



PERANCANGAN ENVIROMENTAL GRAPHIC

TOWER CAFE SEMARANG

Tugas Akhir

diajukan dalam rangka penyelesaian Studi Diploma tiga (D3)

Program Studi Desain Komunikasi Visual

oleh

Trio Candra Adi

2411315016

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah dipertahankan dihadapan sidang panitia ujian tugas akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

Hari : Selasa

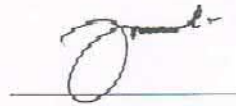
Tanggal : 30 April 2019

Panitia Ujian Tugas akhir

Ketua

Prof. Dr. Muhammad Jazuli, M.Hum

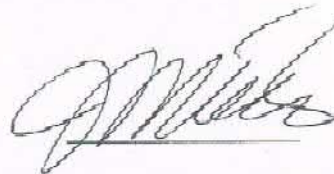
NIP. 196202211989012001



Sekretaris

Mujiyono, S.Pd., M.Sn.

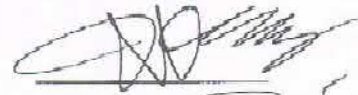
NIP. 196702251993031002



Penguji I

Supatmo, S.Pd., M.Hum.

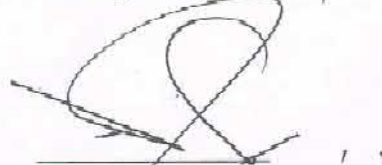
NIP.196803071999031001



Penguji II

Gunadi, S.Pd., M.Pd.

NIP. 198301282014041002



Penguji III

Rahina Nugrahani, S.Sn, M.Ds.

NIP. 198302272006042001



PERNYATAAN

Dengan ini saya.

Nama : Trio Candra Adi

NIM : 2411315016

Jurusan/Prodi : Seni Rupa/Desain Komunikasi Visual D3

Fakultas : Bahasa dan Seni

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam laporan tugas akhir ini benar benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat orang lain yang terdapat dalam tugas akhir ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah

Semarang,



Trio Candra Adi

NIM. 2411315016

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu.” – Norman Vincent Peale

PERSEMBAHAN

1. Ayah dan Ibu yang selalu ada untuk saya dalam keadaan apapun, terimakasih Ayah, Terimakasih Ibu saya mencintai kalian lebih dari apapun dan terimakasih atas cinta kalian
2. Kakak saya Galih Widayanto, terimakasih sudah menjadi ayah kedua selama merantau dan terimakasih atas inspirasinya kau adalah inspirasiku

PRAKATA

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, Shalawat dan salam penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, Beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta kemurahan hati dari berbagai pihak. Oleh karena itu, disamping rasa syukur yang tak terhingga atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT penulis juga menyampaikan rasa terimah kasih yang sedalam-dalamnya kepada Ibu Rahina Nugrahani,S.Sn.,M.Ds. sebagai pembimbing I dan Bapak Gunadi,S.Pd.,M.Hum sebagai pembimbing II yang telah membimbing mulai dari awal hingga selesainya penyusunan tugas akhir ini. Serta penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr.Faturrohman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.
2. Prof. Dr. Agus Nuryatin, M. Hum., Dekan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang yang telah menyediakan fasilitas administratif dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Dr. Syakir, M.Sn. selaku ketua Jurusan Seni Rupa yang telah menyediakan layanan administratif tingkat jurusan.
4. Bapak Gunadi,S.Pd.,M.Hum sebagai pembimbing yang sudah memberingan pengarahan dan tuntunannya.
5. Rahina Nugrahani S.Sn, M.Ds. Selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual D3 sekaligus Dosen Pembimbing 1 yang sudah memberikan pengarahan terutama dalam penulisan laporan tugas akhir
6. Seluruh dosen seni rupa yang sudah memberikan selama masa perkuliahan
7. Keluarga yang telah mendoakan saya dari awal sampai akhir dan pada masa masa kuliah
8. Teman-teman seni rupa angkatan 2015 yang telah bersama selama masa kuliah.

SARI

Adi candra,Trio.2019. Perancangan *enviromental graphic design Tower cafe* Semarang. Laporan Tugas Akhir. Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang. Dosen Pembimbing I Rahina Nugrahaini, S.Sn., M. Ds. Dosen Pembimbing II Gunadi,S.Pd.,M.Hum.

Kata kunci : *Enviromental graphic design Tower cafe Semarang.*

Salah satu upaya yang dilakukan mengenalkan desain grafis lingkungan adalah dengan pendidikan dasar tentang desain. Namun banyak masyarakat yang masih salah tafsir tentang yang dimaksud dengan desain grafis lingkungan serta keterbatasan waktu dan materi yang dimiliki menjadi kelemahan. Oleh sebab itu perlunya dibuat desain grafis lingkungan untuk membantu masyarakat memahami informasi ini. Tujuan Tugas Akhir ini adalah untuk merancang desain grafis lingkungan yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dengan baik kepada masyarakat secara luas Pengembangan desain grafis lingkungan melalui tahapan berkarya dengan urutan : *design treatment* (menemukan ide, menentukan tujuan, menentukan konsep, Proses pasca produksi (mengumpulkan referensi, pengambilan foto, seleksi foto, sketsa, proses produksi, import denah sketsa ke komputer, pembuatan desain digital di komputer, *finishing render*, proses pasca produksi percetakan karya 2 dimensi, pembingkaiian, dipamerkan kepada khalayak umum. Tugas Akhir ini telah menghasilkan produk desain grafis lingkungan untuk di pergunakan penyampaian informasi kepada masyarakat dan dikemas dengan menarik. Hasil dan testing adalah ketika pameran respon *audience* merespon dengan baik dan bagus tentang hasil desain grafis lingkungan ini. Jadi penggunaan *enviromental graphic design tower cafe* Semarang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman dan suasana baru kepada para pengunjung berupa desain ruangan yang baru dan mengusung konsep yang baru yang disesuaikan dengan segala aspek yang ada, selain itu juga penggunaan desain ini ditujukan untuk memberikan gambaran visual yang baru kepada *Tower cafe* Semarang sehingga kesan yang didapat oleh para pengunjung jadi lebih berbeda dan memberikan dorongan baru dari tempat yang bersangkutan untuk para pelanggan tetap ataupun pelanggan baru untuk memberikan suatu pengalaman yang baru dan terasa lebih segar dengan melakukan perubahan konsep pada tempat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PRAKATA	v
SARI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Alasan Pemilihan Tema	1
1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya.....	2
1.3 Analisis Kebutuhan	3
1.4 Tujuan Pembuatan Karya	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	5
2.1.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	7
2.1.2 Ruang Lingkup Desain Komunikasi Visual.....	8
2.1.3 Elemen Desain Komunikasi Visual	9
2.1.4 <i>Sign System</i>	12
2.2 Tinjauan Pengertian Enviromental Graphic Design.....	13
2.2.1 Pengertian <i>Enviromental Graphic Design</i>	13
2.2.2 Ruang Lingkup <i>Enviromental Graphic Design</i>	14
2.2.3 Ciri-ciri <i>Enviromental Graphic Design</i>	14

