

---

# KAJIAN TIPOGRAFI SEBAGAI IDENTITAS RUANG PUBLIK MALL TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA

**Marta Kartika Lestari**

Universitas Negeri Surabaya

email:martakartikalestari01@gmail.com

Received:

28-06-2025

Reviewed:

28-07-2025

Accepted:

28-07-2025

**ABSTRAK:** Surabaya merupakan kota metropolitan dan pusat wisata belanja dengan pertumbuhan mall yang pesat. Mall tidak hanya sebagai tempat belanja, tetapi juga ruang sosial modern. Penelitian ini meneliti penerapan tipografi pada Tunjungan Plaza Surabaya untuk memahami peran visualnya dalam membentuk identitas ruang publik melalui pendekatan *Environmental Graphic Design* (EGD). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan observasi mendalam terhadap tipografi pada mall. Data diperoleh dari sumber primer berupa elemen tipografi di lokasi dan sekunder dari literatur pendukung. Teknik pengumpulan dilakukan melalui observasi langsung dan dokumentasi visual. Data dianalisis secara bertahap melalui deskripsi, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi untuk memastikan keabsahan dan relevansi temuan. Tipografi dalam desain grafis lingkungan berperan penting sebagai penanda lokasi dan identitas visual. Pemilihan jenis huruf, penempatan strategis, serta kualitas material memengaruhi keterbacaan dan citra tempat. Tunjungan Plaza Surabaya menunjukkan variasi gaya tipografi sesuai karakter ruang, menjadikan signage tidak hanya informatif, tetapi juga memperkuat branding dan pengalaman visual pengunjung. Tipografi berperan strategis dalam membentuk identitas visual pusat perbelanjaan di Surabaya seperti Tunjungan Plaza melalui fungsi placemaking, wayfinding, dan interpretation. Pemilihan gaya huruf, ukuran, kontras, serta penempatan yang tepat mendukung keterbacaan dan branding. Tipografi efektif harus mempertimbangkan fungsi ruang, konteks spasial, dan estetika.

**Kata Kunci:** Tipografi, Desain Grafis Lingkungan (EGD), Identitas Visual, Mall di Surabaya

**ABSTRACT:** *Surabaya is a metropolitan city and a shopping tourism hub marked by rapid growth in the number of shopping malls. Malls today function not only as retail spaces but also as modern social environments. This study examines the application of typography at Tunjungan Plaza Surabaya to understand its visual role in shaping the identity of public space through the lens of Environmental Graphic Design*

(EGD). The research employs a qualitative approach with in-depth observations of typographic elements at the mall. Data were collected from primary sources—typographic elements observed on-site—and secondary sources from supporting literature. Data collection methods included direct observation and visual documentation. The data were analyzed in stages, including description, formal analysis, interpretation, and evaluation, to ensure the validity and relevance of the findings. Typography in environmental graphic design plays a crucial role as a location marker and visual identity element. Typeface selection, strategic placement, and material quality significantly influence readability and the spatial image of a place. Tunjungan Plaza Surabaya presents a range of typographic styles that align with its spatial character, making its signage not only informative but also instrumental in strengthening branding and enhancing visitors' visual experience. Typography serves a strategic function in shaping the visual identity of shopping centers like Tunjungan Plaza through the roles of placemaking, wayfinding, and interpretation. The choice of typeface, size, contrast, and precise placement supports legibility and brand communication. Effective typography must consider spatial function, contextual surroundings, and aesthetic harmony.

**Keywords:** *Typography, Environmental Graphic Design (EGD), Visual Identity, Shopping Malls in Surabaya.*

## PENDAHULUAN

Surabaya merupakan ibu kota Provinsi Jawa Timur yang berada di bagian timur Pulau Jawa. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur tahun 2020, kota ini memiliki luas wilayah sekitar 350,54 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk mencapai 3.157.126 jiwa, sehingga menjadikannya sebagai kota terbesar kedua di Indonesia (BPS Provinsi Jawa Timur, 2023). Dikenal pula sebagai kota pahlawan, Surabaya memiliki berbagai potensi unggulan, seperti letaknya yang strategis, kekayaan sumber daya, kearifan lokal, serta keberagaman bentang alam yang menjadi kebanggaan tersendiri bagi kota ini.

Sebagai salah satu kota metropolitan, Surabaya mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Letaknya yang strategis menjadikannya sebagai pusat utama dalam bidang perdagangan dan transportasi. Perjalanan sejarah yang panjang turut membentuk Surabaya menjadi pusat kegiatan ekonomi, industri, dan perdagangan, terutama di wilayah Jawa Timur. Sejak lama, kota ini telah dikenal sebagai sentra bisnis dan perdagangan di Indonesia (Bella, 2023). Aktivitas perdagangan di Surabaya dapat dilihat dari dua sisi, yakni perdagangan tradisional dan modern. Kota ini menyediakan beragam destinasi wisata belanja, baik yang bersifat tradisional maupun modern, yang menarik bagi wisatawan domestik maupun internasional. Beberapa destinasi tersebut antara lain Pasar Genteng, Pasar Bunga dan Burung Bratang, Pasar Pabean, Pasar Kapasan, Pasar Blauran, Darmo Trade Center (DTC), Tunjungan Plaza, Plaza Marina, Pasar Atom, serta Pusat Grosir Surabaya (PGS), dan masih banyak lagi pilihan wisata belanja lainnya (Surabaya, 2022). Perdagangan tradisional di Surabaya telah berlangsung sejak masa penjajahan Belanda dan tetap eksis hingga sekarang. Karena itu, Pemerintah Kota Surabaya mulai mengembangkan sektor pariwisata melalui wisata belanja (Nugroho, 2017). Sementara itu,

perkembangan perdagangan modern di kota ini juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, yang terlihat dari menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan modern di berbagai wilayah Surabaya.

Eksistensi pasar modern seperti mall kini menjadi elemen krusial dalam sektor perdagangan dan pariwisata di Indonesia, khususnya di Surabaya, karena mampu membuka banyak lapangan kerja dan meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian nasional. Industri mall menyediakan peluang pekerjaan yang signifikan serta menambah pendapatan masyarakat setempat. Selain itu, mall berfungsi sebagai magnet bagi wisatawan yang datang untuk berbelanja dan menikmati ragam fasilitas, sejalan dengan tingginya kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara ke Surabaya.

Merujuk pada data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur (2023), tercatat bahwa pada 1 November 2022 jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Surabaya meningkat 9,13%, dari 8.386 orang pada Agustus 2022 menjadi 9.152 orang pada September 2022. Sepanjang Januari–September 2022, kunjungan wisatawan mancanegara didominasi oleh warga Malaysia (36,41%), diikuti Singapura (13,43%), Amerika Serikat (3,16%), India (2,91%), dan Jerman (1,69%). Lonjakan kunjungan ini membawa dampak positif, baik ekonomi maupun sosial: terciptanya lapangan kerja baru, peningkatan pendapatan pajak daerah, tertariknya investor, serta naiknya nilai properti.

Keberhasilan mall dalam menarik pengunjung mencerminkan lokasi yang strategis dan manajemen yang efektif, yang berdampak pada kestabilan finansial melalui pendapatan sewa serta bagi hasil penjualan tenant. Reputasi mall yang kuat sebagai destinasi utama turut membangun loyalitas pelanggan dan mendorong kunjungan berulang. Tingginya arus pengunjung juga membuka peluang penyelenggaraan beragam acara dan promosi, sehingga semakin memperkuat daya tarik dan pengalaman berbelanja (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur, 2023).

