



TUGAS AKHIR – RD091581

**PERANCANGAN *ENVIRONMENTAL*
GRAPHIC DESIGN JAMBOOLAND
TULUNGAGUNG**

Mahasiswa:

Yudhistira Dwi Pranata
NRP. 310100171

Dosen Pembimbing:

R. Eka Rizkiantono, S.Sn, M.Des
NIP. 19761209 200312 1001

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN DESAIN PRODUK**
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



FINAL PROJECT – RD091581

***ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN OF
JAMBOOLAND TULUNGAGUNG***

Student:

Yudhistira Dwi Pranata
NRP. 310100171

Lecturer:

R. Eka Rizkiantono, S.Sn, M.Des
NIP. 19761209 200312 1001

***VISUAL COMMUNICATION DESIGN
DEPARTEMEN OF PRODUCT DESIGN
Faculty of Civil Engineering and Planning
Sepuluh Nopember Institute of Technology
Surabaya 2017***

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN

JAMBOOLAND TULUNGAGUNG

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)

Pada
Bidang Studi Desain Komunikasi Visual

Program Studi S-1 Departemen Desain Produk
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

Yudhistira Dwi Pranata

NRP : 3410100171

Surabaya, 2 Agustus 2017

Periode Wisuda 116 (September 2017)



Ellya Zuliana, S.T., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014 200312 2001

Dosen Pembimbing

R. Eka Rizkiyanto, S.Sn., M.Ds.

NIP. 19761209 200312 1001

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Departemen Desain Produk, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya:

Nama Mahasiswa : **YUDHISTIRA DWI PRANATA**

NRP : 3410100171

Dengan ini menyatakan bahwa karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul "**PERANCANGAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN JAMBOOLAND TULUNGAGUNG**" adalah

- 1) Bukan merupakan duplikasi karya yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan sebagai kutipan/referensi dengan cara yang semestinya.
- 2) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan data-data hasil pelaksanaan tugas akhir dalam proyek tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka saya bersedia tugas akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 2 Agustus 2017
Yang Membuat Pernyataan



YUDHISTIRA DWI PRANATA

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERANCANGAN *ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN*

JAMBOOLAND TULUNGAGUNG

Yudhistira Dwi Pranata

NRP 3410100171

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Departemen Desain Produk,

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan,

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

Email: prof.yudhistiraleon@gmail.com

Abstraksi

Jambooland merupakan wisata air buatan yang dibangun sebagai bentuk alternatif wisata air alam yang ada di Tulungagung. Jambooland tepatnya terletak di Srabah, kabupaten Tulungagung ini merupakan sarana berwisata yang menyajikan sebuah waterboom sebagai menu utamanya. Saat ini, Jambooland dibangun ulang mengikuti tampilan baru. Nantinya, Jambooland ini menjadi sebuah area wisata *amusment park* yang menyajikan suasana post-apocalypse dengan peninggalan kerajaan abad pertengahan yang telah runtuh. Setelah pengembangan infrastruktur organisasi, pengembangan secara infrastruktur di bidang arsitektural yang dilakukan oleh PrayogoPranowo Architects. Setelah penanganan infrastruktur yang dicapai, maka dibutuhkan tampilan taman hiburan yang mendukung suasana yang ingin dibangun dari awal yakni post-apocalypse fun. Berangkat dari permasalahan yang ada, penulis akan membuat rancangan Environmental Graphic Design dari Jambooland Tulungagung dengan representatif sesuai dengan tema yang dibawakan, terintegrasi dan tepat guna. Penelitian yang dilakukan meninjau dari aspek stakeholder dan pengunjung. Metode yang digunakan adalah observasi rancangan eksisting arsitekturalnya, studi komparator dan wawancara mendalam pada stakeholder. Metode persona digunakan untuk mengetahui spesifikasi selera pengunjung. Dalam analisis observasi rancangan eksisting, pada area Jambooland dibutuhkan sebuah pembeda area sehingga pengunjung nantinya mudah dalam mengidentifikasi keberadaannya. Adanya kebutuhan tersebut maka dibuatlah EGD jenis *Wayfinding System* yang menyediakan sistem navigasi pengunjung. Hasil riset ergonomi dan selera pengunjung, mengharuskan adanya pemberian EGD jenis *Placemaking* berupa landmark sehingga selain dapat memberikan identifikasi area jarak jauh karena ukuran yang besar juga dapat memenuhi kebutuhan pengunjung akan *prestige* berada di suatu tempat. Hasil keseluruhan nantinya diharapkan mampu menciptakan suasana yang mendukung tampilan baru mengikuti *brand identity*, memiliki *prestige* di mata pengunjung, dan mengoptimalkan pelayanan penjelajahan wahana oleh pengunjung serta navigasi saat berada di dalam Jambooland.

Kata Kunci: *Amusement Park, Environmental Graphic Design, Jambooland Tulungagung, Placemaking, Wayfinding System.*

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

**ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN OF
JAMBOOLAND TULUNGAGUNG**

Yudhistira Dwi Pranata
NRP 3410100171

Visual Communication Design, Product Design Departement,
Civil Engineering and Planning Faculty,
Institute of Sepuluh Nopember Surabaya
Email: prof.yudhistiraleon@gmail.com

Abstract

Jambooland tourism is an artificial water-built tourism which was an alternative natural water tourism in Tulungagung. Jambooland is exactly located in srabah, Tulungagung district, which is a tourism site that presents a waterboom as a main. Later on, Jambooland will be a tourist area - amusment park - which presents the atmosphere of post-apocalypse to a medieval kingdom ruins. After the development of organizational infrastructure, infrastructure development goes in the field of architecture which were conducted by PrayogoPranowo Architects. Jambooland will be added with new facilities and rides. After infrastructure development is achieved, then it requires a new face of the amusement park that supports the atmosphere from stakeholder which is themed as a post-apocalypse fun. Departing from the existing problems, the authors will develop Jambooland Tulungagung Environmental Graphic Design representatively in accordance with the theme that is new, integrated and appropriate. Research review conducted from the aspects of stakeholders and visitors. The method used is observation of the existing architectural design, comparator study and in-depth interview on stakeholders. The personas method is used to determine the specifications of visitor tastes. In the analysis of existing design observations, Jambooland area requires a differentiator area that make visitors will be easy to identify their current place. Because the existence of these needs, author made Wayfinding System that provides visitor navigation system. The results of ergonomics research and visitor tastes required EGD type: Placemaking as landmark which is in addition to provide identification of long-distance areas and because of large sized can also meet the needs of visitors prestige to be in somewhere luxury place. The result is expected to be able to create an atmosphere that supports the new look of brand identity, have prestige in the eyes of visitors and optimize the service of Jambooland exploration by visitors and navigation in Jambooland as well as improve the service of Jambooland itself as iconic amusment park in Tulungagung.

Keywords: *Amusement Park, Environmental Graphic Design, Jambooland Tulungagung, Placemaking, Wayfinding System.*

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran ALLAH SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Environmental Graphic Design* Jambooland Tulungagung”.

Keberhasilan penulis tak lepas dari dukungan dan bantuan banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayah saya Alm Mohammad Munif , Ibu Dian soegiharti, Saudara saya, Kakak saya Febrian Eka Aditya dan adik saya Dhanang Arif Prastya yang telah memberikan dukungan tak terhingga baik secara finansial maupun moral.
2. Bapak R. Eka Rizkiantono, S.Sn, M. Des selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmunya, waktunya, dan pengabdianya sebagai dosen, serta dukungan moral yang akan melekat pada memori saya. Tidak lupa kepada semua dosen penguji. Terima kasih atas ilmu dan saran yang telah diberikan.
3. Ghina Azizah, yang telah menjadikan segala urusan menjadi mudah di tengah pengerjaan TA dan paling utama adalah dukungan moral yang menjadi cahaya selama hidup saya. Tidak terlepas teman-teman ruang TA 102 yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu. Terima kasih telah menjadi seberkas cahaya bagi jalannya Tugas Akhir ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Despro ITS.

