

# Perancangan Desain Grafis Ruang Pamer Museum Kota Bandung

Muhammad Ryzki Wiryawan  
STKOM Al Ma'soem  
Jl. Raya Cipacingv22, Bandung 45363  
ryzki.wiryawan@gmail.com

*Abstrak*— Saat ini, museum telah diakui sebagai salah satu sarana pendidikan lewat pemberian pengalaman yang menyenangkan (leisure experiences). Sejalan dengan itu, terdapat usaha untuk terus meningkatkan ketertarikan pengunjung terhadap museum. Desain grafis dalam hal ini merupakan salah satu alat untuk menarik minat pengunjung dan memudahkan penyampaian informasi museum. Penelitian dimaksudkan untuk menganalisis sejauh mana prinsip desain grafis telah diterapkan pada ruang pameran Museum Kota Bandung guna menghasilkan akses informasi yang efektif kepada pengunjung. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, yaitu lewat : (a) wawancara dengan pengelola museum dan perancang desain; (b) analisis literatur; dan (c) analisis deskripsi visual atas rancangan desain grafis yang ada. Diharapkan penelitian ini bisa menghasilkan pemahaman lebih lanjut terkait aspek desain grafis yang sangat berpengaruh pada kesuksesan sebuah museum.

*Kata kunci*— *Desain Grafis, Komunikasi Visual, Proses Desain, Eksibisi Museum*

## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Sejak tahun 1990-an, museum telah mengalami krisis berhubungan dengan ketidakmampuannya menyesuaikan diri dengan pertanyaan analisis terkait apa yang disajikan museum, sejarah siapa yang ditampilkan, serta dari sudut pandang apa [1]. Guna mempertahankan fungsinya sebagai media pendidikan dan pembelajaran, Museum perlu terus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Salah satunya adalah dengan cara menyesuaikan tampilan material pada ruang pamernya sesuai dengan konsep desain grafis terbaru. Hal ini memang tidak mudah karena di saat bersamaan hal itu harus mempertimbangkan kepentingan aspek pendidikan, keputusan kurator, kenyamanan pengunjung, dan sebagainya [2]. Meraih pemahaman bagaimana cara pengunjung bergerak dan berinteraksi terhadap objek pameran (display) museum adalah elemen penting dalam perancangan museum

yang efektif [3]. Lebih lanjut lagi, sangat penting untuk memahami cara pengunjung menginterpretasikan museum dan materinya melalui berbagai artefak dan sumber informasi yang ada [4]. Museum harus berkomunikasi atau mati. Agar komunikasi terjadi, pengirim dan penerima pesan harus berbagi konsep yang sama, bahkan gairah yang sama. Tugas untuk museum dan galeri adalah untuk menemukan cara membangkitkan dan menanamkan gairah dan cara mengeksplorasi ide-ide yang mencerahkan, menggunakan koleksi museum, dan rasa ingin tahu dan pengalaman pengunjung yang aktual dan potensial [5]. Dengan demikian, perancangan museum yang baik harus melibatkan berbagai kalangan, seperti kurator yang memahami materi museum, arsitek, ahli teknologi, serta desainer. Bagaimana memadukan seluruh keahlian tersebut guna menghasilkan ruang pameran museum yang baik bukanlah hal yang mudah. Dalam hal ini, penelitian hanya memfokuskan pada proses pembuatan desain grafis dua dimensi yang akan mengisi ruang pameran Museum Kota Bandung.

### 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diuraikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Konsep desain grafis ruang pameran Museum Kota Bandung.
2. Penerapan prinsip desain grafis pada ruang pameran Museum Kota Bandung.

### 1.3. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

Ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini hanya desain grafis pada ruang pameran utama Museum Kota Bandung (Bangunan Lama).

### 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui konsep desain grafis ruang pameran Museum Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui sejauh mana prinsip desain grafis telah diterapkan pada ruang pameran Museum Kota Bandung.

## 2. Metodologi

### 2.1. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dalam hal ini peneliti menganalisis desain grafis ruang pameran Museum Kota Bandung yang dirancang oleh desainer dalam rangka menyampaikan informasi secara optimal kepada pengunjung. Selain itu, dilakukan studi pustaka serta pengamatan langsung terhadap rancangan desain grafis ruang pameran Museum Kota Bandung.