Pusat perbelanjaan modern atau mall adalah bangunan yang secara khusus dirancang untuk memenuhi kebutuhan belanja sekaligus hiburan konsumen. Umumnya, mall menyediakan aneka fasilitas dan layanan seperti gerai ritel, bioskop, restoran, kafe, pusat kebugaran, hingga klinik kecantikan. Seiring perkembangannya, mall tidak lagi sekadar tempat berbelanja; kini ia bertransformasi menjadi pusat budaya, kuliner, dan ruang bersosialisasi. Dengan mengusung konsep serta desain yang atraktif dan memadukan teknologi mutakhir, mall telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup modern di kota-kota besar di seluruh dunia. Surabaya, yang dikenal sebagai pusat bisnis, industri, dan perdagangan di Jawa Timur, juga populer sebagai destinasi wisata belanja. Mall besar tersebar di penjuru kota, seperti Pakuwon Mall, Tunjungan Plaza, Ciputra World (Yusuf, 2024a). Masing-masing mall tersebut menawarkan beragam produk, layanan, serta fasilitas mulai toko perbelanjaan, bioskop, restoran, pusat kecantikan, hingga pusat kebugaran.

Dalam perkembangan industri mall di Surabaya, perancangan desain dan konsep bangunan memegang peranan krusial karena dapat menjadi identitas unik sebuah ruang publik. Saat ini, banyak mall di Surabaya memanfaatkan tipografi sebagai elemen identitas visual yang banyak diterapkan pada pintu utama, fasad, bahkan area halaman. Identitas visual merupakan elemen pertama yang dikenali publik ketika suatu merek diperkenalkan; bentuknya dapat berupa logo, warna, tata letak khas, arsitektur, nama, seragam, dan berbagai elemen visual lain (Abednego, 2018). Tipografi yang dirancang secara efektif melalui pemilihan jenis huruf, ukuran, warna, kontras, dan penempatan dapat mempermudah pengunjung mengenali lokasi serta memperkuat citra mall. Penggunaan huruf, angka, dan simbol sebagai elemen visual dalam ruang fisik juga meningkatkan daya tarik dengan menciptakan identitas yang kuat.

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan tipografi visual serta peranannya dalam ruang publik, khususnya pada Tunjungan Plaza Surabaya. Fokus utamanya adalah menelaah bagaimana tipografi diaplikasikan di lingkungan publik dengan pendekatan *Environmental Graphic Design* (EGD). Melalui penerapan prinsip-prinsip tipografi dan EGD di ruang publik mall, diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan tentang bagaimana tipografi memperkuat identitas visual, meningkatkan daya tarik, dan menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi pengunjung. Pada akhirnya, temuan penelitian diharapkan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan industri pusat perbelanjaan di Kota Surabaya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi tiga aspek utama: pertama, bagaimana tampilan visual identitas tipografi yang diterapkan pada mall di Surabaya; kedua, bagaimana makna yang terkandung dalam visual identitas tipografi tersebut; dan ketiga, bagaimana peran tipografi dalam konteks mall di Surabaya. Penelitian ini pada mall di Surabaya yaitu Tunjungan Plaza yang dipilih berdasarkan pemeringkatan dari website idxchannel.com. Tipografi pada Tunjungan Plaza tersebut dianalisis menggunakan teori tipografi melalui metode tinjauan desain yang meliputi tahap deskriptif, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi.

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan tampilan visual identitas tipografi pada Tunjungan Plaza Surabaya, mengungkap makna yang terkandung dalam visual identitas tipografi tersebut, dan mendeskripsikan peran tipografi dalam konteks mall-mall di Surabaya.

## **METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)**

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus analisis tipografi tujuh mall di Surabaya melalui observasi mendalam. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Nugrahani (2014), metode kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang diamati, disajikan dalam deskripsi hasil observasi.

Data terdiri dari primer, yaitu tipografi pada mall Tunjungan Plaza, serta data sekunder dari buku, jurnal, dan sumber internet (Arikunto dalam Latifah, 2020). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan dokumentasi visual (Saleh, 2017).

Pengolahan data dilakukan secara bertahap dengan mengategorikan berdasarkan tema, melalui reduksi data yang menyederhanakan informasi penting, penyajian data naratif, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Bagong dan Sutinah dalam Latifah, 2020). Validitas data dijaga melalui konfirmasi observasi dan wawancara langsung (Saleh, 2017).

Analisis produk desain dilakukan melalui tahapan deskriptif, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi untuk memastikan hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan (Adityawan dalam Latifah, 2020).

## **KERANGKA TEORETIK**

### **Teori Tipografi**

Rustan (2011) menyatakan bahwa tipografi mencakup seluruh disiplin yang berkaitan dengan pemakaian huruf, yang kini secara praktis bekerja sama erat dengan berbagai bidang, antara lain multimedia, animasi, desain web, media daring, sinematografi, arsitektur, interior, hingga desain produk. Sementara itu, Sihombing (2001) mendefinisikan tipografi sebagai ilmu atau seni tentang huruf, yakni elemen dasar bahasa tulis yang memiliki fungsi sekaligus nilai estetika untuk menghasilkan makna serta kesan visual. Kusrianto (2010) menambahkan bahwa tipografi adalah seni dan teknik merancang serta menata aksara guna membentuk publikasi visual, baik cetak maupun digital. Dari pandangan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa tipografi merupakan disiplin seni mengenai penggunaan huruf yang memadukan kegunaan fungsional dan keindahan visual, sehingga mampu mengekspresikan makna serta kesan dengan efektif.

### **Tipografi dalam Desain Grafis Lingkungan/ *Environmental Graphic Design***

Menurut Menurut Calori dan Vanden Eyden dalam (Noordyanto, 2019), tanda tipografis tiga dimensi berfungsi sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan maksud tertentu di lingkungan buatan. Selanjutnya, Calori dan Vanden-Eyden dalam (Anggoro, 2022) menjelaskan bahwa *Environmental Graphic Design* (EGD) merupakan bentuk komunikasi grafis dalam suatu lingkungan yang mencakup tiga komponen utama, yaitu *signage/wayfinding* untuk memberi petunjuk arah, *placemaking* sebagai

identitas lokasi, dan *interpretation* untuk menyampaikan informasi yang dapat dipahami pengunjung. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa tipografi dalam EGD berperan sebagai sarana publikasi informasi dalam ruang lingkungan, yang menjadi cakupan utama dalam penelitian ini.

## Prinsip Tipografi

### 1. Anatomi Huruf

Huruf memiliki beragam karakter, dan setiap karakter tersebut terdiri dari bagian-bagian yang memiliki nama tersendiri. Seperti tubuh manusia, huruf juga memiliki “anggota tubuh” yang spesifik. Gabungan dari komponen-komponen ini membentuk identitas visual yang mempermudah dalam membedakan satu huruf dengan huruf lainnya (Sihombing, 2001). Memahami istilah-istilah dalam bagian tubuh huruf bukan hanya berguna untuk memperlancar komunikasi, tetapi juga memberikan wawasan dalam mengenali struktur huruf serta membantu dalam mengidentifikasi sifat dan karakteristik dari masing-masing jenis huruf.