Demikian laporan Tugas Akhir disusun, semoga bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis menerima kritik dan saran untuk kebaikan apabila ditemukan kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Surabaya, 2 Agustus 2017

Penulis

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

Daftar Isi

Abstraksi	ix
Abstract	xi
KATA PENGANTAR	xiii
Daftar Isi	xv
Daftar Gambar.....	xx
Daftar Tabel	xxiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Ruang Lingkup	7
1.7.1 Luaran.....	8
1.7.2 Metode Penelitian	8
1.8 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
2.1 Pariwisata	11
2.2 Water Park	12
2.3 Theme Park.....	12
2.4 Environmental Graphic Design	13
2.5 Wayfinding System	13
2.5.1 Strategi Sirkulasi Wayfinding	14
2.5.2 Elemen <i>Wayfinding</i>	18
2.5.3 Kategori <i>Sign</i>	20
2.6 Interpretation	25
2.7 Studi Material	25
2.8 Studi Warna	29

2.9 Studi Tipografi	32
2.10 Komunikasi	34
2.10.1 Familiarity	34
2.10.2 Literacy (Keterbacaan)	35
BAB III	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Populasi	37
3.3 Sample	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder	40
3.5 Skema Kebutuhan Penelitian	41
3.6 Skema Penelitian	44
BAB IV	45
4.1 Hasil Pengambilan Data	46
4.1.1 Sampling	46
4.1.2 Observasi	49
4.1.3 Depth Interview	64
4.2 Studi Eksisting Komparator	71
4.3 Formulasi Masalah	72
4.4 Formulasi Kebutuhan	73
BAB V	75
5.1 Konsep Dasar	75
5.2 Keyword	75
5.3 Output Desain	77
5.4 Kriteria Desain	78
5.5 Konsep Narasi dan Storytelling	78
5.6 Environmental Graphic Design	79
5.6.1 Hierarchy Jambooland Theme Park	79
5.6.2 Graphic Signature	83
5.6.3 Color Sceme	84
5.6.4 Unsur Verbal Wayfinding	85

5.6.5 Unsur Visual Wayfinding.....	85
5.6.6 Bentuk Dasar	86
5.6.7 Material.....	95
BAB VI.....	97
6.1 Hierearki Jambooland Tulungagung	97
6.1.1 Warna Hirearki	99
6.2 Peta yang Digunakan.....	103
6.3 Bentuk Landmark	104
6.3.1 Landmark gerbang masuk Jambooland.....	104
6.3.2 Landmark Taman Depan	104
6.3.3 Landmark Area Permainan Air (Jambooland Waterboom).....	105
6.3.4 Landmark Area Permainan Outbound (Jambooland Adventure).....	107
6.3.5 Landmark Area Indoor Game (Jambooland City).....	109
6.4 Bentuk Ambient (Ilustrasi Standart).....	111
6.5 Wayfinding	113
6.5.1 Sign pada Area Hotel & Resort	113
6.5.2 Sign pada Area Jambooland Waterboom	114
6.5.3 Sign pada Area Jamboland Adventure	114
6.5.4 Sign pada Area Jambooland City	115
6.5.5 Sign pada Public Amenity	115
6.5.6 Sign pada <i>Parking Area</i>	116
6.5.7 Sign Pada Area Pintu Masuk.....	116
6.6 Rancangan Anggaran Biaya	117
BAB VII.....	121
7.1 Kesimpulan.....	121
7.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	123
BIODATA PENULIS	124

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

Daftar Gambar

Gambar 1 1 Foto suasana Jambooland Tulungagung sebelum dikembangkan. Sumber: Jambooland.com	2
Gambar 1 2 Rencana Pengembangan Jambooland di bawah PrayogoPranowo Architect, Sumber: Company Profile PrayogoPranaowo Architect dan Blue-Print Rancangan Pengembangan Jambooland.....	3
Gambar 1 3 Denah rancangan pengembangan arsitektur Jambooland.....	5
Gambar 2 1 Skema Landmark Model. Sumber: The Wayfinding Handbook, David Gibson.....	15
Gambar 2 2 Skema District Model.	16
Gambar 2 3 Skema Connector Model.	17
Gambar 2 4 Skema Street Model.....	17
Gambar 2 5 Contoh gambar Orientation Sign.	18
Gambar 2 6 Contoh gambar Directional information. Sumber: www.smashingmagazine.com	19
Gambar 2 7 Contoh gambar Destination Identification. Sumber: https://www.behance.net/gallery/5520863/Metro-Transit-HRM-Signage- Wayfinding-Design	19
Gambar 2 8 Contoh gambar Situation and Object Identify.	20
Gambar 2 9 Contoh axonometric map. sumber: google.com	21
Gambar 2 10 contoh district map. sumber: Google.com.....	22
Gambar 2 11 contoh glyphic map. sumber: google.com.....	22
Gambar 2 12 contoh heads-up map. sumber: google.com	23
Gambar 2 13 contoh key map. sumber: google.com	23
Gambar 2 14 contoh rolling map. sumber: google.com	24
Gambar 2 15 System Map. Sumber: Google.com	24
Gambar 2 16 contoh penerapan material batu pada signage. sumber: google.com	26

Gambar 2 17 contoh penerapan material kayu pada signage. sumber: google.com	27
Gambar 2 18 contoh penerapan material kaca/gelas pada signage. sumber: google.com.....	27
Gambar 2 19 contoh penerapan material besi pada signage. sumber: google.com	28
Gambar 2 20 contoh penerapan material akrilik pada signage. sumber: google.com	28
Gambar 2 21 diagram warna. Sumber: google.com.....	29
Gambar 2 22 Anatomi tipografi. sumber: google.com	33
gambar 4 1 Quadran persona Ayah. Sumber: Pranata, 2016	47
gambar 4 2 Quadran persona ibu. Sumber: Pranata, 2016.....	48
Gambar 5 1 Skema proses pembentukan keyword. Sumber: Pranata, 2016	76
Gambar 5 2 pembagian area pada jambooland. Sumber: Pranata, 2016.....	81
Gambar 5 3 penentuan landmark dan identity pada Jambooland Tulungagung. Sumber: Pranata, 2016	82
Gambar 5 4 analisa sirkulasi pengunjung pada rancangan Jambooland Tulungagung. Sumber: Pranata, 2016.....	82
Gambar 5 5 Visual Identity dan Graphic Signature Jambooland Tulungagung serta penentuan warna yang digunakan pada perancangan. Sumber: Pranata, 2016.....	83
Gambar 5 6 color grade yang digunakan pada ilustrasi standard. Sumber: Pranata, 2016.....	83
Gambar 5 7 moodboard. Sumber: Pranata, 2016	84
Gambar 5 8 warna standard yang digunakan dalam cluster.....	84
Gambar 5 9 Font pada teks yang nantinya digunakan pada EGD Jambooland Tulungagung.	85
Gambar 5 10 gaya icon sebagai acuan icon yang ada. Sumber: https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/98/ea/0f/98ea0fd793e71e3fd32c948f825b7efe.jpg .	86

Gambar 5 11 Proses Pencarian Bentuk yang digunakan pada Jambooland Tulungagung. Sumber: Pranata, 2016	86
gambar 6 1 warna cluster yang berasal dari visual identity yang sudah ada pada Jambooland Tulungagung.....	99
gambar 6 2 cluster area berdasarkan warna pada peta.....	100
gambar 6 3 implementasi warna pada signage.	100
gambar 6 4 Penempatan item EGD pada area seluruh Outdoor Jambooland.....	102
gambar 6 5 implementasi map/peta ukuran dengan manusia.	103
gambar 6 6 jenis warna peta pada setiap area.....	103
gambar 6 7 implementasi landmark pintu gerbang masuk jambooland.	104
gambar 6 8 implementasi landmark taman depan jambooland.	105
gambar 6 9 implementasi desain landmark area permainan air (jambooland waterboom)	105
gambar 6 10 Gambar tampak dan ukuran landmark jambooland waterboom.....	106
gambar 6 11 gambar explode landmark jambooland waterboom.....	106
gambar 6 12 gambar instalasi teks jambooland waterboom pada landmarknya.	107
gambar 6 13 implementasi desain landmark area permainan outbound (jambooland adventure)	108
gambar 6 14 gambar tampak Jambooland Adventure dengan ukuran manusia ..	108
gambar 6 15 gambar explode material dan konstruksi pada landmark Jambooland Adventure	109
gambar 6 16 ilustrasi desain Landmark Jambooland City.....	109
gambar 6 17 gambar tampak desain Jambooland City dengan ukuran manusia.	110
gambar 6 18 gambar explode material dan konstruksi yang digunakan pada Jambooland City	110
gambar 6 19 penggunaan kuncian ferrule timble pada tali sling pada desain landmark Jambooland City	111
Gambar 6 20 desain ilustrasi standard untuk Jambooland Waterboom. Sumber: Pranata, 2016	111

gambar 6 21 desain ilustrasi standard Jambooland Adventure. Sumber: Pranata, 2016.....	112
gambar 6 22 Desain Ilustrasi Standard Jambooland City. Sumber: Pranata, 2016	112
gambar 6 23 implementasi ilustrasi standard sebagai ambient media.	113
gambar 6 24 implementasi signage pada area hotel & resort.	113
gambar 6 25 implementasi signage pada area Jambooland Waterboom.	114
gambar 6 26 implementasi signage pada area Jambooland Adventure.	114
gambar 6 27 implementasi signage pada area Jambooland City.	115
gambar 6 28 implementasi signage untuk identitas Public Amenity.	115
gambar 6 29 Implementasi signage pada Parking Area.	116
gambar 6 30 implementasi signage pada Area Pintu Masuk	116