### 2.2. Narasumber

Wawancara dilakukan kepada dua narasumber utama, yaitu Hermawan Rianto (Ketua Tim Museum Kota Bandung) dan Rio Frederico (Ketua Tim Desainer Museum Kota Bandung).

## 3. Tinjauan Teoritis

### 3.1. Desain Grafis

Tinarbuko [6] menyebutkan bahwa desain grafis adalah ilmu mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreasi, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout. Dalam perkembangannya, istilah desain grafis mulai digantikan oleh komunikasi visual, yang memiliki pengertian sama, yaitu ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial ataupun komersial, dari individu atau kelompok lainnya.

Komunikasi visual yang baik harus bisa menyampaikan pesan spesifik kepada audiens spesifik atas nama klien, dan melakukannya dengan efektif — biasanya dalam seperangkat konsep yang menciptakan konteks dan menciptakan ketertarikan audiens terhadap karya [7]. Proses ini melibatkan pemahaman utuh atas tujuan proyek yang dilakukan. Pemahaman tersebut akan menjadi dasar dari penentuan cara penyampaian informasi dan siapa yang akan menjadi audiens. Desainer dengan demikian akan sangat bertanggung jawab pengembangan konsep kreatif guna penyampaian informasi. Adapun konsep adalah ide yang mendukung dan menguatkan penyampaian informasi dengan cara pengemasan secara menarik, unik, dan mudah diingat baik di tingkat intelektual maupun emosional [7]. Suatu karya desain grafis tidak terlepas dari pemenuhan aspek estetika, fungsional, tipografi, layout, simbol, dan informasi grafis [8].

### 3.2. Ruang Pameran Museum

Perancangan ruang pameran museum melibatkan proses kreatif yang terdiri dari mengkomunikasikan pesan melalui objek dan elemen material lainnya [9]. Adapun fungsi ruang pameran museum adalah untuk

berkomunikasi dengan pengunjung dengan mengadopsi berbagai jenis, fungsi, ukuran, dan pendekatan untuk pengalaman pengunjung, seperti display, koleksi, dan pameran [5]. Dengan kata lain, tujuan dari sebuah ruang pameran adalah untuk menyampaikan informasi terhadap pengunjung. Saat ini, guna memaksimalkan fungsinya, pandangan tradisional terhadap ruang pameran museum telah diperbaharui dengan praktik interdisipliner yang melibatkan berbagai aspek desain seperti grafis, tipografi, pencahayaan, ruang, desain interface, manajemen desain, media digital, dan produksi [10].

Perancangan desain ruang pameran museum terdiri atas berbagai partisipan dan arus informasi desain, yang merupakan elemen kunci dalam menghasilkan pendekatan desain. Merencanakan proyek ruang pameran museum harus menyeimbangkan kebutuhan fungsional, estetika dan biaya total dalam rancangan ruang pameran museum dengan menggunakan antar-disiplin seperti manajemen proyek, spesifikasi subjek, perhitungan cost benefit, aspek desain, dan produksi. Fungsi dan peran ruang pameran museum sendiri bergantung kepada tujuan spesifik museum, yang secara umum adalah sebagai display benda atau informasi sejarah. Tujuan dari ruang pameran di museum adalah untuk mengkomunikasikan dan menginterpretasikan teori-teori museologi. Dengan demikian, ruang pameran harus bisa menyajikan pengalaman bagi pengunjung dengan memberi kesempatan mereka untuk melakukan pengamatan yang menghasilkan kenyamanan, hiburan, dan ilmu pengetahuan [11].

### 3.3 Museum Kota Bandung

Museum Kota Bandung adalah museum yang mulai direncanakan sejak tahun 2015 oleh Walikota Bandung M. Ridwan Kamil, dalam rangka mengenalkan sejarah Bandung kepada masyarakat secara komprehensif. Saat ini museum masih dalam tahap pembangunan tahap 1, yaitu penyelesaian produksi fisik untuk bangunan cagar budaya.