### 2. Keluarga Huruf

Keluarga huruf atau *Family Type* merupakan keluarga huruf yang paling dekat kemiripannya. Menurut Rustan (2011) keluarga huruf dibagi menjadi tiga kategori, yaitu (1) Gaya huruf/ *Style* yang terdiri dari roman (versi tegak/normal/regulernya suatu huruf), italic (huruf miring), dan bold (huruf tebal versi roman atau regular) (2) Berat huruf/ *Type weight* yang merupakan tingkat ketebalan huruf berdasarkan strokenya, terbagi menjadi tiga yaitu light, regular, dan bold. (3) Proporsi/Lebar huruf/*Type width* yang merupakan lebar dan sempitnya suatu karakter huruf terbagi menjadi tiga yaitu regular, *condensed*, dan *extended*.

### 3. Kemiringan Huruf

Dalam tipografi, huruf miring dikenal sebagai italic dan digunakan untuk penekanan, istilah asing, atau teks pendek seperti keterangan gambar dan judul. Sudut kemiringan ideal adalah 12° untuk menjaga keterbacaan dan keseimbangan bentuk huruf.

### 4. Set Characters

Dalam tipografi, alfabet memiliki *character* yang terdiri dari huruf besar (*upper case*) dan huruf kecil (*lower case*) yang masing masing memiliki jumlah 26 karakter. Selain itu, terdapat jenis *character* lain yang melengkapi alphabet, dan satu *set characters* lengkap yang bisa terdiri lebih dari 200 jenis *character*, seperti penambahan *ligatures* yang disebut sebagai *expert set characters*.

### 5. Klasifikasi Huruf

Menurut klasifikasi Alexander Lawson (Rustan, 2011), bentuk huruf dibagi menjadi enam kelompok utama. Pertama, *Black Letter*, bergaya tulisan naskah abad pertengahan yang padat dan kontras. Kedua, *Serif*, yaitu huruf berkait yang menampilkan kontras tebal-tipis dan kesan klasik, terbagi lagi menjadi Old Style, Transitional, dan Modern. Ketiga, *Slab Serif (Egyptian)* dengan kait tebal horizontal, awalnya dipakai sebagai display untuk menarik perhatian. Keempat, *Sans Serif* huruf tanpa kait yang sederhana dan modern yang terdiri atas sub-kelompok Grotesque, Geometric, dan Humanist. Kelima, *Script/Cursive*, dirancang menyerupai tulisan tangan; script huruf kecilnya saling terhubung, sedangkan cursive tidak. Terakhir, *Dekoratif/Display*, yaitu huruf berornamen yang diciptakan terutama untuk judul atau poster guna memikat pembaca.

### 6. Prinsip Pokok Tipografi

Untuk menyampaikan informasi secara efektif, tipografi memiliki empat prinsip utama yang memengaruhi keberhasilan desain, yaitu *legibility*, *readability*, *visibility*, dan *clarity* (Ghurroh, 2018). *Legibility* merujuk pada kemudahan mengenali dan membedakan setiap huruf atau karakter, yang dipengaruhi oleh bentuk fisik, ukuran, penataan huruf, serta desain dan warna (Sihombing, 2001). *Readability* berkaitan dengan tingkat keterbacaan teks secara keseluruhan, mencakup hubungan antarhuruf dan struktur kalimat yang memudahkan pembaca memahami isi pesan (Harris & Ambrose, 2017). *Visibility* adalah kemampuan tulisan untuk terbaca dari jarak tertentu, sementara *clarity* menekankan pada seberapa jelas dan mudah dipahami teks tersebut oleh target pembaca, yang dipengaruhi oleh hierarki visual, warna, dan pemilihan jenis huruf (Ghurroh, 2018).

## 7. Huruf dan Pesan

Sering kali pemilihan typeface yang tidak tepat membuat pesan desain tersampaikan secara kurang efektif. Rustan (2011) menegaskan bahwa aspek fisik dan non-fisik suatu typeface adalah media utama dalam menyampaikan ide, sehingga huruf harus dipilih agar mudah dipahami audiens. Huruf sendiri memiliki sisi visual seperti stroke, serif, gaya, kontras, keterbacaan yang kasat mata dan obyektif, serta sisi non-visual seperti jiwa atau “kepribadian” huruf yang bersifat intuitif dan subjektif. Memahami makna yang ingin disampaikan, lalu secara cermat menyesuaikan typeface dengan pesan, memastikan pesan dan kesan selaras dengan tujuan desain.

## Identitas

Identitas berasal dari kata *identity* yang berarti ciri, tanda, atau jati diri yang membedakan seseorang atau sesuatu dari yang lain. Identitas visual sendiri merujuk pada elemen citra yang mewakili dan memperkuat persepsi terhadap suatu perusahaan atau merek. Hal ini menjadi jembatan komunikasi yang menyatukan konteks dan audiens melalui simbol khas yang mencerminkan sejarah, filosofi, visi, misi, tujuan, dan strategi perusahaan. Menurut Abednego (2018), identitas visual adalah wajah pertama yang dikenali masyarakat saat sebuah brand muncul, dan dapat berupa logo, warna, tata letak, arsitektur, nama, hingga seragam.

## Ruang Publik

Menurut pengertian secara umum ruang publik adalah salah satu area dimana tempat orang-orang berkumpul. Ruang publik selain sebagai tempat untuk bertemu, ruang publik juga memiliki peran sebagai katalisator bagi kegiatan sosial, rekreasi, dan budaya bagi warga (Hantono & Ariantantrie, 2018).

## Tinjauan Desain

Tinjauan desain adalah proses mengamati, menganalisis, menafsirkan, dan menilai fenomena atau karya, baik fisik maupun konseptual beserta dampaknya pada masyarakat. Menurut Adityawan dalam Haryadi & Saputro (2018), proses ini mencakup empat tahap: (1) deskripsi, yang memetakan semua elemen karya tanpa memberi penilaian; (2) analisis formal, yang menelaah susunan elemen melalui prinsip dasar desain seperti komposisi dan keseimbangan; (3) interpretasi, yang menafsirkan makna dengan teori relevan; dan (4) evaluasi, yang menyimpulkan nilai serta peran karya dalam konteks sosial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas proses tinjauan visual terhadap tipografi di ruang publik pada tujuh mall terbesar di Surabaya, melalui empat tahapan utama: deskriptif, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi. Surabaya sebagai kota metropolitan dan pusat ekonomi di Indonesia memiliki pertumbuhan pusat perbelanjaan yang pesat, didorong oleh sejarah perdagangan dan perkembangan pariwisata belanja. Kota ini dikenal memiliki banyak mall, termasuk Tunjungan Plaza yang merupakan mall terbesar di Indonesia. Setiap mall memiliki identitas visual melalui tipografi pada sisi gedung, yang berperan dalam menarik perhatian publik. Penelitian ini mengkaji tipografi pada Tunjungan Plaza.

