

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Kota Sungai Penuh adalah sebuah kotamadya terbesar kedua yang berada di provinsi Jambi, Indonesia. Bentangan alam Kota Sungai Penuh ini diisi dengan gunung dan perbukitan. Di sini juga masih banyak didapati pepohonan rimbun, hamparan sawah dan ladang, serta sungai-sungai mengalir dipinggir desa. Kota ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2008 yang merupakan pemekaran dari kabupaten Kerinci. Lokasi daerah ini berbatasan langsung dengan provinsi [Sumatera Barat](#), tepatnya di kabupaten [Pesisir Selatan](#).

Kota Sungai Penuh terdapat berbagai macam tempat wisata yang cukup populer, salah satunya Depati VII Coffee. Depati VII Coffee merupakan salah satu objek wisata yang terletak di ketinggian 1453 mdpl di wilayah puncak km 14 perbatasan kabupaten Kerinci dan Tapan (Sumatera Barat) bertepatan simpang tugu harimau bukit Tapan, jarak dari simpang menuju objek wisata 200m dan masih dikawasan Kota Sungai Penuh secara geografis. Jarak tempuh yang dibutuhkan untuk sampai ke Depati VII Coffee kurang lebih 16 km dari Kota Sungai Penuh, dengan waktu tempuh kurang lebih 35 menit. Jika melalui desa Sekungkung Kab. Kerinci, waktu tempuh kurang lebih 29 menit dengan jarak 13 km.

Pemilik objek wisata Depati VII Coffee bernama Jamin Safri Mardi yang berumur 35 tahun. Objek wisata ini mulai dirintis pada tahun 2012 dan berkembang pada tiap tahunnya. Depati VII Coffee adalah sebuah nama objek wisata yang dipakai karena pemilik mengangkat konsep tentang edukasi budaya Kerinci. Pemilik

mengatakan bahwasanya budaya tidak bisa diangkat dari hulunya saja harus lengkap dari hulu dan hilir. Menurut tambo yang didapat oleh pemilik bumi Kerinci diatur dan dibagi oleh *depati* yang bertujuh dimana Depati VII Coffee milik kerinci hulu, hilir dan mudik.

Objek wisata Depati VII Coffee ini merupakan wisata berbasis agrowisata dimana kita dapat belajar, mengenal, memahami kopi dan mempelajari budaya Kerinci. Depati VII Coffee ini memiliki backgroun bentangan alam yang indah dan udara yang sejuk sehingga memberi kenyamanan saat berada di lokasi ini. Depati VII Coffee adalah destinasi wisata perbukitan yang memiliki tempat yang strategis. Banyak hal yang dapat dilakukan di Depati VII Coffee antara lain edukasi kopi, menikmati kopi, *hunting* dan *camping*. Selain itu di Depati VII Coffee kita dapat melihat pemandangan dan menikmati keindahan Kota Sungai Penuh dan kabupaten Kerinci 180°.



gambar 1
Gerbang Utama Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman, 2022)

Objek wisata Depati VII Coffee merupakan wisata yang cukup populer dimana Depati VII Coffee sudah mendapatkan penghargaan sebagai "*10 Nominasi Terbaik Kategori Ekowisata*" dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia tahun 2022. Depati VII Coffee memiliki beberapa fasilitas seperti, pondok, balai depati, rumah bilik, bangunan budaya, dan fauna yang dapat diakses bebas oleh para pengunjung. Depati VII Coffee merupakan salah satu tempat wisata yang harus memberikan pelayanan yang memadai bagi para wisatawan, bukan hanya penyajian fasilitas wisata namun perlu adanya media penyampaian informasi yang menarik serta adanya pelayanan terhadap aktifitas wisatawan didalamnya. Kenyamanan wisatawan juga harus diperhatikan.

Keberadaan area objek wisata Depati VII Coffee ini memiliki luas 1,5 hektar dengan berbagai macam tawaran fasilitas yang ada di lokasi ini. Mengingat luasnya area objek wisata ini sehingga membutuhkan system petunjuk arah yang dapat memberikan informasi kepada pengunjung untuk mengakses fasilitas – fasilitas yang ada di lokasi ini. Akan tetapi kondisi saat ini setelah dilakukan observasi langsung ke lokasi objek wisata ditemukan adanya permasalahan dimana 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 terdapat di lokasi untuk mengarahkan pengunjung mengakses fasilitas tertentu, dan saat ini fungsi grafis lingkungan dapat menjadi sarana identifikasi yang relevan bagi objek wisata sesuai dengan esensi dari lokasi tersebut. Hal ini juga menjadi salah satu permasalahan bagi Depati VII

Coffee dengan ditemukan belum adanya sign yang terintegrasi sehingga mempermudah wisatawan dalam mengakses sebuah informasi dalam hal ini petunjuk ataupun informasi dalam ranah grafis lingkungan.

Manfaat grafis lingkungan pada objek wisata Depati VII Coffee ini menjadi sesuatu yang vital keberadaannya, dikarenakan pada tiap tahunnya Depati VII Coffee ini selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola objek wisata Depati VII Coffee bahwasanya pengunjung yang sedang menikmati hari libur menjadikan Depati VII Coffee tujuan destinasi wisata yang direkomendasi karena banyak hal yang dapat di lakukan di lokasi objek wisata dan pesona pemandangan alam yang dapat memanjakan mata. Mayoritas pengunjung yang datang adalah kalangan milenial atau kaum anak muda. Oleh karena itu begitu banyaknya peminat objek wisata Depati VII Coffee ini maka perlu adanya sebuah grafis lingkungan untuk mempermudah wisatawan mengenal dan mengetahui arah dilokasi tersebut. Ketika pengunjung berada dilokasi dan lokasi wisata tersebut belum memiliki grafis lingkungan yang belum terintegrasi maka akan memberikan persepsi komunikasi yang berbeda.



gambar 2
Gerbang pintu masuk Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman,2022)

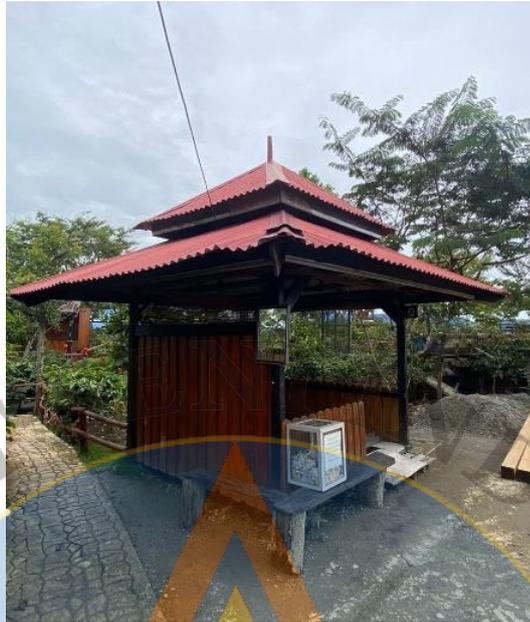
Keberadaan dari grafis lingkungan yang tidak terintegrasi dengan baik pada objek wisata Depati VII Coffee dapat dilihat pada gambar diatas ini. Bahwasanya pada gambar 2 memperlihatkan area pintu masuk objek wisata Depati VII Coffee yang mana belum terdapat *sign* sebagai informasi bahwasanya kita sudah berada di pintu masuk objek wisata tersebut

Gambar 3 memperlihatkan area parkir yang dimiliki Depati VII Coffee, yang bertujuan untuk meletakkan kendaraan dengan aman untuk kenyamanan bersama ketika berkunjung ke lokasi wisata ini. *Sign* yang dihadirkan di lokasi belum bisa dikategorikan efektif dalam menyampaikan informasi dikarenakan tata letak dan ukuran *sign* yang terlalu kecil sehingga *readability sign* tidak berjalan sebagaimana mestinya.



gambar 3
Area Parkir Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman,2022)

Gambar 3 merupakan are fasilitas musholla yang mana pada area ini tidak memiliki *sign* yang menunjukkan bahwa ini adalah musholla. Karena lokasi berada di bagian tepi objek wisata sehingga pengunjung cukup susah mengenali fasilitas ini karena tidak tersedianya *sign*.



gambar 4
Musholla Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman,2022)

Gambar 4 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 dikarenakan penguat *sign* tersebut longgar. Selain dari kekokohan pemasangan dan bahan yang digunakan, *direction* tersebut tidak memiliki nilai estetika yang dapat menarik minat pengunjung untuk melihat dan mencari arah lokasi (kenyamanan mata). Selain itu juga *sign* yang terdapat di lokasi objek wisata Depati VII Coffee ini belum menggambarkan ciri khas dari objek wisata itu sendiri, untuk dapat memiliki keselarasan dengan lokasi tersebut.



gambar 5
Pendopo Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman,2022)

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat dilihat bahwa perlu dirancang sebuah grafis lingkungan yang terintegrasi dengan baik sehingga dapat menjadi media informasi yang relevan bagi wisatawan untuk dapat mengakses fasilitas yang ada di lokasi tersebut, maka dari itu penulis menawarkan perancangan media desain komunikasi visual dengan judul ***“Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh”***. Yang mana diharapkan dapat memberi warna komunikasi yang jauh lebih baik dari maksud *sign* itu sendiri maupun secara estetika tata letak *sign system* itu sendiri.

B. Rumusan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka dapat ditentukan rumusan penciptaan: “Bagaimana merancang grafis lingkungan objek wisata Depati VII Coffee 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 lokasi ini? “

C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan Karya

1. Tujuan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas maka dapat dijadikan acuan dalam menentukan tujuan dari penciptaan sebagai berikut:

- a. Mempermudah target audiens berinteraksi di lingkungan objek wisata Depati VII Coffee dengan *sign system* yang informatif dan menarik.
- b. Mempermudah pengunjung mendapatkan informasi lokasi yang dituju.
- c. Untuk mempersingkat waktu pengunjung dalam mencari fasilitas yang ingin dituju.
- d. Merancang grafis lingkungan yang dapat mewakili *image* dari objek wisata Depati VII Coffee.

