

Perancangan *Directory Sign* Pasar Santa

Brian Alvin Hananto; Alfiansyah Zulkarnain; Kartika Magdalena; Eldad Timothy
Desain Komunikasi Visual Universitas Pelita Harapan
Brian.hananto@uph.edu

Abstrak

Pasar Santa adalah sebuah pasar yang bertempat di daerah Jakarta Selatan yang terkenal karena kuliner dan toko-tokonya yang unik. Beberapa situasi yang terjadi membuat *tenant-tenant* Pasar Santa sering berganti, dan informasi tersebut tidak diinformasikan ke publik baik secara *online* maupun *offline*. Informasi mengenai lokasi dan kontak dari *tenant-tenant* tersebut juga tidak mudah ditemukan bahkan bagi pengunjung yang sudah datang ke Pasar Santa. Solusi yang ditawarkan dalam studi ini adalah perancangan sebuah *directory* yang berfungsi bukan hanya sebagai media *wayfinding* tapi juga sebagai *interpretation* dan juga *placemaking*. Penulis juga melakukan evaluasi terhadap desain yang dihasilkan setelah digunakan selama enam bulan di Pasar Santa untuk mendapatkan masukan terhadap desain yang dihasilkan.

Keywords: Pasar Santa, *Environmental Graphic Design*, *Directory*

Pendahuluan

Pasar Santa merupakan sebuah pasar yang terletak di Jakarta Selatan. Ramai di kalangan anak muda, dewasa ini Pasar Santa sendiri sering menjadi tempat berkumpul. Jenis barang yang dijualnya pun beragam, mulai dari barang-barang unik hingga antik. Walaupun ramai dikunjungi beragam orang, Pasar Santa yang terdiri dari 3 lantai ini mempunyai penempatan toko yang kurang sistematis. Hal tersebut mengakibatkan orang-orang sering sekali mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi tertentu. Tentunya hal tersebut menjadi sebuah problem tersendiri yang perlu diselesaikan.

PD. Pasar Jaya bekerja sama dengan Design As Generator (DAG) dalam membuat beberapa proyek revitalisasi di Pasar Santa. Salah satu proyek yang dikerjakan DAG mengundang jurusan Desain Komunikasi Visual dari Universitas Pelita Harapan untuk merancang sebuah *directory sign* untuk Pasar Santa. Tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa ini terdiri dari 9 mahasiswa, Eldad Timothy, Jeffry Imanuel, Kartika Magdalena, Pedro Sendoh, Rafi Krisananda, Regine Tivona, dan Togu Stefanus. Kelompok ini berada dibawah bimbingan Alfiansyah Zulkarnain, Brian Alvin Hananto, Martin L Kattopo, dan Ruth Oppusunggu. Tim jurusan DKV UPH yang berpartisipasi adalah mahasiswa-mahasiswa yang mengikuti perkuliahan mata kuliah perancangan sistem tanda.

Mata kuliah perancangan sistem tanda adalah salah satu mata kuliah yang mempelajari bagaimana sebuah gambar dan tulisan dapat mengkomunikasikan atau menyampaikan sebuah pesan atau kesan. *Directory sign* sendiri merupakan bagian dari sistem tanda juga dipelajari di mata kuliah ini. Oleh sebab itu, proyek perancangan *directory sign* untuk Pasar Santa ini adalah salah satu bentuk penerapan dari apa yang sudah dipelajari di dalam mata kuliah perancangan sistem tanda. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa juga dituntut untuk mendesain dengan mengikuti proses atau tahapan mendesain tertentu. Proses desain yang ditawarkan merupakan penyederhanaan namun sekaligus penyesuaian dari beberapa proses desain lain. Proses desain mengacu pada proses desain *signage* yang diberikan oleh Chris Calori dan David Vanden-Eynden dalam bukunya, *Signage and Wayfinding Design* dan proses desain yang umum oleh Robin Landa dalam bukunya, *Graphic Design Solutions*.

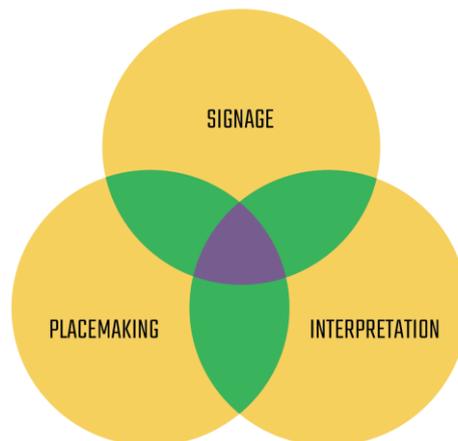
Dalam tulisan ini, penulis akan menguraikan proses desain *directory sign* yang dihasilkan tim DKV UPH untuk Pasar Santa. Pemaparan proses desain tersebut juga disertai dengan gambar-gambar yang mengilustrasikan apa yang dikembangkan dalam tiap tahapan desain yang dilalui.

