

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata. Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor non migas yang diharapkan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian negara, Melalui pembangunan kepariwisataan diharapkan dapat mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan alam, nilai, dan budaya bangsa yang beranekaragam serta memupuk rasa cinta tanah air dalam memperkokoh persatuan bangsa. Kepariwisataan berarti melibatkan berbagai pihak mulai dari pemerintahan, investor, pengusaha maupun masyarakat setempat.

Pertumbuhan Industri pariwisata juga berkembang di Provinsi Sumatera Barat, aset wisata yang ada cukup beragam mulai dari wisata bahari, wisata alam, wisata edukasi, dan juga wisata kuliner. Salah satu objek wisata yang populer saat ini di Sumatera Barat adalah wisata alam Bukik Chinangkiek. Objek wisata ini berlokasi di perbukitan Nagari Singkarak Kecamatan X Koto Singkarak yang memiliki panorama pemandangan alam perbukitan yang sangat asri dan pemandangan Danau Singkarak yang telah ada sejak tahun 2018. Di lokasi ini juga terdapat rumah-rumah pohon yang di kreasikan

oleh pengelola objek wisata ini, sehingga menambah kesan estetika ketika di foto. Selain itu di lokasi ini juga terdapat fasilitas menggunakan motor *ATV* bagi pengunjung/wisatawanan yang berminat untuk menjelajahi perbukitan sekitar lokasi. Wisata ini sempat viral di media social pada tahun 2021 dikarenakan wisata ini memiliki value yang eksotis langsung menghadap kearah danau Singkarak. Menurut petugas tiket wisata Bukik Chinangkiek yang bernama Eki purwanto bahwasannya wisata ini memiliki potensi menjadi wisata skala nasional dengan jumlah peminatan pengunjung yang cukup besar dengan jumlah paling besar 8.000 dan paling rendah 100 pengunjung per hari. Bukik Chinangkiek terdapat beberapa wahana permainan yang disediakan oleh destinasi wisata alam Bukik Chi Nang Kiek.

Keberadaan area objek wisata ini memiliki luas wilayah 3,2 hektar dengan berbagai macam tawaran fasilitas yang ada di lokasi tersebut. Mengingat luasnya area wisata ini sehingga membutuhkan system petunjuk arah yang mampu memberikan informasi kepada pengunjung untuk mengakses setiap fasilitas yang ada di lokasi objek wisata ini. Akan tetapi kondisi saat ini setelah dilakukan observasi langsung di lokasi wisata ditemukan permasalahan pada objek wisata ini adalah belum maksimalnya penerapan grafis lingkungan yang dapat memberikan informasi secara baik kepada pengunjung. Permasalahan ini teridentifikasi seperti belum terintegrasi dengan baik penerapan masing-masing sign yang ada di lokasi untuk mengarahkan pengunjung mengakses fasilitas tertentu, dan saat ini fungsi grafis lingkungan juga dapat menjadi sarana identifikasi yang relevan

bagi objek wisata sesuai dengan esensi dari tempat tersebut. Hal ini juga menjadi permasalahan bagi Bukik Chinangkiek dengan ditemukan belum adanya sign yang terintegrasi sehingga mempermudah wisatawan dalam mengakses sebuah informasi dalam hal ini petunjuk ataupun informasi dalam ranah grafis lingkungan.

Fungsi grafis lingkungan pada objek wisata bukik Chinangkiek ini menjadi sesuatu yang vital keberadaannya, dikarenakan setiap tahunnya objek wisata ini selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan dengan rata-rata pengunjung 180.000 pertahun . Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola objek wisata bahwa wisatawan domestic yang sedang menikmati hari libur menjadikan Bukik Chinangkiek tujuan destinasi wisata yang rekomendasi dikarenakan wisata ini memiliki berbagai wahana baik permainan anak-anak ataupun pesona pemandangan alam yang cukup memanjakan mata bagi para orang dewasa. Mayoritas wisatawan yang datang adalah kalangan kaum muda atau milenial. Dengan begitu banyaknya peminat wisata Bukik Chinangkiek maka perlu adanya sebuah grafis lingkungan untuk mempermudah wisatawan mengenal dan mengetahui arah dilokasi tersebut. Ketika wisatawan berada dilokasi wisata dan lokasi wisata tersebut belum memiliki grafis lingkungan yang belum terintegrasi maka akan memberikan presepsi komunikasi yang berbeda. Keberadaan dari grafis lingkungan yang tidak terintegrasi dengan baik pada objek wisata Bukik Chinangkiek dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Gambar 1 memperlihatkan area pintu masuk dari wisata Bukik Chinangkiek yang mana hal ini belum terdapat welcome sign sebagai informasi bahwasannya kita sudah memasuki area objek wisata. Selain itu tata letak karcis pembelian karcis belum diberikan sign sehingga pada pengunjung belum mendapatkan informasi



Gambar 1.

Gerbang Utama Objek Wisata Bukik Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Aryan Janata, 2021)

Gambar 2 memperlihatkan area *Water Park* atau lokasi kolam renang. Pada area sini belum mencapai kesesuaian informasi mengenai *warning sign* yang mana ini berguna untuk memberi peringatan kepada penjung mengenai bahaya dan standar keselamatan dalam melakukan renang. Penempatan informasi yang kurang sesuai mengakibatkan kebingungan untuk mendapatkan informasi awal seputar larangan di area tersebut



Gambar 2.
Lokasi utama Waterboom
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)

Gambar 3 memperlihatkan area villa penginapan yang dimiliki Bukik Chinangkiek, yang bertujuan untuk memberi kemudahan dalam beristirahat ketika berkunjung ke lokasi wisata ini. *Sign* yang di hadirkan di lokasi menurut penulis belum bisa di kategorikan efektif dalam menyampaikan informasi dikarenakan tata letak *sign* dan ukuran *sign* sign yang terlalu kecil sehingga *readability sign* tidak berjalan semestinya.



Gambar 3.

Villa di Bukik Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)

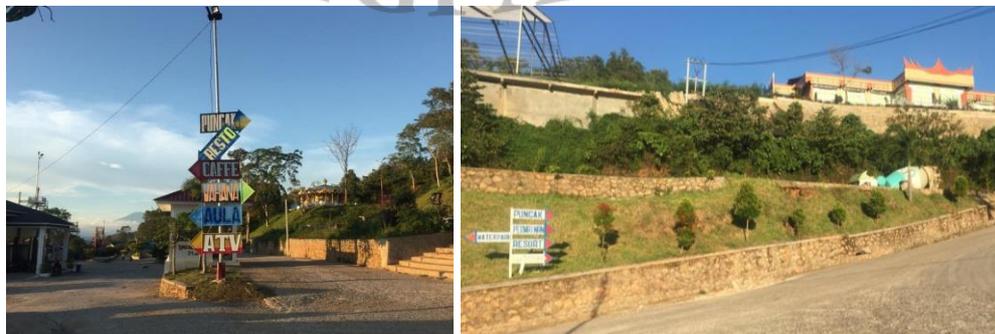
Gambar 4 memperlihatkan area permainan yang mana area ini tidak memiliki *sign* yang menunjukkan bahwa ini adalah area permainan anak-anak. Dengan pertimbangan lokasi yang menjorok ke arah dalam sehingga pengunjung cukup susah mengenali lokasi dikarenakan tidak tersedianya *wellcome sign*.



Gambar 4.

Tempat Permainan Boom-Boom Car
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)

Gambar 5 memperlihatkan *direction sign* yang terdapat di lokasi yang menunjukkan arah lokasi memiliki tingkat keefektifan yang kurang dikarenakan *direction sign* tersebut tidak berdiri kokoh sehingga salah satu sign menunjukkan arah yang salah disebabkan penguat sign tersebut longgar. Selain dari sisi pemasangan, *direction sign* tersebut tidak memiliki nilai estetika yang berguna untuk menarik perhatian pengunjung dalam melihat dan mencari arah lokasi (kenyamanan optik). Selain itu juga sign yang terdapat di lokasi belum menggambarkan ciri khas dari wisata alam Bukik Chinangkiek itu sendiri, agar memiliki keselaran dengan lokasinya.



Gambar 5.

Directional Sign dilokasi
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)

Gambar 6 memperlihatkan penempatan direction sign dilokasi tiket semberaut tidak diletakan sebagaimana mestinya agar *readability* mudah. Untuk beberapa *sign* tertumpuk oleh beberapa sign lain atau tertutupi oleh objek lain.



Gambar 6.
Direction Sign didalam ruangan
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)

Berdasarkan gambar dan penjelasan diatas dapat dilihat bahwa perlu dirancang sebuah grafis lingkungan yang terintegrasi dengan baik sehingga dapat menjadi media informasi bagi pengunjung untuk dapat mengakses fasilitas yang ada di lokasi objek wisata tersebut, maka dari itu penulis menawarkan perancangan media desain komunikasi visual dengan judul “*Perancangan Grafis Lingkungan Wisata Bukik Chinangkiek* “. Yang akhirnya diharapkan memberikan warna komunikasi yang jauh lebih baik baik dari maksud *sign* itu sendiri ataupun secara estetika tata letak *sign sistem* itu sendiri.