2.2.4 Produk <i>Enviromental Graphic Design</i>	14
BAB III METODE BERKARYA	17
3.1 Media Berkarya	17
3.1.1 Alat	17
3.1.2 Bahan.....	17
3.1.3 Pra Produksi	22
3.1.4.Produksi.....	32
3.1.5.Pasca Produksi	26
BAB IV ANALISIS KARYA	27
4.1 <i>Interior Design</i>	34
4.1.1 Spesifikasi Karya	31
4.1.2 Deskripsi Karya.....	31
4.1.3 Analisis Karya	32
4.1.3.1 Aspek Teknis.....	32
4.1.3.3 Aspek Estetis	34
4.2 <i>Enviromental graphic design 1</i>	35
4.2.1 Spesifikasi Karya	35
4.2.2 Deskripsi Karya.....	36
4.2.3 Analisis Karya	36
4.2.3.1 Aspek Teknis.....	36
4.2.3.3 Aspek Estetis	36
4.3 <i>Enviromental Graphic Design lantai1 ruang 1</i>	37
4.3.1 Spesifikasi Karya	37
4.3.2 Deskripsi Karya.....	37
4.3.3 Analisis Karya	38
4.3.3.1 Aspek Teknis.....	38

4.3.3.2 Aspek Komunikasi	38
4.4 <i>Enviromental Graphic Design lantai1 ruang 2</i>	39
4.4.1 Spesifikasi Karya	39
4.4.2 Deskripsi Karya.....	39
4.4.3 Analisis Karya	39
4.4.3.1 Aspek Teknis.....	39
4.4.3.3 Aspek Komunikasi	40
4.5 <i>Enviromental Graphic Design lantai1 ruang 3</i>	41
4.5.1 Spesifikasi Karya	41
4.5.2 Deskripsi Karya.....	41
4.5.3 Analisis Karya	42
4.5.3.1 Aspek Teknis.....	42
4.5.3.2 Aspek Komunikasi	42
4.6 <i>Enviromental Graphic Design lantai2</i>	43
4.6.1 Spesifikasi Karya	43
4.6.2 Deskripsi Karya.....	43
4.6.3 Analisis Karya	43
4.6.3.1 Aspek Estetis	44
4.6.3.2 Aspek Komunikasi	44
4.7 <i>Enviromental Graphic Design lantai1 ruang 4</i>	45
4.7.1 Spesifikasi Karya	45
4.7.2 Deskripsi Karya.....	45
4.7.3 Analisis Karya	45
4.7.3.1 Aspek Estetis	46
4.7.3.2 Aspek Komunikasi	46
4.8 <i>Sticker</i>	47
4.7.1 Spesifikasi Karya	47

4.7.2 Deskripsi Karya.....	47
4.7.3 Analisis Karya.....	47
4.9 <i>pin</i>	48
4.7.1 Spesifikasi Karya	48
4.7.2 Deskripsi Karya.....	48
4.7.3 Analisis Karya.....	48
BAB V PENUTUP	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran-saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	51

Gambar 3.1 Bagan Proses Berkarya	19
Gambar 3.2 Denah Penempatan Rancangan Desain	21
Gambar 3.3 Foto makanan menu nasi goreng.....	24
Gambar 3.4 Foto Minuman	24
Gambar 4.1 Interior Desain Lantai 1 Ruangan 1	28
Gambar 4.5 Proses 3 dimensi.....	32
Gambar 4.6 <i>Enviromental Graphic Design lanantai 1</i>	35
Gambar 4.7 <i>Enviromental Graphic Design lantai 1 ruang 1</i>	37
Gambar 4.8 <i>Enviromental graphic Design lantai Ruang 2</i>	39
Gambar 4.9 <i>Enviromental Graphic Design lantai 1 ruang 3</i>	41
Gambar 5.0 <i>Enviromental Graphic Design lantai 2</i>	43
Gambar 5.1 <i>Enviromental Graphic Design lantai 1 ruang 4</i>	45
Gambar 5.2 Stiker	47
Gambar 5.3 Pin	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing..	53
Lampiran 2. Bimbingan Tugas Akhir	54
Lampiran 3. X- Banner	55
Lampiran 4. Leaflet.....	56
Lampiran5.Dokumentasi.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Tema