2. Manfaat penciptaan

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas maka dapat dijadikan acuan dalam menentukan manfaat dari penciptaan sebagai berikut :

- a. Mahasiswa

Dengan adanya “Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh” ini mahasiswa dapat menambah wawasan lebih dalam lagi tentang grafis lingkungan yang efektif dengan menggunakan elemen desain yang tepat. Mahasiswa dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu desain komunikasi visual yang telah di peroleh di perguruan tinggi.

b. Institusi

Grafis lingkungan ini dapat menjadi bahan referensi dan infentaris akedemik, juga sebagai bahan pertimbangan pembuatan perancangan Grafis Lingkungan.

c. Bagi Pemilik Usaha

Dapat mempermudah pengunjung dalam mendapatkan informasi dengan system yang benar di Kawasan objek wisata Depati VII Coffee tersebut sehingga pihak pengelola objek wisata tidak sulit untuk menjelaskan informasi kepada pengunjung yang datang. Serta membuat tempat wisata menjadi lebih menarik dan dapat meningkatkan minat pengunjung sehingga menambah omset bagi pengelola objek wisata.

d. Masyarakat

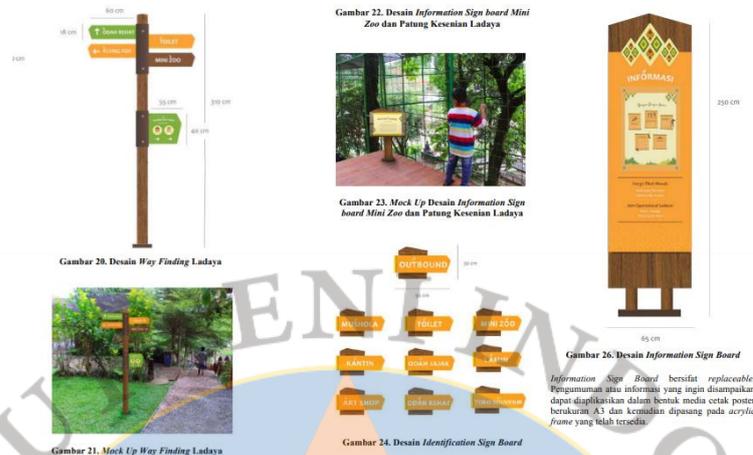
Dapat menambah nilai keindahan objek wisata Depati VII Coffee tanpa mengurangi fungsi dari masing – masing perancangan. Serta dapat mempermudah mengenali dan mendapatkan informasi dikawasan objek wisata Depati VII Coffee.

D. Tinjauan Karya

Berbagai penelitian tentang grafis lingkungan sudah banyak diteliti sebelumnya. Jurnal dan proposal penelitian yang membahas tentang kemiripan teori perancangan grafis lingkungan dijadikan sebagai acuan dalam penelitian perancangan ini. Orisinalitas menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam mewujudkan nilai-nilai estetika. Hal itu sebagai ukuran tingkat pendalaman proses pengkaryaan yang dilakukan oleh seorang desainer. Dapat disimpulkan bahwa orisinalitas sebuah karya desain dalam kegiatan perancangan dituntut harus memunculkan sesuatu hal yang baru, dengan konsep yang baru dan sesuatu yang berbeda dengan karya desain yang telah ada sebelumnya.

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam perancangan seperti plagiat yang akan menyebabkan pemilik karya yang serupa, akan lebih baik sebelum memulai proses perancangan grafis lingkungan objek wisata Depati VII Coffee ini, tentunya menelusuri data atau karya yang juga mengangkat tentang perancangan tersebut sebagai pembandingan agar hasil rancangan yang dibuat nantinya tidak memiliki kesamaan mulai dari konsep perancangan, hingga visualisasinya. Adapun beberapa karya pembandingan sebagai berikut:

1. Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Ladaya Tenggara



gambar 6

Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Ladaya Tenggara
(Sumber : <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/7089>, 2022)

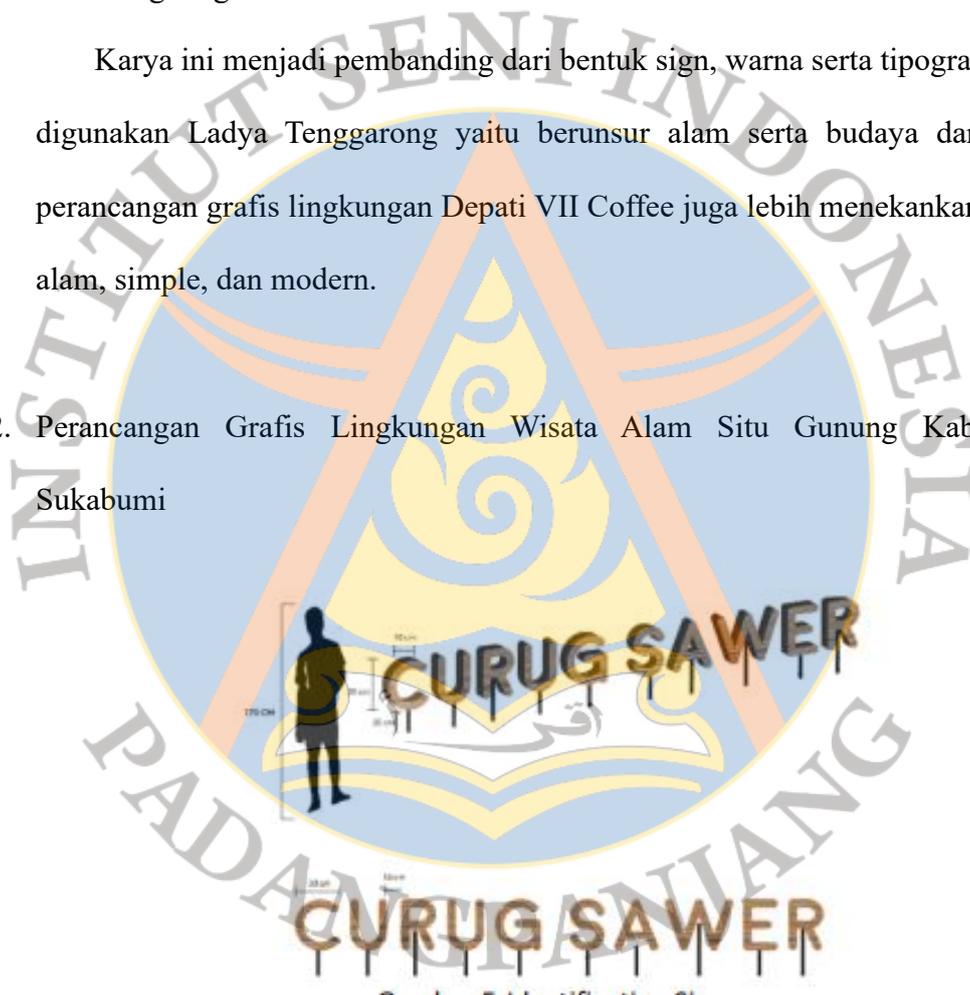
Grafis lingkungan mempunyai kaitan erat dengan kehidupan masyarakat, Grafis lingkungan dilokasi objek wisata Ladaya Tenggara memiliki tujuan untuk merancang grafis lingkungan yang berupa informasi tentang segala yang menjadi bagian objek wisata Ladaya. Dalam konteks perancangan ini akan memberikan citra yang ditampilkan secara visual adalah bahwa Ladaya merupakan tempat wisata menyenangkan yang memperkenalkan budaya Kutai dan keindahan alam kepada wisatawannya. Perancangan ini memiliki kesan menyenangkan dan tidak lepas dari unsur alam dan budaya Kutai.

Dalam penempatan dan pembuatannya, penggunaan tipografi dan pemilihan warna yang dapat menarik perhatian pengunjung, sign system tersebut dapat mudah diakses oleh semua orang serta memiliki tingkat keterbacaan yang baik, dapat dipahami dengan mudah sehingga informasi yang disampaikan lebih efektif dan dapat dipercaya.

Dari informasi perancangan grafis lingkungan objek wisata Ladya Tenggarong ini, dijadikan sebagai acuan bagaimana merancang grafis lingkungan yang memiliki bentuk sign sesuai dengan identitas lokasi serta dapat berinteraksi dengan lingkungan dan masyarakat setempat, dengan mengangkat unsur lingkungan alam sekitar.

Karya ini menjadi pembanding dari bentuk sign, warna serta tipografi yang digunakan Ladya Tenggarong yaitu berunsur alam serta budaya dan pada perancangan grafis lingkungan Depati VII Coffee juga lebih menekankan unsur alam, simple, dan modern.