B. Rumusan Penciptaan

Bagaimana merancang grafis lingkungan objek wisata Bukik Chinangkiek yang dapat mewakili *image* objek wisata ini secara visual serta penerapan *sign* yang terintegrasi dengan baik sehingga memudahkan pengunjung untuk mendapatkan informasi dalam mengakses setiap fasilitas yang ada di objek wisata ini ?

C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan

1. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan tugas akhir ini diantara yaitu:

- a. Memberikan informasi secara efektif dan komunikatif tentang lokasi dan fasilitas di objek wisata Bukik Chinangkiek kepada pengunjung.
- b. Merancang grafis lingkungan yang dapat mewakili *image* dari objek wisata Bukik Chinangkiek secara visual.
- c. Menerapkan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki penulis dalam perancangan grafis lingkungan objek wisata Bukik Chinangkiek.

2. Manfaat perancangan

Perancangan ini akan bermanfaat bagi Objek perancangan , Penulis, dan Instutusi Pendidikan.

- a. Bagi objek wisata

Sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi pengelola objek wisata untuk menentukan kebijakan yang tepat yaitu dalam

memajukan objek wisata khususnya meningkatkan citra objek wisata Bukik Chinangkiek.

b. Masyarakat

1. Menambah nilai estetika di lokasi wisata alam Bukik Chinangkiek tanpa mengurangi fungsi dari masing-masing perancangan.
2. Mempermudah masyarakat mengenali dan mendapatkan informasi di kawasan wisata alam Bukik Chinangkiek.

c. Bagi Institusi Pendidikan

Bagi lembaga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Penulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan literatur dan referensi studi tentang penulisan yang serupa.

d. Bagi Penulis

Bagi penulis, sebagai sarana untuk mengembangkan keilmuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual khususnya grafis lingkungan.

D. Tinjauan Karya

Pada orisinalitas perancangan dipilih tiga perancangan yang relevan dengan perancangan yang akan dilakukan, terdiri dari ; 2 perancangan grafis lingkungan yang dilakukan secara profesional, 1 perancangan grafis lingkungan yang dilakukan dalam konteks perancangan akademik.

Orisinalitas perancangan menjadi sangat penting. Orisinalitas menjadi perbandingan dalam menentukan sebuah perancangan agar hasil perancangan nanti bebas dari plagiarisme dan memiliki nilai pembeda sehingga tidak ada istilah *duplicate*, maka diperlukan perbandingan. Perbandingan perancangan

bisa berupa Simbol yang tidak boleh sama atau menyerupai dengan symbol atau *icon* grafis lingkungan pada tempat wisata lain, warna dan makna pihak lain untuk menghindari *image* ganda atau bias di pikiran masyarakat. Biasanya kesederhanaan atau kompleksitas akan dapat menampilkan makna yang mendalam dan pesan yang disampaikan akan terbaca dengan jelas oleh masyarakat. Tidak ada aturan khusus mengenai bahwa simbol tersebut harus sederhana ataupun kompleks tetapi semuanya harus memiliki arti dan filosofis yang jelas.

1. Perancangan Grafis Lingkungan desa wisata belanja lamongan

Tujuan dari perancangan grafis lingkungan ini adalah untuk menavigasi dengan menyediakan informasi untuk membantu mereka menemukan cara bekerja bagaimana mereka bisa sampai ke tujuan yang mereka inginkan. Grafis Lingkungan ini menjadi karya pembanding untuk karya yang akan dibuat karena memiliki tujuan dan fungsional yang sama seperti konsep dan teknik pembuatan di dalamnya.

Pembedanya yaitu antara konsep perancangan dari karya pembanding ialah visualnya yang ditujukan untuk pengunjung. Teknik yang dipergunakan sama seperti pada umumnya, namun dengan konsep berbeda. Konsep yang akan dihadirkan nantinya berkonsepkan pada geografis lokasi perancangan yaitu alam. Penghadiran konsep dimungkinkan dalam keterwakilan warna ataupun elemen-elemen visual sebagai media perancangan dalam grafis lingkungan ini. Konsep alam memiliki keselarasan dengan geografis wisata ini, terlebih

mempertimbangkan perwujudan dari segi keamanan realisasi perancangan. Dari segi elemen visual yang dihadirkan beracuan pada konsep alam dengan tidak menghilangkan esensi budaya Sumatera Barat.

Konsep alam yang dimaksud dalam hal ini yaitu realisasi bahan yang akan digunakan dalam perwujudan nantinya. Bahan yang akan digunakan nantinya lebih kepada bahan aluminium dan di beberapa titik akan digunakan neonbox. Dengan alasan pertimbangan suhu karena berada di daerah dataran tinggi. Untuk mempermudah sign yang dirancang nantinya akan diberikan pencahayaan yang sesuai porsinya. Sedangkan neonbox akan diwujudkan untuk daerah atau wilayah yang tidak langsung terkena suhu secara langsung



Gambar 7.

Sign age desa wisata belanja lamongan
(Sumber : www.google.com, 2021)

2. Perancangan Grafis Lingkungan desa budaya kertalangu Denpasar

Desa Budaya Kertalangu merupakan obyek wisata yang terletak di tengah kota Denpasar. Menawarkan obyek wisata fisik dan non fisik berbasis tradisi budaya agraris masyarakat setempat. Untuk menunjang

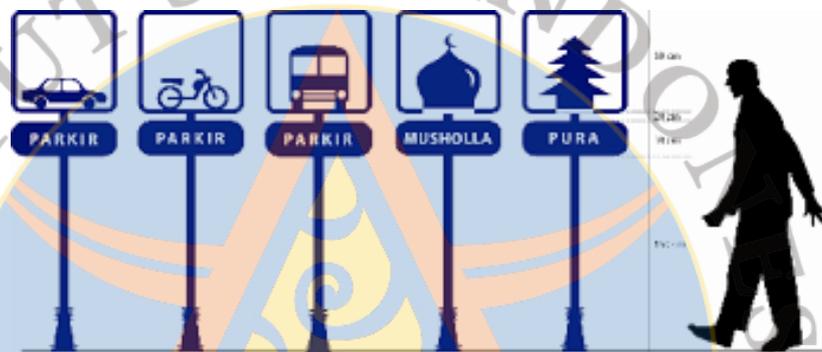
kegiatan tersebut, berbagai fasilitas disediakan di lahan seluas 80 Hektar. Untuk menginformasikan berbagai fasilitas yang tersedia diperlukan sistem informasi berupa Grafis lingkungan sehingga memudahkan wisatawan untuk menemukan informasi mengenai berbagai fasilitas yang ada. Kesemua informasi ini akan memberikan petunjuk mengenai keberadaan suatu tempat, agar target audience dengan mudah menemukan berbagai fasilitas yang ada di Desa Budaya Kertalangu.

Bentuk pictogram yang ditampilkan dibawah ini merupakan perbandingan dari desain pictogram yang akan dirancang nanti, desain yang unik dan dan mudah dipahami membuat tempat wisata tersebut mudah dijelajahi oleh pengunjung wisata tersebut.

Bentuk Dasar Pictogram yang digunakan yaitu menggunakan Teknik Gestalt, yang membuat seseorang mempersepsikan apa yang terlihat dari lingkungannya sebagai kesatuan yang utuh, dan Desa budaya kertalangu ini menggunakan satu warna serta objek atau bentuknya di blok, sehingga membuat bentuk pictogram tersebut lebih mudah dipahami oleh pengunjung.

Konsep yang digunakan dalam perancangan Grafis Lingkungan Bukik Chinangkiek yang menjadi beda yaitu penggunaan atau penggarapan pictogram hampir sama dengan karya pembanding menggunakan teknik block space. Dipilih teknik block dikarenakan penerapan pictogram akan banyak berada diluar ruangan atau outdoor yang memerlukan pemahaman untuk audiens yang cepat, dengan istilah

sederhananya ketika sekali lihat dari jarak jauh atau dekat target audiens atau wisatawan bahwa pictogram tersebut mewakili sebuah sign. Teknik block ini diambil dari pertimbangan keinformatifan sebuah sign serta di ambil dari elemen-elemen yang berkaitan dengan alam dari sisi penerapan warna sesuai konsep sign yang telah ditetapkan. Warna alam diambil agar selaras dengan konsep destinasi ini yaitu berada di geografis perbukitan.



Gambar 8.

Bentuk pictogram desa budaya kertalangu
(Sumber : www.google.com, 2021)

3. Perancangan Grafis Lingkungan Wisata Air Panas Semurup

Grafis Lingkungan Wisata Air Panas Semurup merupakan sebuah sign system yang dirancang diletakan untuk Kawasan wisata air panas yang didalamnya terdapat 2 objek sumber air panas yang utama. Dikarenakan luas wilayah dan terdapat beberapa lokasi yang cukup banyak sehingga diperlukannya sebuah petunjuk arah untuk mempermudah wisatawan untuk mencari sebuah informasi.

