

Perancangan Ulang *Signage* Laswee Creative Space untuk Mengoptimalkan Keterbacaan *Signage*

Krishna Diswatra, Didit Widiatmoko Soewardikoen, Hanif Azhar, Mahendra Nurhadiansyah

Telkom University

krishnadiswatra@student.telkomuniversity.ac.id

Article History

accepted 2/1/2025

approved 1/2/2025

published 1/3/2025

Abstract

Laswee Creative Space is a creative hub that accommodates tenants in the culinary, fashion, and experience industries while also serving as a venue for community events. As a creative space, optimal signage is a critical aspect. This study aims to evaluate the effectiveness of the existing signage at Laswee Creative Space and redesign it as a recommendation to enhance its functionality and readability. The research adopts a mixed-method approach combining quantitative and descriptive qualitative methods. The subjects of this study include the management and 72 visitors. The results indicate that the redesigned signage successfully improved readability, addressed existing shortcomings, and standardized the brand identity of Laswee Creative Space. The design recommends the use of durable and aesthetic materials such as concrete and metal, aligned with Laswee's logo color palette. Additionally, the signage incorporates a combination of icons and text to enhance accessibility. Strategic placement of the signage is emphasized in areas such as main entrances and parking zones, complemented by lighting elements to optimize visibility. The design process also involved input from the management and visitors, resulting in signage that is more functional, inclusive, and aligned with community needs.

Keywords: *signage, functional, design*

Abstrak

Laswee Creative Space adalah ruang kreatif yang mewadahi tenant di bidang kuliner, fashion, dan pengalaman, sekaligus menjadi tempat bagi komunitas untuk mengadakan acara. Sebagai ruang kreatif, keberadaan *signage* yang optimal menjadi aspek penting. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi keefektifan *signage* di Laswee Creative Space dan merancang desain ulang sebagai rekomendasi untuk meningkatkan fungsionalitas dan keterbacaan *signage* yang ada. Metode yang digunakan adalah mix method dengan kuantitatif dan kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah pengelola dan 72 orang pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain ulang *signage* Laswee Creative Space berhasil meningkatkan keterbacaan, melengkapi kekurangan *signage* yang ada, dan menyeragamkan identitas merek. Perancangan ini merekomendasikan material beton dan logam dengan finishing yang tahan lama dan estetis, sesuai dengan palet warna logo Laswee. Selain itu, informasi pada *signage* dirancang menggunakan kombinasi ikon dan teks untuk meningkatkan aksesibilitas. Penempatan *signage* difokuskan pada area strategis seperti pintu masuk dan area parkir, dengan tambahan elemen pencahayaan untuk visibilitas optimal. Proses desain ini juga melibatkan masukan dari pengelola dan pengunjung, sehingga menghasilkan *signage* yang lebih fungsional, inklusif, dan sesuai kebutuhan komunitas.

Kata kunci: *signage, fungsional, desain*



PENDAHULUAN

Signage atau papan penunjuk merupakan elemen penting dalam desain ruang publik yang berfungsi untuk memberikan informasi, petunjuk arah, serta memfasilitasi navigasi bagi pengguna ruang. Keberadaan *signage* yang efektif sangat berkontribusi dalam menciptakan pengalaman pengguna yang nyaman dan efisien, khususnya di lingkungan yang memiliki kompleksitas tinggi seperti Laswee Creative Space. Laswee Creative Space merupakan sebuah ruang kreatif yang mewadahi beberapa pihak tenant yang berkecimpung di bidang kuliner, fashion, dan *experience*. Laswee Creative Space adalah hasil dari pengelolaan Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang dirubah menjadi kawasan ruang kreatif. Laswee Creative Space memiliki luas lahan 2.833 meter yang dikelola oleh PT. Olah Kelola Ruang dengan kerja sama dengan pihak pemerintah yaitu Koperasi Bima Sejahtera Sentosa.