Kerangka Teori

Menurut Richard Hollis, desain grafis adalah kegiatan memilih dan menyusun tanda untuk menyampaikan sebuah ide atau pesan. ‘Tanda’ yang dimaksud sendiri berarti gambar dan tulisan, yang biasanya digunakan keduanya secara bersamaan dan saling mempunyai hubungan. Tujuannya sendiri adalah untuk; memberikan sebuah informasi, membujuk atau meyakinkan terhadap suatu informasi, mengidentifikasi sebuah hal sehingga orang-orang sadar akan keberadaan hal tersebut bahkan mengingatnya.

Di dalam desain grafis sendiri, terdapat sebuah komunikasi grafis yang disebut *Environmental Graphic Design (EGD)*. Menurut Calori & Vanden-Eynden (2015), *EGD* adalah komunikasi grafis tentang informasi yang ditemukan di lingkungan. Elemen grafis tersebut adalah sebuah gambar, tulisan, ataupun kombinasi dari kedua hal tersebut. Tujuan adanya sebuah *EGD* ini sendiri adalah untuk komunikasi yaitu menyampaikan komunikasi yang informatif, mulai dari menginformasikan arah, menginformasikan lokasi ataupun memberikan informasi yang lebih detail lagi terhadap sebuah tempat atau obyek dalam lingkungan tersebut. Oleh sebab itu, medium grafis *EGD* ini dapat ditemukan pada lingkungan hidup, bukan semata-mata dicetak atau dua dimensional saja.

EGD sendiri mempunyai tiga aspek dengan fungsi dan tujuannya masing-masing. Ketiga aspek tersebut, dikemukakan oleh Wayne Hunt dalam buku Calori & Vanden-Eynden, adalah *signage and wayfinding*, *placemaking* dan *interpretation*. Aspek *wayfinding* adalah aspek yang menunjukkan atau menandakan arah ke suatu lokasi, aspek *placemaking* adalah aspek yang memberikan sebuah identitas atau penanda terhadap suatu tempat, dan aspek *interpretation* adalah aspek yang memberikan penjelasan lebih lanjut dalam suatu tempat. Sementara *signage* sendiri merupakan komponen yang lebih kecil dibandingkan dengan *wayfinding*. *Wayfinding* adalah salah satu aspek fungsi dari *EGD*, sedangkan *signage* adalah salah satu benda yang berkontribusi dalam *EGD* sebagai salah satu aspek



penunjuk jalan atau *wayfinding*.

**Gambar 1. Ketiga Aspek EGD yang Dikemukakan Wayne Hunt
(Sumber: Calori & Vanden-Eynden, 2015)**

Salah satu jenis *signage* adalah *directional sign*. *Directional sign* sendiri adalah tanda penunjuk yang memiliki tujuan untuk menunjukkan atau mengarahkan seseorang menuju suatu lokasi, contohnya adalah papan penunjuk jalan yang sering kali ditemukan ketika mengemudi, atau papan yang menunjukkan dimana tempat masuk dan tempat keluar. Apabila digolongkan ke dalam aspek yang dikemukakan oleh Wayne Hunt, *directory sign* mempunyai aspek *wayfinding*. Namun, *directory sign* yang dirancang untuk Pasar Santa sedikit berbeda karena *directory sign* tersebut memiliki ketiga aspek *environmental graphic design* didalamnya; aspek *wayfinding*, aspek *placemaking*; dan aspek *interpretation*.

Proses desain yang digunakan merupakan adaptasi dari proses desain Robin Landa. Proses desain Landa, terdapat lima tahap: *orientation*, *analysis*, *concepts*, *design development*, *implementation*, proses tersebut dapat digunakan dengan baik ketika desain yang dihasilkan bukan merupakan desain yang digunakan secara berkepanjangan. Mengingat *directory sign* adalah sebuah desain yang fungsional dan digunakan secara rutin, maka ditambahkan tahapan evaluasi untuk mengukur performa dari desain yang dihasilkan.