Konsep yang digunakan didalam perancangan grafis lingkungan wisata air panas semurup menggunakan elemen-elemen desain yang menginterpretasikan karakteristik wisata tersebut. Khususnya dalam penggunaan warna yang paling mencolok yaitu warna kuning

menginterpretasikan kehangatan yang diambil dari elemen utama wisata tersebut yaitu air panas. Teknik yang dipergunakan sama seperti pada umumnya, namun dengan konsep berbeda.

Konsep yang akan dihadirkan nantinya berkonsepkan pada pertimbangan karakteristik wisata Bukik Chinangkiek. Konsep karakteristik perbukitan memiliki keselarasan dengan konsep wisata ini. Bentuk atau wujud dari sign yang nantinya akan diwujudkan disesuaikan dengan kontur geografis sebagai pertimbangan dari sisi keamanan sign yang akan dirancang. Wujud dan bahan yang digunakan nantinya akan mempertimbangkan akan ketahanan dari garapan ini dengan mempertimbangkan dari derajat cuaca, kontur tanah, ataupun dari segi estetika garapan grafis lingkungan.

Elemen-elemen visual dalam rancangan ini akan mempertimbangkan akan keselarasan semua konsep dan estetika garapan. Elemen warna yang akan digunakan yaitu warna yang memiliki karakteristik menyenangkan, perbukitan, dan kesejukan. Sedangkan typografi yang sesuai dengan garapan destinasi wisata ini yaitu pada jenis typografi *sans serif*. *sans serif* memiliki karakter yang santai, bersih, modern, readability nya lebih jelas untuk jarak jauh ataupun dekat, dan sederhana.



Gambar 9.
Bentuk Map Sign Wisata Air Panas Semurup
(Sumber : www.google.com, 2021)

E. Landasan Teori

Dalam merancang Grafis Lingkungan ini, diperlukan landasan teori yang sesuai untuk kebutuhan desain agar perancangan tersebut dapat dipertanggung jawabkan. Teori yang dipakai dalam perancangan ini merupakan penguat desain yang telah jadi. Beberapa teori berikut bisa juga menjadi rujukan untuk perancangan selanjutnya.

1. Grafis Lingkungan

Dari berbagai kalangan kata Grafis Lingkungan ini masih terdengar asing. Padahal Grafis Lingkungan ini banyak dijumpai disekitaran kita. Grafis Lingkungan ini mencakup system tanda penunjuk, papan informasi, Banner dan lain sebagainya. Elemen grafis ini memiliki fungsi sebagai pemberi informasi yang memiliki maksud tertentu.

Menurut SEG (Society Environmental Graphic Design), (EGD) Environmental Graphic Design mencakup banyak disiplin ilmu desain termasuk grafis, arsitektur, interior, desain industri, dan semua yang

bersangkutan dengan aspek visual wayfinding. Grafis Lingkungan melibatkan orkestrasi tipografi, warna, citra, bentuk, teknologi dan terutama konten untuk menciptakan lingkungan yang berkomunikasi

Secara keseluruhan Grafis Lingkungan bertujuan untuk mengkomunikasikan identitas melalui bentuk visual dengan menggunakan berbagai system media informasi seperti, *Signage, Wayfinding, Sign Board, Map Sign*, dan lain sebagainya.

2. Pictogram

Pictogram merupakan gambar yang dibuat mewakili gagasan, dari penyederhanaan bentuk fisik objek aslinya yang menjadikannya sebuah symbol atau tanda untuk mempermudah dalam mengidentifikasi suatu tempat atau fasilitas *public*. *Pictogram* digunakan sebagai alat komunikasi dalam bentuk visual, contoh sederhana *pictogram* banyak dijumpai disekeliling kita seperti rambu-rambu lalu lintas. *Pictogram* dirancang sedemikian rupa sesederhana mungkin, agar komunikasi yang disampaikan cepat dan mudah dipahami dengan benar. Salah satu aturan dasar symbol adalah bahwa mereka tidak pernah dapat dianggap “jelas”. (Dillistone, 2002:21). Simbol merupakan sebuah pusat perhatian yang tertentu, harus dianggap sebagai bahasa visual dan sebagai bahasa lain, artinya harus dipelajari. Simbol atau piktogram telah digunakan selama berabad-abad, tetapi jika kita fokus pada simbol untuk kehidupan sehari-hari, sebagai contoh tanda-tanda jalan di Italia pada Tahun 1895.

Pictogram adalah symbol yang mengacu pada sebuah benda, Kegiatan, Proses atau Konsep. Karakteristik *Pictogram* adalah kesamaan desain stilasi atau bentuk penyederhanaannya yang hanya menggunakan aspek atau detail terpenting dari sebuah objek, kegiatan, proses, dan konsep yang paling informatif. (Ardya, 2008:25).

Pictogram berfungsi untuk memandu ke sebuah pemahaman yang benar akan sebuah objek, kegiatan, proses dan konsep. Akan tetapi, dalam perkembangannya, *pictogram* dituntut dapat menyentuh sisi emosional audiens. Seorang desainer perancang harus memposisikan dirinya sebagai orang awam dari beragam latar belakang yang berbeda. Apalagi di era globalisasi saat ini, *pictogram* yang dirancang dituntut untuk mampu menyatukan perbedaan budaya dan Bahasa kedalam *pictogram* yang dibuat agar dipahami oleh semua khalayak.

Dalam perancangan Grafis Lingkungan tempat Wisata Bukik Chinangkiek, *pictogram* dibuat dengan bentuk yang sederhana dan Dinamis, hal ini dikarenakan untuk menjaga kesinambungan dan kesatuan gaya dan warna yang sinkron, antara Warna, Landmark dan bentuk *pictogram*nya.



Gambar 10.

Petunjuk arah jalan di Italia pada tahun 1895
(Sumber : www.google.com, 2021)

3. Sign System

Sign system tidak bisa lepas dari konsep grafis lingkungan karena merupakan salah satu terapan dari grafis lingkungan, *sign system* berfungsi menunjukkan lokasi, mengidentifikasi, menginformasikan dan mengarahkan lewat berbagai komponen *visual* dari fasilitas yang dimaksud (caroli, 2015 : 06).

Sign (dalam bahasa Indonesia berarti tanda) adalah bentuk komunikasi yang dapat berbentuk verbal dan *visual*. Keberadaan tanda menjadi suatu kepentingan bagi masyarakat karena dapat menyampaikan informasi akan sesuatu. Menurut Piliang, dalam kata pengantarnya pada buku *semiotika komunikasi visual* (Tinarko, 2009) menyatakan bahwa suatu tanda bukan ilmu yang bersifat pasti, melainkan suatu hal yang dibangun oleh “pengetahuan” yang lebih terbuka. Yang terpenting dalam sistem tanda pada desain komunikasi *visual* adalah fungsi dari tanda

dalam menyampaikan pesan dari pengirim pesan kepada penerima berdasarkan kode tertentu, yang dimediasi oleh media tertentu.

“Penanda lebih jelas dijelaskan sebagai tingkatan ungkapan yang berwujud fisik seperti warna, gambar, huruf, kata atau objek. Sementara petanda lebih bersifat isi atau gagasan dari apa yang di ungkap penanda. Kesimpilannya, hubungan keduanya adalah yang melahirkan makna.”(Tinarbuko,2009:91).

Sign system dalam konteks desain komunikasi *visual* merupakan rangkaian *representasi visual* yang memiliki tujuan sebagai media *interaksi* manusia dalam ruang publik. *Sign* dapat dibedakan dalam beberapa tipe berdasarkan peletakkan dan tingkat kekhususan informasinya, *sign* diklasifikasi atas 4 kategori yaitu:

1) *Temporary urgent need design*

Sign yang terletak dibagian paling luar dan biasanya sangat penting keberadaannya. Fungsinya untuk mengatur arus kendaraan dan perjalanan kaki, meliputi *welcome sign* dan *security sign*.

2) *Exterior approach sign*

Merupakan *sign* yang terletak di luar ruangan. *Sign* ini berguna sebagai identifikasi gedung dan untuk mengarahkan manusia baik perjalanan kaki, maupun pengendara menuju pintu masuk gedung yang bersangkutan meliputi *building* dan *entry identification sign*.

3) *Main lobby*

Sign yang berbeda di lobi utama, daerah penghubung atau tempat awal percabangan menuju ketempat lain, meliputi *branding elements*, *directory sign* dan *lobby service*.

4) *Upper floor sign*

Biasanya berlokasi di lobi dan mengacu ketempat-tempat dalam lingkup suatu unit atau departemen secara *spesifik*, meliputi *corridor directional, identification sign*.