Sebagai salah satu ruang kreatif yang terletak di Kota Bandung, Laswee Creative Space menjadi pusat kegiatan seni, budaya, dan edukasi yang banyak dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai latar belakang. Dengan kapasitas Laswee Creative Space yang dapat menjadi wadah untuk acara komunitas kreatif, dan dengan daya tampung hingga 300 pengunjung, maka *signage* menjadi hal yang penting bagi Laswee Creative Space. Fungsi dari *sign system* adalah memberikan informasi berupa tanda petunjuk (rambu) untuk memudahkan pengunjung pada suatu tempat atau kawasan untuk menuju ke tempat yang ingin dituju (Soedewi et al, 2020). Saat pengunjung berada pada fasilitas umum dengan banyak lokasi di dalamnya, penggunaan *signage* khususnya *wayfinding sign* akan sangat membantu pengunjung ketika mencari lokasi yang ingin dikunjungi (Kaysan et al, 2024). Dalam konteks ini, sistem *signage* yang memadai tidak hanya berperan sebagai alat bantu navigasi tetapi juga mencerminkan identitas dan nilai-nilai estetika tempat tersebut (Zhou & Ujang, 2024).

Namun, berdasarkan pengamatan awal, sistem *signage* yang ada di Laswee Creative Space saat ini menunjukkan beberapa kelemahan yang berpotensi mengurangi efektivitas fungsinya. Permasalahan yang sering ditemukan meliputi keterbacaan yang rendah akibat pemilihan tipografi yang kurang tepat, penggunaan warna yang tidak cukup kontras, serta tata letak yang tidak memperhatikan prinsip-prinsip ergonomi. Selain itu, beberapa *signage* juga kurang terlihat atau sulit diakses oleh pengguna tertentu, seperti penyandang disabilitas (Nadlifah, Faridah & Susanty, 2024). Kondisi ini mengakibatkan pengunjung mengalami kesulitan dalam menemukan informasi atau lokasi yang mereka cari, sehingga mengurangi kenyamanan dan efisiensi kunjungan mereka.

Perancangan ulang *signage* di Laswee Creative Space menjadi solusi yang mendesak untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dengan mengacu pada prinsip-prinsip desain universal dan keterbacaan, penelitian ini bertujuan untuk menciptakan sistem *signage* yang tidak hanya informatif tetapi juga inklusif dan estetis. Desain ulang ini diharapkan mampu meningkatkan pengalaman pengguna melalui penyampaian informasi yang lebih jelas, navigasi yang lebih mudah, serta estetika yang mendukung citra kreatif Laswee Creative Space (Maymun & Swassty, 2018).

Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memahami bagaimana elemen-elemen desain seperti tipografi, warna, ukuran, dan tata letak dapat dioptimalkan dalam menciptakan *signage* yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan solusi praktis bagi Laswee Creative Space tetapi juga memberikan kontribusi teoretis dalam bidang desain grafis, khususnya dalam pengembangan *signage* untuk ruang publik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi desainer, pengelola ruang publik, serta akademisi yang tertarik pada pengembangan desain yang berorientasi pada pengguna.

Secara khusus, penelitian ini akan menjawab beberapa pertanyaan penting, seperti: Apa saja kelemahan utama dalam sistem *signage* yang ada saat ini? Bagaimana prinsip-prinsip keterbacaan dan inklusivitas dapat diterapkan dalam desain ulang

signage? Dan sejauh mana desain ulang ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna? Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis data, penelitian ini berupaya memberikan solusi yang relevan dan aplikatif bagi kebutuhan Laswee Creative Space.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah mix method dengan kuantitatif dan kualitatif deskriptif yang menggunakan pendekatan dari aspek pemirsa. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010). Data dalam aspek pemirsa menguraikan tentang bagaimana karya tersebut dilihat dan dipersepsi oleh pemirsa, dan bagaimana dampak yang ditimbulkan dari penyampaian pesan melalui karya visual tersebut (Soewardikoen, 2021). Pendekatan melalui aspek pemirsa ini lalu dikaitkan dengan teori Calori & Vandendynden (2015) untuk mengambil proses perancangan signage untuk menghasilkan rancangan baru sebagai rekomendasi bagi Laswee Creative Space.