Daftar Tabel

Tabel 1 Tabel Kebutuhan Penelitian	43
Tabel 2 Tabel rencana penelitian.....	44

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jambooland adalah wisata air buatan berupa waterboom yang terletak di 8 kilometer ke barat tulungagung yakni di srabah Kabupaten tulungagung. Jambooland ini juga merupakan satu-satunya taman hiburan waterboom di Tulungagung. Dengan berluaskan 103.000 m², Jambooland memiliki total 4 kolam utama dengan wahana permainan air yakni 3 jenis water slide, 1 wahana tumpah air, 2 arena outbound air. Jambooland sebelumnya bernama Srabah Waterboom yang sudah menjadi daya tarik tersendiri sebagai tempat wisata masyarakat tulungagung. Taman hiburan ini baru diresmikan kembali pada tahun 2005 dengan nama Jambooland setelah mengalami renovasi dengan menambahkan kolam tumpah, kolam arus dan waterslider. Kemudian pula saat ini disebut sebagai *Amusement Park* karena wahana yang disediakan sekarang tidak hanya waterboom. Diluar area permainan air juga terdapat 2 taman bermain outbound untuk anak dan 1 wahana permainan.

Tampilan yang disajikan di Jambooland juga diperbaharui agar lebih *fresh* di mata masyarakat. Jambooland kini menjadi berkonsep *one-stop vacation* dimana pengunjung yang datang dapat menikmati rekreasi di waterboom sekaligus menikmati pemandangan gunung dengan sungai berbatuan di sebelah utara Srabah dengan menginap di srabah semesta resort. Namun demikian akses dari Srabah Semesta Resort ke Jambooland kurang terintegrasi. Menurut pengelola Jambooland dan Srabah Semesta Resort memang awalnya tidak dalam satu kepengurusan dan secara arsitektural memang tidak dimaksudkan dalam satu lingkungan.



Gambar 1 1 Foto suasana Jambooland Tulungagung sebelum dikembangkan. Sumber: Jambooland.com

Meski begitu, tampilan yang ada saat ini masih belum rancangan yang matang. Penggabungan kepengurusan hotel dan amusement park yang saat ini dirasa oleh pengelola masih kurang efektif karena letaknya yang terpisah dan akses yang cenderung memiliki sendiri-sendiri sehingga dirasa kurang mendukung keuntungan masing-masing. Selain itu kepengurusan dari dalam Jambooland sendiri masih perlu banyak dibenahi. Sebagaimana dari keinginan pengelola untuk menjadikan jambooland one-stop waterboom yakni diharapkan nantinya menjadi sasaran wisata masyarakat untuk *one-stop vacation* di Tulungagung dengan wahana permainan air sebagai produk unggulnya. Menurut pihak pengelola, menjawab tantangan untuk menjadikan Jambooland ikon tulungagung sesuai dengan visi misi sangatlah diperlukan. Untuk itu saat ini jambooland sedang dikembangkan lebih lanjut.

Pengembangan dilakukan dengan perencanaan infrastruktur yang lebih lanjut baik yang secara fisik maupun sosial. Saat ini Jambooland memiliki rencana pengembangan berupa perluasan wilayah arsitekturalnya¹. Menilik dari rencana pengembangannya yang bertotal 415.000 m², Jambooland akan menambahkan jenis wahana airnya kemudian mendirikan fasilitas seperti Hotel, Food Center, Souvenir Market, Play Ground, dan Indoor Game, Outdoor Game yang nantinya akan direalisasikan pada tahun 2016 pembangunannya².

¹ Company Profile, Prayogo Pranowo Architect

² Blue-print Rancangan pengembangan Jambooland, Prayogo Pranowo Architect

Menurut Bapak Arda Cahyo Pranowo St, M.Ars, sebagai head project dari pengembangan jambooland, Jambooland sendiri nantinya akan memberikan nuansa yang berbeda dengan sebelumnya. Nuansa Fun Jungle nantinya akan diubah menjadi tema yang baru. Dalam rancangannya yang telah disetujui oleh pihak pengelola Jambooland, mengusung tema bangunan yang menjurus ke fantasy, memanfaatkan citra Jambooland sendiri sebagai wahana air, maka dalam rancangannya dibuatlah penggabungan antara klasik dan modern yang diwakili oleh bentukan streamline bangunan.



Gambar 1 2 Rencana Pengembangan Jambooland di bawah PrayogoPranowo Architect, Sumber: Company Profile PrayogoPranaowo Architect dan Blue-Print Rancangan Pengembangan Jambooland.

Secara keseluruhan dengan fasilitas yang cukup besar dari sebelumnya, artinya lebih dibutuhkan lagi sebuah sarana yang menunjang infrastruktur dan *service* kepada pengunjung. Setelah pembangunan nantinya tercapai maka dibutuhkan tampilan hiburan yang sesuai dengan suasana tema baru yang telah disepakati oleh pengelola dan tim pengembang yakni melalui *environmental graphic design*. Adapun beberapa aspek penting yang dibutuhkan untuk membangun suasana tersebut, yaitu apabila perusahaan tersebut mempunyai identitas baru baik secara identitas visual maupun tema dan dibutuhkan tampilan

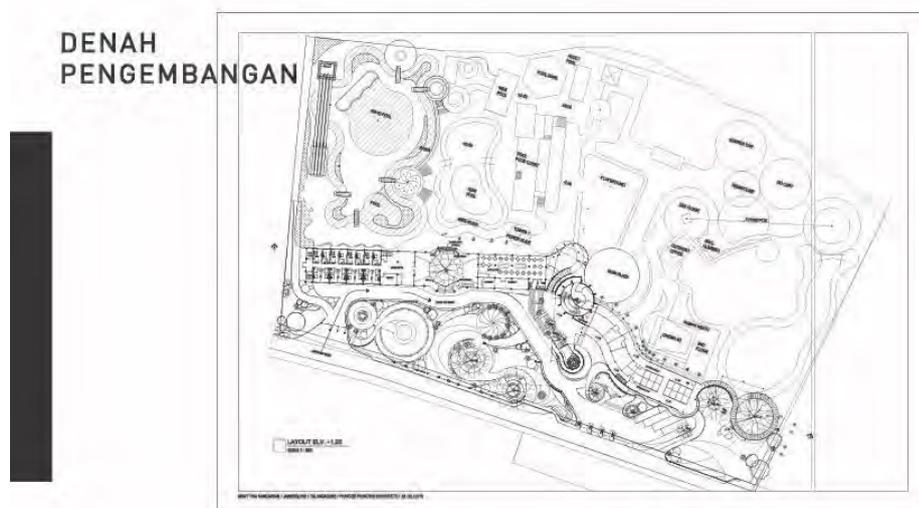
baru mengikuti tampilan tersebut. Untuk membangun sebuah tampilan persuasanaan tersebut, maka diperlukan sebuah rencana yang tepat agar dapat memberikan dampak yang baik bagi wisatawan Jambooland Tulungagung. Selain itu sebagai *amusement park* sendiri sudah menjadi kebutuhan utama untuk menghadirkan pengalaman baru dengan suasana baru kepada pengunjung.

EGD sendiri juga bagian dari bentuk identitas bagi taman hiburan tersebut. Membentuk suasana sistem grafis atau disebut *environmental graphic design* melalui *wayfinding system* sangat dibutuhkan. Berkaitan dengan dengan hal tersebut, diperlukan sebuah sistem *wayfinding* untuk memudahkan pengunjungnya. Selain penyampaian pesan yang tepat, dengan membentuk suasana sistem grafis membuat sebuah tempat hiburan akan menjadi lebih menarik dan terlihat terkonsep secara baik.

Environmental Graphic Design atau grafis lingkungan adalah sebuah cabang ilmu yang mempelajari bagaimana mengkomunikasikan dalam suatu wilayah tertentu mengenai proses-proses kognitif yang digunakan untuk menentukan dan mengikuti sebuah rute, melintas dari satu titik ke titik, menyampaikan informasi dari situs itu sendiri kepada para pengunjungnya, dan membangun suasana yang ada di dalamnya. Salah satu cabang ilmunya adalah *wayfinding* itu sendiri. Melihat dari pendapat David Gibson dalam bukunya yang berjudul *The Wayfinding Handbook*, salah satu variable keberhasilan *wayfinding system* adalah jenis *environment* yang akan digunakan pada suatu *system*, ketika *environment* yang digunakan tidak terintegrasi satu sama lain, maka *wayfinding* tersebut tidak akan bekerja dengan baik.