Perkembangan *cafe* di Indonesia sangat pesat. Tidak hanya di pusat perbelanjaan, namun meluas seperti ke area universitas, rumah sakit, apartemen, gedung perkantoran, toko/kios pribadi, perumahan atau tempat lainnya dimana banyak orang melakukan aktivitas. Wakil Ketua Pembuatan Restoran Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Sudrajat mengatakan hal ini memberikan kontribusi dan peluang baru yang positif bagi pelaku di bidang hotel dan restoran. Termasuk juga dapat menjadi daya tarik untuk pengembangan sektor pariwisata,” ujar Sudrajat, Rabu(15/6). Meningkatnya perekonomian di Indonesia yang diikuti dengan peningkatan penghasilan masyarakat, terutama di kota kota besar dapat merubah gaya hidup masyarakat saat ini menjadi konsumtif. Berkembangnya gaya hidup yang terjadi di Semarang, mendorong semakin banyaknya dibuka pusat perbelanjaan (*mall*) sebagai tempat untuk berbelanja (*shopping*) dan tempat nongkrong (Samuel dan Dharmayanti, 2013:2). Tidak bisa dipungkiri, restoran waralaba saat ini cukup mendominasi, khususnya restoran waralaba di bidang makanan dan minuman, di Semarang dalam 1 tahun terakhir terdapat 24 sampai 30 kafe baru yang dibuka di Semarang. Wakil Ketua Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) Semarang, perkembangan zaman dan pertumbuhan penduduk yang cepat ini mendorong bermuncullannya usaha-usaha (kafe) mulai dari kafe kecil hingga besar di Semarang. Banyak kafe yang mengusung tema unik dan berbeda dari yang lain namun juga ada yang mengusung tema *simple*, seperti hal nya kafe-kafe yang muncul disekitar wilayah kampus di Semarang dengan berbagai macam gaya yang mereka bawa di dalam kafanya ini membuat semakin berkembangnya bisnis ini terutama untuk

wilayah-wilayah kota besar seperti di Semarang dan kota-kota besar lainnya sehingga dapat suatu pembaruan untuk semua tempat-tempat makan di sekitarnya dan seluruhnya.

1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya

Di *TowerCafe* Semarang sebagai *cafe* yang memiliki beberapa tempat dan berada di area yang cukup luas maka perlu adanya informasi yang mudah dipahami, mudah diingat, informatif yang jelas. Sehingga informasi mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan *cafe* yang ditawarkan mudah didapatkan oleh pengunjung, dan pengunjung akan merasa dimudahkan dalam berkunjung ke *audio*/suara, serta gambar, dan pengaplikasiannya juga bisa melalui media cetak, elektronik maupun internet. Setiap informasi yang akan disampaikan memiliki kebutuhan dan strategi media yang berbeda-beda. Rancangan *Environmental graphic design*, akan digunakan sebagai media informasi di *Tower cafe* Semarang. *Environmental graphic design* dipilih dari fungsinya berguna untuk memberikan secara *visual* yang lebih informatif, selain itu bentuk pengaplikasiannya dapat dilakukan di berbagai media untuk memenuhi bentuk informasi di *Towercafe* Semarang. Penggunaan *enviromental graphic design* dianggap efektif diterapkan di *Towercafe* Semarang karena pengunjung memiliki mobilitas yang tinggi dan keterbatasan waktu dalam melakukan aktivitas di dalam *cafe*, maka akan membutuhkan informasi yang mudah diingat dan mudah dipahami dalam waktu yang singkat.

Pada kenyataannya, beberapa tempat makan (*cafe*) cukup efektif menggunakan *enviromental graphic design* untuk tempat (*cafe*) yang diaplikasikan dalam bentuk *design interior*, peta lokasi, dan papan nama. Misalnya *cafe hello kitty* di pantai indah kapuk yang menyajikan *design interior cafe* bernuansa *hello kitty*. Mengingat area *cafe* yang cukup luas serta memiliki beberapa ruangan, hal tersebut akan sangat membantu pengunjung menemukan tempat atau ruangan untuk dipilih

dengan lebih mudah dan cepat. Selain itu, kemudahan informasi yang didapat pengunjung akan mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang.

Dari alasan yang dijelaskan di atas, perancangan karya *enviromental graphic design* yang diterapkan di *TowerCafe* Semarang berupa jenis *interior design*, yaitu *interior design* yang mengkomunikasikan informasi melalui *design* gambar yang tidak bergerak. Setiap karya *interior design* yang akan dirancang memiliki maksud yang disesuaikan dengan yang dibutuhkan di *Tower cafe* Semarang, *design interior* yang dirancang diantaranya yaitu :

a. *Design interior* yang menggunakan elemen pada ruangan dan penunjuk tempat *cafe*. Selain itu rancangan karya dalam bentuk denah lokasi tempat sebagai panduan untuk pengunjung yang diaplikasikan pada brosur dan papan untuk ditempatkan di *Tower cafe* Semarang. Alasan perubahan yang dilakukan adalah untuk memberikan suasana yang baru dan lebih menarik walaupun konsep asli dari *tower cafe* Semarang sudah cukup menarik, perubahan ini dilakukan untuk menambah nilai estetik sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi dan dapat dikenal lebih luas di masa yang akan datang. Dan Desain grafis lingkungan dipakai karena lebih sederhana dalam penyampaiannya dengan memanfaatkan desain grafik ilustrasi dan gambar-gambar pada dinding dan tergolong lebih mudah dalam pemasangannya sehingga mengurangi dampak kesulitan yang ada saat perealisasikannya.

1.3. Analisis Kebutuhan

Analisi khalayak sasaran digunakan untuk menentukan konsep desain sesuai dengan sasarannya. Analisis khalayak sasaran *Tower cafe* Semarang terdiri dari :

a. Segmentasi Geografis

Towercafe Semarang Jalan Banjarsari Selatan No 49B, Tembalang, Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah 50268.

Lokasinya tidak jauh dari kawasan kampus Universitas Diponegoro berada di jalan kawasan usaha (warung makan) dan daerah sekelilingnya berbagai pepohonan serta persawahan. Nuansa yang ditawarkan oleh *Towercafe* Semarang adalah pedesaan, sehingga berdasarkan aspek geografis para pengunjung yang datang dari sekitar Semarang dan luar kota.

b. Segmentasi Demografi

Towercafe Semarang merupakan usaha kuliner yang segmentasinya terdiri dari remaja hingga dewasa, dengan usia sekitar 17 tahun 50 tahun, baik wanita maupun laki-laki. Segmentasi terpilih berdasarkan para pengunjung yang datang ke tower cafe Semarang, sebagian besar diantaranya anak sekolah (mahasiswa) dan keluarga. Dari segi pendapatan, segmentasi utama pengunjung *Towercafe* Semarang adalah dari kalangan menengah karena sasaran utamanya adalah para anak sekolah (mahasiswa) terutama di sekitar wilayah *Towercafe* Semarang.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi *Towercafe* Semarang yaitu kepada orang-orang yang menginginkan tempat makan yang sedikit berbeda dari yang lain. Karena *Towercafe* Semarang menyediakan tempat makan dengan desain interior yang berbeda yang lebih mengikuti perkembangan jaman.