Penelitian dilakukan di Laswee Creative Space pada tahun 2024 dengan subjek penelitian yaitu pengelola dan pengunjung Laswee Creative Space. Pengunjung berusia 18-25 tahun dan merupakan mahasiswa yang mengunjungi Laswee seminggu hingga dua minggu sekali dengan alasan kunjungan berupa pencarian tempat yang sejuk dan tenant kuliner yang mumpuni. Teknik yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan pemberian kuesioner dengan skala likert dengan skala 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, 5 = sangat setuju pada nomor 1-4. Untuk nomor 5 yaitu 1 = sangat sulit, 2 = tidak terlalu sulit, 3 = netral, 4 = mudah, 5 = sangat mudah. Tabel 1 memperlihatkan kisi-kisi pada kuesioner.

Tabel 1. Kisi-kisi Kuesioner

No	Pertanyaan
1	Apakah informasi petunjuk/signage sebuah kawasan adalah sesuatu yang penting?
2	Apakah signage yang sudah ada di Laswee saat ini mudah untuk dimengerti?
3	Apakah letak petunjuk/signage yang ada sudah sesuai?
4	Apakah jumlah petunjuk/signage yang ada sudah sesuai?
5	Bagaimana keterbacaan signage berikut?



HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi

Observasi dilakukan mulai dari area paling depan. Pada akses masuk utama Laswee Creative Space terdapat *signage* yang menginformasikan akses untuk masuk

kendaraan seperti mobil dan motor. Namun, *signage* ini berukuran kecil dan tidak terbaca dari jarak kendaraan yang akan masuk ke area tersebut seperti diperlihatkan pada gambar 1.



Gambar 1. Foto pintu masuk Laswee Creative Space

Menuju area masuk melalui pintu utama yang menghadap ke arah Jalan Laswi, terdapat beberapa mobil parkir di samping pintu utama. Pintu utama ini tidak diberikan *signage* yang menginformasikan bahwa ini adalah akses pintu masuk utama menuju Laswee Creative Space. Gambar 2 memperlihatkan pintu masuknya.



Gambar 2. Foto pintu masuk Laswee Creative Space

Masuk ke area dalam Laswee Creative Space, terdapat area *outdoor* yang diberikan fasilitas kursi dan meja. Kursi dan meja ini mencakup pada area *outdoor*, area selasar, dan area *indoor*. Untuk area *outdoor* ini tidak diberikan *signage* yang memberikan informasi tentang fasilitas yang ada di Laswee Creative Space seperti toilet atau mushola seperti diperlihatkan pada gambar 3.



Gambar 3. Foto area outdoor Laswee Creative Space

Akses menuju area belakang melalui jalur jalan yang membelah area outdoor, pada ujung jalan terdapat *signage* yang memberikan informasi terhadap letak toilet, shower dan mushola. Gambar 4 memperlihatkan foto akses tersebut.



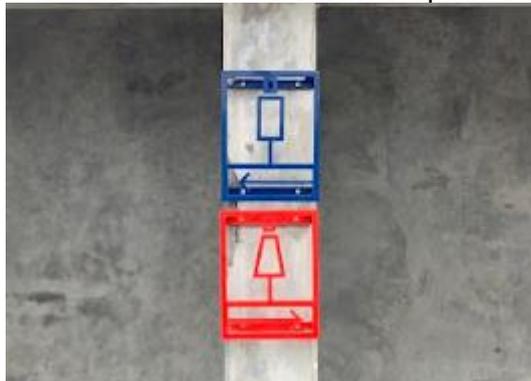
Gambar 4. Foto akses menuju area belakang Laswee Creative Space

Akses menuju area belakang Laswee Creative Space dari Jalan Laswi tidak diberikan *signage* sehingga tidak ada informasi tentang keberadaan akses menuju area belakang Laswee Creative Space seperti diperlihatkan pada gambar 5.



