD* berkontribusi dalam menciptakan identitas tempat atau placemaking dengan penggunaan elemen visual yang membentuk karakter unik suatu lokasi, sehingga ruang publik menjadi lebih menarik dan mudah dikenali. *EGD* juga bisa digunakan untuk menyampaikan cerita atau nilai-nilai tertentu melalui elemen visual yang terintegrasi dengan ruang fisik, memberikan konteks dan memperkaya pengalaman visual pengguna. (Calori, 2015)

Pentingnya Desain Grafis Lingkungan terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengguna. Dengan menciptakan ruang yang tidak hanya informatif, tetapi juga menyenangkan secara visual, *EGD* membantu pengguna merasa lebih terhubung dan nyaman di tempat yang mereka kunjungi. Desain ini juga mendukung fungsi ruang tertentu, seperti rumah sakit,

pusat perbelanjaan, atau sekolah, dengan menciptakan suasana yang sesuai dengan tujuan utama ruang tersebut. (Calori, 2015)



Gambar 2. 6. framework for sustainable design
(Sumber: <http://sustainable-graphic-design.blogspot.com/>)

Secara keseluruhan, Teori Desain Grafis Lingkungan menunjukkan bagaimana elemen grafis dapat digunakan secara strategis untuk menciptakan pengalaman yang holistik, di mana estetika dan fungsionalitas ruang berjalan beriringan.



Gambar 2. 7. Contoh Desain Grafis Lingkungan
(Sumber: rsmdesign.com)

2.2.2 Signage System

Menurut Calori dalam bukunya yang berjudul *Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems* (2015)

Signage system adalah sistem tanda yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara visual dalam suatu lingkungan tertentu. Ini termasuk berbagai jenis tanda seperti petunjuk arah, identifikasi, regulasi, dan interpretasi. *Signage system* berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif untuk membantu pengguna menemukan jalan mereka dan memahami informasi yang diperlukan dalam suatu ruang (Calori, 2015)

Signage system dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan fungsinya:

- A. *Identification Sign*: Menyajikan nama dan fungsi suatu tempat atau ruang.
- B. *Directional Sign*: Memberikan isyarat yang penting untuk mengarahkan pengguna setelah mereka memasuki ruang.
- C. *Orientation Sign*: Menyajikan gambaran lingkungan tempat tersebut dalam bentuk peta yang komprehensif.
- D. *Regulatory Sign*: Menjelaskan hal yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan di tempat tertentu.
- E. *Warning Sign*: Memberikan peringatan tentang bahaya atau kondisi berbahaya di suatu tempat.
- F. *Operational Sign*: Memberikan informasi mengenai penggunaan lingkungan dengan tingkat detail yang cukup tinggi.
- G. *Honorific Sign*: Diberikan sebagai penghormatan kepada individu atau kelompok orang yang memiliki keterkaitan dengan lingkungan tertentu.
- H. *Interpretive Signage*: Bertujuan membantu orang untuk menafsirkan arti dari suatu lingkungan atau tempat tertentu dengan memberikan informasi yang relevan seperti sejarah, geografi, penduduk, dan artefak.



Gambar 2. 8. Contoh Jenis Jenis Signage
(Sumber: <https://avitalshapira.wordpress.com/>)

Signage system memiliki peran penting dalam memberikan informasi dan panduan di berbagai ruang publik. Fungsinya terbagi menjadi dua aspek utama. Pertama, *signage* berfungsi sebagai pemberi informasi. Di sini, tanda-tanda berperan menyampaikan informasi penting kepada pengguna, seperti letak suatu tempat, arah tujuan, serta fungsi area tertentu. Kedua, *signage* bertindak sebagai penunjuk arah. Dengan desain sistem petunjuk yang terstruktur dengan baik, pengguna dibantu untuk menemukan jalur yang tepat di suatu area. (Bines & Dixon, 2003)

Agar *signage system* berfungsi secara optimal, desainnya harus memenuhi sejumlah kriteria. Pertama, tanda-tanda tersebut harus mudah dilihat, yang berarti ditempatkan di lokasi-lokasi strategis dan mudah diakses, sehingga pengguna dapat dengan cepat menemukan arah atau informasi yang mereka butuhkan. Kedua, *signage* harus mudah dibaca. Pemilihan huruf dan tipografi harus memperhatikan aspek keterbacaan agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti secara jelas. Terakhir, tanda-tanda harus mudah dipahami, baik dalam penulisan maupun tata letaknya. Desain harus menghindari ambiguitas atau kesalahpahaman dalam interpretasi informasi. (Darajat, Tommi, & Kalbuadi, 2023)

Pada akhirnya, teori *signage system* ini menjadi landasan penting dalam desain komunikasi visual, memastikan bahwa sistem tanda dapat berfungsi secara efektif dalam memandu pengguna dan menyediakan informasi yang diperlukan di dalam suatu ruang.