Wayfinding adalah cara seseorang dalam mencari arah dalam sebuah lingkungan yang baru, dan proses-proses kognitif yang digunakan untuk menentukan dan mengikuti sebuah rute, melintas dari satu titik ke titik. *Wayfinding System* bertujuan menyampaikan informasi dari taman hiburan itu sendiri kepada para pengunjungnya. Selain penyampaian pesan yang tepat dengan membentuk suasana sistem grafis membuat sebuah tempat hiburan akan menjadi lebih menarik dan terlihat terkonsep secara baik.

Arda Cahyo Pranowo memaparkan bahwa dalam rancangan asitektur wilayah Jambooland ini membuat hotel dan jambooland menjadi satu dengan layout yang efektif sehingga pengunjung yang menginap dapat menikmati pemandangan terutama dari area waterboom. Dalam rancangan yang baru juga dibuat lebih bercerita dimana diterjemahkan dalam segi tema fantasy yang menjurus ke bentuk kastil pada abad pertengahan yang kemudian semakin ke timur bangunan bertransformasi menjadi bangunan yang modern dengan cenderung *streamline* mengadaptasi bentukan air sesuai dengan bidang konsentrasi usaha Jambooland yakni wahana permainan air. Secara sistem alur juga sudah disesuaikan dengan manusianya.



Gambar 1 3 Denah rancangan pengembangan arsitektur Jambooland.

Menurut visi misi dari pengelola³, adalah menjadi penyedia taman rekreasi air buatan yang diminati ada di Tulungagung dan menjadikan sarana pendidikan yang disukai keluarga di Indonesia. menampilkan yang terbaik secara khas dalam hiburan waterpark dan ilmu pendidikan bagi pengunjung, untuk memberikan iklan interaktif yang paling efektif dan media promosi untuk mitra pemasaran Jambooland, untuk menyediakan lingkungan yang paling menyenangkan dan mendukung bagi pengunjung, juga pihak pengelola Jambooland dan untuk

³ Hasil wawancara dengan Kepala Pengelola Jambooland Bu Lastri

memasok tingkat tertinggi komitmen dan partisipasi terhadap peningkatan masyarakat srabah. Sedangkan menurut pihak perancang pengembangan, aspek grafis lingkungan pada rancangan pengembangan Jambooland sendiri masih belum ada karena memang perancang pengembangan adalah perusahaan yang berkonsentrasi di bidang arsitektural⁴. Aspek kebutuhan ruang, sirkulasi, fasat memang sudah dirancang dengan baik.

Dari sini sudah bisa ditarik bahwa tidak adanya kesinambungan antara visi dan misi pengelola dengan kondisi yang ada saat ini di Jambooland berkaitan dengan menyediakan lingkungan yang menyenangkan dan mendukung. Dari segi bisnis, adanya revitalisasi dari segi arsitektural sudah mendukung point visi dan misi pengelola Jambooland. Namun demikian juga harus didukung dari aspek *Environmental Graphic Design*-nya agar baik dari pengelola maupun pengunjung dapat secara optimal menikmati fasilitas yang telah dikembangkan.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya pembangunan Jambooland yang merevitalisasi Jambooland lama menjadi sepenuhnya baru namun suasana yang sesuai dengan *brand* yang baru masih belum ada dalam rancangannya.
2. Pentingnya *Environmental Graphic Design* pada area Jambooland guna menciptakan pelayanan berupa informasi yang efektif, kenyamanan dalam mengakses area Jambooland, dan menguatkan citra Jambooland Tulungagung bagi pengunjung

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang dikemukakan di atas, maka dibuatlah berbagai batasan masalah untuk merinci poin-poin permasalahan untuk digunakan pada penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah batasan-batasan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan:

1. Peneliti akan meneliti tentang aspek sistem grafis yang mendukung potensi terutama pengguna yang ada di Jambooland serta pengaplikasian sistem grafis tersebut.

⁴ Hasil wawancara dengan Arda Cahyo Pranowo St, M.Ars, Principal Architect, Prayogo Pranowo Architect

2. Peneliti juga membahas tentang sistem area yang sudah dibangun oleh pihak perancang.
3. Peneliti difokuskan kepada studi lokasi di wilayah Jambooland Tulungagung yang berada di srabah, kabupaten Tulungagung.

1.4 Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat oleh peneliti adalah : “Bagaimana merancang Environmental Graphic Design sesuai dengan tema baru yang terintegrasi dengan tema dalam pengembangan pada Jambooland yakni post-apocalypse waterboom yang menggabungkan unsur klasik dan modern?”

1.5 Tujuan Penelitian

1. Menciptakan rancangan Environmental Graphic Design yang terintegrasi dengan rancangan pengembangan yang sudah ada serta tepat guna kepada pengunjung Jambooland.
2. Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung Jambooland.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat yang diberikan bagi kota Tulungagung adalah memiliki tempat wisata hiburan yang strategis dan memiliki sistem environmental graphic design yang baik sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam hal pelayanan.
2. Bagi pengunjung Jambooland adalah memberikan suasana yang baru dan hanya ada di Jambooland, serta memaksimalkan penyampaian informasi tempat di Jambooland serta mempermudah navigasi pencarian lokasi-lokasi tertentu di Jambooland.

Bagi pengelola Jambooland, memberikan pedoman pengembangan public service dari segi sistem environmental graphic design yang dapat meningkatkan kualitas Jambooland.

1.7 Ruang Lingkup

Ruang lingkup digunakan untuk perancangan ini, berdasarkan permasalahan yang ada adalah meliputi area Jambooland luar dan dalam. Kemudian secara desain luaran yakni environmental graphic design yang meliputi landmark yang menjadi

bagian dari studi exhibition design, path-way yang akan diterapkan sebagai pendukung wayfinding, *placemaking* yang merupakan bagian dari desain lingkungan.

1.7.1 Luaran

Luaran atau output perancangan ini nantinya adalah sebagai berikut.

- a. Desain Suasana, yang mencakup elemen-elemen estetis yang mendukung suasana di dalam Jambooland.
- b. *Landmark Design*, yang merupakan aspek dari Exhibition Design yang menjadi pengganti directional sign yang ada di Jambooland.
- c. Sistem Penunjuk arah, yang mencakup pembuatan denah/peta.

1.7.2 Metode Penelitian

1. Riset tentang aspek *stakeholder*

Riset yang akan dilakukan dengan 3 metode yakni metode wawancara untuk menghasilkan data kualitatif. Kemudian dilanjutkan metode kuisisioner untuk menghasilkan data yang kuantitatif serta observasi langsung di lokasi untuk mendapatkan data kualitatif. Kuisisioner dan observasi dianggap tepat karena sesuai dengan tema perancangan, yaitu wayfinding. Dengan kuisisioner dan observasi penulis dapat mengetahui kebutuhan-kebutuhan para calon pengunjung Jambooland Tulungagung.

2. Riset Ergonomi

Riset ergonomi merupakan riset untuk mengetahui aspek manusia terhadap suatu desain sehingga diharapkan nantinya luaran desain dapat memenuhi standar ergonomi manusia. Riset yang dilakukan dengan cara mencari literatur yang berhubungan dengan ergonomi manusia.

3. Studi Literatur

Studi literatur yang dimaksud studi tentang konten yang ada pada Jambooland Tulungagung mengenai wahana yang dimilikinya, fasilitas umum, denah, profil perusahaan terutama visi dan misi. Di samping itu,

studi terhadap ilmu wayfinding system. Diharapkan nantinya dari studi ini akan sangat berpengaruh terhadap luaran desain yang akan dibuat.

1.8 Sistematika Penulisan

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab satu ini menjelaskan tentang latar belakang secara umum dari Jambooland dan menilik pada fenomena yang ada kemudian akan merujuk pada identifikasi masalah. Berdasarkan identifikasi masalah, kemudian disusun batasan masalah dari penelitian ini. Setelah itu dapat dibahas mengenai rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II: STUDI PUSTAKA DAN STUDI KOMPARATOR

Bab ini menelaah tinjauan pustaka tentang teori-teori yang digunakan dalam menyelesaikan masalah, juga sebagai studi eksisting tentang wayfinding system sebagai acuan untuk menciptakan konsep yang tepat guna.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang tinjauan yang lebih mendalam terhadap subyek desain dan kaitannya dengan masalah dan tinjauan tentang eksisting Jambooland Tulungagung. Serta menjelaskan metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dan proses perancangan dalam sebuah penelitian.