Sistem tanda (*Sign System*) adalah Bahasa visual yang bersifat informatif, yang isinya berupa intruksi, pemandu, penanda lokasi yang dirancang sesuai dengan kaidah grafis lingkungan, Sign System bertujuan memberikan informasi dan sebagai alat bantu public dalam berinteraksi dengan ruang, selain itu tanda informasi ini juga berfungsi sebagai penunjuk.



Gambar 11.

Sign System Kebun Binatang Bandung
(Sumber : www.google.com, 2021)

Perancangan *system* tanda informasi selayaknya memiliki sinergis dengan perancangan masa bangunan/lingkungan ciptaan.

Terjadi interaksi atau planner, arsitek, desainer, kontraktor, dalam merancang sebuah *system* yang terpadu dan efektif, dengan mempertimbangkan fungsi dan sasaran. Beberapa materi *Sign System* adalah sebagai berikut :

- a. *Directory Sign* adalah penunjuk utama yang biasanya berupa peta kawasan dan posisi seseorang terhadap kawasan tersebut dengan tujuan memandu yang bersangkutan untuk mengambil keputusan dan bergerak sesuai kebutuhannya.



Gambar 12.

Sign System di Hotel

(Sumber : www.pinterest.com, 2021)

- b. *Directional Sign* : adalah tanda informasi yang berfungsi sebagai alat navigasi pemirsa sebagai pemandu gerak sehingga bersifat dinamis.
- c. *Identificational Sign* : adalah tanda informasi yang berfungsi sebagai alat konfirmasi sebuah tujuan/ pencapaian, contohnya untuk gedung, gerbang kawasan, gapura, patung di bundaran, nama jalan, nomor rumah, in, exit, toilet, office, information here, dll.



Gambar 13.
Identification Sign di Hotel
(Sumber : www.pinterest.com, 2021)

- d. *Safety Sign / regulatori* : adalah tanda informasi yang bersifat himbauan, peringatan, maupun larangan. Ditunjukkan secara positif untuk mengendalikan, mengatur, dan melindungi publik.



Gambar 14.
Safety sign
(Sumber : www.pinterest.com, 2021)

4. Warna

Warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda. Warna juga dapat mempengaruhi persepsi mata yang melihatnya, oleh karena itu mata perlu diarahkan kepada sesuatu yang sesuai esensi dimana warnanya itu dilihat. Dan dalam pemilihan warna untuk Grafis lingkungan harus mengarah pada arti dan asosiasi yang membuat pengunjung menjadi lebih ceria, gembira, dan juga mendapatkan ketenangan. Selain dari itu penerapan warna juga harus sesuai dengan pesan dan makna yang disampaikan, dengan makna warna yang disepakati secara global, seperti warna merah salah satunya difungsikan sebagai tanda bahaya/larangan.

Dalam pemakaian warna yang kurang tepat maka dapat merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan, dan dapat menghilangkan gairah baca. Jika penggunaan warna yang tepat maka warna dapat membantu menciptakan mood dan membuat teks lebih berbicara. (Rahmat Supriyono, 2010 : 70).

Secara visual warna dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu warna dingin dan warna panas. Warna dingin, seperti hijau, biru, hijau-biru, biru-ungu, dan ungu sebaliknya, warna panas, seperti merah, orange, merah-orange, kuning-orange, kuning, kuning-hijau dan merah-ungu memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian. (Rahmat Supriyono, 2010 : 47).

Ada beberapa Pengertian warna menurut (surianto, 2019: 60-61) diantaranya :

- a. Kuning berkarakter keceriaan, lincah, supel, antusias, bisa meyakinkan orang.
- b. warna merah memaknakan energi, api, panas, cinta, gembira, maskulin, tenaga.
- c. Warna Biru memaknakan damai, alami, langit, air, sejuk, dingin, tenang, bersih, kesatuan, harmoni, musim dingin, percaya, idealisme, bijaksana dan bumi.
- d. Hijau merupakan warna yang bersifat damai, tenang, tidak tergesa gesa, tekontrol, alamiah, rileks, gembira, nyaman, harapan.
- e. Ungu bersifat artistic, unik, kuat, gembira, bertenaga, suka kehormatan, nyaman, pemikiran yang dalam, kaku, gelisah.
- f. Oranye bersifat gembira, menyenangkan, membangkitkan semangat, hangat ceria.

Jadi secara keilmuan desain komunikasi visual, warna merupakan sebagai identitas maupun simbol yang digunakan sebagai penanda. Maka pada penerapan warna harus sesuai dengan fungsi identitas maupun simbol warna yang telah dipahami secara global, agar tidak menimbulkan persepsi yang berbeda.

5. Typografi

Typografi adalah bidang keilmuan yang membahas dan mengupas seluk beluk huruf. Studi tipografi sangat penting untuk perancangan ini karena efektif tidaknya sebuah karya grafis juga tergantung pada tipografi yang ada didalamnya. Pemilihan jenis huruf yang tepat akan memudahkan masyarakat memperoleh dan menangkap informasi yang disampaikan. Juga dapat memudahkan masyarakat mengidentifikasi logo atau grafis lingkungan disekitarnya. Untuk mendapatkan hasil efektif dari huruf, maka harus dipertimbangkan tingkat keterbacaannya (*legibility*). Legibility merupakan kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahannya untuk dibaca. Tingkat keterbacaan ini tergantung pada tampilan bentuk fisik huruf itu sendiri, ukuran, serta penataannya dalam suatu naskah (Sihombing, 2003:58).

Typography juga harus memiliki nilai Legibility berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan huruf/karakter. Readability berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks. Teks yang readable berarti keseluruhan mudah dibaca. (Suriyanto Rustan, 2011 : 74-75).

Dalam desain komunikasi visual tipografi dikatakan sebagai 'visual language', yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi adalah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Peran dari pada tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke

pengamat. Secara tidak sadar manusia selalu berhubungan dengan tipografi setiap hari, setiap saat. Pada merek dagang komputer yang kita gunakan, koran atau majalah yang kita baca, label pakaian yang kita kenakan, dan masih banyak lagi. Hampir semua hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya. Kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah menjadi kurang atau tidak komunikatif.

Untuk membuat desain yang indah dan berkomunikasi, tipografi tidak dapat dipisahkan dari elemen desain dalam membuat perencanaan suatu karya desain, keberadaan elemen tipografi sudah harus selalu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi susunan hirarki dan keseimbangan karya desain tersebut. Pengertian tipografi yang sebenarnya adalah ilmu yang mempelajari bentuk huruf; dimana huruf, angka, tanda baca, dan sebagainya tidak hanya dilihat sebagai simbol dari suara tetapi terutama dilihat sebagai suatu bentuk desain. Huruf 'O', contohnya, tidak saja terbaca sebagai huruf 'O', tetapi juga terbaca sebagai bentuk lingkaran yang mempengaruhi bidang suatu karya desain. Dimana dan bagaimana seorang desainer meletakkan huruf 'O' tersebut dapat mempengaruhi legibilitas dan keseimbangan karya desain tersebut. Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif. (Danton Sihombing 2001:58).

6. Semiotika

Alex Sobur mendefinisikan semiotika sebagai suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Simbol yang diartikan Pierce sebagai tanda yang mengacu pada objek itu sendiri, melibatkan tiga unsur mendasar dalam teori segi tiga makna : simbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih dan hubungan antara simbol dengan rujukan (Sobur, 2003 : 156).



Gambar 15.
Semiotika

(Sumber : www.pinterest.com, 2021)

Di sini dapat dilihat, bahwa hubungan antara simbol sebagai penanda dengan sesuatu yang ditandakan (petanda) sifatnya konfensional. Berdasarkan konvensi tersebut, Alex Sobur (2003 : 156) memaparkan, masyarakat pemakainya menafsirkan ciri hubungan antara simbol dengan objek yang diacu dan menafsirkan maknanya. Walaupun simbol/lambang merupakan salah satu kategori tanda (*sign*), dan Pierce pun menyatakan bahwa tanda (*signs*) terdiri atas ikon, indeks dan simbol, akan tetapi simbol dan tanda adalah dua hal yang berbeda. Perbedaan itu terletak pada pemaknaan keduanya terhadap objek-objek yang ada di sekelilingnya. Tanda berkaitan langsung dengan objek dan tanda dapat berupa benda-benda serta tanda-tanda yang merupakan keadaan. Sedangkan simbol, seperti yang dikutip Sobur (2003 : 160-62), memerlukan proses pemaknaan yang lebih intensif setelah menghubungkan simbol dengan objek, simbol pun lebih sustensif dari pada tanda. Sedangkan Saussur berpendapat, simbol merupakan diagram yang mampu menampilkan gambaran suatu objek meskipun objek itu tidak dihadirkan. Sebuah simbol, dalam perspektif Saussuren, adalah jenis tanda di mana hubungan antara penanda dan petanda seakanakan bersifat arbitrer. Konsekuensinya, hubungan antara kesejarahan mempengaruhi pemahaman pelaku komunikasi, yaitu individu/masyarakat (Sobur, 2003 : 158-62).