### 1. Tunjungan Plaza (Fasad Gedung TP 1)

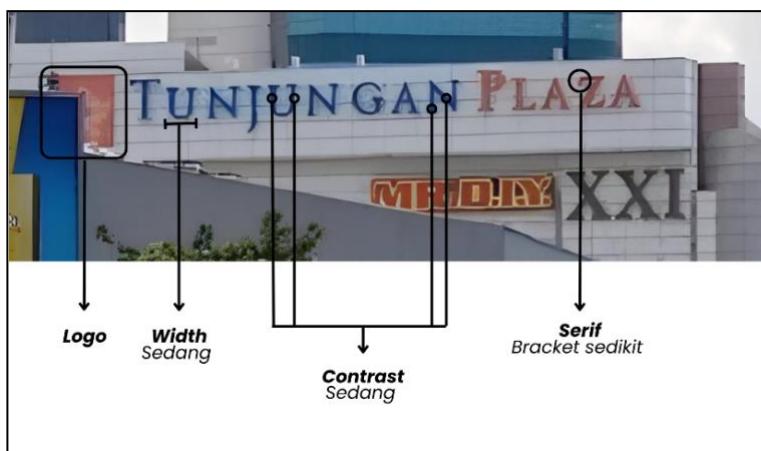
#### Deskriptif



**Gambar 1.** Tunjungan Plaza  
(Sumber: <https://www.pakuwonjati.com/>)

Tunjungan Plaza merupakan sebuah pusat perbelanjaan terkemuka sejak tahun 1986, yang terletak di jantung kota Surabaya tepatnya di Jl. Basuki Rahmat 8-12 Surabaya Jawa Timur, sejak saat itu Tunjungan Plaza menjadi pusat perbelanjaan yang ikonik. Mall ini berdiri di atas lahan seluas lebih dari 175.000 meter persegi dan memiliki lebih dari 600 gerai (PakuwonJati, 2023). Pada gedung ini terdapat tipografi bertuliskan “Tunjungan Plaza” yang dipasang menempel pada fasad gedung TP 1 bagian selatan.

#### Analisis Formal



**Gambar 2.** Identifikasi Tipografi di Tunjungan Plaza (TP1)  
(Sumber: Lestari, 2025)

Tipografi pada sisi gedung selatan atau di TP1, sama seperti di TP4 dan TP5 bertuliskan “TUNJUNGAN PLAZA” namun dengan warna yang berbeda. Tulisan “TUNJUNGAN” berwarna biru dan tulisan “PLAZA” berwarna oranye, didepan tulisan “TUNJUNGAN PLAZA” juga terdapat logo berbentuk persegi panjang vertical berwarna oranye, tipografi tersebut dirangkai menggunakan rangkaian huruf gabungan dari *uppercase* dan *small caps*. Jarak antar huruf (*tracking*) tampak rapat dan jarak antar kata (*word spacing*) juga tampak rapat.

Tipografi tersebut menggunakan gaya huruf (*style*) roman, berat huruf (*type weight*) terlihat light atau tipis, lebar huruf (*type width*) terlihat regular atau normal. Tipografi tersebut menggunakan klasifikasi huruf serif golongan *Old Style* yang memiliki ciri *serif bracket*nya lebih sedikit, *contrast* sedang, *width* sedang.

### Interpretasi

Tipografi pada TP 1 berdasarkan berdasarkan prinsip pokok tipografi secara *legibility* tipografi secara mudah dikenali setiap karakter hurufnya, secara *readability* tipografi tersebut mudah untuk dibaca, *visibility* tipografi tersebut dapat terlihat dari jarak tertentu, *clarity* tipografi tersebut baik karena diletakkan pada fasad gedung yang berwarna putih dengan warna tipografi yang terlihat mencolok yaitu kombinasi biru dan oranye, menjadi terlihat sangat kontras. Tipografi tersebut memiliki sifat atau kesan modern, ramah, dan ceria.

Tulisan ini dibuat dengan huruf yang terlihat klasik. Tulisan ini ditempatkan di atas di bagian fasad gedung untuk menjadi pusat perhatian di antara gedung gedung lain. Warnanya yang cerah dan logo khas dari Tunjungan Plaza menambah citra tempat tersebut. Penempatan yang strategis membuat tulisan ini tetap menonjol di antara tulisan lainnya. Hal ini membantu Tunjungan Plaza terlihat berbeda dan istimewa dibandingkan dengan gedung lain di sekitarnya. Semua ini mampu untuk memberikan pengalaman yang baik dan mengesankan bagi pengunjung yang datang ke Tunjungan Plaza.

### Evaluasi

Tipografi yang digunakan pada fasad Tunjungan Plaza menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali. Desain hurufnya memperhatikan prinsip-prinsip dasar seperti keterbacaan, kejelasan bentuk, visibilitas dari berbagai arah, serta kemudahan dibaca. Penggunaan jenis huruf serif bergaya *Old Style* yang dipadukan dengan warna biru dan oranye menghasilkan kontras yang tinggi terhadap latar bangunan, sehingga tulisan mudah terlihat. Tampilan huruf yang klasik ini tidak hanya menghadirkan kesan modern, tetapi juga memberikan nuansa eksklusif yang sesuai dengan citra Tunjungan Plaza sebagai salah satu pusat perbelanjaan ternama di Surabaya.

Konsistensi penerapan elemen visual di berbagai bagian gedung Tunjungan Plaza memperkuat identitas mereknya, meskipun terdapat beberapa variasi warna yang diterapkan pada bangunan yang berbeda. Secara umum, karakter tipografi yang digunakan menampilkan kesan elegan, bersahabat, dan tetap modern, sehingga memberikan persepsi positif bagi para pengunjung. Penempatan huruf yang strategis pada bagian fasad membuat logo Tunjungan Plaza tampil menonjol di antara gedung-gedung lain di pusat kota.

Pada awal pembukaannya, Tunjungan Plaza mengadopsi gaya tipografi yang cenderung klasik. Sekitar era 1980-an, desain pusat perbelanjaan memang cenderung menggunakan pendekatan formal untuk mencerminkan kemewahan (Putri, 2019). Pemilihan jenis huruf serif *Old Style* untuk tulisan “Tunjungan Plaza” saat itu dianggap tepat karena memberikan nuansa eksklusif. Karakteristik dari huruf ini, seperti terminal horizontal dan perbedaan ketebalan garis, menciptakan kontras visual yang kuat serta memperkuat kesan profesional dan elegan (Sihombing, 2001).

Penggunaan warna biru dan oranye juga menjadi ciri khas visual yang kuat dan mudah dikenali. Warna-warna tersebut tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membedakan Tunjungan Plaza dari bangunan sekitarnya. Seiring perkembangan zaman, gaya tipografi Tunjungan Plaza tetap mempertahankan karakteristik klasiknya, namun disesuaikan dengan tren desain visual yang lebih modern. Contohnya terlihat pada area parkir TP4 dan TP5 yang menggunakan warna silver untuk memberikan kesan mewah dan kontemporer. Meskipun terdapat perubahan warna, gaya huruf serif tetap dipertahankan untuk menjaga kontinuitas identitas visualnya.

Evolusi desain ini menunjukkan bahwa Tunjungan Plaza mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan ciri khas awalnya. Penyesuaian dilakukan secara halus agar tetap relevan dengan estetika masa kini yang lebih minimalis, namun tetap mempertahankan nuansa klasik yang telah menjadi identitas utamanya.

Jika dibandingkan dengan pusat perbelanjaan lain seperti Pakuwon Mall, Grand City Mall, atau Ciputra World Surabaya, dapat dilihat bahwa masing-masing mall mengembangkan tipografi sesuai dengan target audiens dan citra yang ingin ditonjolkan. Tunjungan Plaza, misalnya, memilih mempertahankan gaya klasik dan elegan melalui huruf serif Old Style untuk memberikan kesan mewah dan bergengsi. Sementara Grand City Mall menggunakan huruf serif tebal berwarna silver untuk memperkuat kesan futuristik dan eksklusif.