**Gambar 2. Proses Desain *Directory Sign* Pasar Santa
(Sumber: Penulis, 2018)**

Tahapan pertama adalah tahapan *orientation*, di mana tujuan dari tahapan ini adalah untuk mengenal permasalahan desain grafis yang nantinya akan dikerjakan lebih lanjut. Tahapan kedua, *analysis*, adalah tahapan untuk memahami aspek-aspek yang ditemukan selama proses riset mengenai permasalahan desain yang ada. Hal ini diharapkan dapat memunculkan arahan-arahan dalam pendekatan desain nantinya. Tahapan ketiga adalah tahapan pertama dalam fase desain, yaitu *concepts*. Pada tahap ini, desainer mulai menggagas visual yang akan dibuat. Seperti menentukan *typeface* apa yang dapat berfungsi dalam permasalahan desain, atau warna-warna apa yang dapat membantu merepresentasikan nilai-nilai yang ada, atau gambar apa yang perlu digunakan untuk memperjelas pesan komunikasi. Pilihan-pilihan tersebut akhirnya direalisasikan dalam tahapan keempat, *design development*. Tahapan selanjutnya adalah *implementation*, di mana desain diproduksi dan ditempatkan pada situasi di mana dia harus berfungsi, seperti dicetak, atau diunggah secara *online*, ataupun ditempatkan di situs sebagai sebuah *environmental graphic*. Tahapan sekaligus fase terakhir adalah *evaluation*. Di tahap terakhir ini, adalah fase dimana desain yang telah diimplementasi dievaluasi. Evaluasi dilakukan dengan cara melihat kembali desain dan melakukan observasi serta wawancara pada para pengguna *directory sign* di Pasar Santa.

Tahapan Desain

Proses desain diawali dengan tahapan *orientation*. Dalam tahapan ini, tim desain bertemu dengan DAG selaku pihak yang mewakili PD Pasar Jaya. Dalam pertemuan dengan DAG, tim desain dijelaskan mengenai situasi Pasar Santa dan mengenai kebutuhan Pasar Santa akan sebuah *directory sign* yang digunakan bukan hanya sebagai penunjuk atau ‘denah’ (*wayfinding*), namun juga sebagai medium interaksi antar pemilik toko dan pengunjung, serta penanda area (*placemaking & interpretation*). Dalam tahapan ini, tim desain juga dibekali data-data dan juga arahan-arahan dari program revitalisasi Pasar Santa yang dilakukan oleh DAG.

Tahapan selanjutnya adalah tahapan *analysis*, dimana tim desain mengunjungi Pasar Santa untuk melihat situs dan mencari data-data yang mungkin tidak didapati dari proses *briefing* atau *orientation*. Dalam kunjungan pertama penulis ke Pasar Santa, penulis menemukan problem-problem komunikasi



visual seperti masalah *wayfinding* dan juga *placemaking*.

**Gambar 3. Tampilan Luar Kios Toko yang Tidak Memiliki Sign
(Sumber: Penulis, 2018)**



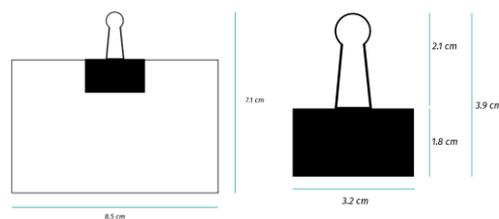
**Gambar 4. Tampilan Lorong-lorong pada Pasar Santa yang Minim Identitas & Penanda
(Sumber: Penulis, 2018)**

Tim desain menemukan bahwa ditemukan penggunaan *signage* di Pasar Santa, namun penggunaannya tidak mempunyai sistem yang konsisten dan banyak *signage* yang ditemukan sudah tidak terawat dan dalam kondisi yang tidak baik. Beberapa toko juga terlihat tutup tanpa disertai dengan keterangan lebih jelas apakah toko tersebut tutup secara permanen atau hanya sementara. Keadaan pasar basah yang berada di lantai *basement* juga bisa dibilang cukup berantakan. Selain itu di Pasar Santa ini terdapat tangga sebagai penghubung antara dua lantai yang ada, namun lokasi tangga tersebut juga cukup sulit untuk ditemukan karena minim informasi akan lokasi tangga tersebut.

Berdasarkan observasi penulis, disimpulkan bahwa Pasar Santa mempunyai penataan lokasi dan pembagian toko yang tidak konsisten dan tidak terorganisir. Hal ini dapat terbantu dengan adanya sebuah *directory sign* untuk memberikan keterangan yang lebih rinci kepada para pengunjung.