Museum Kota Bandung memiliki 2 (dua) area kunjungan utama. Pertama, Gedung Bangunan Cagar Budaya dan Gedung Baru yang memamerkan koleksi foto, film, gambar, rekaman suara dan artefak dengan komposisi sebagai berikut: Photo/Film (60%), Gambar/ Grafis (10%), Dokumen /Arsip (20%), dan Artefak/Rekaman Suara (10%). Gedung Bangunan Cagar Budaya terdiri beberapa ruang pameran yaitu : Lobby utama dan 4 (empat) ruang pameran. Lobby utama berisikan mural wajah dan highlights materi Museum Kota Bandung. Selanjutnya adalah Ruang Pameran Bandung Awal Mula. Ruang ini memiliki materi berisikan perjalanan awal kelahiran kota Bandung. Ruang pameran selanjutnya adalah Ruang Bandung Europe in de tropen (Eropa di Negeri Tropis), berisikan materi tentang perjalanan dan perkembangan Bandung sebagai kota kolonial. Ruang pameran ketiga diberi

nama Bandung Bergerak, ruang materi Bandung Bergerak ini memiliki materi tentang pergerakan dan perjuangan fisik maupun non-fisik dalam pergerakan nasional yang terjadi di kota Bandung. Ruang pameran terakhir diberi nama Bandung Bergiat, berisi materi pameran tentang kota Bandung pada masa awal kemerdekaan Indonesia hingga waktu sekarang.

#### 4. Analisis Desain Grafis

##### 4.1 Perancangan

Alex Hass [7] menyebutkan beberapa hal yang perlu dijawab dalam perancangan desain grafis, antara lain : Jenis usaha klien, tujuan jangka panjang klien, tujuan proyek, harapan klien, target audiens, pesan klien terhadap audiens, bagaimana panduan yang diberikan, gambar dan ilustrasi yang dibutuhkan, pertimbangan khusus lainnya, kuantitas produksi, media yang akan digunakan, siapa yang akan menyetujui hasil akhir, serta anggaran yang diperlukan. Namun harus juga diakui bahwa perencanaan ruang pameran, desain dan konstruksi adalah proses yang kompleks dan berbelarut-larut, sehingga sulit untuk melacak sejarah dan alasan keputusan desain setelah fakta. Ini mempengaruhi studi desain secara umum [12].

Menjawab pertanyaan yang diajukan Alex Hass [7] di atas, dapat diuraikan bahwa konsep umum Museum Kota Bandung adalah menyajikan dan mengenalkan sejarah kota Bandung secara menarik dan interaktif, khususnya kepada generasi muda (kaum milenial). Materi disampaikan dengan konsep storytelling berbentuk infografik dan timeline untuk memudahkan pengunjung memahami materi, yaitu dengan meminimalkan teks dan mengutamakan keberadaan gambar. Konsep infografik sendiri diakui sebagai perkembangan desain grafis yang banyak digunakan di berbagai media. Beberapa penelitian telah menganalisis keunggulan infografis untuk keleluasaannya beradaptasi dengan berbagai format visual yang berbeda [13], sementara itu infografis juga sesuai dengan kriteria kualitas seperti kejelasan, estetika, penggunaan konkordansi linguistik dan kontemporer [14]. Meminimalisir penggunaan teks pada display museum, sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pengunjung hanya bisa menghabiskan sedikit waktu untuk mengamati teks. Pengunjung museum dijejali oleh jumlah objek dan bahasa teknis serta detail dokumentasi. Menurut Saul Carliner [14], hanya sedikit pengunjung yang benar-benar membaca label, dan, dari mereka yang melakukannya, sebagian besar menghabiskan waktu kurang dari setengah menit untuk melakukannya. Lebih lanjut ia menekankan bahwa ruang pameran bukanlah buku yang dipindahkan ke dinding.

Berikut adalah contoh desain grafis pada ruang pameran Museum Kota Bandung.



Gambar 1. Ruang 1 tembok 1 - kiri



Gambar 2. Ruang 1 tembok 2 - kiri



Gambar 3. Ruang 2 tembok 1 - kiri



Gambar 4. Ruang 2 tembok 2 – kanan



Gambar 5. Ruang 3 tembok 1 - kiri



Gambar 6. Ruang 4 tembok 2 - kanan

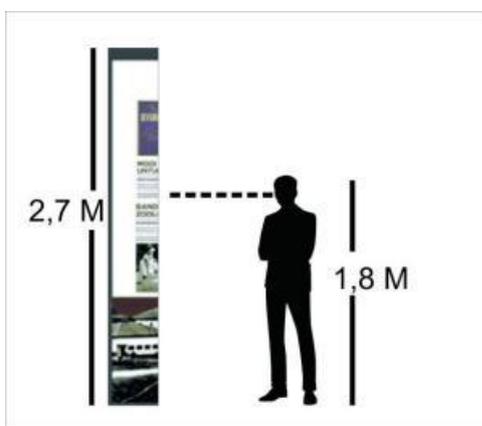


Gambar 7. Timeline di Lobby

Melalui contoh gambar di atas, telah terlihat bahwa upaya memaksimalkan gambar sebagai

elemen estetika dan meminimalisir gambar telah dilakukan, kecuali pada gambar 6 di mana masih tampak penggunaan teks yang terlalu panjang. Hal ini tentu tidak sejalan dengan konsep infografik.