4. BAB IV : ANALISIS DATA

Bab ini membahas tentang segala data yang telah didapat kemudian disimpulkan ditarik menjadi *problem statement* yang nantinya akan disorot sebagai tujuan yang diselesaikan.

5. BAB V: KONSEP DESAIN

Bab ini kemudian membahas tentang definisi konsep yang berkaitan dengan masalah atau tujuan yang nantinya digunakan sebagai kisi-kisi dalam desain akhirnya.

6. **BAB VI: IMPLEMENTASI DESAIN**

Bab ini menunjukkan penerapan konsep pada spesifikasi desain final dikembangkan melalui proses desain sehingga membentuk desain akhir.

7. **BAB VII: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini membahas secara keseluruhan hasil penelitian sampai dengan perancangan.

BAB II

STUDI PUSTAKA

Di dalam penelitian berjudul “Perancangan Wayfinding System Jambooland Tulungagung” untuk area luar dan dalam dibutuhkan acuan referensi seperti buku, jurnal penelitian terdahulu, maupun karya ilmiah lainnya. Studi yang dilakukan ini semata-mata nantinya akan dijadikan sebuah acuan yang lalu dibahas sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Dari sini dapat dijabarkan kajian-kajian tentang Pariwisata lebih spesifiknya Themepark secara umum, studi tentang ilmu Environmental Graphic Design (EGD). Berbagai aspek-aspek lainnya seperti studi eksisting kompetitor Theme Park sejenis dengan Jambooland Tulungagung yang pada kemudian ditelaah secara mendalam.

2.1 Pariwisata

Wisata adalah salah satu kegiatan yang dibutuhkan setiap manusia. Dalam Undang-undang No. 10 tahun 2009⁵ tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan dari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Goeldner (2003) mengartikan pariwisata sebagai proses, kegiatan dan hasil yang didapat dari hubungan dan interaksi antara wisatawan, Penyedia wisata, pemerintah setempat, masyarakat setempat dan lingkungan sekitar yang dilibatkan ketertarikan dan tuan rumah dari pengunjung. Dari sini dapat disimpulkan bahwa Goeldner sendiri berpandangan pariwisata dapat dipandang empat perspektif yang berbeda yaitu dari wisatawan, pebisnis yang menyediakan pelayanan bagi wisatawan, pemerintah setempat dan masyarakat setempat.

Dalam Undang-undang pariwisata pasal 21, dikatakan bahwa, perusahaan objek dan daya tarik wisata yang berintikan kegiatan yang memerlukan pengamanan terhadap keselamatan wisatawan, kelestarian dan mutu lingkungan,

⁵ www.dpr.go.id

atau ketertiban dan ketenteraman masyarakat diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

2.2 Water Park

Water park adalah sebuah taman rekreasi yang menggunakan elemen air sebagai daya tarik utamanya. Air yang bersifat tenang dan menyejukan membuat elemen ini cocok untuk dijadikan sara rekreasi. Sifat air yang dinamis juga dapat menimbulkan semangat seseorang menjadi segar kembali. Menurut Fauzia (2009), air juga berfungsi sebagai *buffer* yang bisa menahan kebisingan dan polusi udara. Hal ini yang membuat manusia merasa tenang bila berada dekat dengan air. Sifat-sifat air tersebut memicu tumbuhnya tempat rekreasi yang menggunakan media air. Sifat air yang dinamis dan mengalir dari tempat tinggi ke tempat yang rendah menjadi inspirasi terciptanya wahana air di sebuah *water park*.⁶

2.3 Theme Park

Theme Park dalam bahasa Inggris berarti “an amusement park with a unifying setting or idea⁷” yang berarti sebuah taman hiburan dengan latar pemersatu atau ide. Dengan kata lain sebuah taman hiburan yang bertema menghadirkan wahana yang kreatif menawarkan pengalaman hiburan yang unik.

Pada Paper-nya yang berjudul “Success Factors of Theme Parks: An Exploratory Study”, Birgit Pikkemaat and Markus Schuckert menyebutkan bahwa pada setiap definisi tema taman hiburan bertema atau Theme Park menawarkan pelarian dari kehidupan sehari-hari dan mereka menghibur wisatawan. Terkadang mereka mendidik mereka dan memberikan daya tarik estetika. Keberhasilan dari Theme Park itu sendiri dapat disokong dari daya tarik estetika dan pelayanan.

⁶Fauziah, Intan. 2009. *Jurnal: Kajian Terhadap Makna Tema dalam Waterpark*. Jakarta: Universitas Indonesia

⁷ Google.translate.com

2.4 Environmental Graphic Design

Desain grafis lingkungan (EGD atau Experiential Desain Grafis) adalah disiplin ilmu yang diterapkan profesi desain merangkul berbagai disiplin ilmu desain termasuk desain grafis, arsitektur, desain industri dan arsitektur lansekap⁸. EGD digunakan oleh praktisi desain untuk berkomunikasi identitas dan merek, desain informasi, dan membentuk rasa tempat. EGD terdiri dari 3 komponen besar yaitu *wayfinding* termasuk *signage*, *interpretive*, dan *placemaking*. *Wayfinding* merupakan solusi desain yang lebih kompleks dibanding signage. Signage merupakan alat untuk membantu orang menemukan tujuan dalam sebuah lingkungan. Dalam *wayfinding* sendiri dalamnya termasuk landmarks, maps human guides, GPS, pathways, visual cues, dan lainnya dimana semuanya dalam satu sistem. *Interpretive* merupakan menerjemahkan, menceritakan atau menginformasikan maksud dari konsep atau tema, objek, tempat, sejarah, atau segalanya, yang biasanya muncul saat display EGD tersebut. *Placemaking* merupakan pembuatan penggambaran khusus sebuah tempat yang dapat diekspresikan dalam berbagai cara dengan tujuan untuk mengomunikasikannya kepada masyarakat secara intens agar tidak seperti bangunan arsitektural atau patung saja (BFA, 2014).

2.5 Wayfinding System

Di dalam bukunya *The Image of the City*, istilah *wayfinding* pertama kali dikemukakan oleh profesor MIT, Kevin Lynch yang mana disebutkan sebagai, “...*how individual orients him- or herself within a new environment, and the cognitive processes used to determine and follow a route, transversing from one point to the next*⁹.” (cara seseorang dalam mencari arah dalam sebuah lingkungan yang baru, dan proses-proses kognitif yang digunakan untuk menentukan dan mengikuti sebuah rute, melintas dari satu titik ke titik lainnya).

Wayfinding adalah organisasi dan komunikasi hubungan yang dinamis kami untuk ruang dan lingkungan. Desain yang sukses untuk mempromosikan

⁸ Segd.com

⁹ O’Grady, Ken Visocky & Jenn, 2008, *The Information Design Handbook*, RotoVision, Switzerland, h.72.

wayfinding memungkinkan orang untuk menentukan lokasi mereka dalam pengaturan, menentukan tujuan mereka, dan mengembangkan rencana yang akan membawa mereka dari lokasi mereka ke tujuan mereka. Desain sistem wayfinding harus mencakup mengidentifikasi dan menandai ruang, pengelompokan ruang, menghubungkan dan mengatur ruang baik dengan cara arsitektur dan grafis.¹⁰

Wayfinding system ditujukan agar segala sesuatu menjadi lebih baik, lebih cepat, lebih mudah dan lebih efisien, karena wayfinding termasuk jenis design to improve life yaitu meningkatkan kualitas kehidupan dalam proses mencari arah, mudah mengakses informasi petunjuk arah dan tempat tujuan (Heller, 2003). Wayfinding harus meyakinkan pengguna, menciptakan lingkungan yang ramah dan menyenangkan dan memberikan jawaban atas pertanyaan potensial sebelum pengguna harus meminta bantuan atau bertanya pada orang lain.¹¹

Craig Berger dalam bukunya “Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational System”, menyebutkan bahwa “wayfinding is not just about sign. It is about navigating through complex spaces and integrating all form of visual communication.”¹²

Menurut David Gibson, untuk merancang agar mencapai sebuah wayfinding yang efektif, diperlukan sebuah riset terpadu yang meliputi observasi lingkungan, data interview dan studi sirkulasi pengguna.