Dari hasil analisis segmentasi pasar di atas, maka sasaran *Towercafe* Semarang adalah dari kalangan anak-anak muda dengan usia 15 tahun hingga 50 tahun tapi tidak menutup kemungkinan juga untuk para pengunjung dewasa dan keluarga. Secara khusus sasaran yang tinggal di daerah sekitar Semarang, secara umum masyarakat Indonesia.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Dalam Pembuatan karya Tugas Akhir ini bertujuan untuk :

1. Dapat Menerapkan hasil dari tugas akhir berupa *environmental graphic design* dalam kehidupan nyata dan

dapat diaplikasikan pada tempat yang semestinya sehingga dapat di ketahui oleh masyarakat umum secara luas.

2. Membuat karya desain berupa gambar dimana bertujuan untuk diterapkan dan dipasang untuk tempat makan *cafe* sehingga dapat di saksikan oleh para pengunjung ataupun masyarakat luas.
3. Memperkenalkan tampilan baru dalam lingkup tempat makan agar dapat lebih dinikmati oleh kalangan yang lebih luas

1.5 Manfaat Pembuatan Karya

Manfaat yang dapat diperoleh dalam pembuatan “*enviromental graphic design*” antara lain :

- a. Bagi mahasiswa yaitu sebagaisarana penyaluran ide dan gagasan dalam memecahkan permasalahan yang terkait desain komunikasi visual
- b. Bagi Universitas Negeri Semarang dapat menjalin kerja sama antara instansi pendidikan dan perusahaan.
- c. Bagi *Tower Cafe* Semarang mampu memberikan layanan informasi yang lebih baik kepada para pengunjung dan lokasi *Tower Cafe* Semarang sehingga dapat menikmati suasana dengan nyaman

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Desain Komunikasi Visual

Sachari (2005:3:56) menyatakan bahwa pada awalnya desain merupakan kata baru berupa peng-Indonesiaan dari kata *design* (bahasa Inggris), istilah ini melengkapi kata “rancang/rancangan/merancang” yang dinilai kurang mengekspresikan keilmuan, keluasan dan kewibawaan profesi. Sejalan dengan itu, kalangan insinyur menggunakan istilah rancang bangun, sebagai pengganti istilah desain. Namun di kalangan keilmuan seni rupa istilah “desain” tetap secara konsisten dan formal dipergunakan.

Sachari (2005:3:23) menyebutkan bahwa akar-akar istilah desain pada hakikatnya telah ada sejak zaman purba dengan pengertian yang amat beragam. Istilah *Arch, Techne, Kunst, Kagunan, Kabinangkitan, Anggitan*, dan sebagainya merupakan bukti-bukti bahwa terdapat istilah-istilah yang berkaitan dengan kegiatan desain, hanya penggunaannya belum menyeluruh dan dinilai belum bermuatan aspek-aspek modernitas seperti yang dikenal sekarang. Di awal perkembangannya, istilah “desain” desain tersebut masih berbaur dengan seni dan kriya. Namun ketika seni modern mulai memantapkan diri dalam wacana ekspresi murni, justru “desain” memantapkan diri pada aspek fungsi dan industri. Di Indonesia, hingga tahun 1970, masih terdapat “kebauran” antara istilah “desain”, “seni terapan” dan “kerajinan. Secara etimologis kata “desain” diduga berasal dari kata *designo* (bahasa Italia) yang artinya gambar (Jervis, 1984:12). Kata ini diberi makna baru dalam bahasa Inggris di abad ke-17, yang dipergunakan untuk membentuk *School of Design* tahun 1836. Makna baru tersebut dalam praktik kerap semakna dengan kata *craft* (keterampilan adiluhung), kemudian atas jasa Ruskin dan Morris, dua

tokoh gerakan anti industri di Inggris pada abad ke-19, kata desain diberi bobot sebagai seni berketerampilan tinggi (*art and craft*).

desain menurut pendapat Sachari (2005:3): Awalnya merupakan kata baru peng-Indonesia-an dari kata design (bahasa Inggris), istilah ini melengkapi kata rancang/rancangan/merancang yang dinilai kurang mengekspresikan keilmuan, keluasan, dan kewibawaan profesi. Sejalan dengan itu, kalangan insinyur menggunakan istilah “rancang bangun” sebagai pengganti istilah desain. Namun di kalangan keilmuan seni rupa, istilah desain tetap secara konsisten dan formal dipergunakan.

Komunikasi visual, sesuai namanya, adalah komunikasi melalui penglihatan. Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya.

Komunikasi visual di kelas menugaskan siswa siswa untuk melukiskan sebuah kalimat atau 2 buah potongan kalimat ke dalam sebuah kertas yang dibagi 4. Di dalam acara serial TV, *Win, Lose, or Draw* bintang tamu diajak beradu dengan peserta dengan panduan host untuk memecahkan kalimat ke dalam gambar. Bila gambar tadi bisa ditebak, maka semakin baiklah komunikasi visualnya. Rambu lalu lintas dan ikon ikon di dalam program komputer adalah bentuk komunikasi visual sederhana, seperti juga ikon di dalam *keyboard portable sound*. Di jalan pun seperti *zebracross* dan ikon sepeda motor terjadi hubungan komunikasi secara visual seperti logo logo perusahaan dan tanda di kebun rayadan kebun binatang. Pada perayaan pernikahan raja dan pangeran Inggris, seperti juga pada seragam pasukan Keraton, banyak elemen simbol yang bisa dianalisis dengan pengetahuan terlebih dahulu sebagai bentuk komunikasi visual : simbol *parachute troopers* di dada pangeran *William*, dan simbol mahkota (*crown*) di kereta kuda dan

mobil yang mengantarkan. Ada simbol Ngayogyakarta Hadiningrat dan simbol Garuda sebagai kode komunikasi visual untuk level pemerintahan atau anggota

keraton. Pada zaman modern kode dan simbol itu distilasi dengan berbagai gaya dan kemampuan masyarakat untuk membangun kebudayaan baru dan kultur yang canggih, sehingga muncul stiker untuk perumahan dan universitas, lencana sebuah sekolah musik, atau sekolah prajurit khusus remaja dan lencana untuk sebuah band dengan banyak *fans*. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Mulyana, 2005:11). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Rakhmat (1994:15), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan dimiliki bersama, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti.