Pertanyaan selanjutnya terkait gambar dan ilustrasi yang dibutuhkan, dalam hal ini untuk menghasilkan hasil terbaik, desainer menggunakan gambar-gambar beresolusi tinggi dan apabila tidak tersedia, maka akan dibuat ilustrasi (Gambar 1). Mengenai kuantitas produksi, setiap gambar dicetak dengan ukuran 7,3 x 2,8 meter. Dengan tinggi tersebut, teks ditempatkan di bagian yang sejajar dengan pandangan manusia umumnya (kecuali pada timeline di lobby yang ditempatkan berjarak dari lantai). Media yang akan digunakan untuk mencetak desain adalah backdrop vinyl dan multipleks. Dengan pertimbangan bahan tersebut tahan lama serta tidak mengalami perubahan warna.



Gambar 8. Perbandingan tinggi display dengan manusia



Gambar 9 Walikota Bandung Meninjau Ruang Pamer Museum Kota Bandung

#### 4.2. Elemen Desain Grafis

Elemen-elemen yang akan dianalisis dalam sebuah karya desain grafis antara lain gambar (ilustrasi), tipografi (huruf), warna, komposisi dan layout. Elemen-elemen ini bisa digunakan sendiri-sendiri, bisa juga digabungkan [6].

##### 4.2.1. Gambar (Ilustrasi)

Penempatan gambar dalam ruang pameran Museum Kota Bandung dilakukan lebih dominan

dibandingkan unsur lainnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Ballantine [16], Objek museum (atau tampilan menarik lainnya) bertindak sebagai penarik rangsangan sementara label bertindak sebagai fasilitator stimulus karena mereka bisa memungkinkan pengunjung untuk mengubah minat awal ini menjadi keterlibatan yang lebih dalam. Selain itu, dominasi gambar dan ilustrasi pada ruang pameran Museum Kota Bandung ditujukan untuk menciptakan daya tarik terhadap pengunjung serta memudahkan pengunjung untuk memvisualisasikan materi sejarah yang disajikan oleh museum.

Gambar serta ilustrasi yang digunakan dalam hal ini merupakan hasil pengumpulan dan pemilihan yang dilakukan oleh tim kurator museum. Adapun untuk beberapa peristiwa yang tidak memiliki dukungan fotografi, maka akan dibuat ilustrasinya. Guna menjaga kualitas hasil cetak, gambar yang digunakan harus dipastikan memiliki resolusi yang tinggi (di atas 600 dpi).

##### 4.2.2. Tipografi

Tipografi adalah unsur yang cukup penting dalam desain grafis ruang pameran museum, karena mempengaruhi motivasi pengunjung untuk mendapatkan informasi. Tipografi yang digunakan dalam teks keterangan objek maupun sebagai materi pajang museum harus mudah dibaca oleh pengunjung, karena apabila sulit dibaca, pengunjung akan segera kehilangan minat untuk menelusuri informasi lebih jauh. Huruf yang digunakan juga harus memudahkan teks untuk dibaca dari berbagai sudut.

Huruf yang digunakan dalam display ruang pameran Museum Kota Bandung menggunakan jenis huruf Helvetica yang termasuk ke dalam kelompok Sans Serif dengan ukuran bervariasi mulai dari 20pt. Pemilihan Sans Serif dikarenakan jenis huruf ini lebih disukai anak muda, terutama karena mereka lebih modern, menekankan bentuk murni dari karakter individu dan menghilangkan elemen-elemen berlebihan [17]. Jenis huruf ini dianggap tepat hanya untuk tujuan penjudulan dan display, sertadigunakan untuk teks oleh kaum modernis abad ke-20 [6]. Selain itu penelitian yang dilakukan [18] menunjukkan bahwa seseorang lebih cepat membaca teks yang menggunakan huruf Sans Serif dibandingkan Serif.

I am sans.  
I am serif.