2. Perancangan Grafis Lingkungan Wisata Alam Situ Gunung Kabupaten Sukabumi

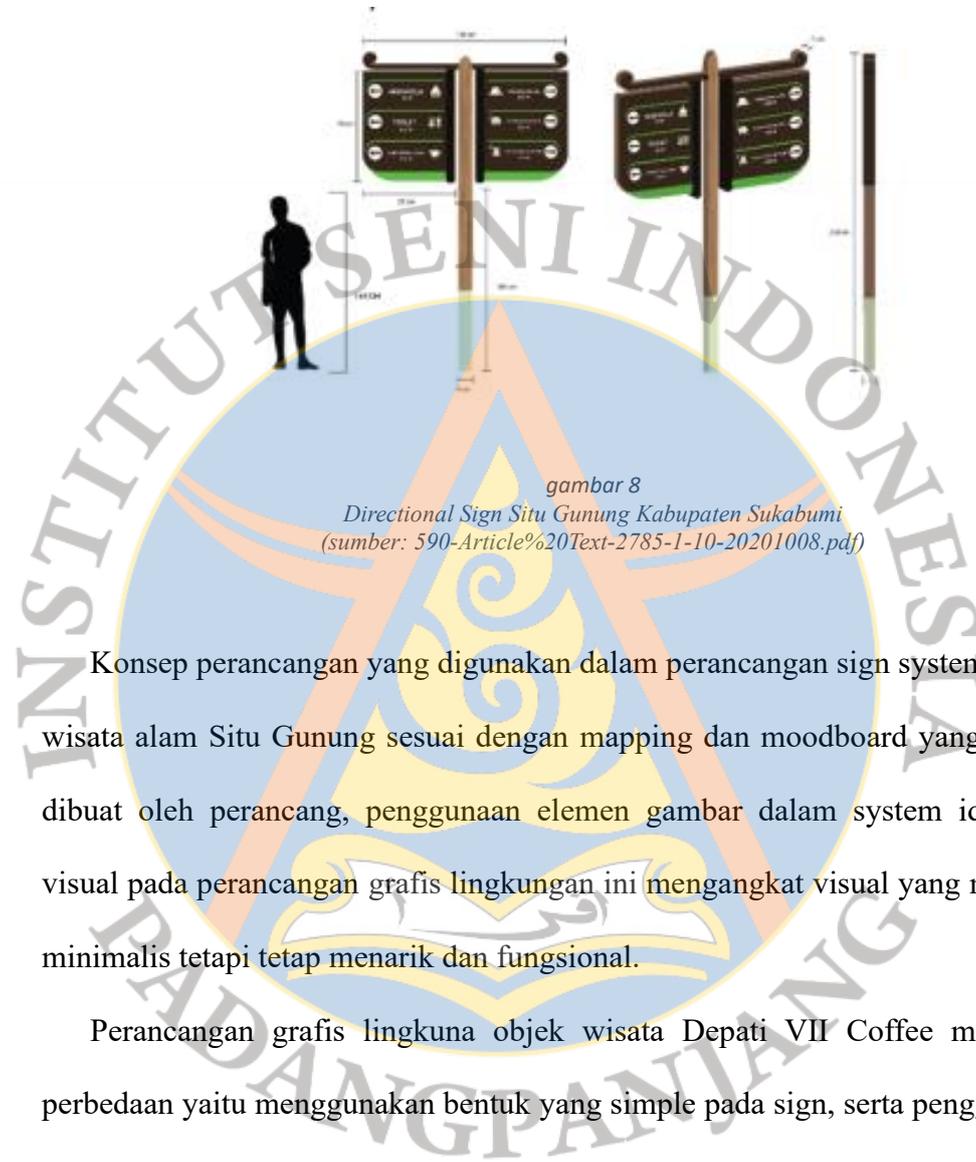


gambar 7

*Perancangan grafis lingkungan wisata alam Situ Gunung Kabupaten Sukabumi
(sumber: 590-Article%20Text-2785-1-10-20201008.pdf)*

Tujuan dari perancangan grafis lingkungan wisata alam Situ Gunung Kabupaten Sukabumi ini adalah untuk membangun citra tempat dengan menunjukkan identitas tempat pada obyek wisata alam Situ Gunung di

Kabupaten Sukabumi Jawa Barat agar lebih komunikatif, lebih estetik, lebih memudahkan pengunjung memperoleh informasi yang ada di kawasan tersebut.



gambar 8
Directional Sign Situ Gunung Kabupaten Sukabumi
(sumber: 590-Article%20Text-2785-1-10-20201008.pdf)

Konsep perancangan yang digunakan dalam perancangan sign system objek wisata alam Situ Gunung sesuai dengan mapping dan moodboard yang sudah dibuat oleh perancang, penggunaan elemen gambar dalam system identitas visual pada perancangan grafis lingkungan ini mengangkat visual yang modern minimalis tetapi tetap menarik dan fungsional.

Perancangan grafis lingkungan objek wisata Depati VII Coffee memiliki perbedaan yaitu menggunakan bentuk yang simple pada sign, serta penggunaan warna pada grafis lingkungan Depati VII Coffee yang identic dengan keindahan alam sehingga menggunakan warna yang cenderung memiliki kesan alami dan natural, serta dapat menambah keestetikan kawasan Depati VII Coffee.

3. Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci



gambar 9

Bentuk Map Sign Objek Wisata Air Panas Semurup

(Sumber: [perancangan grafis lingkungan objek wisata air panas semurup kabupaten kerinci.pdf](#))

Grafis lingkungan objek wisata Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci merupakan salah satu sign system yang dirancang untuk kawasan wisata air panas yang terdapat 2 objek sumber air panas. Dikarenakan tempat wisatanya yang cukup luas dan terdapat beberapa tempat fasilitas yang cukup banyak sehingga dibutuhkan sebuah petunjuk arah untuk mempermudah pengunjung mencari informasi.

Konsep yang digunakan dalam perancangan grafis lingkungan objek wisata Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci ini menggunakan elemen desain yang menginterpretasikan karakteristik wisata tersebut. Dapat dilihat dari pemilihan warna kuning yang memberi kesan hangat yang diambil dari elemen utama yaitu air panas. Teknik yang digunakan dalam perancangan ini sama seperti pada umumnya, hanya saja menggunakan konsep yang berbeda.

Konsep yang akan dihadirkan nantinya memiliki pertimbangan karakteristik wisata Depati VII Coffee. Konsep karakteristik perbukitan memiliki keselarasan dengan konsep ini. Bentuk visual *sign* yang nantinya akan disesuaikan dengan pertimbangan keamanan *sign* yang akan dirancang. Wujud dan bahan yang digunakan nantinya akan dipertimbangkan ketahanan dan derajad cuaca, kontur tanah, ataupun dari segi estetika Garapan grafis lingkungan.

E. Landasan Teori

Dalam merancang Grafis Lingkungan ini, diperlukan landasan teori yang sesuai untuk kebutuhan desain agar rancangan 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

Desain grafis lingkungan, atau *Environmental Graphic Design* adalah bidang desain multidisiplin dimana disiplin ilmu desain grafis, arsitektur, seni, pencahayaan, lanskap, dan bidang lainnya digunakan sebagai cara untuk meningkatkan pengalaman pengguna melalui terjemahan visual ide dalam lingkungan binaan.

Grafis lingkungan merupakan komunikasi grafis mengenai sebuah informasi yang ditemukan dalam sebuah lingkungan (*environment*) (Calori and Vanden-Eynden, 2015). Secara visual menghubungkan orang ke tempat-tempat untuk meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan dengan menciptakan suasana tempat yang lebih mudah diingat, menarik, informatif, atau

lebih mudah dinavigasi. Menurut Wayne Hunt (Calori and Vanden-Eynden, 2015) *Environmental Graphic Design* mempunyai 3 komponen antara lain :

a. *Signage* dan *wayfinding*.

Berguna untuk menuntun dan membawa audiens ke sebuah tempat dengan menunjukkan jalan/lokasi.

b. *Interpretation*

EGD berfungsi untuk memaparkan informasi terhadap tempat/lokasi dan informasi dapat diinterpretasi serta dimengerti.

c. *Placemaking*

Berfungsi untuk memberi identitas ke sebuah lokasi, bertujuan agar tempat itu dapat dikenal dan mudah diingat oleh audiens.



2. Sign System

Sign jika diterjemahkan berarti tanda. *Sign* merupakan sebuah komunikasi yang dapat berbentuk verbal dan visual. *Sign system* dalam konteks desain komunikasi visual merupakan rangkaian representasi visual yang memiliki tujuan

sebagai media interaksi manusia dalam ruang publik (Tinarbuko: 2012). Keberadaan *sign system* tidak bisa lepas dan sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari manusia karena *sign system* lah yang memudahkan informasi dalam ruang publik.

Menurut Saussure tanda adalah kesatuan dari dua bidang tak terpisahkan, yaitu tanda dan sistem dimana sebuah tanda (berwujud kata atau gambar) memiliki dua hal yang akan ditangkap oleh indra kita, *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) (Tinarbuko, 2012). 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 diungkap penanda. Kesimpulannya, hubungan antara keduanya lah yang melahirkan makna.

a. Jenis-jenis *sign system*

Menurut Abdiansyah (2017:8) berdasarkan fungsinya terbagi menjadi 5 bagian yaitu sebagai berikut:

1) *Sign* untuk Informasi (*Information Sign*)

Sign ini biasanya digunakan untuk menuntun audiensnya dengan menginformasikan dimana suatu lokasi berada, juga disaat kantor-kantor atau toko-toko yang sedang buka atau tutup, dan informasi-informasi lainnya.

2) *Sign* untuk Petunjuk Arah (*Direction Sign*)

Sign yang termasuk dalam kelompok ini mencakup arah panah yang mampu mengarahkan pemakainya menuju ke suatu tempat, seperti sebuah ruangan, toko, jalan, atau fasilitas lain.

3) *Sign* untuk Pengenal (*Identification Sign*)

Sign ini dipakai untuk menunjukkan suatu identitas, seperti sebuah kantor, toko, fasilitas, atau sebuah gedung.

4) *Sign* untuk Larangan dan Peringatan (*Regulatory Sign*)

Sign ini bertujuan untuk menginformasikan mengenai apa yang tidak boleh dikerjakan atau dilarang. Selain itu, *sign* ini juga menginformasikan agar audiens berhati-hati. Biasanya, dalam penerapannya dikombinasikan dengan kata-kata atau dipakai sebagai simbol-simbol.