Jadi tanda merupakan unsur dasar dalam semiotika dan komunikasi adalah segala sesuatu yang mengandung makna. Keberadaannya

mempunyai dua unsur penanda (bentuk) dan petanda (makna). Sebagian besar yang dimanfaatkan dalam karya desain komunikasi visual adalah tanda (bentuk) yang merujuk dari teori ikon, index, dan simbol yang diuraikan dalam buku teori komunikasi visual oleh Sumbo Tinarbuko

Menurut pierce, tanda (*representament*) ialah suatu yang dapat mewakili suatu yang lain dalam batas-batas tertentu (eco, 1979: 15). Tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh pierce disebut objek (*denotatum*). Mengacu berarti mewakili atau menggantikan tanda melalui *interpretant*. Menurut teori Pierce (north, 1995:45), tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan kedalam ikon, indeks, dan simbol

Pengunaan teori pierce ini sangat sesuai dengan perancangan grafis lingkungan di Destinasi Wisata Bukik Chinangkiek dengan menggunakan ikon, indek, dan simbol membuat perancangan grafis lingkungan ini memiliki nilai semiotika yang mewakili identitas setiap perancangan dalam bentuk tanda penyampaian

Semiotika menurut Saussure didasarkan pada anggapan bahwa perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda maka dari itu penulis memilih teori dari pierce karna pierce mengungkapkan bahwa semiotika penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda, artinya manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda. Maka dari itu teori pierce cocok dengan perancangan ini karena semiotika bagaimana

manusia bernalar mengaktikan sebuah tanda bukan sifat dan tingkah laku adalah semiotika (piliang, 2009 :11-12)

Semiotika menurut pierce di bagi 3 yaitu

1. Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakili, dapat pula dikatakan, ikon adalah tanda yang memiliki cirri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksud (piliang, 2009: 16).
2. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilkannya atau disebut juga tanda sebagai bukti (piliang, 2009 : 17).
3. Simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang di sepakati bersama. Simbol baru dapat di pahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah di sepakati bersama (piliang, 2009: 17)

7. Bukik Chinangkiek

Tahun 2018 lokasi perbukitan milik suatu kaum yang dibeli oleh anak Nagari yang ingin membuka lahan sebagai destinasi wisata alam dinamakan Bukik Chinangkiek. Ternyata karena letaknya yang berada di sebuah bukit bernama Bukik Chinangkiek. Dengan membayar 10 ribu per orang, pengunjung sudah dapat menikmati pemandangan alam yang disuguhkan oleh Bukik Chinangkiek ini. Selain itu, wisata rekreasi keluarga ini juga menyediakan penginapan dengan berbagai model diantaranya ada rumah rumah kayu dan vila-vila minimalis namun tetap elegan. Tersedia berbagai wahana permainan, restoran yang bertemakan

kapal, dan waterboom dengan tarif masuk 35 ribu per orangnya. Waterboom tersebut memiliki beberapa kolam di dalamnya, mulai dari kolam untuk anak-anak sampai dewasa. Pengunjung juga disediakan ban renang gratis dan seluncuran dengan berbagai model yang cukup menguji adrenalin. Dari sini pengunjung juga dapat menikmati luasnya hamparan Danau Singkarak, perbukitan dan sawah-sawah yang menghiasi tempat ini.

Wahana Rekreasi Keluarga, Bukik Chinangkiek, juga menyajikan dua restoran bernuansa kapal. Restoran ini akan semakin indah manakala dikunjungi saat matahari sudah tidak lagi bersinar, karena saat malam tiba hiasan lampu akan menerangi sekeliling restoran dengan bintang-bintang di langit yang menambah nuansa malam yang indah. Tidak hanya itu, musik-musik yang dihadirkan dan angin malam khas perbukitan juga akan menemani kenikmatan makan malam para pengunjung saat itu.

F. Metode Penciptaan

1. Persiapan

a. Metode Pengumpulan data

1. Observasi

Metode observasi yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung kelokasi wisata Bukik Chinangkiek dalam satu waktu tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati.

2. Wawancara

Wawancara dimaksudkan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang di angkat. wawancara dilakukan oleh penulis kepada narsumber secara langsung. Pengelola wisata chi nang kiek yang bernama Egi Morvi yang mana beliau berkedudukan sebagai keluarga sekaligus wakil didalam pengelolaan wisata ini.

Dari hasil wawancara didapatkan data bahwa "wisata Chinangkiek ini merupakan objek wisata yang berada di singkarak yang bergerak dengan kurun waktu 4 tahun. Dalam kurun waktu 4 tahun pembangunan dan fasilitas yang berada dilokasi terus ditingkatkan fungsi serta jumlahnya. Dengan jumlah fasilitas yang semakin banyak dan lokasi yang cukup luas maka perlu adanya *sign system* dalam pemanduan informasi secara mandiri. Demikian pernyataan secara menyeluruh dari hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber. Selain itu pengunjung beranggapan dikarenakan lokasi yang luas, pengunjung kesulitan untuk mencari lokasi yang ingin dituju.



Gambar 16.
Dokumentasi Bersama Pengelola
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)



Gambar 17.
Dokumentasi Bersama Pengunjung
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)

3. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mengambil dari berbagai media. Media ini meliputi : buku, majalah, jurnal, artikel, surat kabar dan internet. Dokumen-dokumen dari berbagai media akan

mendapat berbagai data yang diperlukan, tentunya media-media tersebut dapat dipertanggungjawabkan atas kebenaran datanya.

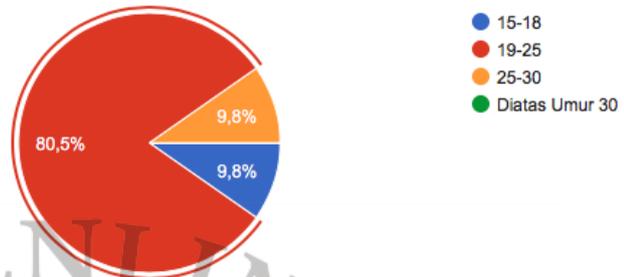
Dalam kasus ini studi Pustaka berkedudukan sebagai referensi penggarapan dan pengumpulan data dalam perancangan sign system wisata bukit Chinangkiek. Maka dari itu perlu di siasati dengan cara menggabungkan berbagai referensi, baik itu yang berasal dari buku media cetak maupun media online.

4. Quisioner

Dalam pematang masalah yang diangkat oleh penulis dalam hal ini Perancangan Grafis Lingkungan Wisata Bukik Chinangkiek yang disebar kepada pengunjung yang pernah berkunjung ke lokasi wisata ini. Penyebaran quisioner online sebagai bukti lapangan bahwa permasalahan tersebut sesuai dengan fakta lapangan. Sehingga rancangan yang dibuat memang kebutuhan lapangan sebagai jawaban dari permasalahan yang terjadi (*Problem Solving*). Penyebaran quisioner dilakukan melalui media social Instagram dengan metode *private chat*.

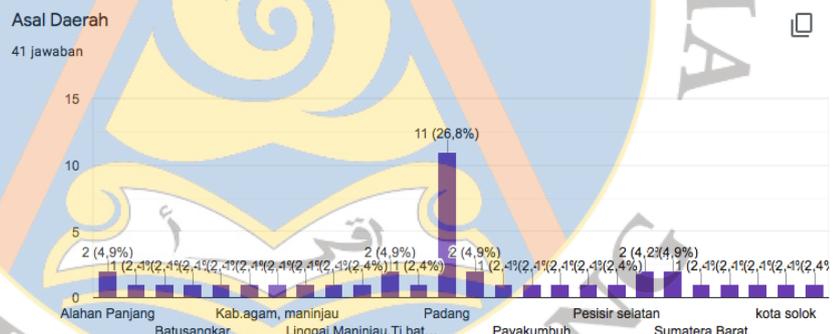
Dari hasil data yang didapatkan bahwa rentang umur yang didapatkan dari respon bahwa kisaran tertinggi berada pada usia 18-25 tahun dengan responden sebesar 80,5%, di rentang usia 25-30 tahun 9,8% responden, dan di rentang usia 15-18 tahun 9,8% responden.

Umur
41 jawaban



Gambar 18.
Usia Responden
(Sumber : Google Form, 2021)

Sedangkan domisili responden secara umum berada di wilayah Sumatera Barat sebesar ± 95% responden dan selebihnya berada 5% di luar wilayah Sumatera Barat.