Mall lain di Surabaya cenderung memilih pendekatan visual yang lebih modern dan minimalis. Hal ini membedakan Tunjungan Plaza yang tetap konsisten menampilkan nuansa klasik, sehingga menciptakan visual branding yang kuat dan berbeda dari kompetitor. Walaupun terlihat lebih konservatif, penggunaan tipografi klasik justru memperkuat citra historis dan prestisius Tunjungan Plaza, menjadikannya mall ikonik yang mudah dikenali oleh masyarakat luas.

Dari segi warna dan elemen visual lainnya, tipografi Tunjungan Plaza juga cenderung lebih ekspresif dan mencolok dibandingkan pusat perbelanjaan lainnya. Warna-warna yang digunakan, seperti biru dan oranye, mampu menarik perhatian dan mempertegas identitas visual mall. Meskipun desain hurufnya terlihat klasik, gaya ini tetap mampu memancarkan kesan modern, ceria, dan berkelas. Penempatan tulisan yang tidak konvensional juga menjadi daya tarik tersendiri, karena menghadirkan kejutan visual dan meningkatkan daya ingat terhadap brand.

Keunggulan lain terletak pada kontras warna antara huruf dan latar belakang bangunan, terutama di bagian selatan (TP1), yang membuat tulisan terlihat jelas bahkan dari jarak jauh. Penggunaan huruf kapital juga memperkuat keterbacaan dan daya tarik visual. Secara keseluruhan, tampilan tipografi ini memberikan kesan yang dinamis, mencolok, dan komunikatif, sangat cocok untuk lingkungan perkotaan yang dipenuhi elemen visual lain seperti billboard dan papan iklan.

Dalam konteks fungsional, penempatan tipografi di bagian fasad yang menghadap jalan utama juga berperan sebagai alat navigasi visual dari luar area mall. Selain sebagai identitas, tulisan ini juga berfungsi sebagai penunjuk arah dan pengenal lokasi di tengah lanskap kota yang padat dengan berbagai jenis informasi visual.



**Gambar 3.** Tampilan Penempatan Tipografi di Tunjungan Plaza (TP1)  
(Sumber: Lestari, 2025)

Penempatan tipografi "Tunjungan Plaza" memiliki sejumlah kelebihan yang mendukung efektivitas komunikasi visualnya. Tulisan ini diletakkan cukup tinggi pada fasad bangunan utama dan tidak terhalang struktur lain secara langsung, sehingga tetap terlihat jelas dari jarak jauh. Warna biru dan oranye pada tulisan memberikan kontras yang kuat terhadap latar belakang putih gedung, membantu meningkatkan keterbacaan. Selain itu, penggunaan huruf berukuran besar dengan rangkaian *uppercase* dan *lowercase* memudahkan pengenalan sebagai nama tempat. Lokasinya yang berada tepat di garis pandang utama dari arah jalan juga membuatnya mudah tertangkap mata oleh pengendara yang melintas, terutama karena ditempatkan di tengah komposisi visual dari arah kedatangan kendaraan.

Namun juga terdapat beberapa kekurangan atau potensi gangguan visual yang dapat memengaruhi efektivitas tipografi ini. Kehadiran banyak papan reklame (billboard) besar dan mencolok di sekitar lokasi dapat mengalihkan perhatian pengguna jalan dari tulisan "Tunjungan Plaza". Meski ukuran huruf cukup besar, tulisan ini tetap kalah mencolok dibandingkan dengan billboard digital atau fisik yang lebih terang dan mencuri perhatian, khususnya yang berada di tengah area pandang. Selain itu, jarak pandang dari jalan ke tulisan cukup jauh, dan ketinggiannya membuat sudut baca sedikit menanjak, sehingga tulisan baru terbaca jelas ketika pengamat sudah berada cukup dekat. Secara keseluruhan, meskipun penempatan tipografi saat ini cukup strategis dan efektif terutama bagi mereka yang sudah familiar dengan lokasi, peningkatan tertentu masih dibutuhkan agar komunikasi visualnya tetap kuat dan tidak kalah saing dalam lanskap kota yang penuh distraksi.



**Gambar 4.** Logo Tunjungan Plaza  
(Sumber: <https://tunjunganplaza.com/>)

Penerapan logo grafis asli Tunjungan Plaza ke signage pada fasad gedung menunjukkan konsistensi identitas visual yang baik. Seluruh elemen utama dari logo, termasuk simbol grafis anyaman berwarna oranye, tipografi serif bergaya Old Style, kombinasi warna biru oranye, diterapkan dengan baik dan sesuai dengan versi resmi logo. Hal ini mampu menciptakan keterpaduan visual antara branding yang biasa ditemukan di media cetak maupun digital dengan tampilan fisik bangunan, sehingga memperkuat daya ingat merek (*brand recall*) di benak pengunjung.

Simbol grafis berupa motif anyaman berwarna oranye memiliki nilai filosofis dan nuansa lokal yang kuat, sekaligus mempertegas kesan eksklusif dan berakar budaya. Kehadirannya dalam signage menjadikan tampilan visual lebih kaya makna dan tidak sekadar sebagai tulisan nama tempat. Dari segi keterbacaan, penggunaan kombinasi warna biru dan oranye memberikan kontras yang jelas terhadap latar belakang putih bangunan. Hal ini membuat tulisan “Tunjungan Plaza” mudah dikenali bahkan dari jarak jauh, seperti terlihat dalam pengamatan dari arah jalan raya.

Secara keseluruhan, penerapan logo grafis asli ini tampak selaras dengan estetika arsitektur gedung, menyatu secara visual tanpa terlihat dipaksakan. Identitas visual yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai penanda lokasi, tetapi juga mencerminkan karakter dan nilai Tunjungan Plaza sebagai pusat perbelanjaan yang prestisius dan ikonik di Surabaya. Dengan demikian, signage ini tidak hanya informatif, tetapi juga representatif terhadap citra dan kepribadian brand secara menyeluruh.

## 2. Tunjungan Plaza (Fasad Gedung TP 4 dan TP 5)

### Deskriptif

Tunjungan Plaza merupakan pusat perbelanjaan modern pertama di Surabaya. Tidak hanya sebagai pusat hiburan dan perbelanjaan, Tunjungan Plaza juga menghadirkan fasilitas lain seperti gedung perkantoran, perhotelan, hunian modern dan mewah, serta tempat tempat yang nyaman untuk bersantai. Tepat diatas pintu masuk parkiran TP4 dan TP5, terpasang tipografi bertuliskan Tunjungan Plaza yang menempel pada fasad gedung.