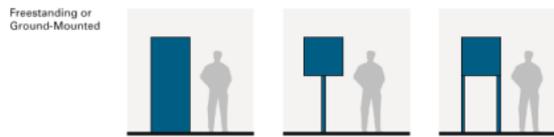
5) *Sign* Untuk Pemberitahuan Resmi (*Official Notice*)

Sign ini menunjukkan informasi tentang pemberitahuan resmi agar tidak dikacaukan dengan tanda-tanda petunjuk (*orientation sign*).

b. Bentuk *sign system*

Sign system pasti mempunyai beragam jenis bentuk, diletakkan sedemikian rupa baik dipasang ke atas langit-langit atau ke dalam sesuatu. Ada yang vertikal ada yang horizontal atau ada yang ditancap pada tanah. Menurut Calori dan Vanden-Eynden (2015) terdapat 4 bentuk dasar *sign system* berdasarkan pemasangan antara lain :

- 1) *Freestanding* atau *ground-mounted*. Dimana bagian bawah dari *sign* dipasang secara horizontal pada permukaan tanah (menancap).



*gambar 11
Frestanding Sign*

(Sumber : repository.unpas.ac.id, 2011)

- 2) *Suspended* atau *ceiling-hung*. Dimana *sign* digantung di atas langit-langit, dipasang secara horizontal.



*gambar 12
Suspended*

(Sumber : repository.unpas.ac.id, 2011)

- 3) *Projecting* atau *flag-mounted*. Dimana *sign* diletakkan tegak lurus dengan permukaan tempat yang akan dipasangkan.



*gambar 13
Flag-Mounted*

(Sumber: repository.unpas.ac.id, 2011)

- 4) *Flush* atau *flat wall-mounted*. Dimana *sign* seperti ditempel, terpasang datar dan sejajar dengan permukaan pemasangan vertikal, seperti di dinding.



gambar 14
Flat wall - mounted
(Sumber : repository.unpas.ac.id, 2011)

c. Kriteria *sign system*

Sign system memiliki arti lain seperti sebuah jalan pintas selain menjadi simbol untuk menggambarkan sesuatu, *sign system* adalah penunjuk arah kepada kita untuk menemukan tempat tertentu. Menurut Tinarbuko (2008) *sign system* yang baik harus memenuhi 4 (empat) kriteria yaitu:

1) Mudah dilihat

Penempatan *sign system* juga harus dipikirkan secara tepat, dan penempatan *sign system* yang baik yaitu di tempat yang mudah diakses orang.

2) Mudah dibaca

Bentuk huruf dan tipografi yang digunakan dalam *sign system* sebisa mungkin dapat terbaca baik.

3) Mudah dimengerti

Bentuk penulisan yang tertera pada *sign system* harus mudah dipahami. Oleh semua kalangan dari semua usia, bentuk tulisan juga sebisa mungkin dibuat singkat, padat.

4) Dapat dipercaya

Kebenaran informasi yang ada dapat dipercaya dan tidak menyesatkan.

d. Fungsi *sign system*

Kegunaan *sign system* menurut Phil dan Catherine (2011) dapat dibagi ke dalam dua bagian, yaitu:

1) *Sign* sebagai pemberi informasi

Sign yang termasuk dalam kelompok ini biasanya untuk memberikan pengarahan-pengarahan dan informasi yang terkait. Informasi yang dimuat dalam sebuah *sign system* sebaiknya terbatas pada inti yang penting dan ditampilkan secara konsisten. *Sign* tidak harus menjelaskan secara spesifik, tapi mampu menyampaikan maksud dan kegunaannya dengan jelas. Ukuran dan maksud dari *sign system* ini mempunyai dampak yang besar pada tampilannya.

2) *Sign* sebagai pengontrol

Sign di dalam kelompok ini lebih mengarah pada perilaku manusia, daripada tujuan yang hendak dicapai. Penggunaan ekstensif dari simbol-simbol, atau piktogram telah diperdebatkan selama bertahun-tahun untuk membentuk suatu tanda internasional yang menyatukan perbedaan-perbedaan nasional. Selain kedua fungsi di atas, *sign system* juga berfungsi sebagai dekoratif atau penghias, misalnya *banner* dan *flags*. Biasanya *sign system* jenis ini tidak mengarahkan atau mengidentifikasi pesan, namun lebih dipakai untuk mempromosikan tempat/ *event*/ hal-hal yang lainnya.

3. *Pictogram*

Pictogram adalah simbol yang mengacu pada sebuah benda, kegiatan, proses, atau konsep. Karakteristik *pictogram* adalah kesamaan desain *stilasi* atau bentuk penyederhanaan yang hanya menggunakan aspek atau detail terpenting dari sebuah objek, kegiatan, proses, dan konsep yang paling *informatif*.

Pictogram lazim digunakan di area *olimpiade*. *Pictogram* digunakan secara resmi pada *olimpiade* Inggris pada tahun 1984, dan mulai rutin digunakan sejak *olimpiade* Jepang pada tahun 1986, karena *olimpiade* dihadiri oleh berbagai peserta dari berbagai suku bangsa dan bahasa. Maka penggunaan *pictogram* dipandang bisa memudahkan komunikasi, menggambarkan cabang-cabang olahraga yang dilombakan. *Pictogram* digunakan pada tiket, *sign system*, dan lainnya, dengan demikian sehingga peserta dengan mudah dapat mencari tempat kegiatan berlangsung. Sejarah *pictogram* sebenarnya diawali lukisan-lukisan pra sejarah, kebudayaan Mesir, China, dan Sumeria sudah menggunakannya sejak hampir 5000 tahun silam, tulisan China yang bertahan, pada dasarnya penerapan *pictogram*. *Pictogram* mudah dipahami karena bentuknya berupa menyederhanakan dan tidak sekedar menyimbolkan.

Dalam perancangan *pictogram* harus menggunakan prinsip "sisakan yang paling esensial". *Pictogram* dirancang sedemikian rupa sehingga siapapun dapat memahaminya dengan benar meskipun memiliki budaya dan bahasa yang berbeda. Dalam proses merancang *pictogram*, seseorang perancang tidak bisa memaksa obsesi pribadinya. Hal ini karena *pictogram* harus dipahami orang awam dari beragam latar belakang yang berbeda. Seorang perancang ketika

merancang *pictogram* harus memposisikan dirinya sebagai orang awam. Sama seperti orang lain melihat sebuah *pictogram*.

4. Unsur Desain

Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, diperlukan beberapa unsur yang disusun menjadi karya desain yang selaras, serasi dan seimbang dalam kesatuan, unsur-unsur tersebut yaitu titik, garis, bidang, ruang, warna, dan tekstur (Kusrianto, 2007).

a. Titik

Titik atau spot merupakan yang menandai sebuah tempat. Tidak memiliki panjang dan lebar, tidak mengambil daerah atau ruang, merupakan pangkal dan ujung sepotong garis, serta merupakan perpotongan atau pertemuan antara dua garis.

b. Garis

Garis merupakan unsur yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis biasa dikenal sebagai batas limit suatu bidang atau warna. Garis mempunyai ciri khas yaitu mempunyai arah serta dimensi yang memanjang. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

c. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu

bidang geometri/ beraturan dan non-geometri/ tidak beraturan. Bidang dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

d. Warna

Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Dalam seni rupa, warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di permukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah. Setiap warna mampu memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai kondisi sosial pengamatnya.

e. Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antara objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi menjadi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan 13 ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

f. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur halus dan kasar, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya tekstur digolongkan menjadi tekstur

nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Sedangkan, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan.

5. Prinsip Desain

Desain grafis dirancang sebagai media komunikasi sebuah pesan atau ungkapan kreatif untuk tujuan informasi. Untuk mengkasihkan desain yang baik, maka perlu memahami prinsip-prinsip desain grafis yang ada. Prinsip-prinsip dalam desain antara lain :

a. Kesatuan (*Unity*)

Unsur kesatuan berarti terjadi keharmonisan dalam tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain yang lainnya. Menghadirkan keharmonisan dalam desain yang hanya satu muka seperti poster, akan lebih mudah mengaturnya. (Casofa & Isa, 2013).

b. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan berarti pembagian sama berat dalam komposisi desain. Artinya, menciptakan kesan sama berat, baik simetris maupun asimetris. Dalam hal ini ada dua pembagian. Pertama, keseimbangan formal, yaitu membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara. Kedua, keseimbangan asimetris, yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan kanan, namun terasa seimbang. Pada dasarnya tidak terjadi keseimbangan secara harfiah, tapi pembagian berat yang enak dilihat dan mengesankan seimbang. Penyusunan visualnya tidak

hanya terbatas pada gambar, tapi juga pada warna, value, bidang, tekstur, dan elemen lain yang memberikan kesan seimbang.

c. Proporsi (*Propotion*)

Penekanan adalah cara untuk menentukan bagian mana yang menjadi prioritas dalam desain. Proporsi termasuk prinsip dasar desain untuk memperoleh keserasian.

d. Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan yang ingin disampaikan kepada *audience*. Bisa dilakukan dengan cara beragam cara, misalnya warna yang sangat mencolok, ukuran sangat besar, huruf menarik dan elemen lain yang membuat audiens terpujau. Adapun beberapa aturan untuk menciptakan penekanan menarik, antara lain :

- 1) Kontras, yaitu objek yang paling penting peranannya dibuat berbeda dengan elemen-elemen lainnya. membuat berbeda bisa dengan membuat suatu objek vertikal saat objek lain horizontal, atau membuat satu objek berwarna terang saat objek lain berwarna gelap.
- 2) Isolasi objek, dilakukan dengan cara memisahkan objek paling penting dari sebuah kerumunan. Objek keluar dari sebuah kerumunan akan lebih mudah ditangkap mata terlebih dahulu daripada yang berada dalam sebuah kerumunan.
- 3) Penempatan objek, suatu objek akan menjadi pusat perhatian manakala konsumen sanggup tertahan beberapa saat untuk memperhatikan visual yang ditampilkan.

e. Irama (*Rhythm*)

Memberikan unsur irama pada elemen visual juga memberikan keterpukauan bagi *audiens*. Irama adalah gerak yang teratur dan terus-menerus.

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).