Gambar 5. Foto akses menuju area parkir belakang Laswee Creative Space

Pada fasilitas toilet, terdapat signage toilet namun keterbacaan signage ini samar dikarenakan garis *signage* yang digunakan tipis. Lalu warna *signage* toilet ini tidak mengikuti warna dari identitas merk Laswee Creative Space seperti pada gambar 6.



Gambar 6. Foto signage toilet Laswee Creative Space

Dari hasil pengamatan observasi, terdapat kekurangan terhadap *signage* yang ada di kawasan Laswee Creative Space. Pertama adalah rendahnya keterbacaan dari signage yang ada, lalu yang kedua adalah ada beberapa titik penempatan signage yang tidak diberikan *signage*. Lalu yang ketiga, ada karakter visual signage yang tidak sesuai dengan identitas merk Laswee Creative Space.

Wawancara dan Pengisian Kuesioner

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pengelola dan pengunjung didapatkan beberapa informasi. Hasil dari wawancara kepada pengelola, didapatkan informasi bahwa Laswee Creative Space yang didirikan pada tahun 2021 merupakan ruang kreatif yang menjadi tempat berkumpulnya komunitas kreatif. Ruang ini berkembang pesat, terutama saat pandemi COVID-19 karena masyarakat dianjurkan untuk beraktivitas di ruang terbuka. Dengan total 15 tenant dan kerjasama dengan Dinas Pekerjaan Umum (PU) dan Kebudayaan, Laswee Creative Space telah menjadi percontohan sebagai ruang publik yang inovatif.

Namun, berdasarkan wawancara dengan pengunjung, ditemukan sejumlah masalah terkait signage di area tersebut. Banyak pengunjung merasa bingung saat mencari tempat parkir atau lokasi tertentu karena minimnya informasi area. Selain itu, pintu masuk utama tidak memiliki signage yang jelas, dan signage yang ada sering kali dinilai sulit terbaca. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan dan keterbacaan signage

di Laswee Creative Space masih perlu diperbaiki untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.

Selanjutnya tabel 2 memperlihatkan rekapitulasi dari pengisian kuesioner yang disebarkan kepada 72 pengunjung.

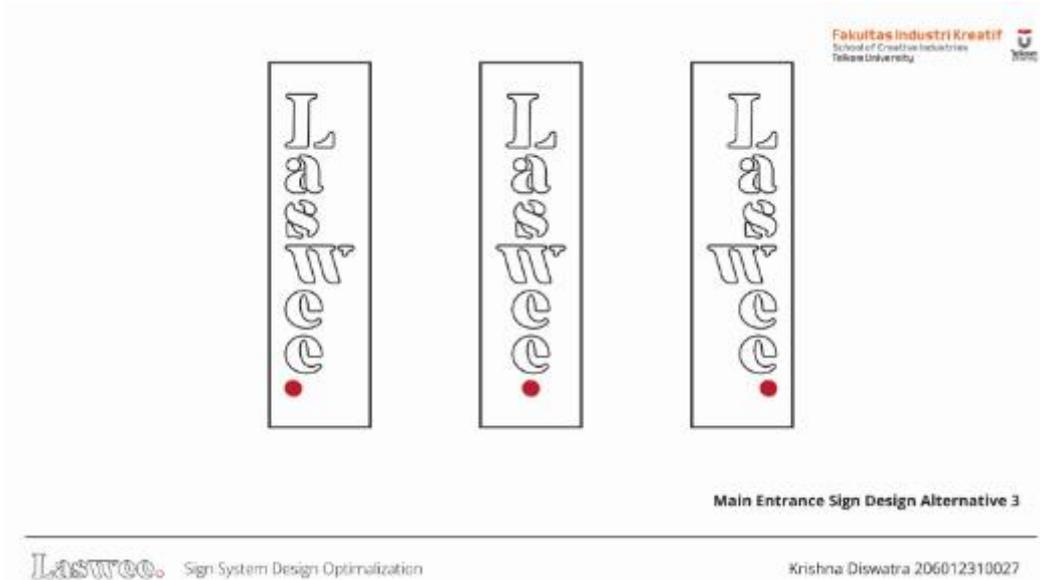
Tabel 2. Distribusi Frekuensi Pengisian Kuesioner (n=72)