3.1.1 Fungsi Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi visual memiliki 3 fungsi desain komunikasi visual/desain grafis, yaitu:

1. Sebagai sarana identifikasi
Sarana identifikasi merupakan wujud pengenalan baik identitas seseorang perusahaan, produk, maupun jasa yang mana identitas tersebut mewakili diri sesuai dengan pribadi masing-masing.
2. Sebagai sarana penyampaian materi pembelajaran

Saran pembelajaran merupakan wujud dimana setiap hal yang ada atau terdapat pada objek dapat dijadikan sebagai pedoman pembelajaran yang akan berguna kepada orang yang tepat dan pada waktu yang tepat pula dengan menggunakan bentuk yang mudah di mengerti.

3. Sebagai sarana informasi dan instruksi dan pengetahuan bagi masyarakat

Sarana intruksi memiliki peran sebagai pemandu baik perseorangan, kelompok, maupun masyarakat

4. Sebagai sarana presentasi dan promosi.

Tujuan dari desain Komunikasi Visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi), dari mata (secara visual) sehingga untuk mencapai tujuan ini, gambar dan setiap kata yang digunakan bersifat menarik, karena tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk ataupun jasa.

2.1.2 Ruang Lingkup Desain Komunikasi Visual

Ruang lingkup desain komunikasi visual meliputi:

1. *Advertising* (Periklanan)

Di gunakan untuk mempengaruhi dan merubah orientasi konsumen untuk kepentingan ekonomi, seperti iklan televisi atau iklan majalah.

2. Animasi

Berupa gambar bergerak, baik dua dimensi maupun tiga dimensi, contohnya anime dan *CGI (Computer Generated Image)*.

3. Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*)

Pembuatan identitas sebuah perusahaan, seperti logo.

4. Desain Marka Lingkungan

Antara lain adalah pembuatan tanda-tanda penunjuk jalan atau biasa disebut *sign system*

5. Multimedia

Menampilkan sebuah desain yang tidak terpaku terhadap satu media saja, seperti Media Pembelajaran Interaktif

6. Desain Grafis Industri (Promosi)
Seperti desain periklanan, bedanya hanya tidak berorientasikan ekonomi, tapi hanya untuk memberikan sebuah informasi.
7. Desain Grafis Media
Pembuatan media dalam bentuk buku, surat kabar, atau majalah.
8. Cergam
Pembuatan cerita cerita bergambar seperti komik, karikatur, atau poster.
9. Fotografi
Ilmu tentang pengambilan gambar dengan menggunakan media kamera, selain sebagai seni juga memiliki nilai fungsi dalam beberapa penerapannya.
10. Ilustrasi
Sebagai bentuk pemvisualisasian dari sebuah ide yang dikembangkan.
11. Tipografi
Sebuah seni yang mendesain huruf, serta mencakup beberapa aspek seperti jenis dan bentuk tulisan.

2.1.3 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual

Elemen-elemen yang sering digunakan dalam desain komunikasi visual antara lain tipografi, simbol, ilustrasi dan fotografi. Elemen-elemen ini bisa digunakan sendiri-sendiri, bisa juga digabungkan. Berikut adalah elemen-elemen desain komunikasi visual (Cenadi, 1999:5)

2.2.3 Desain dan Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca (*readable*) tetapi masih mempunyai nilai desain. Tipografi digunakan sebagai metode untuk menerjemahkan kata-kata (lisan) ke dalam bentuk tulisan (*visual*). Fungsi bahasa visual ini adalah untuk mengkomunikasikan ide, cerita dan informasi melalui segala bentuk media, mulai dari label

pakaian, tanda-tanda lalu lintas, poster, buku, surat kabar dan majalah. Karena itu pekerjaan seorang tipografi (penata huruf) tidak dapat lepas dari semua aspek kehidupan sehari-hari. Kini, selain banyaknya digunakan ilustrasi dan fotografi, tipografi masih dianggap sebagai elemen kunci dalam Desain Komunikasi Visual. Kurangnya perhatian pada pengaruh dan pentingnya elemen tipografi.

Dalam suatu desain akan mengacaukan desain dan fungsi desain itu sendiri. Tipografi diturunkan dari kata-kata Yunani *typos* (“impresi”) dan *graphein* (“menulis”). Tipografi adalah penggunaan bentuk huruf untuk mengkomunikasikan secara visual suatu bahasa lisan. Oleh karena itu huruf dibentuk oleh budaya asal

huruf, penggunaan huruf sebagai sarana tipografi adalah bagian dari bahasa visual suatu budaya (Klimchuck dan Krasovec, 2007: 87). Menentukan tipe huruf sebagai teks keterangan gambar pada grafis lingkungan terutama pada sign system adalah dengan memperhatikan bagaimana suatu bentuk huruf dapat terlihat dan terbaca jelas oleh penerima pesan tanpa adanya hambatan dalam menterjemahkan isi pesan dari sign. Huruf-huruf tersebut harus masuk kedalam kategori *legibility*. *Legibility* merupakan suatu permasalahan yang sangat kompleks. Banyak sekali faktor yang menentukan keberhasilan *legibility* dalam sebuah perancangan grafis. Bila ditinjau dari grand design dari tipografi, maka pendekatan terhadap permasalahan tipografi dapat dibedakan kedalam dua kelompok, yaitu tipografi mikro dan tipografi makro. Tipografi mikro menyangkut tampilan visual rancangan huruf secara mendasar, seperti desain, tata letak, serta eksekusi-eksekusi visual yang terdiri atas perhitungan besar huruf, leading, dan kerning. Sedangkan tipografi makro lebih menyangkut pengintegrasian permasalahan strategi kreatif mulai dari konsep desain, filosofi, kaitan huruf dengan sejarah, sasaran khalayak, sampai penggunaan huruf sebagai sebuah solusi komunikasi

(Sihombing,2001: 64).Dalam perancangan grafis lingkungan, tipografi salah satu medium penting untuk mengkomunikasikan informasi bagi khalayak sasaran. Dari paparan mengenai tipografi di atas disimpulkan, tipografi pada desain grafis lingkungan menjadi salah satu unsur paling penting sebagai ekspresivisual produk.