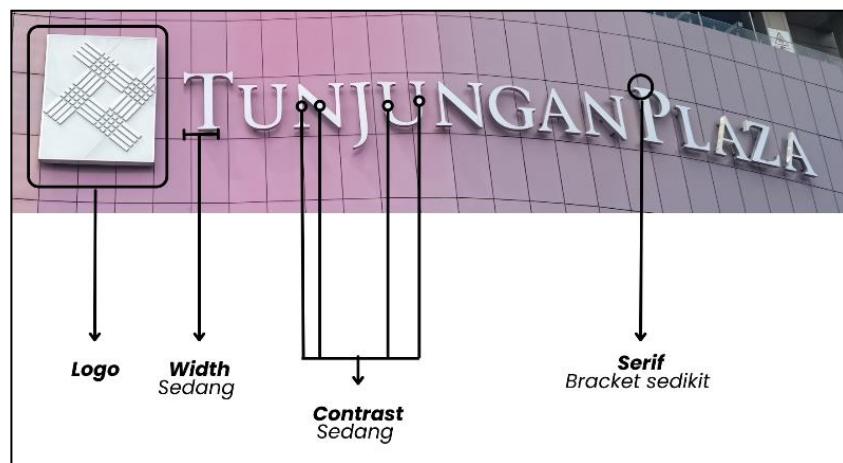
### Analisis Formal



**Gambar 5.** Spesifikasi Tampilan Tipografi di Tunjungan Plaza (TP 4 dan TP 5)

(Sumber: Lestari, 2025)

Tipografi pada salah satu sisi gedung bagian utara, pintu parkir TP4 dan TP5. Yang bertuliskan “TUNJUNGAN PLAZA” berwarna silver, didepan tulisan “TUNJUNGAN PLAZA” terdapat logo berbentuk persegi panjang vertical berwarna silver, tipografi tersebut dirangkai menggunakan rangkaian huruf gabungan dari *uppercase* dan *small caps*. Jarak antar huruf (*tracking*) rapat dan jarak antar kata (*word spacing*) juga rapat. Tipografi tersebut menggunakan gaya huruf (*style*) roman, berat huruf (*type weight*) light atau tipis, lebar huruf (*type width*) terlihat regular atau normal.



**Gambar 6.** Identifikasi Tipografi di Tunjungan Plaza (TP 4 dan TP 5)  
(Sumber: Lestari, 2025)

Tipografi tersebut menggunakan klasifikasi huruf serif golongan *Old Style* yang memiliki ciri *serif* bracketnya lebih sedikit, *contrast* sedang, *width* sedang.

### Interpretasi

Pada Tunjungan Plaza Surabaya terdapat tipografi bertuliskan “Tunjungan Plaza” yang dipasang pada fasad gedung, tulisan tersebut menggunakan jenis huruf serif, dengan rangkaian huruf *uppercase* dan *smallcaps*. Menjadikan tulisan tersebut memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Pengaturan spasi seperti *tracking* dan *word spacing* dalam identitas visual tersebut sudah cukup untuk dapat membantu mengenali dan membaca tulisan tersebut dari jarak tertentu. Pemilihan warna silver, jenis huruf *serif* memberikan kesan mewah, elegan, dan royal (Yoselinus et al., 2022). Terdapat elemen grafis seperti logo pada bagian depan tulisan menambah tampilan yang elegan dan mewah. Hal tersebut mampu menjadi nilai tambah untuk menguatkan citra Tunjungan Plaza.

Berdasarkan prinsip pokok tipografi secara *legibility* tipografi pada gedung TP4 dan TP5 tersebut secara mudah dikenali setiap karakter hurufnya, secara *readability* tipografi tersebut mudah untuk dibaca, *visibility* tipografi tersebut dapat terlihat dari jarak tertentu, *clarity* tipografi tersebut cukup baik karena diletakkan pada fasad gedung yang berwarna pink yang kontras dengan warna tipografi.

### Evaluasi

Setiap karakter huruf pada tipografi dapat dikenali dengan jelas. Penggunaan huruf *serif* dengan rangkaian *uppercase* dan *small caps* mendukung keterbacaan yang tinggi. Gaya huruf *Old Style* terlihat tegas dan jelas, terutama dari jarak tertentu. *Legibility* sudah cukup baik, tetapi bisa ditingkatkan dengan mempertimbangkan pengaturan yang lebih baik untuk jarak antar huruf (*tracking*) agar lebih konsisten. Warna silver yang digunakan memberikan kesan mewah, yang sesuai dengan citra Tunjungan Plaza sebagai pusat perbelanjaan kelas atas. Elemen ini memperkuat identitas visual mall yang elegan dan eksklusif. Dari segi *visibility*, ukuran huruf besar dan penggunaannya pada fasad yang strategis sudah memungkinkan tulisan “Tunjungan Plaza” terlihat dari jarak jauh. Penempatan huruf di pintu masuk parkiran TP4 dan TP5 juga memastikan bahwa pengunjung dapat langsung mengenali nama mall ketika mendekati lokasi.

Tipografi di TP4 dan TP5 konsisten dengan fasad lainnya di Tunjungan Plaza, meskipun menggunakan variasi warna yang berbeda. Penggunaan logo di setiap bagian depan tulisan juga memperkuat branding mall. Tipografi pada Tunjungan Plaza mengalami beberapa perubahan seiring waktu. Pada masa awal berdirinya, Tunjungan Plaza menggunakan tipografi yang lebih tradisional,

dengan fokus pada kesan elegan dan klasik. Gaya serif yang digunakan sejak awal mencerminkan citra prestisius, sejalan dengan karakter mall sebagai pusat perbelanjaan premium pertama di Surabaya.

Saat ini, tipografi Tunjungan Plaza masih mempertahankan elemen serif yang klasik, namun dengan sentuhan modern. Penggunaan warna silver pada huruf memberikan kesan mewah dan royal, menyesuaikan dengan target pasar yang lebih luas dan tren visual yang berkembang. Meskipun masih mempertahankan gaya serif yang sama, tipografi yang digunakan sekarang lebih ramping dan kontemporer, mencerminkan transisi ke gaya yang lebih modern dan ramah bagi kalangan urban. Hal ini membuat identitas visual Tunjungan Plaza tetap relevan dan mengikuti perkembangan zaman. Jika dibandingkan dengan pusat perbelanjaan lain di Surabaya yang memiliki target pasar serupa, seperti Pakuwon Mall, Grand City Mall, dan Ciputra World Surabaya, terlihat beberapa perbedaan signifikan dalam pendekatan tipografi. Pakuwon Mall, misalnya, menggunakan *sans serif* yang lebih modern dan minimalis, dengan warna merah dan abu-abu, yang memberikan kesan bersih dan kontemporer. Sementara itu, Grand City Mall menggunakan *serif* tebal dengan warna silver untuk menekankan kemewahan, mirip dengan Tunjungan Plaza namun dengan pendekatan desain yang lebih tajam dan futuristik. Ciputra World Surabaya, di sisi lain, menampilkan gaya tipografi minimalis dan elegan, dengan warna putih yang memberikan kesan futuristik yang berbeda dengan kesan klasik dari Tunjungan Plaza.

Meskipun Tunjungan Plaza mempertahankan gaya tipografi yang lebih klasik dibandingkan pesaingnya, perubahan yang dilakukan tetap relevan dengan perkembangan zaman. Dibandingkan dengan mall lain yang lebih mengarah ke modernitas dan minimalisme, Tunjungan Plaza menonjol dengan mempertahankan kesan elegan dan prestisius, yang sesuai dengan citra mall yang telah terbangun selama beberapa dekade. Tipografi ini mampu mendukung citra Tunjungan Plaza sebagai pusat perbelanjaan kelas atas. Sebagai bagian dari arsitektur bangunan tulisan pada bagian fasad gedung ini, fungsi utamanya bukan sekedar menarik perhatian, melainkan untuk membangun kesan identitas yang kuat dan berkelas, menjadi elemen visual permanen yang mewakili citra Tunjungan Plaza kepada pengunjung yang sudah berada di area mall.



**Gambar 7.** Tampilan Penempatan Tipografi di Tunjungan Plaza (TP 4 dan TP 5)  
(Sumber: Lestari, 2025)

Penempatan tipografi "Tunjungan Plaza" pada fasad gedung menunjukkan efektivitas dari sisi desain visual dan keterbacaan. Tulisan diletakkan pada ketinggian yang proporsional terbilang cukup tinggi untuk mudah dilihat oleh pengguna jalan, namun tidak terlalu tinggi hingga menyulitkan pengamatan. Kombinasi warna silver pada tulisan dengan latar merah muda menghasilkan kontras yang kuat, sehingga tulisan tetap terbaca dengan jelas dari kejauhan dalam berbagai kondisi lalu lintas.