Gambar 10. Perbedaan Antara Huruf Sans Serif (atas) yang polos (tanpa kait) dan Serif (bawah) yang memiliki kait di ujungnya

#### 4.2.3. Warna

Seperti bisa dilihat pada gambar 1-6, warna yang digunakan sebagai background adalah yang termasuk dalam kelompok warna primer : Hijau, Biru, Merah, dan Kuning. Karena pertimbangan estetika dan untuk mendukung kejelasan teks, warna yang digunakan secara spesifik adalah Hijau Forest, biru Denim, merah, dan kuning Cyber. Warna background tersebut dipilih untuk mendukung keterbacaan teks berwarna putih dan hitam. Menurut Alan Peckolick seperti dikutip oleh [19], pemilihan warna memang tidak memiliki aturan baku. Namun sebaiknya mengikuti tiga hal yaitu :

1. Intuisi. Desainer melibatkan perasaan pribadinya terhadap pilihan warna. Namun jangan melupakan faktor lainnya.
2. Pengetahuan. Warna harus dilihat sebagai suatu unsur penting dalam desain. Bukan hanya untuk menguatkan unsur hitam dan putih. Warna harus memiliki arti tertentu seperti mempengaruhi perasaan, membawa suasana, budaya, atau hubungan tertentu dengan pemirsa.
3. Pengalaman. Pengalaman adalah guru terbaik terkait pemilihan warna. Dalam hal ini bisa mengambil pengalaman dari karya atau ruang pameran museum lainnya.

#### 4.2.4. Komposisi

Komposisi yang tepat dari elemen visual tidak hanya menghasilkan stabilitas visual, ia juga mempengaruhi suasana hati melalui komposisi dan menghasilkan keteraturan yang mencegah kekacauan visual [6]. Komposisi dalam desain grafis adalah penempatan atau pengaturan elemen visual atau unsur-unsur dalam sebuah karya. Komposisi yang efektif dapat mempengaruhi pemirsa untuk melihat karya itu berkali-kali dan meninggalkan kesan yang abadi. Sebaliknya, Komposisi yang kacau membuat pemirsa bingung dan tidak tertarik untuk melihat karya itu lagi. Elemen utama yang diatur dalam komposisi antara lain ruang, bentuk, dan struktur.

Ruang sebagai latar belakang yang berperan secara pasif untuk mendukung semua elemen yang muncul di atasnya. Sebaliknya, suatu bentuk adalah sesuatu yang mengisolasi dirinya dari latar belakang, dalam hal ini adalah teks dan gambar. Struktur adalah hubungan yang kohesif di antara bentuk dan ruang. Komposisi yang baik harus memenuhi prinsip-prinsip sebagai berikut :

#### 1. Ritme.

Adalah pengulangan yang bervariasi. Seperti bisa dilihat pada gambar 1-6, terdapat penggunaan layout atau template yang sama untuk setiap dinding, dengan variasi penempatan gambar dan tulisan.

#### 2. Kontras

Adalah pembeda antara unsur-unsur dalam kategori khusus. Dalam hal ini dipraktikkan dalam penggunaan warna teks yang berbeda dengan warna latar belakang, serta pewarnaan foto yang disesuaikan dengan latar belakang.

#### 3. Kesatuan

Adalah proses saling melengkapi antar seluruh objek. Dalam hal ini gambar digunakan untuk menguatkan teks dan sebaliknya.

#### 4. Proporsi

Adalah proporsi relatif antar objek. Ukuran gambar bervariasi menyesuaikan pada ruang dan teks yang ada. Apabila teksnya cukup banyak, gambar akan dibuat lebih kecil dan sebaliknya.

#### 5. Keseimbangan

Keseimbangan berarti penempatan elemen maupun ruang kosong secara proporsional, baik horizontal maupun vertikal. Ukuran gambar disesuaikan agar tidak menciptakan kesan terlalu ramai atau terlalu kosong.

#### 6. Keharmonisan

Keselarasan elemen-elemen berdasarkan kriteria tertentu.

#### 4.2.5. Layout

Tidak ada ketentuan khusus mengenai layout atau penempatan elemen-elemen dalam desain grafis. Namun layout yang baik harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti : Sifat pesan, jenis gambar yang akan digunakan, media produksi, ukuran media, dan lingkungan tempat karya tersebut akan dipajang. Mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, dalam hal ini bisa dikelompokkan tiga jenis layout : *Text Dominant* (Dominasi Teks), *Image Dominant* (Dominasi Gambar), serta *Image and Text* (Teks dan Gambar Seimbang).