No	Pertanyaan	Skala					Rata-rata Skala	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Apakah informasi petunjuk/ <i>signage</i> sebuah kawasan adalah sesuatu yang penting?	0	0	1	27	37	4,1	Setuju
2	Apakah <i>signage</i> yang sudah ada di Laswee saat ini mudah untuk dimengerti?	13	45	3	10	1	2,18	Tidak Setuju
3	Apakah letak petunjuk/ <i>signage</i> yang ada sudah sesuai?	18	36	7	10	1	2,16	Tidak Setuju
4	Apakah jumlah petunjuk/ <i>signage</i> yang ada sudah sesuai?	14	38	5	14	1	2,3	Tidak Setuju
5	Bagaimana keterbacaan <i>signage</i> berikut?	32	26	8	2	4	1,9	Sulit

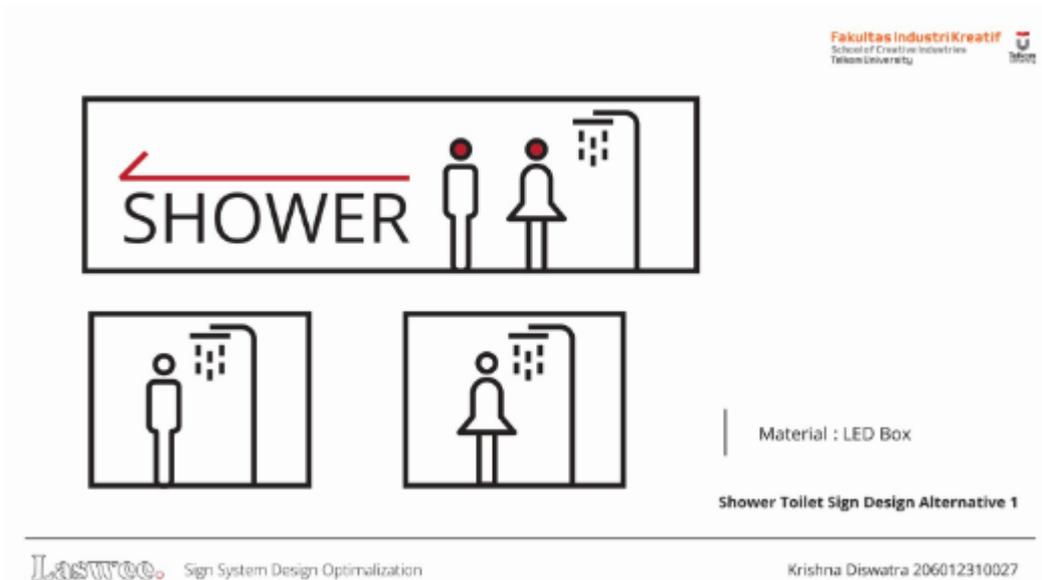
Dari di atas dapat disimpulkan bahwa pengunjung merasa *signage* merupakan sesuatu yang penting ada di sebuah kawasan. Selanjutnya pengunjung memiliki kecenderungan bahwa *signage* yang ada di Laswee saat ini tidak mudah dimengerti serta peletakan *signage* yang sudah ada kurang sesuai. Selain itu, pengunjung juga merasa jumlah *signage* yang ada tidak sesuai dan sulit dipahami.