Dimensi huruf yang besar juga mendukung kemudahan pengenalan, bahkan ketika pengendara melintas dengan kecepatan sedang. Penempatan huruf yang simetris di pusat bidang fasad

menjadikannya titik perhatian utama secara alami, yang memperkuat daya ingat terhadap identitas tempat. Penggunaan font serif pun menciptakan kesan mewah dan eksklusif, yang sejalan dengan karakter Tunjungan Plaza sebagai pusat perbelanjaan kelas menengah atas.

Meski demikian, ada beberapa kendala kecil yang dapat mengurangi efektivitas visual. Elemen-elemen seperti pohon palem dan struktur kanopi kaca terkadang menghalangi pandangan dari beberapa sudut, khususnya bagi pengendara yang berada dekat dengan lokasi. Selain itu, latar dengan material reflektif dapat menyebabkan pantulan cahaya, yang berpotensi mengurangi visibilitas huruf pada siang hari yang cerah atau malam hari dengan pencahayaan terbatas.

Secara keseluruhan, penempatan tipografi ini telah mempertimbangkan prinsip ergonomi visual. Letaknya berada dalam rentang sudut pandang mata manusia, serta mengoptimalkan pemilihan ukuran dan warna untuk memaksimalkan keterbacaan secara cepat dan efisien.

Penerapan logo grafis asli Tunjungan Plaza ke signame pada fasad gedung terlihat cukup konsisten dan representatif, meskipun ada sedikit perbedaan visual yang bisa diperhatikan. Seperti halnya pada logo grafis atau ikon berbentuk motif anyaman dalam kotak oranye tetap digunakan secara konsisten di signame fisik, namun dengan penyesuaian warna dan latar. Dalam versi signame di fasad, warna dominan berubah menjadi silver yang disesuaikan dengan konsep warna bangunan dan material dinding berwarna pink metalik. Perubahan ini tampaknya dilakukan untuk menciptakan harmoni visual antara logo dan arsitektur sekitar.

Meskipun warna logo berubah dari oranye menjadi silver, bentuk dan struktur logo tetap identik dengan versi digitalnya, sehingga tidak mengurangi kekuatan identitas visual. Elemen tipografi “Tunjungan Plaza” juga tetap mempertahankan gaya serif klasik, tetapi seluruh huruf disajikan dalam warna perak yang seragam, tanpa pembedaan warna biru dan oranye seperti di versi logo asli.

## Pembahasan

Tipografi dalam Desain Grafis Lingkungan (Environmental Graphic Design/EGD) memiliki peran penting dalam menciptakan komunikasi visual yang efektif di ruang publik. Menurut Calori dan Vanden Eyden (dalam Noordyanto, 2019), tanda tipografis 3D berfungsi sebagai media berbahasa yang memungkinkan pesan tertentu disampaikan kepada manusia di dalam suatu lingkungan buatan. EGD, seperti yang dijelaskan oleh Calori dan Vanden-Eyden (dalam Anggoro, 2022), mencakup tiga komponen utama diantaranya signage/wayfinding, placemaking, dan interpretation. Signage atau wayfinding bertujuan untuk memberi petunjuk arah kepada pengunjung menuju suatu tempat, sementara placemaking menciptakan identitas suatu lokasi agar tempat tersebut mudah dikenali dan diingat. Interpretation berfungsi untuk menyampaikan informasi tentang suatu lokasi yang dapat dipahami dan diinterpretasi oleh pengunjung.

Saat ini, banyak lokasi atau ruang publik yang memanfaatkan tipografi sebagai identitas visual mereka, seperti yang dapat ditemukan pada mall-mall di Surabaya. Bentuk dan karakter tipografi yang digunakan sangat beragam, disesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Salah satunya adalah penggunaan tipografi tiga dimensi sebagai elemen placemaking, yang menampilkan nama suatu tempat atau lokasi. Tipografi ini menggunakan jenis huruf tertentu dan dipajang di lokasi yang strategis, seringkali menjadi ikon atau penanda utama suatu kawasan (Noordyanto, 2017).

Tipografi spasial dikenal dengan istilah *Lettering Large Design*, yang menjadikan huruf sebagai tampilan besar dan unik, menarik perhatian orang yang melihat. Media ini berfungsi sebagai petanda atau simbol suatu momen yang sekaligus membentuk identitas tempat dengan makna konotasi dan denotasi (Arifrahara, 2021). Penggunaan tipografi semacam ini tidak hanya memperkuat karakter visual

suatu tempat, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan nilai dan citra yang ingin dibentuk oleh sebuah kawasan. Pemilihan karakter tipografi dalam konteks desain grafis lingkungan pada pusat perbelanjaan merepresentasikan strategi visual yang disesuaikan dengan citra dan karakteristik ruang yang ingin dibangun. Di antara berbagai pusat perbelanjaan di Surabaya, karakter tipografi bergaya serif lebih dominan digunakan sebagai elemen identitas visual, sebagaimana dapat diamati pada Tunjungan Plaza. Penggunaan huruf serif ini mampu menghadirkan kesan klasik dan elegan, selaras dengan pencitraan mall sebagai ruang yang mewah dan berkelas.

Penempatan tipografi pada mayoritas mall di Surabaya umumnya mempertimbangkan jarak pandang pengguna jalan, baik pejalan kaki maupun pengendara. Penempatan di area atas fasad seperti pada Tunjungan Plaza pada gedung TP 1 lebih efektif untuk visibilitas jarak jauh, namun kurang ideal untuk dilihat dari dekat karena memerlukan sudut pandang menanjak dan dapat terhalang oleh elemen lingkungan seperti pohon atau struktur bangunan. Sedangkan pada gedung TP 4 dan TP 5 penempatannya lebih rendah cenderung lebih efektif secara ergonomis dan fungsional, sementara penempatan tinggi lebih menonjol dari kejauhan namun memerlukan dukungan desain visual yang kuat agar tetap terbaca dengan baik.

Tunjungan Plaza menunjukkan konsistensi bentuk huruf dan struktur visual dari logo asli ke signage/signage. Penerapan logo grafis ke dalam bentuk signage umumnya menjaga konsistensi identitas visual, namun kualitas penyampaian pesan visual sangat dipengaruhi oleh material, warna, dan skala. Penyesuaian teknis perlu dilakukan tanpa mengorbankan karakter merek yang ingin ditampilkan. Efektivitas tipografi sebagai elemen penanda lokasi sangat bergantung pada posisi penempatannya yang ergonomis dan keterbacaannya dalam konteks visual urban. Di sisi lain, penerapan identitas visual dari logo ke signage fisik harus tetap mempertahankan karakter merek, dengan perhatian terhadap kontras warna, kualitas material, dan konsistensi bentuk huruf agar fungsi informatif dan branding berjalan selaras.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap penggunaan tipografi pada Tunjungan Plaza, dapat disimpulkan bahwa tipografi memiliki peran strategis dalam membentuk identitas visual ruang publik, khususnya dalam konteks Desain Grafis Lingkungan (*Environmental Graphic Design/EGD*). Tipografi tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi verbal, tetapi juga sebagai elemen visual yang berkontribusi terhadap placemaking, wayfinding, dan interpretation di ruang komersial perkotaan.