2.3.3 Desain dan Simbol

Simbol telah ada lebih dari 30.000 tahun yang lalu, saat manusia prasejarah membuat tanda-tanda pada batu dan gambar-gambar pada dinding gua di Altamira, Spanyol. Manusia pada jaman ini menggunakan simbol untuk mencatat apa yang mereka lihat dan kejadian yang mereka alami sehari-hari. Kini peranan simbol sangatlah penting dan keberadaannya sangat tak terbatas dalam kehidupan kita sehari-hari. Kemanapun orang pergi, akan dijumpai simbol-simbol yang mengkomunikasikan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Tempat-tempat umum seperti pusat perbelanjaan, hotel, restoran, rumah sakit

dan bandar udara semuanya menggunakan simbol yang komunikatif dengan orang banyak. Simbol sangat efektif digunakan sebagai sarana informasi untuk menjembatani perbedaan bahasa yang digunakan, contohnya sebagai komponen dari *signing systems* sebuah objek wisata untuk menginformasikan letak toilet, wahana bermain, restoran, pintu masuk,pintu keluar, dan lain-lain. Bentuk yang lebih kompleks dari simbol adalah logo. Logo adalah identifikasi dari sebuah perusahaan, karena itu suatu logo mempunyai banyak persyaratan dan harus dapat mencerminkan perusahaan itu james craig, (2002:30)

2.4.3 Desain dan Ilustrasi

Ilustrasi adalah suatu bidang dari seni yang berspesialisasi dalam penggunaan gambar yang tidak dihasilkan dari kamera atau fotografi (*nonphotographic image*) untuk visualisasi. Dengan kata lain, ilustrasiyang dimaksudkan di sini adalah gambar yang dihasilkan secara

manual. Pada akhir tahun 1970-an, ilustrasi menjadi tren dalam Desain Komunikasi Visual. Banyak orang yang akhirnya menyadari bahwa ilustrasi dapat juga menjadi elemen yang sangat kreatif dan fleksibel, dalam arti ilustrasi dapat menjelaskan beberapa subjek yang tidak dapat dilakukan dengan fotografi, contohnya untuk menjelaskan informasi detil seperti cara kerja fotosintesis. Seorang ilustrator seringkali mengalami kesulitan dalam usahanya untuk mengkomunikasikan suatu pesan menggunakan ilustrasi, tetapi jika berhasil, maka dampak yang ditimbulkan umumnya sangat besar. Suatu ilustrasi harus dapat menimbulkan respon atau emosi yang diharapkan dari pengamat yang dituju. Ilustrasi umumnya lebih membawa emosi dan dapat bercerita banyak dibandingkan dengan fotografi, hal ini dikarenakan sifat ilustrasi yang lebih hidup, sedangkan sifat fotografi hanya berusaha untuk “merekam” momen sesaat dan menaangkap gambar dengan pergerakan yang beragam serta setiap cahaya yang masuk sehingga dapat menghasilkan gambar yang sesuai dengan gambar aslinya Rohidi (1998:87).

2.5.3 Desain dan Fotografi

Ada dua bidang utama di mana seorang desainer banyak menggunakan elemen fotografi, yaitu penerbitan (*publishing*) dan periklanan (*advertising*). Beberapa tugas dan kemampuan yang diperlukan dalam kedua bidang ini hampir sama. Menurut Margaret Donegan dari majalah GQ, dalam penerbitan (dalam hal ini majalah) lebih diutamakan kemampuan untuk bercerita dengan baik dan kontak dengan pembaca sedangkan dalam periklanan (juga dalam majalah) lebih diutamakan kemampuan untuk menjual produk yang diiklankan tersebut. Fotografi sangat efektif untuk mengesankan keberadaan suatu tempat, orang atau produk. Sebuah foto mempunyai kekuasaan walaupun realita yang dilukiskan kadang kala jauh dari

keadaan yang sesungguhnya. Selain itu sebuah foto juga harus dapat memberikan kejutan dan keinginan untuk bereksperimen, misalnya dalam hal mencoba resep masakan yang baru atau tren berpakaian terbaru. Selain elemen-elemen ini, harus diperhatikan pula tentang konsep dasar pemasaran dan hubungannya dengan visualisasi (Sihombing, 2003:76).

Dari uraian mengenai elemen-elemen desain komunikasi visual yang dipaparkan di atas, memperhatikan elemen-elemen desain komunikasi visual dalam sebuah proses perancangan sangat mempengaruhi hasil akhir desain. Desain yang baik memperhatikan elemen-elemen tersebut agar desain dapat dengan mudah diterima khalayak sasaran. Dengan demikian elemen-elemen desain komunikasi visual diterapkan dalam perancangan *enviromental graphic design Tower Cafe Semarang*.

2.1.4 *Sign System*

Dalam konteks Desain Komunikasi Visual, *sign system* merupakan suatu rangkaian representasi visual yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dalam ruang publik (Tinarbuko, 2012:12). *Sign system* sebagai petunjuk bagi yang membutuhkannya sehingga harus mempunyai fungsi yang jelas dan efisien. Kriteria pembuatan *sign system*:

1. Harus mudah dilihat. *Signage* harus mudah dilihat dari jarak maksimum yang telah ditentukan. Faktor-faktor visual yang dapat mempengaruhi terlihatnya *signage* adalah warna, tipografi, serta desain yang diimplementasikan pada *signage* tersebut.
2. Harus mudah dimengerti atau dipahami. Segala sesuatu yang terdapat pada *signage*, baik berupa informasi atau desain *signage*, harus mudah dimengerti atau dipahami.
3. Penempatannya tepat. Penempatan *signage* harus sesuai dengan ketutuhan dimana *signage* tersebut ditempatkan. Konsekuensi penempatan *signage* hendaknya diperhatikan, misalkan saja

terhalangi oleh objek-objek lain, penempatan yang terlalu tinggi, dsb.