Dalam buku ini juga disebutkan bahwa terdapat 4 strategi dalam membangun wayfinding system ini yakni konsep dari Landmarks model, District model, connectors model, dan Street model. Berikut penjelasannya:

2.5.1 Strategi Sirkulasi Wayfinding

Adapun juga 4 elemen penting dalam *wayfinding*¹³ adalah :

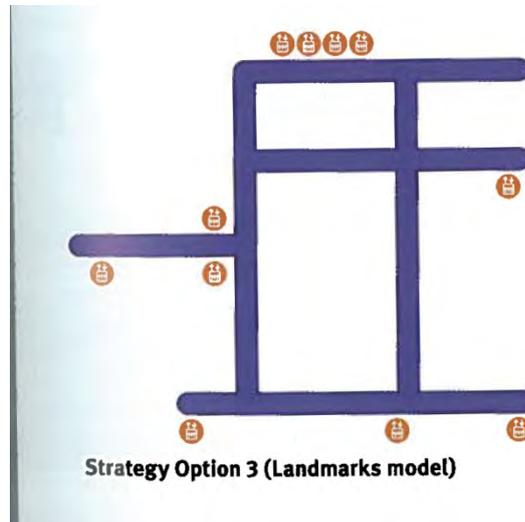
¹⁰ <http://www.ap.buffalo.edu/idea/udny/section4-1c.htm>

¹¹ Ron Apelt, John Crawford and Dennis Hogan, 2007, Wayfinding Design Guidelines, Types of Signs, h. 1

¹² Berger, Craig M., 2005, Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational System, PageOne, h.35

¹³ Majalah IDN, volume 17 no.5 2010, h. 13.

a. Landmarks model



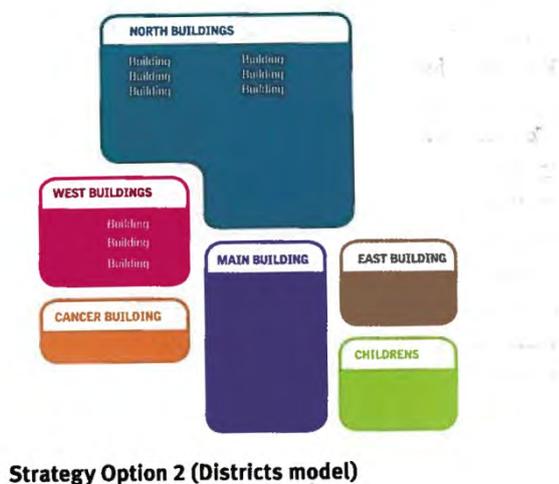
Gambar 2 1 Skema Landmark Model. Sumber: *The Wayfinding Handbook*, David Gibson

Landmark model adalah model klasifikasi area berdasarkan wilayahnya. Model ini menggunakan *individual buiding* seperti elevator sebagai contohnya sebagai tempat yang dituju atau *landmarks*. Biasanya digunakan untuk tempat-tempat memiliki tingkat kerumitan yang tinggi. Dalam artian, tempat-tempat ini tidak memungkinkan untuk terklasifikasikan.

Pada prinsipnya landmark memberikan dua tujuan yang bermanfaat yang pertama adalah sebagai isyarat orientasi. Apabila pengguna tahu di mana landmark berada dalam kaitannya dengan posisinya sekarang, pengguna bisa mengatakan sesuatu tentang di mana, dan menghadap kemana di ruang tempat landmark berada. Sebuah properti yang diinginkan dari landmark yang digunakan ini adalah visibilitas, kemampuan untuk dilihat dari daerah sekitarnya besar. Landmark global seperti dapat membantu navigator menilai orientasinya dalam wilayah yang luas, sebagai lawan landmark lokal, yang dapat dilihat hanya di sekitar segera. Sebuah sistem landmark lokal yang mendalam mencakup ruang juga dapat memberikan isyarat yang sama sebagai kesatuan dari area landmark. Tujuan

kedua landmark adalah sebagai sarana memberikan kesan, suasana tertentu. Dalam wawancara sketsa-petanya, Lynch mencatat bahwa responden yang berbeda ditandai atau disebutkan banyak tempat-tempat yang sama. Ini adalah tempat-tempat kenangan yang dapat memberikan pengakuan instan dari lokasi seseorang. Sebuah kosakata bersama landmark memberikan dasar untuk deskripsi verbal atau tertulis dari lokasi atau rute. Tenggara terkait dengan poin keputusan, di mana navigator harus memilih jalan mana yang banyak untuk mengikuti, sangat berguna karena mereka membuat lokasi dan keputusan terkait lebih berkesan.¹⁴

b. Districts Model



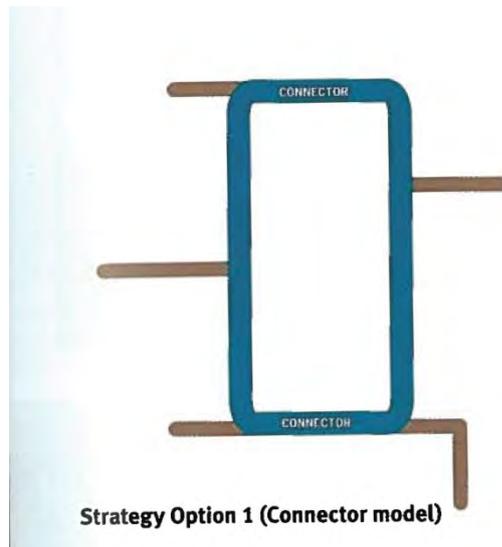
Gambar 2 2 Skema District Model.

Sumber: *The Wayfinding Handbook*, David Gibson

Sistem ini menggolongkan berbagai jenis destinasi menjadi satu klaster dalam distrik, klaster secara geografis yang mana dinamai dan diberi kode warna. Dalam model ini biasanya dibuat karena karakteristik berbagai lokasi hampir sama dan memungkinkan untuk dikelaskan.

¹⁴ *Design Principles for Wayfinding*, <http://www.ai.mit.edu/projects/infoarch/publications/mfoltz-thesis/node8.html>

c. Connectors Model

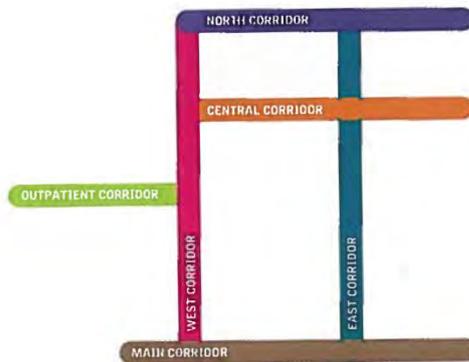


Gambar 2 3 Skema Connector Model.

Sumber: The Wayfinding Handbook, David Gibson

Sistem ini membuat suatu hubungan sirkulasi menjadi lebih sederhana biasanya menyerot berupa *looping street*.

d. Streets Model



Strategy Option 4 (Streets model)

Gambar 2 4 Skema Street Model.

Sumber: The Wayfinding Handbook, David Gibson

Street model digunakan seperti namanya. Dalam penggolongannya, model ini dibuat berdasarkan nama jalan atau melakukan pengklasifikasian koridor atau jalan dengan memberi nama atau kode warna.

2.5.2 Elemen *Wayfinding*

a. Orientation

Orientation merupakan level pertama bagi pengunjung untuk menentukan di mana posisi mereka, di mana tujuan utama mereka, dan apa yang rute terbaik untuk mereka. Dengan seperangkat seperti peta, site plans, lantai bangunan dan arah yang digunakan untuk membantu pengunjung dalam mengartikan sebuah peta dari sebuah area yang besar.



Gambar 2 5 Contoh gambar Orientation Sign.

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/21819157/Glasgow-Pedestrian-Wayfinding-System>

b. Directional Information

Directional Information memberikan petunjuk kepada pengunjung sebuah informasi rute dalam apa yang dituju oleh pengunjung juga memberikan apa yang telah mereka inginkan dalam kognitifnya dalam memilih dari unsur informasi secara general. Yang tergolong dalam directional information disini adalah sebuah signage dengan petunjuk arah.



Gambar 2 6 Contoh gambar Directional information. Sumber: www.smashingmagazine.com

c. *Destination Identification*

Destination Identification bisa disebut sebagai nama lokasi. Maksudnya adalah sign yang menunjukkan keberadaan sebuah tempat yang dituju, seperti nama bangunan pada sebuah area.



Gambar 2 7 Contoh gambar Destination Identification. Sumber: <https://www.behance.net/gallery/5520863/Metro-Transit-HRM-Signage-Wayfinding-Design>

d. Situation and Object Identify

Situation and Object Identify termasuk di dalamnya Regulatory Sign yang berarti sebuah cara dalam menginformasikan pengunjung tentang situasi seperti jadwal, petunjuk objek fire extinguishers, atau petunjuk segala sesuatu yang bersifat darurat, peraturan atau larangan.