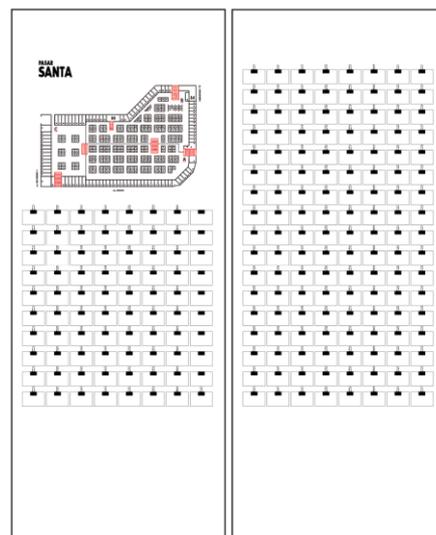
Berdasarkan kebutuhan Pasar Santa dan kondisi lokasi Pasar Santa sendiri, tim desain mengembangkan sebuah *directory sign* khusus untuk Pasar Santa. *Directory Sign* yang dirancang memiliki fungsi untuk menunjukkan lokasi toko-toko yang ada di Pasar Santa serta mencantumkan kontak pemilik toko tersebut. Karena frekuensi perubahan kepemilikan toko di Pasar Santa bukanlah hal yang jarang ditemui, maka pemberian informasi kontak pemilik toko idealnya dapat dilakukan oleh pemilik toko itu sendiri. Hal ini menjadi salah satu tantangan tersendiri dalam desain ini adalah menghasilkan sebuah sistem desain yang dapat diubah-ubah secara praktis dan oleh orang awam.

Solusi desain yang dihasilkan merupakan sebuah papan kartu nama yang juga berfungsi sebagai *directory sign*. Sistem untuk menempatkan kartu nama dibuat tidak permanen sehingga dapat diganti dengan mudah. Prototype pertama adalah menggunakan klip penjepit kertas sehingga proses ganti-mengganti kartu nama hanya perlu membuka klip tersebut. Klip penjepit tersebut kemudian akan



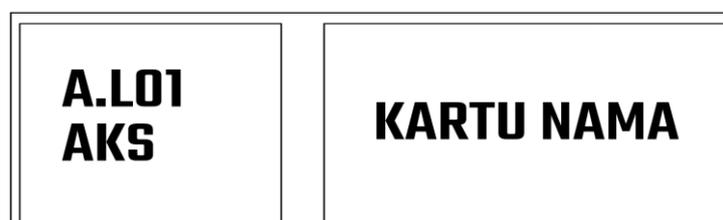
dipakukan ke sisi-sisi *directory sign*.

Gambar 5. Ilustrasi dan Ukuran Penggunaan Klip Penjepit Kertas Nomor 155
(Sumber: Penulis, 2018)



Gambar 6. Papan Kartu Nama yang menggunakan Klip Penjepit Kertas
(Sumber: Penulis, 2018)

Alternatif kedua untuk sistem penempatan kartu nama adalah menggunakan plastik mika sebagai wadah kartu nama. Wadah plastic mika tersebut dapat diselipkan kartu nama. Mika sendiri adalah bahan plastik yang cukup tebal tetapi masih memungkinkan untuk ditebuk dan dibuka sehingga



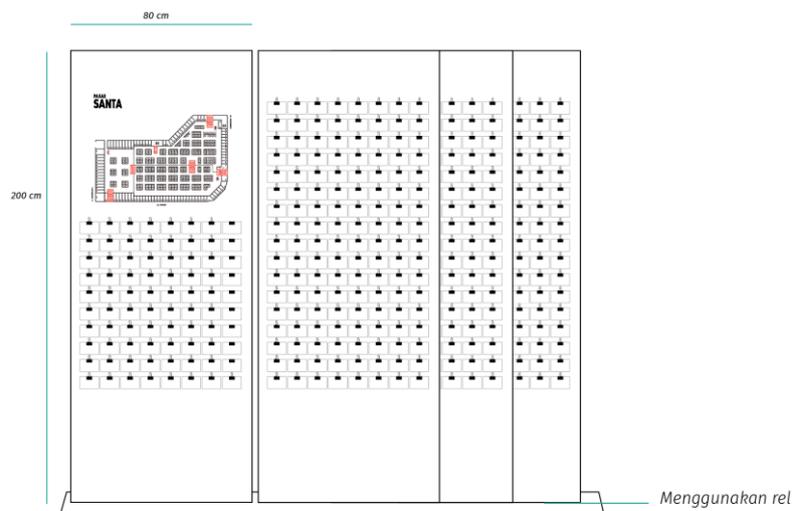
Kode kios
(yang sudah disediakan).

Slot untuk kartu nama.

pergantian kartu nama masih cukup fleksibel untuk dilakukan. Antar kartu nama juga akan terdapat pembatas (yang sudah disediakan) berbentuk informasi mengenai kode posisi kios masing-masing.