Di sini dapat dilihat, bahwa hubungan antara simbol sebagai penanda dengan sesuatu yang ditandakan (petanda) sifatnya konvensional. 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*). Berarti mewakili atau menggantikan tanda melalui *interpretant*. Menurut teori

pierce (north, 1995:45), tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan kedalam ikon, indeks, dan simbol.

Penggunaan teori pierce ini sangat sesuai dengan perancangan grafis lingkugnan di kompleks dinas pemerintahan Deli Serdang dengan menggunakan ikon, indek, dan simbol membuat prancangan garfis lingkugnan ini memiliki nilai semiotika yang mewakili identitas setiap perancangan dalam bentuk tanda penyampain.

Semiotika menurut Saussure didasarkan pada anggapan bahwa perbuatan dan tingkah laku manuasia membawak makna atau selama berfungsi sebagai tanda maka dari itu penulis memilih teori dari peirce 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 karna semiotika bagaimana manuasia bernalar mengaktikan sebuah tanda bukan sifat dan tingkah laku adalah semiotika (piliang, 2009 :11-12). Semiotika menurut pierce di bagi 3 yaitu:

- a. 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)
- b. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilkannya atau disebut juga tanda sebagai bukti.(piliang, 2009 : 17)

- c. 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. Estetika

Estetika adalah cabang ilmu yang mendalami tentang nilai, terutama nilai keindahan. Dalam konteks desain komunikasi visual, istilah estetika ini berada dalam lingkup yang lebih sempit, terkait dengan ranah filsafat seni (Braembussche, 2006). Berbagai wilayah ilmu yang bersinggungan, mendukung, atau menjadi bagian dari estetika diantaranya seni dan estetika.

a. Estetika Dengan Seni

Estetika dengan seni lebih memperhatikan karya seni ketimbang alam. Hal ini menunjukkan hubungan erat antara estetika dengan seni. Jhon Lechte menyatakan, “Estetika, atau estetis, pada umumnya dipakai sebagai sinonim seni”.

Dalam estetika bentuk seni dibahas secara rinci seperti struktur seni rupa yang dibagi dalam unsur desain, prinsip desain, dan asas desain. Dalam perancangan grafis lingkungan di kompleks pemerintahan kabupaten Deli Serdang terlebih dahulu dilakukan pendekatan estetika dengan cara mempertimbangkan elemen-elemen seni rupa untuk mempelajari mengenai apa saja yang menarik dan mampu dijadikan sebagai sumber ide dalam perancangan grafis lingkungan di kompleks pemerintahan kabupaten Deli Serdang.

b. Estetika Dengan Semiotika

Semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda. Semiotika banyak menekankan pada proses kerja tanda dalam kesadaran manusia. Untuk itu, semiotika juga didefinisikan sebagai ilmu untuk menganalisa tanda atau kajian tentang sistem penandaan. Adapun proses penandaan atau proses penerimaan suatu tanda oleh interpreter disebut semiosis.

Hubungan antara estetika dengan semiotika terlihat pada penggunaan istilah “estetis” (proses estetis) yang merupakan adaptasi dari istilah “semiosis”. Dengan kata lain, estetika meminjam kerangka analisis semiotika untuk cara kerjanya. Secara khusus, kajian estetika yang memanfaatkan kerangka analisis semiotika disebut “estetika semiotis”.

c. Morfologi Estetik

Munro memberi nama “morfologi estetis” (*aesthetic psychology*) bagi estetika yang berhubungan dengan aktivitas, perilaku, dan pengalaman manusia. Morfologi estetis merupakan kajian mengenai struktur bentuk suatu objek, dimana bentuk dideskripsikan secara teknis melalui unsur seni dan prinsip desain. Morfologi estetis selalu berhubungan dengan perihal bentuk, juga membahas ekspresi yang dihasilkan dari bentuk dan unsur-unsur pembentuk sebuah objek.

Tujuan pendekatan dengan menggunakan morfologi estetis pada kajian ini adalah untuk memudahkan dalam mendeskripsikan secara lebih jelas mengenai bentuk visual, gaya (style), dan ekspresi pada karya seni, berbagai

macam bentuk dari alam maupun buatan manusia. Segala sesuatu yang tampak dari benda (visual) memiliki elemen unsur garis, bentuk, dan warna.

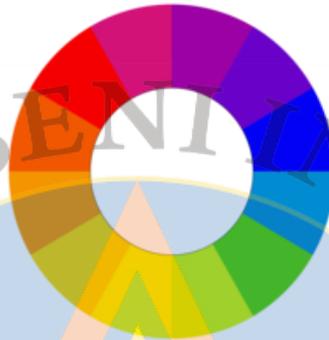
Perancangan grafis lingkungan di Objek Wisata Depati VII Coffee menggunakan morfologi bentuk untuk perancangan pictogram. Dimana dalam perancangan ini perubahan terjadi dalam perubahan bentuk deformasi. Deformasi yaitu perubahan susunan bentuk yang dilakukan dengan sengaja untuk kepentingan seni, yang sering terkesan sangat kuat/besar sehingga kadang-kadang tidak lagi berwujud figur semula atau sebenarnya, sehingga hal ini dapat memunculkan figur/karakter baru yang lain dari sebelumnya. Adapun cara mengubah bentuk antara lain dengan cara: simplifikasi (penyederhanaan), distorsi (pembiasan), distruksi (perusakan), stilisasi (penggayaan) atau kombinasi di antara semua susunan bentuk (mix).

8. Gestalt

Gestalt merupakan istilah psikologi yang berarti “kesatuan yang utuh”. Teori ini menjelaskan tentang proses penyatuan dan pengorganisasian komponen-komponen yang berbeda supaya membentuk visual atau pola yang memiliki unsur kesatuan atau kemiripan. Selain itu, teori *Gestalt* ini juga mencakup hal yang pada teori persepsi visual yang dikembangkan oleh psikologi dari Jerman pada tahun 1920. Teori *Gestalt* banyak menjelaskan bagaimana persepsi visual dapat terbentuk. Persepsi tersebut dapat terbentuk melalui : 1) Kesamaan bentuk (*similarity*), 2) Kesenambungan pola (*continuity*),

3) Penutupan bentuk (*closure*), 4) Kedekatan posisi (*proximity*), 5) *Similarity*, dan 6) Gambar dan Latar (*figure and ground*).

9. Warna



gambar 15
Warna

(Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Warna,2022>)

Teori warna atau *color theory* merupakan acuan yang digunakan oleh seorang desainer untuk menyampaikan pesan kepada pengguna. warna dapat membuat sebuah logo, desain, maupun benda tertentu menjadi tampak lebih hidup. Maka dari itu teori warna atau *color theory* merupakan komponen utama yang harus dipegang teguh oleh seorang desainer.

Warna dapat diartikan menjadi dua bagian yaitu warna secara fisik dan warna secara psikologi. Warna secara fisik merupakan sifat suatu cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis warna diartikan sebagai bagian dari pengalaman dari mata. Sajiman Ebdy Sanyoto (2005: 9). Sedangkan menurut Endang Widjajanti Laksono (1998:42) warna adalah bagian dari cahaya yang dipantulkan dan diteruskan. Selanjutnya, Sulasmi Darma Perwira (1989:26) mengemukakan warna merupakan fenomena alam berupa cahaya yang berisi warna pigmen dan spektrum atau Pelangi.

Teori Brewster pada tahun 1831 mengemukakan teori pengelompokan warna yang ada di alam menjadi empat kelompok diantaranya warna primer, sekunder, tersier, dan netral (Ali Nugraha, 2008:35). Berikut paparan tentang lingkaran warna yang dikemukakan oleh Brewster:

a. Warna Primer

Warna primer merupakan warna dasar yang tidak memiliki campuran dari warna manapun. Prang mengemukakan warna primer tersusun atas warna kuning, merah dan hijau (Ali Nugraha, 2008:37). Tetapi penelitian menyatakan warna primer yang masih digunakan sampai saat ini, yaitu merah terlihat seperti darah, biru yang terlihat seperti langit ataupun laut, dan kuning seperti warna kuning telur. Tiga warna ini dipakai dalam seni rupa dan dikenai sebagai warna pigmen.

b. Warna sekunder

Warna sekunder merupakan hasil dari perpaduan warna primer dengan porsi 1:1. Teori Blon membuktikan campuran dari warna primer menghasilkan warna sekunder. Ketika warna kuning dan merah dicampur menghasilkan warna jingga, sedangkan jika warna biru dan kuning menghasilkan warna hijau dan percampuran warna merah dan biru akan menghasilkan warna ungu,

c. Warna tersier

Warna tersier adalah campuran antar warna primer dan sekunder dengan perbandingan 1:1 . Istilah warna tersier mulai di pakai dikarenakan

mengarah pada warna netral dengan cara mencampurkan tiga warna primer dalam sebuah ruang warna.

d. Warna Netral

Warna netral merupakan hasil pencampuran tiga warna dasar dengan proporsi 1:1:1. Kemudian pencampuran warna tersebut menghasilkan warna putih atau kelabu didalam system warna cahaya aditif, didalam system warna subtraktif pada cat menghasilkan warna coklat, kelabu atau hitam. Warna ini sering difungsikan menjadi penyeimbang warna kontras di alam.

Jadi secara keilmuan desain komunikasi visual, warna merupakan sebagai identitas maupun symbol 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.

Dari penjelasan diatas penulis mengambil kesimpulan bahwasanya warna sangat berpengaruh di dalam segala aspek kehidupan manusiawi dan berfungsi sebagai pengenalan objek, untuk membangkitkan emosi dan sebagai identitas suatu objek. Warna juga berpengaruh terhadap emosi dan psikologis pengamatnya.

10. Tipografi

Tipografi merupakan hal yang penting dalam suatu media, selain dapat memberikan kesan estetik juga dapat berfungsi sebagai penyampain informasi

yang bersifat verbal tentunya. Misalkan dalam suatu media sign system apabila terdapat target audiences yang kurang pemahaman terhadap bahasa visual, maka mereka dapat mengalih perhatiannya pada pesan menggunakan tipografi, selanjutnya kembali memperhatikan visual yang disampaikan. Hal ini dapat mempermudah pemahaman target audiences akan pesan yang disampaikan melalui kombinasi antara visual dan verbal.