2.2.3 Sign system

Sign System adalah sistem yang digunakan oleh manusia untuk memberikan arti atau makna kepada objek, konsep, atau fenomena di dunia. Sistem tanda ini terdiri dari berbagai elemen tanda, seperti simbol, kata-kata, gambar, bunyi, atau gerakan, yang digunakan untuk merepresentasikan sesuatu. Melalui penggunaan dan interpretasi elemen-elemen ini, orang dapat berkomunikasi, berbagi informasi, dan memahami dunia di sekitar mereka. (Chandler, 2002). Menurut Charles Sanders Peirce, seorang filsuf dan semiotikawan Amerika, sistem tanda adalah kumpulan tanda-tanda yang terdiri dari tiga unsur utama: ikon, indeks, dan simbol. Ikon menyerupai objek yang direpresentasikan, indeks memiliki hubungan kausal dengan objek yang direpresentasikan, sedangkan simbol memiliki hubungan konvensional dengan objek yang direpresentasikan. (Peirce, 1931-1958)

Disimpulkan bahwa sebuah sistem tanda merupakan kumpulan elemen-elemen tanda yang digunakan manusia untuk memberikan arti atau makna kepada objek, konsep, atau fenomena di dunia. Sistem tanda ini terdiri dari berbagai elemen seperti simbol, kata-kata, gambar, bunyi, atau gerakan, yang digunakan untuk merepresentasikan sesuatu. Charles Sanders Peirce menambahkan bahwa sistem tanda terdiri dari ikon, indeks, dan simbol, dengan masing-masing memiliki

karakteristik representasi yang berbeda. Dengan demikian, sistem tanda adalah dasar dari komunikasi manusia dan pemahaman tentang dunia di sekitar kita.

Sebuah sistem tanda yang baik harus memenuhi beberapa persyaratan agar dapat mencapai keefektifan maksimal seperti 1) mudah dilihat, 2) mudah dibaca, 3) mudah dimengerti, dan 4) dapat dipercaya (Tinarbuko, 2013). Sistem tanda yang baik menurut Tinarbuko (2013) juga harus memiliki beberapa aspek diantaranya:

- A. Visibilitas: yang mencakup kemudahan dalam melihat suatu tanda, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti penempatan, warna, bentuk, dan pengelompokan tanda.
- B. Readibilitas: yang menentukan seberapa mudah orang dapat memahami informasi yang disampaikan melalui tanda tersebut.
- C. Legibilitas: yang mengacu pada kemampuan pengamat untuk membaca informasi dengan jelas, termasuk kemampuan kata-kata utama untuk menonjol dibandingkan dengan latar belakangnya.

2.2.4 Semiotika

Semiotika adalah studi tentang tanda, simbol, dan proses komunikasi simbolis di dalam dan di antara berbagai budaya. Ini mencakup analisis tentang bagaimana tanda-tanda diproduksi, diinterpretasikan, dan digunakan untuk mentransmisikan makna dalam konteks sosial, budaya, dan linguistik. (Chandler, 2002). Bagi Ferdinand (2011) Semiotika adalah cabang ilmu sosial dan humaniora yang mempelajari tanda-tanda dan sistem-sistem tanda yang digunakan oleh manusia untuk berkomunikasi dan membuat makna. Ini melibatkan analisis tentang bagaimana tanda-tanda direpresentasikan, dipahami, dan diinterpretasikan oleh

individu dan masyarakat, serta bagaimana tanda-tanda tersebut membentuk sistem-sistem yang kompleks dalam budaya dan bahasa. (Saussure, 2011)

Berdasarkan kedua definisi, semiotika merupakan studi tentang tanda, simbol, dan sistem-sistem tanda yang digunakan oleh manusia dalam proses komunikasi dan pembuatan makna. Ini mencakup analisis tentang bagaimana tanda-tanda diproduksi, dipahami, dan diinterpretasikan dalam berbagai konteks sosial, budaya, dan linguistik. Dengan demikian, semiotika memungkinkan kita untuk memahami kompleksitas sistem tanda yang ada dalam bahasa, seni, dan budaya manusia.

2.2.5 Media Informasi

Media informasi adalah segala bentuk saluran atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak atau audiens. Ini termasuk media cetak seperti surat kabar, majalah, dan buku, serta media elektronik seperti televisi, radio, dan internet. Media informasi berperan penting dalam menyebarkan berita, pendapat, dan pengetahuan kepada masyarakat luas (McQuail, 2010).