Gambar 7. Sistem Penempatan Kartu Nama yang Menggunakan Mika
(Sumber: Penulis, 2018)

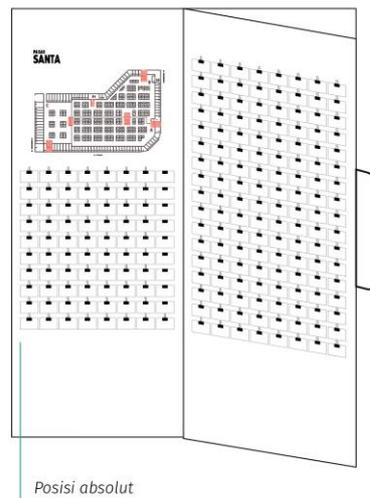
Berhubung ruang kosong yang bisa dibidang cukup sempit menyebabkan *sign* yang dibuat tidak boleh berukuran terlalu besar. Beberapa alternatif bentuk *sign* pun muncul, masing-masing dengan tujuan untuk menghemat ukuran *sign* yang ada. Alternatif fisik pertama adalah *sign* yang berbentuk papan namun bisa digeser sesuai rel yang juga akan dibuat. Rel tersebut sayangnya yang juga menjadi kelemahan alternatif ini. Lokasi yang cukup mudah kotor juga dapat dengan mudah membuat rel kotor dan nantinya dapat menghambat kerja rel tersebut (tidak semulus baru ketika menggeser-geser



papan).

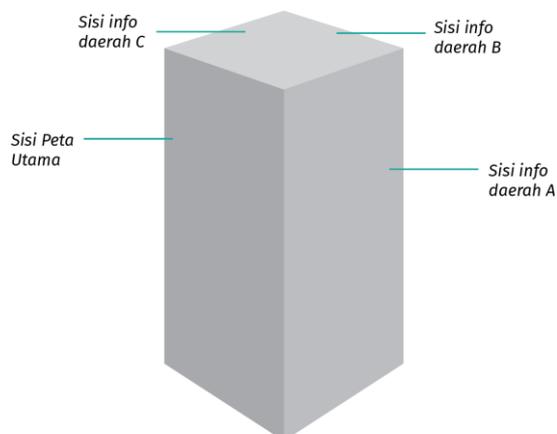
Gambar 8. Sistem Papan Kartu Nama yang Menggunakan Rel
(Sumber: Penulis, 2018)

Alternatif kedua masih menggunakan bentuk papan, tapi dengan mekanisme yang berbeda. Bukan dengan rel tapi menggunakan engsel seperti yang ada pada pintu. Hasilnya, papan-papan kartu nama tersebut dapat dibolak-balik seperti sebuah buku. Kelemahannya, untuk membuat wujud fisik alternatif ini butuh ketebalan tersendiri yang dinilai tidak seefektif itu.



Gambar 9. Sistem Papan Kartu Nama yang Menggunakan Engsel
(Sumber: Penulis, 2018)

Terakhir, adalah alternatif yang hanya membentuk sebuah kubus. Untuk melihat sisi ke sisi lainnya, tentu pengguna harus memutar *sign* ini. Sama dengan alternatif lain yang memiliki kelemahan, alternatif ini membutuhkan cukup banyak ruang kosong. Tetapi dari segi tahan lama, alternatif