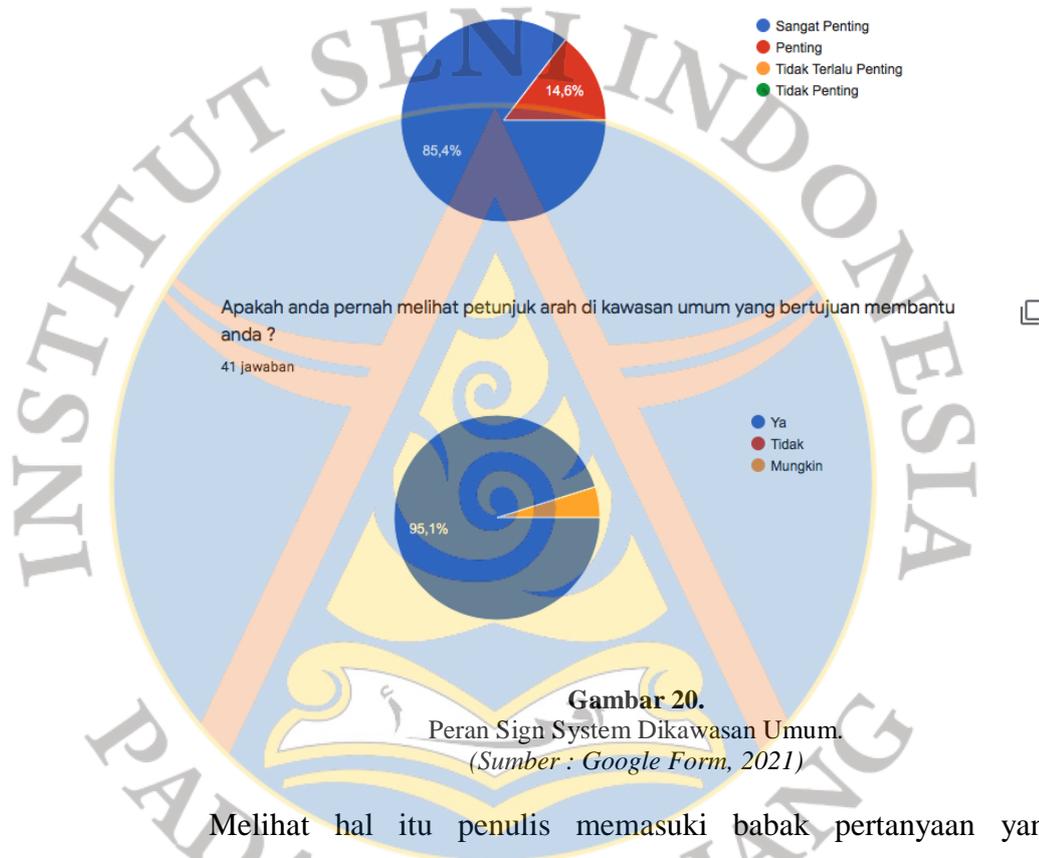


Gambar 19.
Domisili Responden
(Sumber : Google Form, 2021)

Selain yang berkaitan dengan informasi personal tentunya ada pertanyaan yang berkaitan dengan rancangan. Diantaranya efektifitas dari kegunaan Sign Sistem dilokasi umum apakah penting atau tidak. Responden menjawab sebanyak 85,4% menyatakan sangat penting dan 14,6% menjawab penting. Maka dari hal ini dapat kita lihat responden atau masyarakat umum

menyatakan peran *sign system* sangat penting dalam mencari dan menunjukkan arah atau informasi yang dicari.

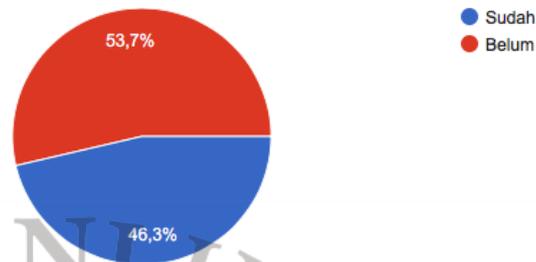
Tentunya anda sering melihat petunjuk arah di kawasan umum, menurut anda seberapa penting peran Sign Sistem di sebuah kawasan dalam menunjang ketercapaian informasi ?
41 jawaban



Melihat hal itu penulis memasuki babak pertanyaan yang berkaitan dengan rancangan penulis, yaitu objek wisata Bukik Chinangkiek. Dalam perancangan grafis lingkungan wisatata ini didapatkan sebesar 53,7% responden menyatakan bahwa sign system yang berada dikawasan wisata Bukik Chinangkiek belum memenuhi syarat atau satandar informatif.

Apakah petunjuk arah di Bukik Chi Nang Kiek Sudah membantu anda ?

41 jawaban



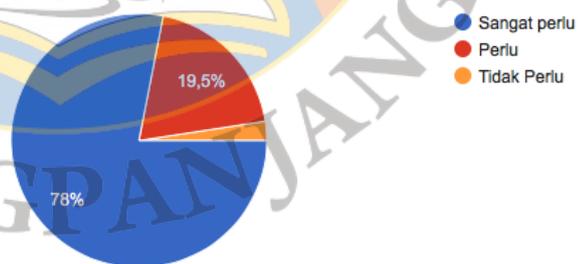
Gambar 21.

Efektifitas Sign yang sudah ada di Lokasi
(Sumber : Google Form, 2021)

Kepentingan rancangan grafis lingkungan di wisata Bukik Chinangkiek menurut responden perlu di atur ulang dan dihadirkan dengan lengkap. Sehingga sebesar 78% responden menyatakan sangat penting kedudukan grafis lingkungan di wisata ini, 19,5% Perlu dan 2,5% menyatakan tidak perlu.

Seberapa perlu petunjuk arah di Bukik Chi Nang Kiek tersebut ?

41 jawaban



Gambar 22.

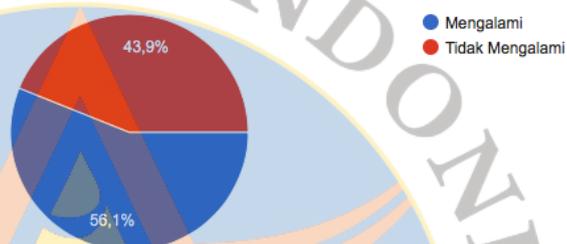
Seberapa Penting Sign System Di Objek Wisata.
(Sumber : Google Form, 2021)

Responden yang berkunjung ke objek wisata ini pernah mengalami kesulitan dalam mengakses informasi, dikarenakan tidak efektif dan informatifnya grafis lingkungan (*Sign Sistem*)

yang disediakan oleh pihak pengelola. Sebesar 56,1% mengalami kesulitan dalam mencari lokasi yang dituju dikawasan objek wisata Bukik Chinangkiek, serta 43,9% responden tidak mengalami hal tersebut.

Apakah anda mengalami kesulitan saat mencari lokasi yang anda tuju, di kawasan wisata Bukik Chi Nang Kiek ?

41 jawaban



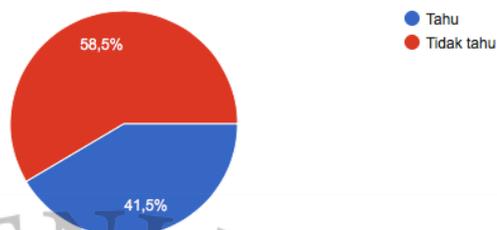
Gambar 23.

Pengalaman Wisatawan dilokasi a.
(Sumber : Google Form, 2021)

Selain sign system yang tentunya responden menyatakan efektifitasnya dikawasan ini, tentu harus di imbangi dengan pembeda atau icon keterwakilan dari masing-masing wahana, sehingga informasi yang ingin disampaikan para wisatawan langsung paham dan mengerti. 85,5% responden menyatakan tidak mengetahui masing-masing nama objek wahana yang berada di Kawasan wisata tersebut, dan 41,5% responden menyatakan mengetahui masing-masing identitas wahana yang tersedia.

Apakah anda mengetahui nama-nama wahana yang ada di kawasan wilayah Bukik chi nang kiek ?

41 jawaban

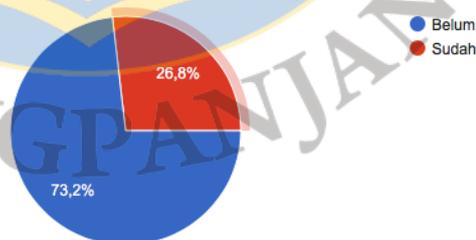


Gambar 24.
Pengalaman Wisatawan dilokasi b
(Sumber : Google Form, 2021)

Selain keterwakilan visual di masing-masing objek ternyata para wisatawan atau responden menyatakan belum ada informasi secara detail tata letak lokasi dari setiap sudut Kawasan wisata Bukik Chi Nang Kiek. 73,2% responden menyatakan tidak mengetahui secara detail Kawasan wisata Bukik Chinangkiek dan 26,8% responden menyatakan telah mengetahui

Sudah tau Secara detail letak lokasi wahana-wahana yang ada di kawasan Wisata Bukik Chi Nang Kiek ?