Gambar 2 8 Contoh gambar Situation and Object Identify.

Sumber: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/5d/70/34/5d70347e058e7a03d130248462b4cb81.jpg>

2.5.3 Kategori Sign¹⁵

Berdasarkan empat elemen dari *wayfinding* yang sudah dijelaskan diatas, adapun kategori sign berdasarkan kegunaannya, sbb:

a. Identification Signs

Jenis sign ini digunakan untuk menandai nama dan fungsi atas suatu tempat atau lingkungan, bangunan, ataupun gerbang. Sign ini muncul dari awal hingga akhir dari rute dan mengindikasikan pintu masuk dan keluar terhadap destinasi primer atau sekunder. Dalam menempatkan sebuah *Identification sign* sebisa mungkin tidak menempatkan pada lokasi transisi antara tempat dan tempat lain karena dengan begitu sign akan menimbulkan rasa bingung kepada pengunjung dan menjadi tidak efektif dalam penyampaian informasinya. Adapun unsur yang harus diperhatikan adalah

¹⁵ Gibson, David., 2009, *The Wayfinding Handbook*, New York, Princeton Achitectural. hl49

penggambaran yang mengekspresikan karakter dari tempat tersebut dengan menghadirkan logo, piktogram, dsb. Dengan begitu, sign tersebut akan merepresentasikan.

b. Directional Signs

Directional sign menghadirkan sistem sirkulasi dari program *wayfinding* itu sendiri karena hal tersebut menyediakan kebutuhan user untuk terus berjalan dari awal mulai memasuki lokasi tersebut.

c. Orientation Signs

Orientation sign biasanya berdiri sendiri berlokasi di tempat yang paling mudah ditemukan oleh pengunjung. Posisinya selalu bisa terlihat walaupun dalam kondisi yang sangat ramai. Menurut Gibson, desain dari *orientation sign* sebaiknya terkoordinasi dengan *identification sign* di dalam sistemnya. Dalam artian ketika kedua *sign* bekerja secara bersamaan, pengunjung akan lebih mudah dalam menjelajahi rute sirkulasi lingkungan yang ada. Hal yang termasuk dalam *orientation sign* ini adalah peta atau *map*.

Peta sebagai *orientation signs* terdiri dari beberapa jenis¹⁶, yaitu :

- ***Axenometric map***. Yaitu peta dengan bentuk 3 dimensi. Peta jenis ini digunakan apabila lingkungan tidak hanya dibagi berdasarkan areal, namun juga spasial, atau dalam sebuah lingkungan yang sangat kompleks.



Gambar 2 9 Contoh axonometric map. sumber: google.com

¹⁶ Berger, Craig M., 2005, Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational System, PageOne, h.35

- **District map.** Yaitu peta detail mengenai sebuah distrik atau lingkungan. Peta jenis ini digunakan untuk area publik yang luas dan kompleks.



Gambar 2 10 contoh district map. sumber: Google.com

- **Glyphic map.** Yaitu peta diagramatik untuk menunjukkan jalur-jalur dan titik penting dalam sebuah area dalam bentuk diagram atau bentuk-bentuk sederhana. Peta jenis ini digunakan untuk menunjukkan bagian-bagian terpenting tanpa memberikan detail yang berlebihan mengenai lingkungan, atau bisa juga digunakan untuk wayfinding system yang tidak nyata, misalnya *sitemap* sebuah situs web.



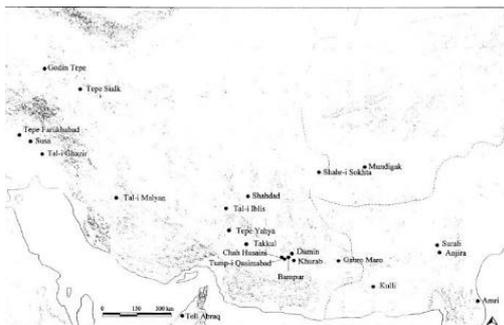
Gambar 2 11 contoh glyphic map. sumber: google.com

- **Heads-up map.** Yaitu peta yang menunjukkan area yang akan dituju oleh pengunjung. Peta ini biasanya menggabungkan peta dengan artifak penunjuk arah lainnya.



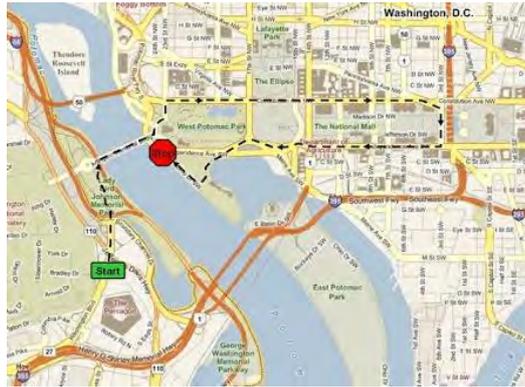
Gambar 2 12 contoh heads-up map. sumber: google.com

- **Key map.** Yaitu peta geografis dari sebuah area. Peta ini biasanya digunakan pada area yang cukup besar. Yang dijelaskan dalam peta ini antara lain jalan raya dan jalan kecil, tempat-tempat penting, atau area-area tertentu. Detail yang tidak dibutuhkan sebaiknya tidak dimasukkan dalam peta jenis ini.



Gambar 2 13 contoh key map. sumber: google.com

- **Rolling map.** Yaitu peta-peta kecil yang merupakan bagian dari sebuah peta keseluruhan area. Peta ini digunakan untuk memberikan informasi yang tidak disertakan dalam peta yang lebih besar.



Gambar 2 14 contoh rolling map. sumber: google.com

- **System map.** Yaitu peta digramatik yang menunjukkan system transportasi secara abstrak.



Gambar 2 15 System Map. Sumber: Google.com

Beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam membuat sebuah peta, antara lain:

- Manusia hanya bisa memahami sebuah area dengan luas sekitar 56 m².
- Sebuah peta lingkungan yang detail sebaiknya ditujukan pada area dengan luas 56 m² atau kurang dari itu
- Arahkan fungsi peta sebagai penunjuk arah pada sebuah tempat, bukan sebagai referensi geografis.

- Desainlah peta dengan memperhatikan interaksi pengunjung dengan lingkungannya.
- Desainlah peta sesederhana mungkin.
- Jangan menggunakan peta sebagai satu-satunya artifak penunjuk arah
- Gunakan sign yang lain, seperti directional sign, atau elemen-elemen identitas untuk memperkuat informasi sebuah peta.

d. Regulatory Signs

Regulatory sign menjelaskan tentang apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan dalam suatu lingkungan. Bahkan sesederhana tanda dilarang merokok atau sesuatu yang lebih rumit seperti aturan yang mengindikasikan bagaimana pengunjung bisa menikmati sekaligus menghargai tempat yang ada.

2.6 Interpretation

Merupakan aspek penting dari yang membangun *Information Design*¹⁷. Akan tetapi juga dapat diasosiasikan dengan aspek *branding & placemaking*¹⁸ yang ada di dalam *wayfinding*. *Interpretation sign* adalah sebuah bagian akhir untuk mengkomunikasikan budaya dan sejarah tempat. Hal ini mengambil bentuk melalui berbagai bentuk cara dan seringnya elemen yang merayakan perbedaan

2.7 Studi Material

Material spesifik untuk signage sangat banyak dan menawarkan efek visual yang tidak terbatas. Pilihannya biasanya diambil dari settingnya. Warna natural dari batu dan kayu mempunyai integritas yang mendalam. Besi-besian adalah yang paling umum diantara material spesifik lainnya dan tergolong menjadi dua kelompok yakni besi putih yang diantaranya stainless steel, aluminium, dan nikel. Yang lain tergolong besi kuning adalah kuningan dan dan perak.

¹⁷ IO'Grady, Ken Visocky & Jenn, 2008, *The Information Design Handbook*, RotoVision, Switzerland, h.33

¹⁸ Gibson, David., 2009, *The Wayfinding Handbook*, New York, Princeton Achitectural. hl71

Bahan yang digunakan untuk *sign system* cukup beragam. Untuk itu perlu diketahui jenis *sign system*-nya, lokasi penempatannya, karakternya, dan budget yang disiapkan¹⁹. Berikut ini pembahasan yang lebih mendalam pada setiap jenis materialnya.

- **Batu.** Sign system yang terbuat dari batu lebih awet hingga kurun waktu beberapa puluh tahun. Batu digunakan sejak zaman kuno yang merupakan material pertama dan bahan utama yang digunakan manusia.