Sketsa 2D Signage

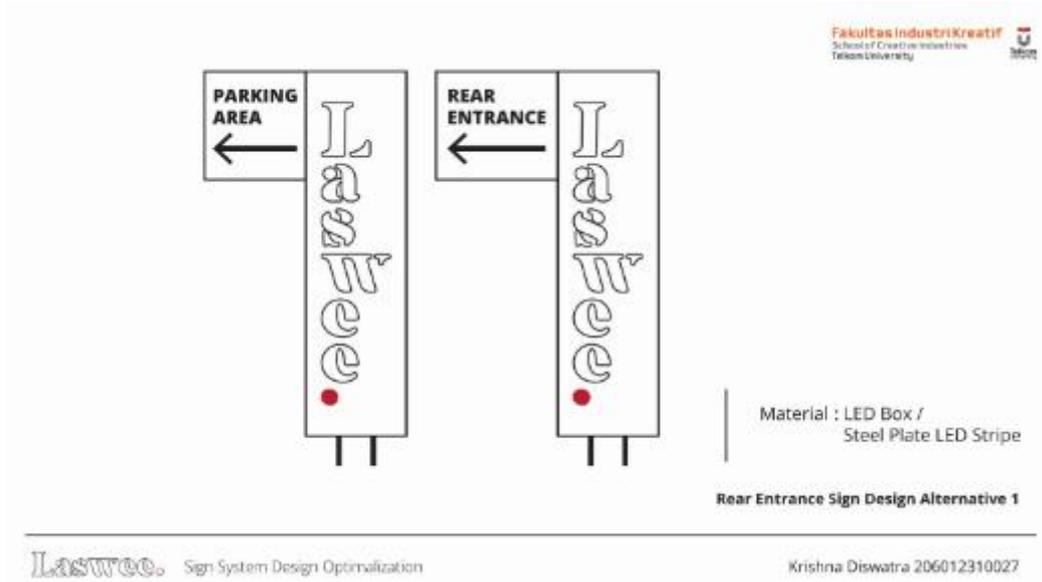
Dari data yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan desain ulang perlu dilakukan. Kegiatan berupa *schematic design* pun dilakukan oleh peneliti. Proses sketsa desain pada *schematic design* diarahkan untuk meningkatkan keterbacaan dari *signage* terpilih yang ada di Laswee Creative Space. Hal yang dilakukan berupa sketsa desain *signage* 2D pada *main entrance* toilet , parkir , dan *entrance* seperti diperlihatkan pada gambar 7-9.



Gambar 7. Sketsa desain signage main entrance



Gambar 8. Sketsa desain signage toilet



Gambar 9. Sketsa desain signage parkir 1

Sketsa 3D Signage

Selanjutnya adalah desain 3D pada *main entrance* dan parkir seperti diperlihatkan pada gambar 10-13.

Gambar 14. Sketsa 3D desain signage main entrance 1



Gambar 10. Sketsa 3D desain signage main entrance 2



Gambar 11. Sketsa 3D desain signage main entrance 8



Gambar 12. Sketsa 3D desain signage parkir 1

Design Development

Selanjutnya adalah melakukan *design development*. Dari hasil sketsa desain yang telah dirancang, pada akhirnya terpilih satu tema *signage* yang akan menjadi desain akhir dari perancangan ulang signage Laswee Creative Space. Desain ini merupakan desain yang direkomendasikan untuk meningkatkan keoptimalan signage yang ada di Laswee Creative Space. Gambar 22- merupakan desain yang direkomendasikan.