4. Dapat dipercaya (kebenarannya dapat dibuktikan). Segala informasi yang terdapat pada *signage* harus dapat dipercaya mengingat tujuan dari *signage* adalah memberikan petunjuk dengan jelas dan tepat.

5. Jelas keterbacaannya atau mudah dibaca. Keterbacaan pada *signage* terkait dengan pemilihan *font* pada *signage*, baik jenis *font*, ukuran *font*, maupun warna yang digunakan pada *font*.

6. Bersifat jangka panjang. *Signage* hendaknya bersifat jangka panjang, informasi-informasi yang terdapat pada *signage* merupakan informasi yang akurat dan eksekusi *signage* menggunakan material yang bertahan dalam waktu jangka panjang.

2.2 Tinjauan Pengertian *Enviromental Graphic Design*

2.2.1 Pengertian *Enviromental Graphic Design*

Dalam bidang desain komunikasi visual, perwujudan dari *enviromental graphic design* terlihat dalam suatu perancangan *corporate identity*. *corporate identity* merupakan unsur desain yang digunakan oleh suatu perusahaan atau lembaga periklanan lainnya untuk menciptakan identitas diri yang konsisten dan dapat dikenal melalui kegiatan komunikasi, promosi, dan distribusi. Salah satu bagian dari perancangan *corporate identity* suatu lembaga atau perusahaan adalah perancangan *trademark*, *brandmark*, dan *logomark*. Dari perancangan tersebut akan dihasilkan suatu dasar pijakan yang kuat untuk mengkomunikasikan informasi-informasi sesuai kebutuhan dan kepentingan perusahaan dengan gaya dan ciri yang mampu memberikan identitas visual. Tujuan-tujuan yang digariskan untuk grafis lingkungan adalah keseragaman identifikasi, satu standar kualitas. Metode yang lebih sistematis, dan ekonomis untuk desain publikasi (Meggs, 1983 : 445).

Enviromental graphic design mulai dipopulerkan oleh Pemerintah Amerika Serikat pada bulan Mei tahun 1974 dengan menanggapi kesadaran yang tumbuh akan desain sebagai alat yang efektif guna memenuhi tujuan-tujuan organisasi melalui Program Pembinaan Desain Federal (Philip,1983: 445). Berdasarkan uraian di atas disimpulkan, *enviromental graphic design* merupakan bentuk grafis dua dimensi atau tiga dimensi, yang dirancang dalam suatu ruang atau lingkungan tertentu sebagai media komunikasi visual yang dapat diakses oleh publik

2.2.2 Ruang Lingkup *Enviromental graphic design*

Ruang lingkup untuk *enviromental graphic design* ini terpaku pada kebutuhan seperti kantor, tempat bisnis, *enviromental graphic design* ini adalah sebagai sebuah personifikasi dari citra sebuah perusahaan atau tempat bisnis.

2.2.3 Ciri-ciri *Enviromental graphic design*

Berikut dikatakan Ciri-ciri *enviromental graphic design* adalah:

1. Wayfinding and signage

Aktivitas menggunakan informasi-informasi sensorik dari lingkungan untuk merencanakan, memproses, dan mengesekusi suatu perjalanan ke tempat asing (Pradipta dan Sriwarno, 2014:1).

2. Information design

Bidang dan pendekatan untuk merancang dengan jelas, agar komunikasi dapat dimengerti dengan memperhatikan struktur, konteks, dan penyajian data informasi. Sebagai dasar, prinsip-prinsipnya berhubungan dengan semua produk komunikasi dan bidang, terlepas dari media (cetak, siaran,

digital, *online*, dll). *Information design* adalah pada intinya, berkaitan dengan kejelasan (bukan kesederhanaan) dan pemahaman (Shedroff, 1999:267-292).

2.2.4 Produk *Enviromental Graphic design*

Environment Graphic Design atau istilahnya *Graphic* Lingkungan adalah segala bentuk grafik yang ada di lingkungan, termasuk di dalamnya berupa tanda-tanda penunjuk arah, papan pengumuman, *ornament* grafis pada sebuah bangunan, pelat nama di gedung-gedung, juga segala bentuk tulisan pada objek dua maupun tiga dimensi. Ruang lingkup *EGD* mencakup *signage*, *wayfinding system*, *exhibition design*, *information design*, *pictogram* juga *placemaking*. Jadi *project EGD* bias melibatkan arsitek, *interior design*, *landscape* maupun *industrial design*. Desain *graphis* yang anda buat di media dua dimensi jika diaplikasikan ke tiga dimensi akan sangat berbeda. Ada strategi dan kondisi yang harus diperhatikan :

2.2.4.1 Unsur kedalaman

EGD didesain untuk ditampilkan secara fisik di sebuah bangunan atau tempat atau ruang public. Mempunyai ketebalan dan kedalaman yang bias dilihat dari berbagai sisi. Tidak seperti media dua dimensi yang cukup dicetak diatas kertas. *EGD* perlu dirakit atau dibuat di pabrikan. Skala atau ukuran berpengaruh terhadap unsure kejelasan dan *visibility* sebuah objek terutama untuk penempatan di *outdoor*. *Sign* untuk indoor biasanya mempunyai ukuran lebih kecil. Ukuran idealnya tidak merusak keindahan sebuah bangunan atau mengganggu kenyamanan mata.

2.2.4.2 Konteks

Penempatan sign atau produk dari *EGD* harus disesuaikan dengan kebutuhan, factor *ergonomic*, kenyamanan dan kesesuaiannya dengan lingkungan sekitar seperti *landscape background*, arah datangnya cahaya matahari, jenis material yang digunakan, arsitektur bangunan, dan faktor demografi yang mendukung untuk tempat yang bersangkutan untuk bisa dikenal yang lebih luas dan memperlebar ruang lingkup pasar di masyarakat

2.2.4.3 Complexity

Project, proses, dan elemen-elemen dari *EGD* punya tingkat kesulitan yang cukup tinggi. Selain melibatkan kolaborasi antara desainer dan arsitek, dasar-dasar pengetahuan tentang material atau bahan sangat diperlukan.