Sedangkan menurut John Vivian (2018), media informasi adalah alat atau teknologi yang digunakan untuk menyebarkan pesan atau informasi kepada khalayak yang luas. Media informasi ini dapat berupa media cetak, media elektronik, atau media digital yang digunakan untuk mengirimkan pesan secara massal. (Vivian, 2018)

Berdasarkan kedua referensi, dapat disimpulkan bahwa media informasi adalah segala bentuk alat atau teknologi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak secara massal. Ini termasuk media cetak, media

elektronik, dan media digital yang berperan dalam menyebarkan berita, pendapat, dan pengetahuan kepada masyarakat luas. Dengan demikian, media informasi memiliki peran yang penting dalam proses komunikasi modern.

2.2.6 Estetika

Estetika adalah cabang filsafat yang mempelajari keindahan dan pengalaman estetis, termasuk penelitian tentang konsep-konsep seperti keindahan, kesenian, rasa, dan pengalaman estetis secara umum. Ini mencakup penelitian tentang bagaimana manusia merasakan dan merespons karya seni atau objek yang dianggap indah, serta pertimbangan tentang nilai-nilai estetis dan kritik terhadap karya seni (Scruton, 2013). Malcolm Budd (2003) juga membahas mengenai definisi estetika serta hubungannya dengan *system* tanda dan semiotika, menurut Budd Estetika adalah cabang filsafat yang mempelajari keindahan dan pengalaman estetis, termasuk penerapan prinsip-prinsip semiotika atau studi tentang tanda-tanda dalam konteks seni dan pengalaman visual. Estetika mempertimbangkan bagaimana karya seni menghasilkan makna melalui penggunaan elemen-elemen tanda, seperti warna, bentuk, garis, dan tekstur, serta bagaimana penerima pesan atau pengamat merespons dan menginterpretasikan tanda-tanda ini untuk menciptakan pengalaman estetis. (Budd, 2003).

2.2.7 Design thinking

Design thinking adalah pendekatan inovasi yang berpusat pada manusia yang mengambil alat-alat dari toolkit desainer untuk mengintegrasikan kebutuhan orang, kemungkinan teknologi, dan persyaratan untuk keberhasilan bisnis (Brown, 2009)

Design thinking menciptakan interaksi yang hidup antara berpikir dan melakukan. Ini mendukung pergeseran dari pendekatan yang berfokus pada masalah ke pendekatan yang lebih berfokus pada solusi. *Design thinking* mengintegrasikan pemikiran kreatif dan analitis, yang dapat menghasilkan solusi yang kuat (Lewrick, Link, & Leifer, 2018)

Design thinking adalah suatu pendekatan dalam memecahkan masalah yang berpusat pada pengguna, yang mengintegrasikan pemikiran analitis dan intuitif untuk menciptakan solusi inovatif. Pendekatan ini melibatkan serangkaian langkah yang iteratif seperti pemahaman mendalam tentang pengguna, mendefinisikan masalah, menghasilkan ide, membuat prototipe, dan menguji solusi. Secara khusus, *Design thinking* mendorong kolaborasi tim yang multidisiplin, menggabungkan perspektif dan keahlian yang berbeda untuk menciptakan solusi yang lebih baik dan lebih relevan dengan kebutuhan pengguna. Metode ini juga menekankan pentingnya berempati dengan pengguna, memahami konteks dan emosi mereka, serta iterasi terus-menerus untuk meningkatkan dan memvalidasi solusi yang dihasilkan.

2.2.8 Warna

Teori warna dalam Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan konsep penting yang membantu desainer menggunakan warna secara efektif untuk menyampaikan pesan visual. Teori ini mencakup pemahaman tentang pemilihan warna yang dapat membuat desain lebih menarik dan informatif. Salah satu konsep dasar dalam teori warna adalah roda warna, yang membagi warna menjadi tiga kategori: warna primer (merah, kuning, biru), warna sekunder (dari pencampuran

dua warna primer), dan warna tersier (hasil pencampuran warna primer dan sekunder). (Stone, Adams, & Marioka, 2008)

Dalam teori warna terdapat beberapa istilah penting, seperti *hue* (nama warna), *shade* (warna yang digelapkan dengan hitam), *tone* (warna yang diterangkan dengan putih), *saturation* (intensitas warna), dan *value* (tingkat kecerahan atau kegelapan warna). Desainer juga menggunakan skema warna tertentu, seperti monokrom (menggunakan satu warna dengan variasi), analog (warna yang berdekatan di roda warna), dan komplementer (warna yang saling berlawanan untuk menciptakan kontras tinggi), untuk menciptakan harmoni visual dalam desain. (Stone, Adams, & Marioka, 2008)

Teori warna juga melibatkan aspek psikologi warna, di mana warna dapat memengaruhi emosi dan perilaku audiens. Misalnya, warna merah sering dikaitkan dengan energi dan semangat, sementara biru menciptakan kesan tenang dan profesional. Pemahaman tentang psikologi warna memungkinkan desainer menciptakan dampak emosional yang tepat pada audiens. (Paksi, 2021)

Dalam aplikasinya, teori warna membantu desainer dalam memilih palet warna, menciptakan identitas visual, dan meningkatkan daya tarik estetis dari desain. (Stone, Adams, & Marioka, 2008) Kombinasi warna yang tepat tidak hanya membuat karya lebih menarik, tetapi juga lebih mudah dipahami oleh audiens. Dengan demikian, teori warna menjadi elemen kunci dalam Desain Komunikasi Visual, yang mendukung desainer dalam menyampaikan pesan secara efektif melalui warna.