Dalam pendekatan *Environmental Graphic Design* (EGD), tipografi memiliki peran beragam, antara lain sebagai *placemaking* untuk memperkuat identitas visual dan mengenali bangunan seperti Tunjungan Plaza (TP4–TP5), sebagai *signage/wayfinding* untuk membantu navigasi melalui penempatan di atas atau sisi gedung, seperti di Tunjungan Plaza (TP1), serta sebagai *interpretation* untuk memberi informasi fungsional. Tipografi dalam konteks ini tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga komunikatif dan informatif dalam ruang publik.

Tipografi pada fasad mall-mall di Surabaya dirancang untuk menyampaikan citra dan karakter yang ingin dibangun oleh masing-masing pusat perbelanjaan. Gaya serif digunakan oleh mall seperti Tunjungan Plaza untuk menciptakan kesan klasik dan mewah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa elemen tipografi yang memenuhi prinsip dasar seperti legibility, readability, dan visibility, khususnya melalui pemilihan jenis huruf yang tepat, ukuran besar, kontras warna tinggi, serta penempatan strategis, mampu menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah

dikenali. Gaya tipografi yang digunakan mencerminkan citra mall tersebut, di mana huruf serif menonjolkan kesan klasik dan elegan, Ketidaksesuaian dalam pemilihan tipografi, seperti penggunaan huruf dengan kontras rendah atau penempatan yang kurang strategis, berdampak negatif pada efektivitas komunikasi visual.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa desain tipografi yang efektif dalam konteks ruang publik harus memperhatikan keterpaduan antara elemen visual, fungsi ruang, serta konteks spasial agar mampu menyampaikan identitas, nilai, dan citra tempat secara optimal dan berkelanjutan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan, beberapa saran berikut dapat dijadikan pertimbangan dalam perancangan dan pengelolaan atau guna penelitian lebih lanjut mengenai tipografi di ruang publik, khususnya pada pusat perbelanjaan. Bagi desainer komunikasi visual, sebaiknya tipografi harus selaras dengan konsep interior, warna, dan target audiens. Hal tersebut diperlukan perhatian khusus terhadap pemilihan tipografi yang mencerminkan identitas mal secara menyeluruh. Bagi pengelola mall, penting untuk melibatkan desainer komunikasi visual dalam proses perancangan signage dan elemen grafis lainnya agar tercipta kesatuan identitas visual yang kuat. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dilakukan kajian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif mengenai persepsi pengunjung terhadap tipografi di ruang publik mall atau membandingkan antara beberapa kota besar lainnya. Bagi pemerintah atau regulator kota, kajian ini bisa menjadi acuan atau dasar regulasi desain visual ruang publik yang informatif serta estetis di lingkungan kota.

## REFERENSI

- Abednego, V. A. (2018). *Visual Identity vs Brand Identity* (p. 1). Binus University.
- Adipradja, R. (2013). Fasilitas Rekreasi di Surabaya Timur. *EDimensi Arsitektur Petra*, 1(1), 1–8.
- Anggoro, D. A. (2022). *Perancangan Environmental Graphic Design Air Terjun Tujuh Bidadari Desa Rejosari Sebagai Upaya Meningkatkan Informasi Kepada Pengunjung*. Universitas Dinamika.
- Arifrahara, G. (2021). ANALISIS PENGGUNAAN TIPOGRAFI SPASIAL Abednego, V. A. (2018). *Visual Identity vs Brand Identity* (p. 1). Binus University.
- Adipradja, R. (2013). Fasilitas Rekreasi di Surabaya Timur. *EDimensi Arsitektur Petra*, 1(1), 1–8.
- Anggoro, D. A. (2022). *Perancangan Environmental Graphic Design Air Terjun Tujuh Bidadari Desa Rejosari Sebagai Upaya Meningkatkan Informasi Kepada Pengunjung*. Universitas Dinamika.
- Arifrahara, G. (2021). ANALISIS PENGGUNAAN TIPOGRAFI SPASIAL SANS SERIF. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 07(01), 92–104.
- Bella. (2023). *Surabaya: Kota Sejarah, Pusat Perdagangan, dan Modernitas*. Jawa Timur. <https://provinsijawatimur.com/surabaya-jawa-apa/>
- BPS Provinsi Jawa Timur. (2023). <https://jatim.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/105>
- Ghurroh, I. A. (2018). *Perancangan Typography Center dengan Pendekatan Typography as Architecture di Surabaya* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Mallang]. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reade/r/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Hantono, D., & Ariantantrie, N. (2018). Kajian Ruang Publik dan Isu yang Berkembang di Dalamnya. *Vitruvian*, 8(1), 43. <https://doi.org/10.22441/vitruvian.2018.v8i1.005>
- Haryadi, T., & Saputro, G. E. (2018, Maret). TINJAUAN DESAIN IKLAN DALAM SUDUT PANDANG MAJAS VISUAL (STUDI KASUS: Iklan Media Billboard di Kota Semarang). *Demandia*, 3, 97-115. doi:<http://dx.doi.org/10.25124/demandia.v3i1.1213>
- Harris, P., & Ambrose, G. (2017). *Typography (Basic Design)* (2nd ed.). Bloomsbury Visual Arts.
- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar Tipografi*. PT Elex Media Komputindo.
- Latifah, U. (2020). *Analisis Visual Karakter Gatotkaca Dalam Game Mobile Legends Bang Bang*. Universitas Negeri Surabaya.

- Noordyanto, N. (2017). Studi Tipografi Kawasan Di Yogyakarta. *DeKaVe*, 9(1), 65–84.  
<https://doi.org/10.24821/dkv.v9i1.1659>
- Noordyanto, N. (2019). *Fungsi Tanda Identitas Area Berwujud Tipografi Tiga Dimensi di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>
- Nugroho, D. (2017). *Aktualisasi Kota Surabaya sebagai Ikon Wisata Belanja di Jawa Timur*.  
<https://www.kompasiana.com/danfencer/5a1d7598a8d35e0178410292/aktualisasi-kota-surabaya-sebagai-ikon-wisata-belanja-di-jawa-timur>
- Rustan, S. (2011). *Font & TIPOGRAFI*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, S. (2019). *Buku Warni*. PT Lintas Kreasi Imaji.
- Saleh, S. (2017). Analisis Data Kualitatif. In *Pustaka Ramadhan*, Bandung.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis* (W. Sunarto (Ed.)). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Surabaya, P. K. (2022). *Wisata Surabaya*. Surabaya Tourism. <https://tourism.surabaya.go.id/>
- Timur, D. K. dan P. P. J. (2023). *Selamat Datang di Website Resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur*. Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur.  
[disbudpar.jatimprov.go.id](http://disbudpar.jatimprov.go.id)
- Yoselinus, R. F., Irwan Harnoko, & Nugroho Widya Prio Utomo. (2022). Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Griya Sarana Label. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 235–246. <https://doi.org/10.25105/jdd.v7i2.12474>
- Yusuf, M. Y. (2024a). *8 Mall Terbesar di Surabaya, No 1 Jadi yang Terluas di Indonesia*. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/milenomic/8-mall-terbesar-di-surabaya-no-1-jadi-yang-terluas-di-indonesia>
- Landis, Buchana. (1996). “Carlisle Indian Industrial School history” diunduh pada Tanggal 20 September 2001, dari <http://home.epix.net/~landis/histry.html>