Gambar 13. Desain final signage Laswee Creative Space



Gambar 14. Detail tulisan signage Laswee Creative Space

Hasil perancangan akhir ini merupakan *signage* yang direkomendasikan sebagai pengganti *signage* yang ada di kawasan Laswee Creative Space. Hasil perancangan ulang ini ditujukan untuk meningkatkan keterbacaan dan melengkapi *signage* yang belum ada, selain itu perancangan signage ini ditujukan juga untuk menyeragamkan identitas merk yang ada pada Laswee Creative Space. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah tipografi, warna, dan pictogram (Clara & Swasty, 2017; Harahap, Septiana & Nethania, 2024)

Secara material, perancangan signage ini merekomendasikan fondasi dasar material beton yang diberikan finishing cat putih doff. Beton sering digunakan sebagai material dasar dalam desain signage karena kekuatannya yang tahan lama dan kemampuannya untuk menghadirkan estetika modern (Ching, 2019). Untuk aksent, digunakan warna merah, sedangkan material pada bagian tulisan atau logo Laswee

menggunakan material metal dengan finishing warna hitam. Penggunaan warna dalam perancangan ini mengikuti palet warna logo Laswee Creative Space, yaitu putih dan hitam dengan aksen merah, yang bertujuan mencerminkan identitas visual merek secara konsisten (Lupton & Phillips, 2015).

Selain itu, informasi dalam bentuk tulisan pada signage dirancang untuk menyertakan ikon dan teks agar meningkatkan keterbacaan dan kemudahan pengguna dalam memahami informasi yang disampaikan. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip desain signage yang menekankan keterbacaan dan aksesibilitas untuk berbagai jenis pengguna (Calori & Vanden-Eynden, 2015).

Hasil perancangan ini juga mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan efisiensi. Material yang digunakan dipilih tidak hanya berdasarkan estetika, tetapi juga daya tahan dan kemudahan perawatan dalam jangka panjang. Dengan menggunakan beton dan logam sebagai bahan utama, desain ini diharapkan mampu bertahan di berbagai kondisi cuaca tanpa memerlukan perawatan intensif. Selain itu, desain modular pada beberapa elemen signage memungkinkan proses instalasi dan penggantian bagian tertentu dilakukan dengan lebih mudah dan ekonomis. Pendekatan ini sejalan dengan tren desain modern yang menekankan aspek fungsional, ekonomis, dan berkelanjutan dalam elemen ruang publik (Perangin-angin, 2024).

Dalam implementasi desain, lokasi penempatan signage juga menjadi perhatian utama. Penempatan dirancang strategis pada area yang sering dilewati oleh pengunjung, seperti pintu masuk utama, area parkir, dan persimpangan jalan dalam kawasan Laswee Creative Space. Hal ini bertujuan untuk memastikan informasi yang disampaikan melalui signage dapat dengan mudah dilihat dan diakses oleh pengunjung. Selain itu, pencahayaan juga dipertimbangkan dengan menambahkan elemen reflektif atau lampu tambahan untuk meningkatkan visibilitas signage, terutama pada malam hari atau di kondisi pencahayaan rendah (Christianna, 2016).

Proses perancangan ulang signage ini tidak hanya mengedepankan aspek visual dan fungsional tetapi juga melibatkan partisipasi dari komunitas pengguna. Dengan melibatkan masukan dari pengelola dan pengunjung Laswee Creative Space, desain akhir yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Pendekatan partisipatif ini sejalan dengan prinsip desain inklusif yang bertujuan untuk menciptakan ruang yang ramah dan nyaman bagi semua pihak serta mengakomodir kebutuhan pengguna (Hadi, 2016; Permanasari, Nugraha & Nurhidayah, 2018).

SIMPULAN

Dalam perancangan ulang signage Laswee Creative Space ini, permasalahan yang ada di awal adalah terkait dengan rendahnya tingkat keterbacaan signage, kurangnya penempatan signage, minimnya informasi yang ada pada signage, dan tidak selarasnya desain signage yang ada dengan identitas merk Laswee Creative Space.

Melalui perancangan ulang signage Laswee Creative Space ini, masalah yang ada di awal tersebut dapat diatasi. Perancangan ulang ini didasarkan pada data yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Sehingga acuan perancangan ulang ini menjadi terarah dan valid sesuai dengan data yang ada.