Tipografi adalah bidang keilmuan yang membahas dan mengupas seluk beluk huruf. Studi tipografi sangat penting untuk perancangan ini karena efektif atau 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).

Teori yang dikutip dari buku Mendesain Logo juga dikatakan *Legibility* berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan huruf/karakter. *Readability* berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks. Teks yang *readable* berarti keseluruhan mudah dibaca. (Suriyanto Rusatan, 2011 : 74-75).

Mendesain suatu tipografi untuk kepentingan suatu logo atau *landmark*, anatomi dan kesan huruf haruslah sesuai dengan *picture mark* agar keseluruhan

dari *landmark* menjadi satu kesatuan yang utuh. Huruf yang sudah didesain dengan sangat indah saja belum tentu menjamin efektifitasnya sebagai penyampai pesan. Oleh sebab itu perlu keseimbangan antara *Picture Mark* dan *Letter Mark*, agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan persepsi yang berbeda-beda. Selain dari itu tingkat *Legibility* dan *Readability* dalam suatu huruf juga harus diperhitungkan. Hal ini merupakan sebagai pembeda dan keterbacaan huruf, agar pesan yang disampaikan efektif secara keseluruhan.

11. Depati VII Coffee

Kota Sungai Penuh dulunya secara administratif masih termasuk di dalam Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi. Kemudian pada tanggal 8 Oktober 2009 Kota Sungai Penuh disahkan oleh Menteri Dalam Negeri menjadi Kotamadya. Bumi Sakti Alam Kerinci sendiri terkenal dengan wisata alam nya yang indah. Salah satunya adalah Depati VII Coffee.



gambar 16
Plang Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman, 2022)

Depati VII Coffee merupakan objek wisata berbasis alam dengan konsep edukasi kopi dan budaya Kerinci yang dikelola oleh Jamin Spri Mardi sebagai owner. Dengan menawarkan pembelajaran tentang perkembangan kopi mulai dari cara menanam hingga menikmati seduhan kopi. Uniknya lagi Depati VII Coffee terletak di ketinggian 1453 mdpl. Lokasi ini berada di antara perbukitan dan di kelilingi kebun-kebun dan Taman Nasional Kerinci Seblat. Berjarak 14 KM dari Kota Sungai Penuh bertepatan simpang tugu harimau bukit Tapan, dan memakan waktu lebih kurang 30 menit dari pusat kota. Selain melalui kota sungai penuh, terdapat jalur Sekungkung Kabupaten Kerinci yang memakan waktu tempuh kurang lebih 40 menit. Disepanjang perjalanan tidak akan membuat pengunjung bosan karena di suguhi pemandangan alam yang natural dan udara yang segar jauh dari polusi.



gambar 17
Denah Lokasi Depati VII Coffee
(Sumber : Screenshot, 2022)

Depati VII Coffee menyuguhkan pemandangan alam yang memukau diantaranya hamparan bukit – bukit , pegunungan serta keindahan Kota Sungai

Penuh dan Kabupaten Kerinci dari ketinggian. Hal lain yang bisa pengunjung dapatkan di Depati VII Coffee diantaranya dapat beristirahat di pendopo yang telah tersebar di sekitaran objek wisata. Di Depati VII Coffee sendiri jika pengunjung datang di waktu pagi hari ,pengunjung dapat menikmati suasana sejuk dan udara pagi yang segar. Dan jika pengunjung ingin berkunjung disore hari akan di suguhkan pesona terbenamnya matahari dan menjadi momen yang tidak boleh dilupakan.



gambar 18
Pemandangan Depati VII Coffee
(Sumber: Renika Dwi Yulisman, 2022)

Objek Wisata Depati VII Coffee yang luasnya 1,5 hektar pada tahun 2013 awal mulanya murni dibentuk hanya untuk berkebun atau beragro, satu tahun berjalan pemilik melihat dari lingkungan dan pertumbuhan kopi yang bagus hingga tercetus ide untuk dikembangkan menjadi tempat agro wisata. Dan Depati VII Coffee resmi di buka pada 28 April 2019 . Nama Depati VII Coffe sendiri diambil dari *Tambo* dimana bahwasanya bumi Kerinci diatur dan dibagi

oleh depati yang bertujuh. Menurut owner Depati VII Coffee milik Kerinci dari hulu, hilir dan mudik karena mengangkat budaya dari Kerinci hulu, mudik hingga hilir.

Di Depati VII Coffee tidak hanya dapat menikmati secangkir kopi melainkan wisatawan dapat menikmati makanan dan minuman lainnya. Terdapat menu andalan dari Depati VII Coffee yakni Mie TNKS. Untuk soal harga makanan dan minuman masih terjangkau di saku pelajar.

a. Kondisi Depati VII Coffee

- 1) Konsep dari Depati VII Coffee adalah konsep dengan nuansa alam, estetik, adventur dan juga budaya.
- 2) Pondok – pondok dibuat nyaman mungkin dengan menggunakan bahan dasar kayu sehingga menampilkan gaya estetik dan natural.
- 3) Area camping yang luas dan memuat cukup banyak tenda.
- 4) *View* dari atas kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci, hamparan bukit dan udara sejuk.
- 5) Fasilitas : Café, mushalla, balai depati, rumah bilik, kebun kopi, beberapa jenis binatang (kura – kura, burung, musang, dll), dan jenis-jenis tanaman lainnya



gambar 19
Loket Tiket Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman, 2022)

4) Wilayah Pemasaran

Objek wisata Depati VII Coffee merupakan objek wisata keluarga dan anak muda. Selain terkenal di kalangan turis *local*, objek wisata ini juga sering dikunjungi para turis mancanegara. Depati VII Coffee dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam kegiatan seperti kegiatan perusahaan/instansi, Family day, ulang tahun dan lain lain.

Dengan harga tiket masuk yang terjangkau, pengunjung dapat bebas menikmati tiap sudut yang ada di objek wisata ini, terdapat banyak spot foto yang kekinian, seperti : rumah pohon, tugu ketinggian atau puncak Depati VII Coffee, jalan yang dibuat sedemikian rupa sehingga tampak indah dan astetic ,dan banyak lainnya. Depati VII Coffee sendiri juga menyediakan lokasi camping yang sangat strategis menghadap ke bentangan alam perbukitan dan Taman Nasional Kerinci Seblat (TNKS).



gambar 20
Cendra Mata Depati VII Coffee
(Sumber: Renika Dwi Yulisman, 2022)

Depati VII Coffee juga cocok untuk kegiatan outbound Training, banyak perusahaan dan instansi yang melakukan kegiatan tersebut di Depati VII Coffee, udara yang sejuk dan jauh dari polusi udara juga menjadi pilihan yang tepat disini, selain outbound training wisata keluarga juga cocok dilakukan di Depati VII Coffee ini, dan dengan didukungnya fasilitas – fasilitas yang ada seperti area camping yang luas, hingga parker mobil yang representative.



*gambar 21
Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman, 2022)*

5) Gambaran Karakteristik Konsumen

Harga yang diterapkan di objek wisata Depati VII Coffee:

Tiket masuk : 10.000 / perorang

Ngecam paket community : 280.000 / malam

Camping paket VIP koying : 250.000 / orang min 5 – 6 orang.

Beberapa fasilitas yang ada di Depati VII Coffee antara lain :

- 1) Memiliki beberapa pondok
- 2) Pusat jajanan tradisional
- 3) Camping Ground

- 4) Mushalla
- 5) Café
- 6) Toilet
- 7) Rumah hobbit
- 8) Rumah pohon
- 9) Tugu puncak depati VII Coffee

F. Metode Penciptaan

1. Persiapan

Perancangan ini diawali dengan melakukan pencarian data, pengumpulan data dan *research* data. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara kepada masyarakat dan pengunjung serta dokumentasi. Data tersebut selanjutnya dianalisis dengan menggunakan *Signage Pyramid Method*. Penganalisaan dengan metode *signage pyramid method* tersebut di gunakan untuk metode perancangan serta digunakan untuk memecahkan sebuah *environmental graphic design* pada objek wisata Depati VII Coffee.

a. Metode Pengumpulan Data

1) Observasi

Perancang melaksanakan observasi dengan melihat langsung ke semua tempat objek wisata Depati VII Coffee untuk mengambil data visual seperti video dan foto. Setelah melakukan *observasi* di lapangan ditemukan sejumlah permasalahan yang ada seperti, belum adanya *sign* sistem yang benar di objek wisata Depati VII Coffee. Dengan ini, dibutuhkan perancangan grafis lingkungan yang tepat agar *rancangan*

ini bisa mempermudah masyarakat dan pengunjung untuk berinteraksi dengan lingkungan objek wisata Depati VII Coffee dan dapat membuat objek wisata tersebut memiliki *sign* sistem yang baik.

2) Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Objek Wisata Depati VII Coffee yaitu bapak Jamin Sapdi Mardi. Pada saat melakukan wawancara penulis melakukan sesi tanya jawab untuk mendapatkan beberapa informasi mengenai Objek Wisata Depati VII Coffee seperti sejarah Depati VII Coffee, fasilitas yang ada di Depati VII Coffe. Selain dengan pemili Objek Wisata Depati VII Coffee, perancang juga melakukan wawancara dengan pengunjung Objek Wisata Depati VII Coffee untuk mendapatkan informasi mengenai mengapa memilih mengunjungi Objek Wisata Depati VII Coffee, dan apa harapan kedepannya untuk Objek Wisata ini.



gambar 22
Wawancara Bersama owner Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman, 2022)

3) Studi Pustaka

Metode pengumpulan data dengan mengambil dari berbagai media, buku, majalah, jurnal, artikel, surat kabar dan internet. Dokumen – dokumen dari berbagai media akan mendapat berbagai data yang diperlukan, tentunya media – media tersebut dapat dipertanggung jawabkan atas kebenaran datanya.