Display ruang pameran Museum Kota Bandung menggunakan jenis layout *Image Dominant*, dimana gambar-gambar ditempatkan mengisi ruang yang lebih besar dibandingkan dengan teks. Jenis layout seperti ini umumnya digunakan pada majalah dan situs web.



Gambar 11 Penerapan Prinsip Desain Grafis

## 5. Kesimpulan

Museum Kota Bandung telah berupaya mengoptimalkan ketertarikan pengunjung terhadap materi museum lewat perancangan ruang pameran museum yang menerapkan prinsip-prinsip desain grafis lewat konsep storytelling dan infografik. Analisis terhadap elemen-elemen desain grafis, antara lain gambar (ilustrasi), tipografi (huruf), warna, komposisi dan layout menunjukkan bahwa perancangan telah menerapkan prinsip desain grafis. Namun pada beberapa titik masih ditemukan dominasi teks yang terlalu banyak, sehingga tidak sejalan dengan konsep rancangan awal serta prinsip desain grafis. Selain itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terutama dari sudut pandang pengunjung untuk menilai sejauh mana desain ruang pameran Museum Kota Bandung telah berhasil mempengaruhi ketertarikan mereka untuk menyerap informasi dari Museum Kota Bandung.

## Daftar Pustaka

- [1] Karp, Ivan and Wilson, Fred. (1996). "Constructing the spectacle of culture in museums" in Greenberg, Reesa, Ferguson, Bruce W. and Nairne, Sandy (Eds.): Thinking about exhibitions. London and New York : Routledge.
- [2] Ciolfi, L., Bannon, L. (2002b). Learning from Museum Visits: Shaping Design Sensitivities. Technical Report, IDC-University of Limerick, April 2002.
- [3] Ciolfi, L., Bannon, L. and Fernström, M. (2001). "Envisioning and Evaluating Out-of-Storage Solutions", Proceedings of ICHIM01-International Cultural Heritage Informatics Meeting. Philadelphia: Archives and Museum Informatics.
- [4] Hooper-Greenhill, E. (1992). Museums and the Shaping of Knowledge. London: Routledge.
- [5] Hooper-Greenhill, E. (1994). Museums and Their Visitors. London: Routledge Publisher
- [6] Tinarbuko, Sumbo. (2008). Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta: Jalasutra.
- [7] Hass, Alex, Et. All. (2012). Graphic Design And Print Production Fundamentals. Brithis Columbia : Graphic Communications Open Textbook Collective
- [8] Rune Petterson. (2015). Graphic Design. Tullinge : International Institute for Information Design.
- [9] Maure, Marc. (1995). The Exhibition As Theatre - On The Staging Of Museum Objects. Nordisk Museologi.
- [10] Lin, Chungung. (2009). Mapping the Design Criterion Framework for Museum Exhibition Design Project. In: Undisciplined Design Research Society Conference 2008, Sheffield Hallam University, Sheffield, UK, 16-19 July 2008.
- [11] Belcher, M. (1991). Exhibitions in Museums. Leicester: Leicester University Press.
- [12] Zeisel, J. (2006). Inquiry by design: Environment/behavior/neuroscience in architecture, interiors, landscape and planning. New York: W.W. Norton and Company, Inc.
- [13] Lallana, F. (1999). Diseño y color infográfico. Revista Latina de Comunicación Social(13).
- [14] Valero, S. (2001). La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos (Vol. 9): Universitat de València.
- [15] Carliner, Saul (2001). Modeling Information for Three-dimensional Space: Lessons Learned from Museum Exhibit Design. Technical Communication Volume 48, Number 1.
- [16] Ballantine, P. W., Jack, R., & Parsons, A. G. (2010). Atmospheric cues and their effect on the hedonic retail experience. International Journal of Retail & Distribution Management.
- [17] Gelderman, Maarten. (1998). Fonts: Background A Short Introduction To Font Characteristics. Jurnal MAPS 22.
- [18] Moret-Tatay, C., & Perea, M. (2011). Do serifs provide an advantage in the recognition of written words?. Journal of Cognitive Psychology.
- [19] Cook, Alton. (1989). Type & Color: A Handbook of Creative Combinations. Washington : Rockport Pub.