Perancangan ulang ini dapat ditawarkan kepada pihak Laswee Creative Space sebagai rekomendasi untuk mereka jadikan pedoman ketika mereka ingin merancang ulang signage yang ada di kawasan Laswee Creative Space. Semoga ketika kesempatan tersebut ada, maka diharapkan desain perancangan ulang signage Laswee Creative Space inilah yang dijadikan acuan bagi mereka untuk memperbaiki signage yang ada pada kawasan Laswee Creative Space.

Saran bagi peneliti selanjutnya ketika tertarik untuk mengembangkan penelitian ini adalah dapat ditambahkan perhatian yang mendalam terhadap zona parkir yang mungkin dapat ditata ulang karena ada permasalahan yang dapat digali lebih dalam

pada area tersebut. Selain itu, dapat juga dikembangkan lagi pada bagian tenant, karena pada bagian tenant terdapat permasalahan juga seperti signage yang tidak terlihat pada sisi dalam tenant yang mengarah ke dalam area outdoor.

DAFTAR PUSTAKA

- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and Wayfinding Design*. John Wiley & Sons. Hoboken, New Jersey.
- Clara, S., & Swasty, W. (2017). Pictogram on signage as an effective communication. *Jurnal Sositoteknologi*, 16(2), 167-176.
- Ching, F. D. (2019). *Building construction illustrated*. John Wiley & Sons.
- Christianna, A. (2016). Desain Signage Sebagai Solusi Pencemaran Visual. In *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Hidup*. Departemen Matakuliah Umum Universitas Kristen Petra.
- Hadi, R. R. (2016). *Perencanaan Aplikasi Media Informasi Mahasiswa Program Studi Teknik Industri di Universitas Pasundan dengan Menggunakan Pendekatan Desain Partisipatif* (Doctoral dissertation, Fakultas Teknik Unpas).
- Harahap, W. L., Septiana, R., & Nethania, E. (2024). Perancangan Signage Dan Wayfinding di Pantai Nongsa Batam. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 9(2), 225-234.
- Kaysan, F. N., Hamida, V. A., Sagarmatha, P. T., Kusumah, M. A. Z. P., Arullah, T. M. D. (2024). Identitas Visual pada Signage System di Borma Setiabudi Bandung. *Besaung Jurnal Seni, Desain, dan Budaya UIGM Volume 9, Nomor 01, Maret 2024*.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: the new basics (revised and expanded)*. Chronicle Books.
- Maymun, A. Z., & Swasty, W. (2018). Identitas Visual Dan Penerapannya Pada Signage Untuk Kawasan Wisata Edukasi. *Serat Rupa Journal of Design*, 2(1), 01-13.
- Nadlifah, H. K., Faridah, E. Y., & Susanty, E. (2024). Designing Deaf Spaces: A Case Study of Spatial Design Supporting Deaf Students' Independence. *Dearsip: Journal of Architecture and Civil*, 4(02), 97-107.
- Perangin-Angin, F. A. (2024). Menggabungkan Arsitektur dengan Lanskap Memperindah Ruang Publik dan Privat. *WriteBox*, 1(3).
- Permanasari, E., Nugraha, H., & Nurhidayah, F. (2018). Metode Desain Partisipatif Sebagai Model Pembangunan 6 RPTRA DKI Jakarta. *Jakarta: Universitas Pembangunan Jaya*.
- Saryono. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Soedewi, S., Murdowo, D., Wulandari, R., Aditsania, A., Gunawan, H. P., Prabasworo, B., Adrin, F. A., Yuniati, P. A. (2020). Perancangan Signage Lapangan Gasmin Kota Bandung. *VISUALITA Jurnal Online Desain Komunikasi Visual UNIKOM Volume 9, Nomor 1, Oktober 2020*.
- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual Edisi Revisi*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Zhou, J., & Ujang, N. (2024). An Analysis of Pedestrian Preferences for Wayfinding Signage in Urban Settings: Evidence from Nanning, China. *Buildings*, 14(9), 2986.