2.2.4.4 Tipografi

Penggunaan jenis huruf untuk teks *signage* sangat dibatasi. Pemilihan *font* untuk bangunan atau gedung di kota tentu akan berbeda untuk di museum atau tempat-tempat bersejarah. Cara penulisan huruf juga harus mudah dibaca dalam jarak tertentu. Tingkat Ketahanan Sebagai unsur penunjang bagi sebuah tempat atau bangunan. *Sign system* harus mampu bertahan dalam jangka waktu cukup lama dan tahan di segala kondisi cuaca. Kelembaban, hujan dan cahaya matahari adalah faktor-faktor yang harus diperhitungkan.

2.2.4.5 Warna

Penggunaan kombinasi warna yang kontras untuk teks dan *background* bias membantu kejelasan *signage* dan *visibility* tulisan atau gambar. Penggunaan warna sebagai elemen visual *sign* juga berfungsi untuk memberikan penekanan atau identitas tempat yang bersangkutan. Warna sebaiknya digunakan secara berulang untuk mempermudah identifikasi sign atau kesamaan identitas tempat. *Multidisiplin* Desainer *EGD* biasanya bekerja dalam tim yang terdiri dari *signage programmers*, desainer, *drafting technicians*, arsitek, arsitek *landscape*, *lighting designer* dan lain-lain yang kebanyakan *multidisiplin*.

2.2.4.6 Masa produksi

Project-project desainer grafis seringkali memakan waktu berminggu-minggu hingga bulanan. Lain halnya dengan *EGD assignments* yang membutuhkan waktu hingga beberapa tahun karena pengerjaannya kadang paralel dengan sang arsitek. (Shedroff, 1999:343-346).



<http://projects.dialogo.co/CEB-Environmental-Graphic-Design>

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dengan demikian, kita mengetahui bahwasannya *enviromental graphic design* merupakan suatu ide atau gagasan selama menempuh pendidikan Desain Komunikasi Visual D3, Jurusan Seni Rupa Universitas Negeri Semarang. Grafis olah bitmap, grafis olah *vector*, tata letak perwajahan sangat membantu dalam perancangan "*Enviromental graphic design*".

Hasil dari uji coba dari *prototype* karya dalam pameran yang di lakukan tanggal 28-30 Januari 2018 dapat diperoleh data yaitu para pengunjung mahasiswa serta bapak dan ibu dosen menanggapi perancangan "*Enviromental graphic design*" dengan baik. Produk "*environmental graphic design*" ini dapat dikatakan diterima dengan sangat baik dan dapat dimengerti dengan baik oleh khalayak ramai yang datang mengapresiasi pameran. Seni yang di padukan dengan teknologi menghasilkan suatu media yang unik dan bagus serta mudah di pahami, perancangan "*environmental graphic design*" ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk perkembangan seni bangunan untuk berbagai *sector* perekonomian yang ada dan dapat dijadikan sebagai tempat menyalurkan ide-ide dan gagasan dalam bidang seni dan bangunan dengan memanfaatkan ilmu Desain Komunikasi Visual yang telah didapatkan oleh penulis selama menempuh pendidikan kuliah di Universitas Negeri Semarang, Jurusan Seni Rupa, Prodi Desain Komunikasi Visual Diploma III (D).

5.2 Saran

Bagi masyarakat umum, "*enviromental graphic ddesign tower cafe Semarang*" dapat salah satu cara alternatif untuk membuat para

pelaku usaha seperti kafe dapat lebih menarik para pelanggan lewat desain yang menarik dan efektif, karena dalam perkembangan zaman yang semakin maju dibutuhkan sesuatu yang menarik dan unik didalamnya termasuk dalam bidang usaha seperti kafe. Dan dilihat dari segi penyampaian informasi juga *enviromental graphic design* dinilai lebih efektif dan efisien karena lebih sederhana dan mudah dipahami oleh khalayak umum saran kedua *enviromental graphic design* adalah ilmu yang mempelajari tentang perpaduan arsitektur dan desain grafis jadi *enviromental graphic design* dapat dijadikan sebagai wadah penyampaian ide dan gagasan para mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk menyampaikan ide dan gagasan yang mereka miliki untuk bisa diterapkan dalam kehidupan nyata dan dapat dinikmati hasil karya mereka oleh para masyarakat umum. Saran ketiga untuk desainer karya *enviromental graphic design* juga membutuhkan riset dan penenlitian yang jeli sebagai dasar untuk pembuatan karya hal seperti harus diperhatikan, selanjutnya adalah hasil produk harus memiliki kualitas yang baik karna hasil karya akan di diterapkan dan dilihat orang banyak agar mendapatkan pengalaman seni yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Craig, James. 2002. *The logo..* Macmillan: 30
- Jervis, Robert. 1984. *Art and Design*. Amerika: Macmillan
- Klimchuck dan Krasovec. 2007. *Typografi*. Macmillan
- Mulyadi. (2012, 15 oktober). Perkembangan cafe indonesia : Dikutip 12 februari 2019 dari perkembangan kafe indonesia : http://kemenprin.go.id/perkembangan_kafe-indonesia.html.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Simbol-simbol*. Jakarta. Erlangga
- Meggs, 1983. *Corporate identity*. Jakarta. Elex media komputindo : 445
- Phillip, 1983. *Enviromental graphic design*. Jakarta. Elex media komputindo: 445
- Pradipta dan sriwarno, 2014. *Signage*. Jakarta. Erlangga .
- Rakhmat, Jalalludin. 1994. *Psikologi komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Cenadi, Suharto. 1999. *Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual*. Surabaya. Erlangga
- Rohidi. 1998. *Desain dan Ilustrasi*. Bandung. Erlangga: 87
- Shedrof, 1999. *Inromation design*. Jakarta. Erlangga
- Sachari, Agus. 2005. *Seni rupa dan Desain*. Jakarta. Erlangga
- Sachari, Agus. 2005. *Seni rupa dan Desain*. Jakarta. Erlangga
- Sihombing. 2003. *Fotografi*. Surabaya. Erlangga: 76
- Tinarbuko, 2012. *Sign System*. Bandung. Elex media komputindo: 12