Dalam kasus ini studi Pustaka berkedudukan sebagai referensi penggarapan dan pengumpulan data dalam perancangan sign system objek wisata Depati VII Coffee. Maka dari itu perlu disiasati dengan cara menggabungkan berbagai referensi, baik itu yang berasal dari buku media cetak maupun media online.

6) Dokumentasi

Mencari informasi mengenai objek wisata Depati VII Coffee dengan mengambil beberapa foto untuk dijadikan bahan dalam perancangan dan media pendukung lainnya yang dianggap perlu dirancang.



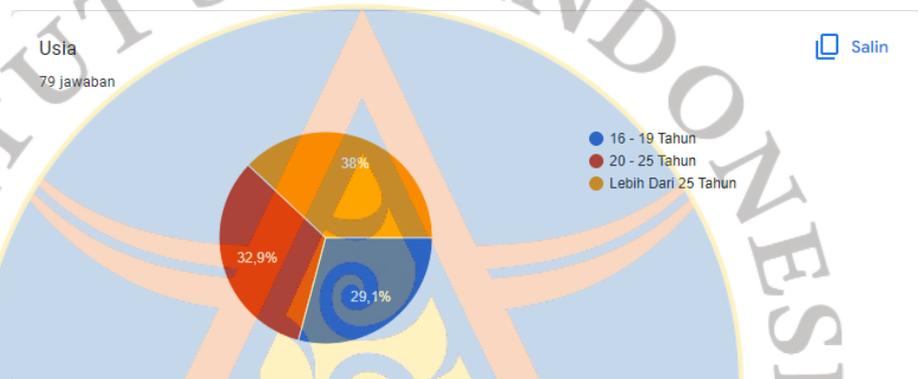
gambar 23
Objek Wisata Depati VII Coffee
(Sumber : Renika Dwi Yulisman, 2022)

7) Kuesioner

Dalam pematangan masalah yang diangkat oleh penulis dalam hal ini Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh yang disebar kepada pengunjung dan masyarakat. Penyebaran quisioner online sebagai bukti lapangan bahwa permasalahan tersebut sesuai dengan fakta lapangan. Sehingga rancangan yang dibuat memang sesuai dengan kebutuhan lapangan sebagai jawaban dari permasalahan yang terjadi (*problem selving*).

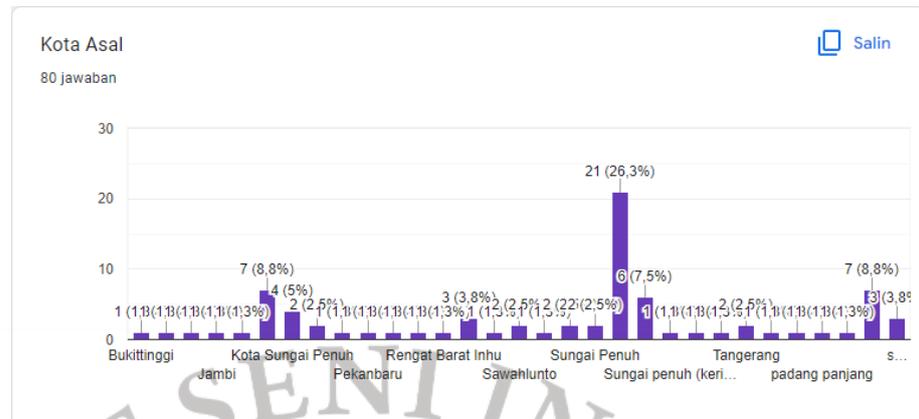
Penyebaran quisoner dilakukan melalui media social *Instagram* dan *WhatsApp* dengan metode *privat chat*.

Dari hasil data yang didapatkan bahwa rentang umur yang didapatkan dari respon bahwa kisaran tertinggi berada pada usia lebih dari 25 tahun dengan respon sebesar 38%, direntang usia 20 – 25 tahun 32,9% responden, dan di rentang usia 16 – 19 tahun 29,1% responden.



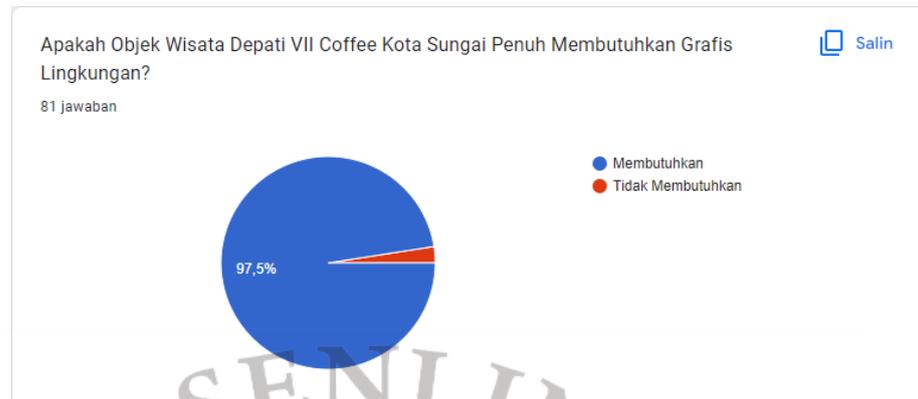
gambar 24
Usia Responden
(Sumber: Google From, 2022)

Sedangkan domisili responden secara umum berada di wilayah kota Sungai Penuh sebesar \pm 95% responden dan selebihnya berada 5% di luar wilayah Kota Sungai Penuh.



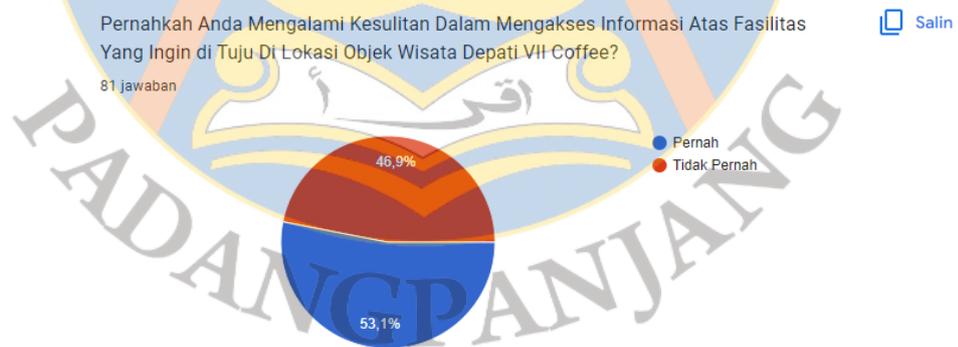
gambar 25
 Domisili Responden
 (Sumber: Google From, 2022)

Selain berkaitan dengan informasi personal tentunya ada pertanyaan yang berkaitan dengan rancangan. Kepentingan rancangan grafis lingkungan di objek wisata Depati VII Coffee menurut responden perlu diatur ulang dan dihadirkan dengan lengkap. Diantaranya efektifitas dari kegunaan Sign Sistem dilokasi objek wisata Depati VII Coffee apakah dibutuhkan atau tidak. Responden menjawab membutuhkan sebanyak 97,5 % dan 2,5% menjawab tidak membutuhkan. Maka dari hal ini dapat kita lihat responden masyarakat umum menyatakan peran grafis lingkungan sangat penting di Kawasan Depati VII Coffee.



gambar 26
Seberapa Penting Grafis Lingkungan Di Objek Wisata
(Sumber: Google Form, 2022)

Responden yang berkunjung ke objek wisata ini pernah mengalami kesulitan dalam mengakses informasi, dikarenakan tidak efektif dan informasinya grafis lingkungan (Sign Sistem). Dapat dilihat pada responden kesulitan mengakses fasilitas di lokasi wisata sebanyak 46,9 % dan 53,1% tidak pernah kesulitan.



gambar 27
Kesulitan dalam mengakses fasilitas di Objek Wisata
(Sumber: Google From, 2022)

b. Ruang Lingkup Perancangan

Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh agar perancangan ini tercapai target yang ingin dituju maka diberikan batas ruang lingkup pada

perancangan grafis lingkungan Objek Wisata Depati VII Coffee Kota Sungai Penuh. Berikut ini merupakan penjabaran ruang lingkup perancangan yang terbagi 3 yaitu ruang lingkup demografi, geografi, dan psikografi. Aspek ini dilakukan untuk mengklarifikasi target yang dituju dengan penjabaran sebagai berikut:

1) Geografis

- a) Wisatawan berasal dari daerah Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci
- b) Wisatawan Lokal Daerah dan Kawasan Provinsi Jambi
- c) Wisatawan Nusantara / seluruh Indonesia

2) Demografis

- Usia : +17 tahun
- Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
- Pendidikan : Tidak membatasi pada bidang pendidikan
- Strata Sosial : Semua Kalangan

3) Psikografis

Secara psikografis, target audien yang dituju pada perancangan grafis lingkungan objek wisat Depati VII Coffee di Kota Sungai Penuh ini adalah masyarakat yang menyukai wisata alam, pecinta kopi, menyukai aktivitas berkumpul bersama di outdoor, suka mengalokasikan waktu luang untuk berliburan beberapa hari, dan kategori orang yang aktif.