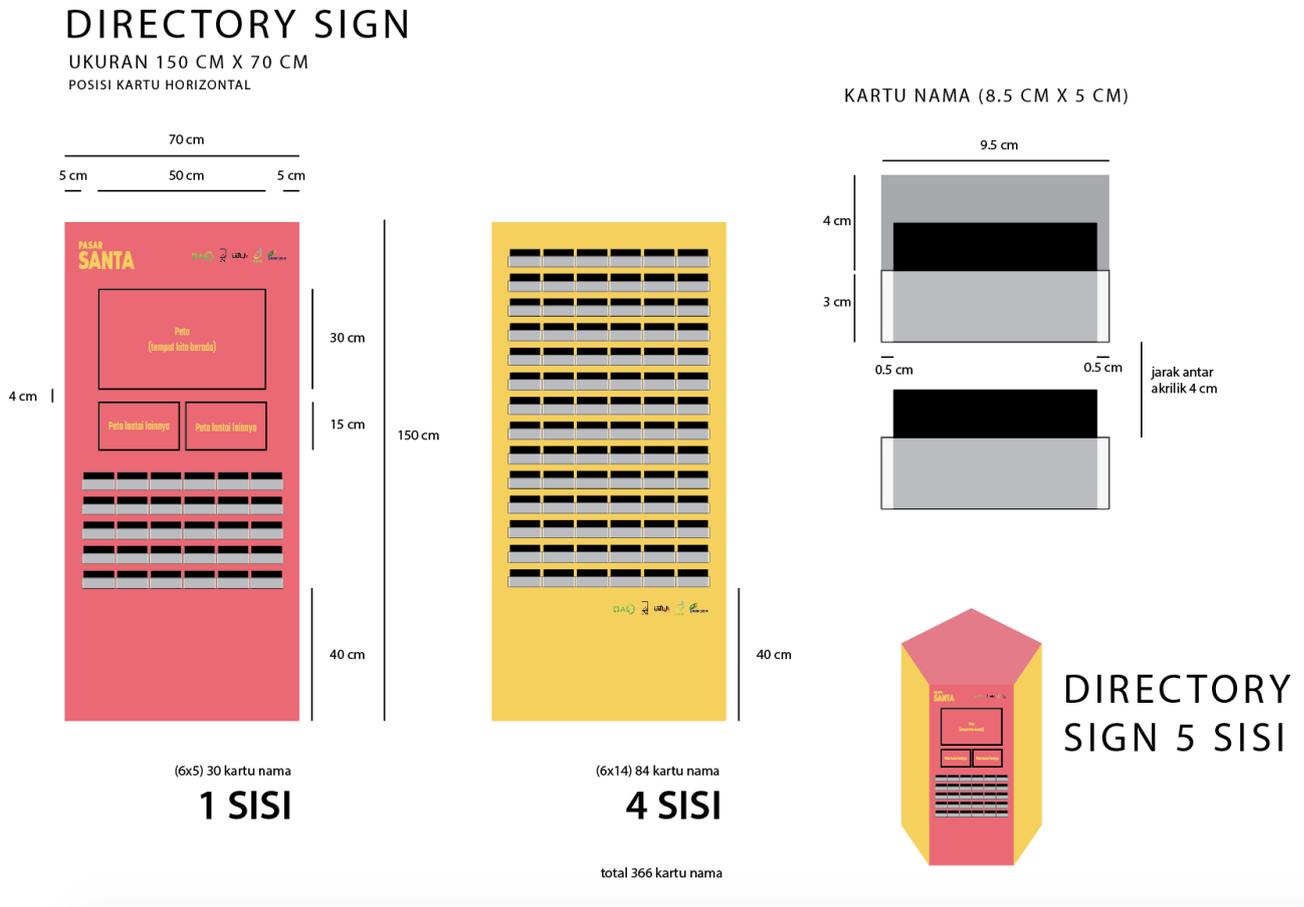


terakhir inilah yang dinilai paling kuat dibandingkan dengan yang lain.

Gambar 9. Sistem Tempat Kartu Nama yang Berbentuk Kubus
(Sumber: Penulis, 2018)

Melalui berbagai pertimbangan, bukan hanya masalah ukuran dan desain namun juga dari segi biaya. Sistem kartu nama yang kemudian dikembangkan adalah sistem yang menggunakan wadah mika. Dari segi bentuk, akhirnya alternatif terakhir yang berbentuk kubus adalah alternatif yang dipilih untuk diproduksi. Alasannya karena alternatif terakhir inilah yang memiliki daya tahan paling kuat dibandingkan dengan yang lain. Fleksibilitas dan sederhana juga merupakan aspek kuat lainnya yang dapat ditemukan pada alternatif ini. Selain itu, bentuk terakhir juga dapat memuat paling banyak 420 kartu nama (8.5 x 5cm).

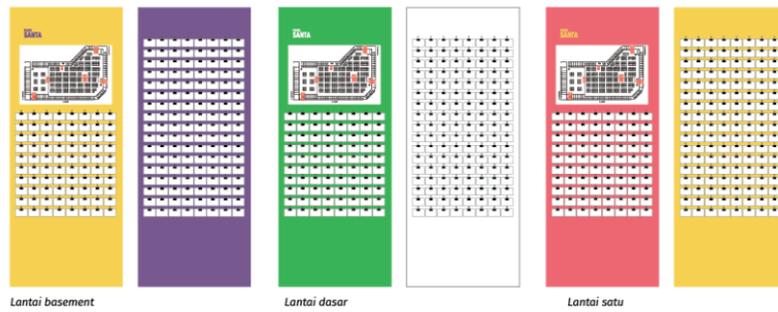
Namun dalam pengembangannya, untuk memuat 420 kartu nama dengan empat sisi menghasilkan bentuk sign yang tinggi. Hal ini menyulitkan orang-orang yang ingin menjangkau dan mengakses informasi. Selain itu, bentuk *sign* yang tinggi dinilai mengganggu visibilitas kios-kios yang ada. Dengan demikian untuk tetap mempertahankan luas permukaan yang serupa namun dengan tinggi yang lebih pendek, maka bentuk *sign* yang semula berbentuk kubus diubah menjadi bentuk prisma 5



sisi.