2.2.9 Tipografi

Tipografi berasal dari bahasa Yunani, di mana "*typos*" berarti bentuk atau rupa, dan "*graphe*" berarti tulisan. Secara harfiah, tipografi mengacu pada seni memilih dan mengatur huruf atau teks sebagai elemen visual dalam suatu desain. Menurut Frank Jefkin (1997), tipografi adalah seni memilih huruf yang tersedia dan menggabungkan huruf-huruf tersebut untuk menyampaikan pesan secara efektif dan estetis (Jefkins, 1997)

Tipografi memiliki peran penting dalam desain grafis, dengan berbagai fungsi yang mendukung penyampaian pesan visual. Salah satu fungsi utamanya adalah sebagai alat informatif. Dalam hal ini, tipografi digunakan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti. Keterbacaan menjadi faktor utama, karena tujuan utamanya adalah memastikan bahwa audiens dapat memahami pesan yang terkandung dalam teks dengan mudah. (Bringhurst , 2002)

Selain fungsi informatif, tipografi juga memiliki fungsi ekspresif. Tipografi dapat digunakan untuk mengekspresikan kreativitas dan sudut pandang desainer. Pada fungsi ini, estetika tipografi sering kali lebih diprioritaskan dibandingkan keterbacaan, karena desain diharapkan dapat menyampaikan emosi atau suasana tertentu kepada audiens. (Bringhurst , 2002)

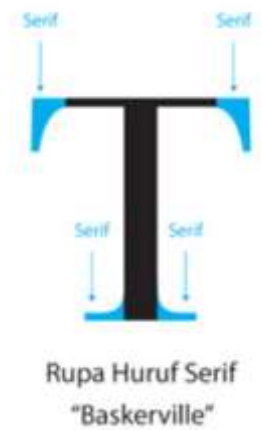
Tipografi juga memiliki fungsi simbolis, di mana huruf dan tata letak digunakan untuk menyampaikan makna tambahan melalui tanda-tanda tertentu. Sebagai contoh, pilihan huruf atau gaya tertentu dapat memperkuat kesan atau tema yang ingin disampaikan dalam desain. (Bringhurst , 2002)

Fungsi estetika adalah aspek lain dari tipografi yang tak kalah penting. Keindahan visual yang tercipta dari penggunaan tipografi dapat memengaruhi bagaimana audiens merespon dan memandang keseluruhan desain. Dengan penggunaan tipografi yang tepat, desain dapat memiliki daya tarik visual yang kuat. (Bringhurst , 2002)

Selain itu, terdapat beberapa prinsip penting dalam tipografi yang perlu diperhatikan dalam desain. Pertama adalah *legibility* atau kemudahan membaca. Ini mengacu pada kualitas huruf yang harus jelas dan mudah dikenali. Selanjutnya adalah *readability*, yaitu kelancaran membaca, yang berkaitan dengan bagaimana huruf-huruf disusun dalam teks, termasuk spasi dan ukuran huruf. Terakhir adalah *clarity* atau kejelasan, di mana huruf-huruf harus mudah dikenali oleh audiens sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan cepat dan tanpa kebingungan. (Hendratman, 2023)

Tipografi dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa kategori:

- A. *Serif*: Huruf yang memiliki "serif" atau kaki di ujungnya, memberikan kesan klasik dan elegan.



Gambar 2. 9. Rupa Huruf Serif
(Sumber: wikipedia.org)

- B. *Sans Serif*: Huruf tanpa serif, biasanya lebih modern dan bersih.



Gambar 2. 10. Rupa Huruf Sans Serif
(Sumber: wikimedia.org)

- C. *Script*: Huruf yang menyerupai tulisan tangan, sering digunakan untuk menambah elemen personal atau artistik.



Gambar 2. 11. Rupa Huruf Script
(Sumber: <https://www.dumetschool.com/>)

- D. *Display*: Huruf yang dirancang khusus untuk menarik perhatian dalam ukuran besar, sering digunakan dalam poster atau iklan



Gambar 2. 12. Rupa Huruf Display Decorative
(Sumber: <https://www.dumetschool.com/>)

Tipografi adalah elemen fundamental dalam desain grafis yang mempengaruhi bagaimana informasi disampaikan dan diterima oleh audiens. Dengan memahami fungsi, prinsip, dan klasifikasi tipografi, desainer dapat menciptakan karya yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif dalam komunikasi