2. Perancangan

a. Metode Analisis Data

1) *Signage Pyramid Method*

Calori & Vanden-Eynden memaparkan bahwa fungsi utama dalam sebuah sistem tanda atau EGD adalah untuk memberikan informasi mengenai lingkungan terkait kepada pengunjung yang ada dalam lingkungan tersebut, dan informasi tersebut disampaikan melalui grafis yang ditampilkan dalam obyek fisik (Calori & Vanden-Eynden, 2015, pp. 81–83). Berdasarkan pemahaman tersebut, Calori & Vanden-Eynden melihat bahwa terdapat tiga aspek yang terpisah namun berhubungan yang membentuk sebuah sistem tanda. Ketiga hal tersebut adalah:

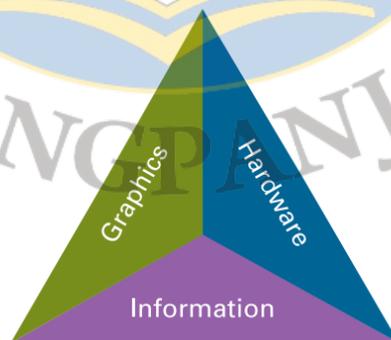
- a) *Information Content System*, atau muatan informasi yang perlu ditampilkan dalam sistem tanda tersebut.

Dalam hal ini objek wisata Depati VII Coffee memiliki gerbang pertama yang berada 50 m dari pintu masuk, setelah melalui gerbang pertama terdapat pintu masuk yang berada di sebelah kiri dan area parkir berada di luar perkarangan objek wisata Depati VII Coffee. setelah pintu masuk terdapat tempat pembelian tiket beranjak dari sana jika kita jalan kedepan terdapat pendopo dan caffè, disebalik caffè tersebut terdapat mesin penggilingan coffee manual, pada bagian sebrang penggilingan terdapat dapur kotor. Setelah

persimpangan kita dapat menemukan toilet, musholla, dan dapur kotor.

Didepati Coffee ini terdapat beberapa persimpangan, selanjutnya jika kita kearah utara kita dapat menemukan puncak Depati VII Coffee dan rumah pohon. Diarea samping rumah pohon terdapat lahan kosong dan lahan kosong ini merupakan lokasi camping dengan pemandangan yang menghadap taman Kerinci Seblat (TNKS). Diarea Tengah objek wisata dipenuhi pendopo, kebun kopi dan kursi – kursi tempat bersantai. Pada bagian area bawah objek wisata Depati VII Coffee terdapat rumah hobbit dan jembatan.

- b) *Graphic System*, atau tampilan grafis dari informasi yang ditampilkan dalam sistem tanda tersebut.
- c) *Hardware System*, atau material/medium dimana informasi tersebut ditampilkan dalam sebuah sistem tanda.



gambar 28
tiga komponen dari signage pyramid method
(Sumber : Calori and Vanden-Eynden, 2015)

Table 1

Deskripsi *Signage Pyramid Methode* Objek Wisata Depati VII
Coffee Kota Sungai Penuh

Komponen <i>signage pyramid method</i>	Deskripsi
<i>Information Content System</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi deskriptif tempat 2. Informasi nama fasilitas 3. Informasi arah menuju fasilitas 4. Himbauan dan larangan
<i>Graphic System</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan ikon 2. Penggunaan font dengan karakteristik formal 3. Penggunaan warna putih, , hitam dan hijau.
<i>Hardware System</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bahan dasar kayu sebagai media penyampaian informasi utama yang ada. Kayu dapat digunakan diluar ruangan dan tidak sulit dalam menempatkannya. 2. Menggunakan aluminium sebagai struktur EGD. Aluminium juga digunakan untuk jenis signage outdoor karena memiliki daya tahan yang baik terhadap cuaca.

b. Strategi Prancangan

Target sasaran dalam perancangan grafis lingkungan ini adalah khalayak yang berada di kota Sungai Penuh. Dalam merancang grafis lingkungan ini dibutuhkan elemen-elemen visual yang nantinya dijadikan sebagai media dalam pembentukan grafis lingkungan ini. Penggunaan tipografi, warna serta ikon disesuaikan dengan ciri khas dan hal ikonik yang berasal dari objek wisata Depati VII Coffee. Untuk pictogram akan menampilkan visual yang sederhana yang dapat dimengerti oleh

pengunjung dengan tepat. Pictogram nantinya dijadikan sebagai sarana komunikasi bagi pengunjung untuk berbagai informasi dan fasilitas yang ada di objek wisata Depati VII Coffee. Kehadiran pictogram ini akan berguna untuk memandu masyarakat dan wisatawan agar lebih mempermudah mengakses informasi saat berada objek wisata Depati VII Coffee ini.

3. Perwujudan

a. Strategi Media

Untuk pembuatan grafis lingkungan objek wisata Depati VII Coffee yang bertujuan membuat audiens mudah untuk mengidentifikasi letak dan wilayah objek wisata Depati VII Coffee. Berdasarkan hasil analisis serta hasil brainstorming dari beberapa ide, maka konsep yang dipergunakan dalam perancangan grafis lingkungan ini mengusung pada konsep alam dan penggunaan bahan – bahan dari alam.

Proses penentuan konsep perancangan diawali dengan melakukan brainstorming mengenai latar belakang, sejarah, fakta, dan tata lingkungan dari objek wisata Depati VII Coffee. Pertama yaitu mencari, mengumpulkan dan research data, data yang dapat berupa keyword, ataupun kata-kata yang bisa mendeskripsikan objek wisata Depati VII Coffee. Langkah selanjutnya adalah eksplorasi ke dalam bentuk *mind mapping*. Tahap berikutnya digitalisasi desain sketsa pada *software adobe illustrator* dan pemilihan gaya *font* yang mudah dibaca dan dimengerti, dan juga pemilihan warna yang sesuai.

Dalam penerapannya ada beberapa media yang diperlukan untuk mendukung perancangan *sign system*, antara lain sebagai berikut:

1) *Sign system*

Dalam pemecahan solusi pada permasalahan yang ada pada objek wisata Depati VII Coffee setelah melalui riset pengumpulan data serta proses kreatif, maka ditetapkan beberapa media yang cocok untuk objek wisata Depati VII Coffee tersebut seperti :

a) *Information Sign*

Information Sign berisi tentang informasi yang ada pada wilayah objek wisata Depati VII Coffee, menyambut tamu (selamat datang), serta *mapping area*.

b) *Identification Sign*

Identification Sign ini untuk mengidentifikasi bangunan apa saja yang ada di objek wisata Depati VII Coffee.

c) *Direction Sign*

Direction sign berisi tentang arahan/petunjuk arah yang digambarkan secara jelas untuk audiens saat berada di objek wisata Depati VII Coffee. *Direction sign* ini digunakan untuk mengarahkan audiens menuju lokasi ataupun fasilitas yang ada.

(a) *Suspended* atau *ceiling-hung*

Overhead sign digunakan pada perancangan *sign system* objek wisata Depati VII Coffee, ini berfungsi agar terlihat dari jauh dan dapat ditemukan dengan mudah.

(b) *Freestanding* atau *ground-mounted*

Bagian bawah *sign* menancap di lantai dan pemasangannya secara horizontal. Diberikan pada luar ruangan seperti pada petunjuk tempat parkir.

d) *Warning Sign*

Warning sign berfungsi untuk memberikan peringatan/larangan, apa yang harus diwaspadai pada audiens, seperti untuk tidak mendekati/memegang atau menyentuh suatu benda, tempat atau ruangan yang ada pada objek wisata Depati VII Coffee. Secara umum berupa *symbol sign*.

e) *Information sign*

Information sign berupa papan penjelasan tentang objek wisata Depati VII Coffee terkait nama gedung, fasilitas yang dapat diakses, dan informasi penting lainnya.

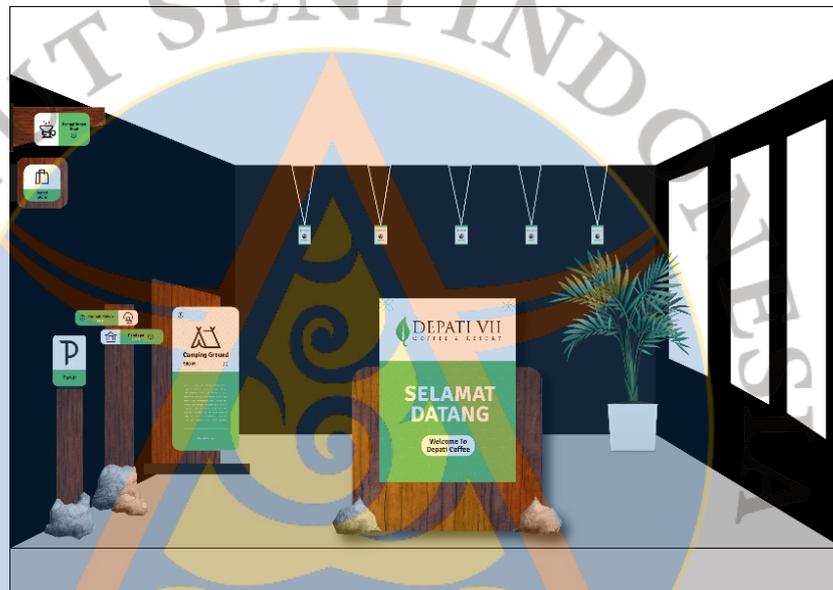
5. *Pictogram*

Pictogram dirancang untuk merepresentasikan ruangan atau fasilitas – fasilitas yang terdapat di Depati VII Coffee dalam bentuk *icon*, yang mana juga digunakan dalam perancangan *sign system* nantinya.

4. Penyajian Karya

Penyajian karya ini akan dilaksanakan dalam sajian pameran sebagai bentuk publikasi kepada khalayak ramai. Bentuk penyajian karya adalah pameran *offline*. Dalam pameran ini akan menampilkan bauran media yang digunakan pada perancangan grafis lingkungan objek wisata

Depati VII Coffee. Dami grafis lingkungan dan bauran media lainnya akan ditampilkan selama pameran berlangsung. *Macket sign age* ada 6, yaitu *welcome sign*, *direction sign*, *identification sign* serta media perancangan 3 dengan ukuran 40cm x 100cm, terdapat id card, manual *book* dan stiker di atas meja.



gambar 29
Layout Booth Pameran
(Sumber : Renika Dwi Yulisman)