41 jawaban



Gambar 23.
Tidak Terdapatnya Detail Informasi Dilokasi.
(Sumber : Google Form, 2021)

5. Segmentasi Target Audiens

Segmentasi merupakan pengelompokan masyarakat berdasar kriteria tertentu. Segmentasi ini merupakan bentuk keseluruhan dari target segmen, dari segmentasi inilah nantinya muncul target segmen, segmentasi didasarkan dari :

a) Demografis

Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Umur : +18 tahun

Tingkat Pendidikan : tidak membatasi pada bidang pendidikan

Pekerjaan : Pelajar dan Mahasiswa

b) Psikologis

(1) Suka mencari pengalaman baru.

(2) Menyukai traveling dengan hal yang berbau dengan alam.

(3) Suka mengalokasikan waktu luang untuk berliburan beberapa hari.

(4) Termasuk kategori orang yang aktif

c) Geografis

(1) Wisatawan berasal dari daerah Tanah Datar terutama Solok dan Batusangkar.

(2) Wisatawan Lokal Daerah dari Kawasan Sumatera Barat.

(3) Wisatawan Nusantara / seluruh Indonesia.

b. Metode Analisis Data

Dalam Perancangan Sign System ini, terdapat adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi perancangan. Maka dari itu, diperlukan suatu analisis untuk meningkatkan perancangan ini. Dalam Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Bukik Chinangkiek, terdapat adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi perancangan. Maka dari itu, di perlukan suatu analisis untuk meningkatkan perancangan ini.

1. Analisis Objek

Perancangan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan objek yang dilakukan oleh penulis:

a. Analisis SWOT

1. Kekuatan (*Strength*)

- a) Memiliki fasilitas permainan yang beragam dan penginapan
- b) Memiliki area yang sangat luas.
- c) Lokasi wisata yang sangat strategis, yaitu didaerah yang sejuk.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a) Lokasi yang naik turun, sehingga cepat membuat pengunjung kelelahan.
- b) Masih adanya lahan yang belum dimanfaatkan secara optimal.

c) Sign sangat sedikit dan kurang jelas.

3. Peluang (*Opportunity*)

a) Dengan adanya Grafis Lingkungan dengan penerapan yang baik ini, akan mempermudah pengunjung dalam mengidentifikasi lokasi-lokasi yang hendak dituju yang ada disekitar Bukik Chinangkiek.

b) Masih adanya lahan yang belum dimanfaatkan sehingga memungkinkan untuk menambah fasilitas yang diperlukan.

4. Ancaman (*Threats*)

a) Harga tiket yang agak mahal dapat menyebabkan pengunjung memilih tempat rekreasi yang lebih murah.

b) Kurangnya pengelolaan yang baik dapat menyebabkan lambatnya perkembangan objek wisata tersebut.

b. Analisis 5W 1H

Teknik analisis data berhubungan erat dengan metode pengumpulan data. Setelah menemukan dan mengumpulkan data dari observasi dan dokumentasi selanjutnya dilakukan teknik analisis untuk memperkuat sebuah rancangan menurut data yang dikumpulkan. Dari data yang penulis peroleh metode analisis yang sesuai digunakan dalam perancangan sign system wisata bukik chinangkiek ini adalah 5W+1H:

1) *What*

wisata bukit chinangkiek adalah objek wisata dengan luas tanah kurang lebih 20 hektar dan termasuk bangunan yang luas dengan lokasi wisata dibukit dengan view pemandangan alam danau singkarak . Akan tetapi dengan banyaknya fasilitas dan luasnya bangunan wisata bukit chinangkiek membuat pengunjung cukup kebingungan menemukan lokasi yang dituju.

2) *Who*

Target dari perancangan sign system ini adalah seluruh pengunjung wisata bukit chinangkiek dan staff yang menggunakan fasilitas dan berkunjung ke wisata bukit chinangkiek.

3) *Why*

Berdasarkan hasil observasi hal ini disebabkan oleh perancangan sign system yang sudah ada kurang efektif dan efisien, dilihat dari kurang lengkapnya sign system, sign system yang digunakan tidak seragam atau tidak konsisten, penempatan sign system yang tidak tepat dan banyaknya sign yang berisikan informasi yang sama. Sehingga berdampak pada kurangnya perhatian pengunjung terhadap sign system yang ada dan mengganggu keindahan lingkungan.

4) *Where*

Wisata bukit chinangkiek bertempat di Jalan Singkarak, X Koto Singkarak, Solok, Sumatera Barat 27356.. Permasalahan ini terjadi dilokasi dan area bangunan wisata bukit chinagkiek yang luas bangunannya kurang lebih 20 hektar.

5) *When*

Saat pengunjung memasuki area wisata bukit chinagkiek yang cukup luas, membuat pengunjung mengalami kesulitan dalam mengakses lokasi yang dituju, terutama saat pengunjung dari area parkir yang akan memasuki area wisata bukit chinangkiek sering kebingungan mencari lokasi rekreasi anak yang dituju hal ini disebabkan tidak adanya sign system yang mengidentifikasi lokasi rekreasi di area tersebut. Kedua saat pengunjung berada pada area wisata yang cukup ramai dan tidak adanya sign system yang kontras dari lingkungan sekitar membuat pengunjung sulit menemukan arah yang dituju.

6) *How*

Wisata bukit chinangkiek memiliki area dan gedung yang cukup luas dan fasilitas yang lengkap, sehingga dibutuhkan sign system yang mampu memberikan informasi secara

cepat atau komunikatif dan menarik kepada pengunjung untuk meningkatkan pelayanan wisata bukit chinangkiek.

Berdasarkan analisis 5W+1H di atas dapat disimpulkan bahwa luasnya bangunan dan area wisata bukit Chinangkiek membuat dibutuhkan *sign system* yang menciptakan *public image*, untuk membantu pengunjung mendapatkan informasi mengenai lokasi dan ruangan yang dituju sehingga mampu menunjang pelayanan wisata bukit chi nang kiek.

6. Dokumentasi



Gambar 24.
Direction Sign Bukit Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)



Gambar 25.
Warning Sign di Waterboom
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)



Gambar 26.
Villa Kayu Bukik Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)



Gambar 27.

Sign Wahana Wisata Bukik Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)



Gambar 28.

Direction Sign Wisata Bukik Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)



Gambar 29.
Direction Sign satu arah Wisata Bukik Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)



Gambar 30.
Direction Sign di Bukik Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)



Gambar 31.
Gedung Serbaguna di Bukik Chinangkiek
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2021)

2. Perancangan

Strategi media yang digunakan dalam perancangan grafis lingkungan ini intinya akan divisualisasikan dengan bentuk atau image yang dipilih sebagai ikon yang dapat mewakili wisata bukit chinangkiek, selanjutnya didesain menggunakan perangkat komputer kemudian diolah disoftware yang mendukung pembuatan desain tersebut, dengan gaya font yang mudah dibaca, warna-warna yang sesuai dengan informasi yang disampaikan singkat dan jelas sehingga mudah dimengerti dan dipahami. Berdasarkan penerapannya, sign system dibedakan menjadi 5 tipe dasar yaitu:

a. *Orientation dan information sign*

Mencakup tentang *Welcome sign*, *map sign* dan informasi lainnya seperti informasi tentang Destinasi Wisata Bukik Chinangkiek

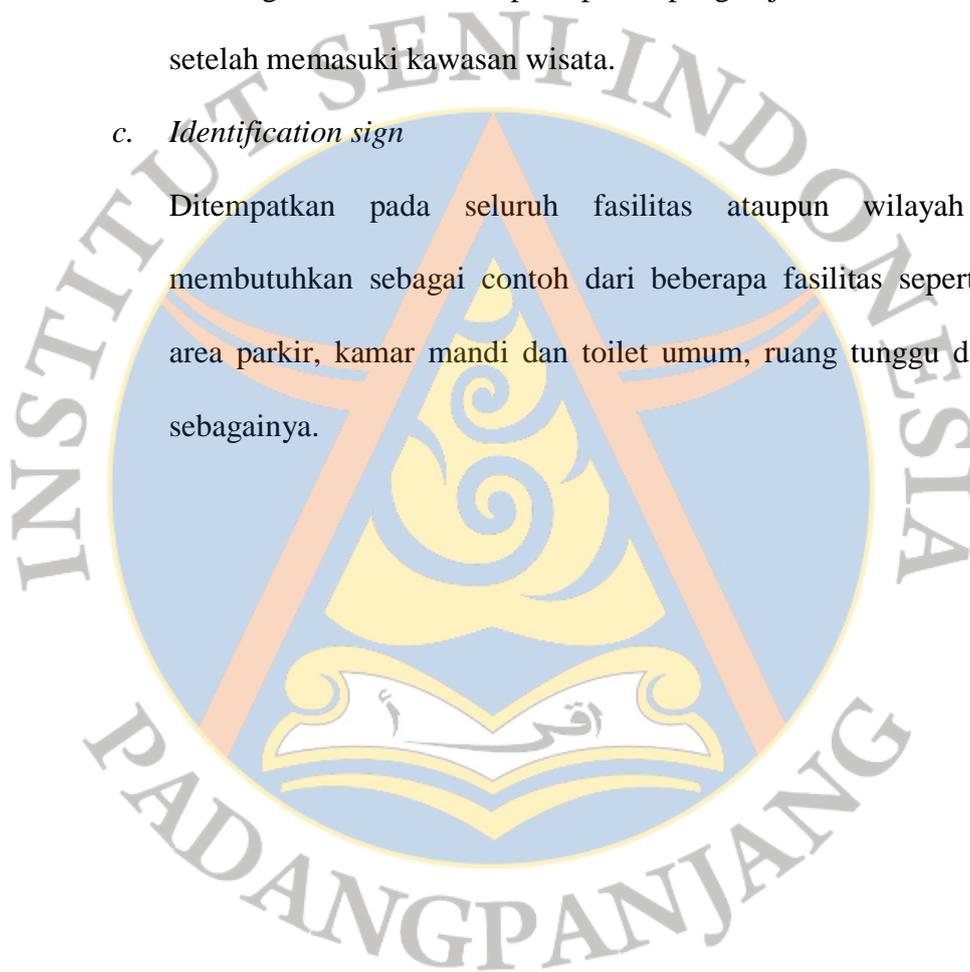
dipasang pada area tertentu yang ada di lingkungan Destinasi Wisata Bukik Chinangkiek.