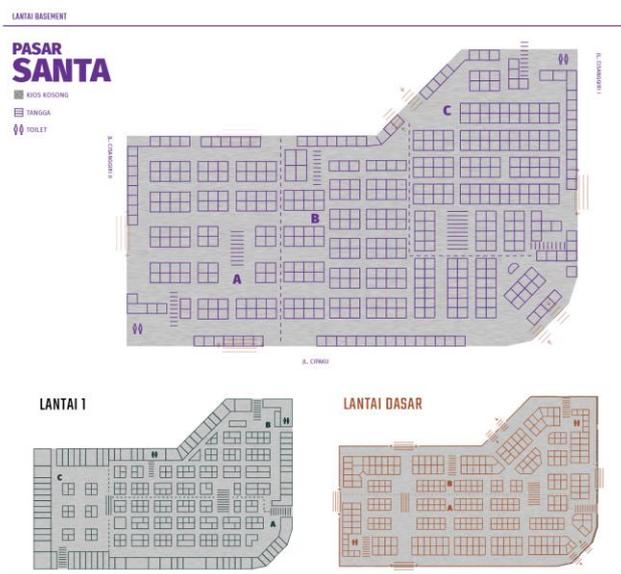
Gambar 10. Directory Sign Pasar Santa dengan Bentuk Prisma Segi Lima
 (Sumber: Penulis, 2018)

Directory sign ini nantinya akan ditempatkan pada masing-masing lantai. Lantai *basement*, lantai dasar, dan lantai satu akan mempunyai *directory sign* dengan informasi sesuai lantainya masing-masing. Bukan hanya dibedakan melalui informasi yang terkandung di dalamnya, tetapi juga dibedakan melalui penggunaan warna. Sebagai contoh, lantai *basement* akan mempunyai kode warna kuning-ungu, lantai dasar akan mempunyai kode warna hijau-putih, dan lantai satu akan mempunyai kode warna merah muda-kuning.



Gambar 11. Sistem Warna Tiap Lantai Pasar Santa
(Sumber: Penulis, 2018)

Denah masing-masing lantai juga dapat ditemukan di directory sign ini. Ketika melihat directory sign di lantai dasar, pengguna juga dapat melihat denah untuk lantai satu. Tujuannya untuk memberikan keefektifan bagi pengguna itu sendiri. Sebagai contoh ketika mencari toko A tetapi tidak ditemukan di lantai satu, pengguna itu bisa langsung melihat ke denah lantai lainnya. Tidak perlu mendatangi *sign*



per lantai untuk melihat denah.

Gambar 12. Desain Denah Pasar Santa yang Ditampilkan di *Directory Sign*
(Sumber: Penulis, 2018)

Tujuan dari desain directory sign ini tidak hanya berhenti untuk memberikan informasi saja, melainkan juga sebagai salah satu sarana untuk mendidik. Dengan adanya *directory sign* ini diharapkan memberikan dampak edukatif kepada orang-orang yang biasanya ada di Pasar Santa. Mengikuti aturan yang ada dengan bersedia meletakkan informasi kios di *directory sign* ini sehingga sign yang ada pun dapat digunakan sesuai fungsinya. Pengunjung pun dapat belajar menggunakan *sign* yang ada, untuk mendapatkan informasi lebih jelas.

Tahapan implementasi dari desain *directory sign* untuk Pasar Santa akhirnya diproduksi dengan lempengan metal sebagai bahan utama. Karena akan ditempatkan pada tempat *semi-outdoor*, lempengan metal dinilai cukup kuat sebagai material utama *directory sign* tersebut. Sistem penempatan kartu nama juga tidak jadi menggunakan mika melainkan menggunakan akrilik. Hal itu dilakukan karena akrilik merupakan material yang lebih kuat daripada mika dan lebih cocok dalam penggunaan tempat-tempat *semi-outdoor*.

Directory sign yang diproduksi juga tidak langsung untuk ketiga lantai, melainkan hanya untuk lantai dasar terlebih dahulu. Bertujuan untuk melakukan simulasi dan melihat apakah tujuan *directory sign* bisa tercapai di Pasar Santa. Produksi *directory sign* dengan ukuran 150 x 70 cm memakan waktu



kurang lebih 1 bulan.

