

KAJIAN ASPEK *VISIBILITY* DAN *LEGIBILITY* SIGNAGE PADA ROYAL PLAZA MALL SURABAYA

Syifa Kamila¹ dan Indyah Martiningrum²

¹Mahasiswa Program Sarjana Arsitektur, Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

²Dosen Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya

Alamat Email penulis: syifakamila0110@gmail.com

ABSTRAK

Signage dikenal sebagai petunjuk arah, petunjuk jalan, petunjuk lokasi, atau petunjuk informasi sehingga dapat mengkomunikasikan antara arsitektur dengan penggunanya pada lansekap eksterior maupun interior bangunan. Mall merupakan fasilitas umum dengan jenis ruang yang kompleks dan pengunjung mall tidak hanya pengunjung lama yang biasa datang namun juga pengunjung baru yang pertama kali datang ke mall tersebut. Sehingga dibutuhkan penanda dan petunjuk arah agar pengunjung merasa nyaman. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui aspek *visibility* dan *legibility* pada desain *signage* Royal Plaza Mall Surabaya yang meliputi tipografi, warna, layout, dan posisi pemasangan *signage*. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan menjelaskan kondisi *signage* pada Royal Plaza Mall Surabaya secara rinci sesuai fakta di lapangan. Selanjutnya mengkaji *signage* yang didasarkan pada teori yang sudah ada berupa kajian literatur. Temuan dari penelitian ini yaitu secara umum desain *signage* Royal Plaza Mall Surabaya pada aspek *visibility* dan *legibility* dengan unit amatan tipografi, warna, layout, dan posisi pemasangan *signage* sudah sesuai dengan standart pada teori. Namun ketika *signage* diidentifikasi lebih detail sesuai aspek pada masing-masing unit penelitian, beberapa *signage* masih memiliki kekurangan pada aspek *legibility* seperti penggunaan letter spacing, dan jarak vertical antar tipografi, dan penggunaan warna yang kurang tepat pada identification sign.

Kata kunci : Mall, *Signage*, *Visibility*, *Legibility*

ABSTRACT

Signage is known as directions, road signs, location instructions, or information instructions so that it can communicate between the architecture and its users on the exterior and interior landscape of the building. The mall is a public facility with a complex type of space; mall visitors are regular old visitors and new visitors who come to the mall for the first time. So it takes markers and directions so that visitors feel comfortable. The purpose of this study was to determine the *visibility* and *legibility* aspects of the *signage* design at Royal Plaza Mall Surabaya which includes typography, color, layout, and *signage* installation position. The method used is a qualitative descriptive analysis method by explaining the condition of the *signage* at the Royal Plaza Mall Surabaya in detail according to the facts on the ground. Next, examine the signs based on existing theories in the form of a literature review. The findings from this study are that in general, the *signage* design of Royal Plaza Mall Surabaya in terms of *visibility* and *legibility* with the observation units for typography, color, layout, and *signage* installation positions are in accordance with the standards in theory. However, when *signage* is identified in more detail according to aspects of each research unit, some *signage* still has deficiencies in *legibility* aspects such as letter spacing, the vertical spacing between typography, and the use of colors that are not quite right on identification signs.

Keyword : Mall, *Signage*, *Visibility*, *Legibility*