b. Direction Sign

Ditempatkan pada sisi strategis di wilayah Destinasi Wisata Bukik Chinangkiek, diutamakan pada persimpangan jalan sebelum ataupun setelah memasuki kawasan wisata.

c. Identification sign

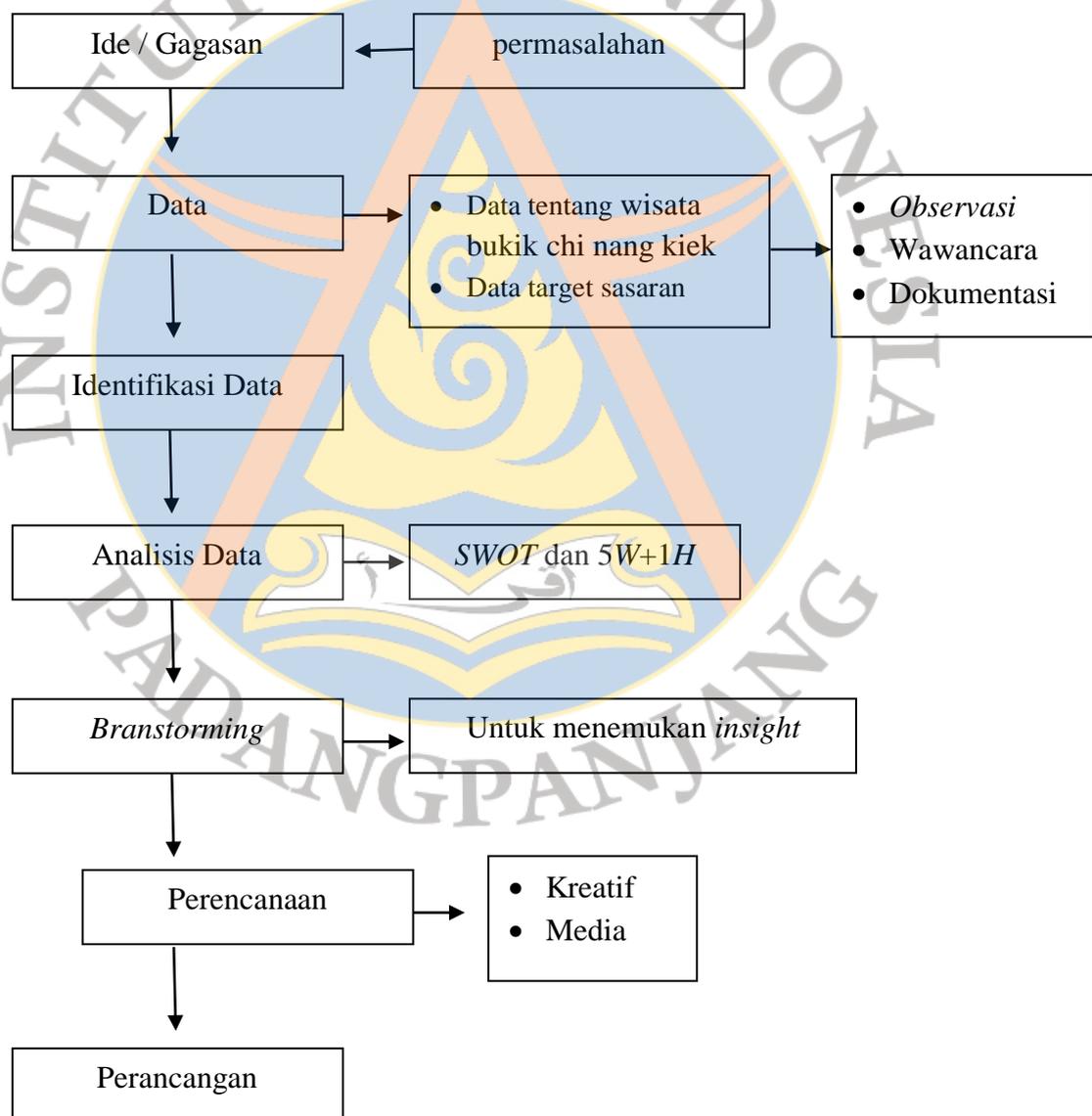
Ditempatkan pada seluruh fasilitas ataupun wilayah yang membutuhkan sebagai contoh dari beberapa fasilitas seperti pada area parkir, kamar mandi dan toilet umum, ruang tunggu dan lain sebagainya.



d. Struktur Perancangan

Struktur perancangan merupakan alur dalam proses berkarya. Struktur perancangan di mulai dari masalah yang ada, sampai kepada eksekusi desain.

Tabel 1
Struktur perancangan
(Sumber : Aryavesa Aryan Janata, 2021)



3. Perwujudan

Penyajian karya ini akan dilaksanakan dalam bentuk pameran sebagai bentuk publikasi kepada khalayak ramai. Dalam pameran ini perancang akan menampilkan beberapa karya yang perancang desain dalam bentuk.

a) *Sign System*

Sign system dalam perancangan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada target audiens mengenai petunjuk arah lokasi wisata bukit chinangkiek. Berdasarkan studi kasus yang didapatkan melalui tahapan analisis data maka didapatkan bahwa perlu adanya sign system di lokasi wisata ini demi menunjang performa kualitas wisata ini. Jenis-jenis sign yang akan di rancang yaitu:

(a) *Identification sign*

Jenis *signage* yang berfungsi untuk memberikan penandaan pada bangunan atau tempat-tempat yang sesuai dengan jenis dan fungsinya.

(b) *Information sign*

Sign ini biasanya digunakan untuk menuntun pengunjung dengan menginformasikan dimana suatu lokasi berada.

(c) *Direction sign*

Berfungsi menunjukkan arah suatu kawasan, sebagai navigasi yang jelas dan digunakan pada lokasi yang padat pengunjung seperti tempat wisata , bandara, dan lain-lain.

(d) *Safety sign*

Tanda informasi ini bersifat himbauan, peringatan, maupun larangan. Ditunjukkan secara positif untuk mengendalikan, mengatur, dan melindungi public.

b) Media Perancangan

Media perancangan merupan media pajang yang memberikan informasi proses dan tahapan serta bentuk dari rancangan desain yang dibuat, Agar bisa tersampaikan kepada pengunjung . media pajang meliputi keterangan bentuk desain, pemilihan warna, pemilihan *font* serta bentuk desain secara utuh

c) *Manual Book*

Manual book berupa buku yang berisi tentang penjelasan dari tahap awal data sampai proses jadi bentuk karya desain, didalam manual book penjelasan secara keseluruhan dari bentuk, warna, *font* dan ide garapan juga di sampaikan, manual book merupan buku panduan ketika perancangan desain ingin di terapkan

4. Penyajian Karya

Bentuk penyajian karya adalah pameran *online* dan *offline*. Pada pameran skripsi karya akan menampilkan bauran media yang digunakan pada perancangan grafis lingkungan objek wisata bukit chinangkiek ini. Dami Grafis Lingkungan akan ditampilkan selama pameran berlangsung. Bauran media lainnya juga ditampilkan pada pameran. *Macket Sign Age 5*, yaitu *Welcome Sign*, *Direction Sign*, *Map Sign*, *Identification Sign*, Serta Media Pajang 3 dengan ukuran 40cm x 90cm, serta Macket 3d logo wisata Bukit Chinangkiek dengan ukuran 50cm x 50cm, di samping kiri kanan Bauran media ada id card dan tiket, lalu di meja terdapat manual book dan stiker.



Gambar 32.
Layout Booth Pameran
(Sumber : Aryavesa Abyan Janata, 2022)