Gambar 13. Foto Detil Produksi dari *Directory Sign*
(Sumber: Penulis, 2018)



Gambar 14. Foto Peresmian *Directory Sign* Pasar Santa
(Sumber: Penulis, 2018)

Setelah diresmikan pada bulan Desember, 6 bulan kemudian *directory sign* ini masih tetap ada dan digunakan. Praktek *directory sign* ini juga sudah berjalan cukup baik, dapat dilihat dari adanya orang-orang yang meletakkan kartu nama di tempat yang telah disediakan. Akan tetapi tujuan *directory sign* ini belum sepenuhnya tercapai. Salah satu pemilik kios yang bernama Neta setuju kalau keberadaan *sign* ini cukup membantu tetapi menurut dia informasi kejelasan lokasi sebuah kios masih kurang. Hal ini menyebabkan tujuan *directory sign* sebagai penunjuk arah beralih menjadi tujuan *marketing* saja.

Orang-orang memang jadi lebih *aware* dengan keberadaan suatu kios, tetapi tetap kesulitan dalam



menemukannya. Alasannya, karena ternyata nomor kios tidak tercantum.

**Gambar 14. Kondisi *Directory Sign* Pasar Santa 6 Bulan Setelah diresmikan
(Sumber: Penulis, 2018)**

Petugas keamanan yang bernama Pak Sujino bahkan salah paham dengan *directory sign* yang diletakkan di bagian depan Pasar Santa. Menurut dia, kegunaan utamanya adalah sebagai tempat promosi dengan meletakkan kartu nama, bukan penunjuk atau penyedia informasi lokasi kios. Tujuan utama tidak tercapai dengan baik tetapi pengguna sebenarnya sudah melakukannya dengan mau berpartisipasi meletakkan kartu nama kios mereka masing-masing. Pak Sujino juga menjelaskan bahwa *directory sign* yang kosong diakibatkan karena kartu nama yang ada sudah habis diambil



pengunjung dan belum diisi lagi.

**Gambar 15. Detil Kondisi *Directory Sign* Pasar Santa 6 Bulan Setelah diresmikan
(Sumber: Penulis, 2018)**

Sebagai kesimpulan, pengguna sudah bisa menggunakan *sign* ini dengan baik. Pengunjung juga mengerti tujuan adanya kartu nama yang diletakkan, dibuktikan dengan habisnya kartu nama karena diambil. *Directory sign* ini sendiri juga sudah mampu membuat pengunjung lebih sadar akan keberadaan dari kios tertentu. Tetapi, kelengkapan informasi perlu diperhatikan, sebagai contoh nomor kios yang ada.

Penutup

Berdasarkan tahapan desain yang dilakukan tim desain, penulis sebagai bagian dari tim desain tersebut menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Desain sebelum dan sesudah produksi terkadang mengalami perubahan-perubahan signifikan karena aspek-aspek lapangan, seperti kapasitas produksi, situasi lapangan dan lain-lain. Hal tersebut tentunya mempengaruhi juga kinerja desain yang diekspektasikan. Dengan demikian, keterampilan seorang desainer dalam aspek produksi atau setidaknya dalam proses pengawasan produksi sangatlah krusial untuk menjaga kualitas desain yang dihasilkan.
2. Berbicara mengenai fungsi, menanamkan terlalu banyak kegunaan pada sebuah *signage* dapat memperumit penggunaan dari *signage* tersebut. Miskomunikasi kegunaan *directory sign* yang dihasilkan menjadi pelajaran tersendiri untuk pengembangan lebih lanjut atau redesain dari *directory signage* Pasar Santa.
3. Dalam mendesain sebuah *environmental graphic design*, pemahaman mengenai fisika dan mekanika tidak bisa diabaikan. Hal-hal tersebut berkaitan dengan aspek produksi namun juga aspek penempatan desain. Karena walaupun sudah diproduksi dengan baik, apabila desain ditempatkan dalam posisi atau kondisi yang tidak tepat, hasilnya tidak akan maksimal.

Program revitalisasi Pasar Santa yang dilakukan DAG tidak berhenti dengan selesainya pembuatan *directory sign* dari tim DKV UPH. Kiranya apa yang telah dikembangkan oleh tim DKV UPH ini dapat berguna dan dapat menjadi pintu gerbang dari pengembangan-pengembangan lain yang mungkin dapat dilakukan selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Calori, Chris & David Vanden-Eynden. 2015. *Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems 2nd ed.* Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hollis, Richard. 2002. *Graphic Design: A Concise History, Second Edition (World of Art) 2nd ed.* Thames & Hudson.
- Landa, Robin. 2011. *Graphic Design Solutions 4th ed.* Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.