Gambar 2 16 contoh penerapan material batu pada signage. sumber: google.com

- **Kayu.** Kayu termasuk jenis material favorit untuk pembuatan sign system. Selain permukaannya yang bertekstur, kayu tumbuh dari pohon (artinya bisa ditanam dan diambil kayunya) serta tidak memerlukan teknologi tinggi untuk pengerjaannya. Kayu juga bisa digunakan sebagai bagian dari signstructures yang mampu menopang dengan kuat

¹⁹ Majalah Concept, vol 04, edisis 23, 2008

meskipun bobot material kayu cukup ringan. Kurang cocok untuk penempatan di outdoor karena mudah lapuk akibat cuaca.



Gambar 2 17 contoh penerapan material kayu pada signage. sumber: google.com

- **Gelas.** Gelas memiliki sifat meneruskan serta memiliki permukaan yang bisa memantulkan cahaya. Material jenis ini juga populer untuk signage design dan sering kali digunakan sebagai dekorasi. Dengan ketebalan tertentu, multilayer, permukaannya yang transparan dan efek-efek yang dihasilkan, material jenis ini sangat menarik jika digunakan sebagai bahan dasar signage. Biasanya digunakan untuk penamaan gedung atau papan pengumuman atau tanda penunjuk di dalam sebuah gedung.



Gambar 2 18 contoh penerapan material kaca/gelas pada signage. sumber: google.com

- **Aluminium dan Besi.** Material ini sering digunakan untuk permukaan signage berukuran besar. Ringan, kokoh dan tidak memerlukan perawatan serta mudah dibuat. Sekitar tahun 1950-an, aluminium adalah bahan alternatif selain besi. Di satu sisi, material dari besi dijadikan bahan baku untuk *signage*. Tingkat kekuatan jauh melebihi bahan aluminium. Sering digunakan sebagai bahan untuk struktur internal.



Gambar 2 19 contoh penerapan material besi pada signage. sumber: google.com

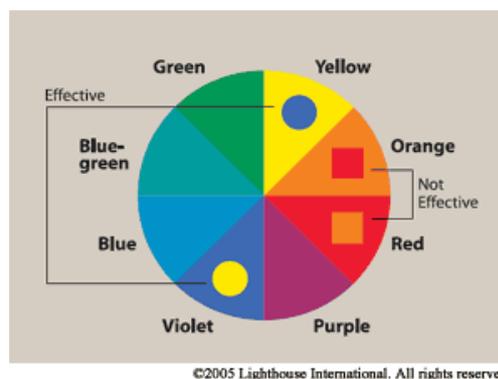
- **Akrilik.** Material ini tersedia dalam berbagai pilihan warna, warna putih atau tembus pandang sehingga bisa digunakan sebagai background signage. Akrilik bisa diproduksi dengan cetak panas dan bisa memancarkan cahaya lebih baik. Bahan akrilik terkenal relatif kuat karena tingkat kepadatannya tetap meskipun mengalami banyak tempaan pada saat produksi. Jenis akrilik dikenal sebagai material yang tahan terhadap sinar ultraviolet sehingga cocok untuk penempatan sign di luar ruangan.



Gambar 2 20 contoh penerapan material akrilik pada signage. sumber: google.com

2.8 Studi Warna

Wayfinding adalah studi yang memfokuskan diri pada kebutuhan pengguna dalam wilayah yang besar sehingga membantu pengguna dalam mengingat dan menemukan destinasinya. Faktor keterlihatan dari wayfinding itu sendiri juga menjadi aspek penting sehingga pemahaman terhadap persepsi warna audiens juga dibutuhkan. Pengaruh fisik, lingkungan, dan budaya ikut mempengaruhi cara melihat dan menafsirkan warna²⁰.



Gambar 2 21 diagram warna. Sumber: google.com

Yang berhubungan dengan warna adalah kontras. Kontras dapat sangat mempengaruhi kemudahan audiens dalam membaca. Angka kontras antara tulisan dan background harus cukup tinggi untuk keterbacaan. Kontras sekitar 60 hingga 70 ideal untuk hal ini.

Adapun beberapa makna warna menurut para ahli, diantaranya adalah :

- **Abu-abu.** Dapat diandalkan, keamanan, elegan, rendah hati, rasa hormat, stabil, kehalusan, bijaksana, masa lalu, bosan, kebusukan, renta, polusi, urban, emosi yang kuat, seimbang, netral, perkabungan, formal, bulan Maret. (Rustan 2009, 72) Warna netral dilihat sebagai warna “aman” dan sopan. Warna ini tidak akan membuat sebuah produk terlihat kuno karena warna ini selalu trendy.

²⁰ Darmaprawira W.A, Sulasmi, “Warna : Teori dan Kreativitas Penggunaannya ”, Bandung : ITB, Edisi ke 2, 2001

- **Putih.** Sisi negatif dari putih adalah monoton, kaku. Putih adalah warna yang melambangkan kesucian juga sebagai warna yang memberikan kemurnian dan kesederhanaan. Sebagai contohnya warna putih sering digunakan untuk acara-acara bersifat sakral seperti pernikahan, atau acara ibadah keagamaan. Secara psikologis, putih melambangkan kejujuran, ketulusan, dan keikhlasan. Warna ini juga mengasosiasikan manusia terhadap rasa bersih atau higienis dan klinis. Dalam penerapannya, memberikan kesan sebuah produk terlihat jernih dan bersih. Untuk produk bayi atau produk yang berhubungan dengan kebersihan pribadi dan kesehatan, putih merupakan pesan yang bagus untuk ditampilkan karena mengasosiasikan rasa higienis.
- **Hitam.** Dapat berarti depresi, kemarahan, kematian (tradisi Barat), klasik, baru, ketakutan, kecerdasan, pemberontakan, misteri, ketiadaan, modern, kekuatan, hal-hal duniawi, formal, elegan. Sisi negatifnya terlalu kuat, superior, merusak, menekan. Hitam sebagai simbol kekuatan, kecanggihan, keanggunan dan mengandung unsur magis. Hitam dapat menggambarkan keheningan, kematangan berpikir dan kedalaman akal yang menghasilkan karya. Positifnya warna hitam dapat magis, idealis, fokus, keabadian, keanggunan, kuat, kreativitas. Bagi para penggemar mode, warna hitam merupakan warna yang abadi. Dalam artian selalu terlihat modern dan gaya. Disamping itu, warna hitam juga sangat digemari sekaligus menampilkan kesan elegan dan mewah.
- **Merah.** Dapat berarti perayaan, kekayaan, nasib baik (Cina), suci, tulus, perkawinan (India), perkabungan (Afrika Selatan), setan (tradisi modern Barat), gairah, kuat, energi, api, cinta dll. Sisi negatifnya panas, bahaya, emosi yang meledak, agresif, brutal. Merah memang identik dengan rona buah apel, kelopak mawar, warna darah, dan panasnya nyala api, sehingga berasosiasi pada sesuatu yang membangkitkan selera, kegairahan, emosi, dan semangat yang membara. Warna ini banyak digunakan sebagai lambang keberanian, sensualitas, kekuatan, dan

bahaya. Merah sangat ekspresif dan dinamis dalam merepresentasikan cinta dan kehidupan. Di dalam diagram warna, merah adalah warna paling panas dan memiliki gelombang warna paling panjang sehingga warna inilah yang paling cepat tertangkap mata.

- **Biru Laut.** Gambaran umum dari sejuk, kolot, air, es, setia, bersih, bijaksana, manusia, produktif, isi dalam, langit, damai, kesatuan, harmoni, damai, tenang, percaya, kerajaan, perkabungan (Iran), kebenaran, cinta, keagamaan, mencegah roh jahat, kebodohan, kesehatan. Sisi negatifnya emosional, egosentris, racun. Sisi positifnya kontemplatif, damai, intelegensi tinggi, tenang, menyejukkan, kebenaran, mediatif. Warna ini selalu dikorelasikan dengan langit dan air bagai kehidupan dan kekuatan. Kebanyak orang berpersepsi bahwa biru adalah warna yang dapat memberikan inspirasi. Pada umumnya warna ini cocok untuk situs web, kemasan produk, kartu identitas perusahaan dan untuk hal-hal penting lainnya. Sedangkan biru muda yang mendekati hitam kerap juga digunakan untuk hal-hal yang melibatkan teknologi tinggi, seperti benda-benda digital dan barang elektronik. Sering kali, warna biru masyarakat asosiasikan dengan blujeans, pakaian yang member kesan “gaul”, dan “trendy”.

Jingga/Orange. Antusiasme, flamboyan, kesenangan, agresi, sombong, menonjol, Hinduisme, Buddhisme, kebahagiaan, energy, keseimbangan, panas, api, hasrat, bulan September, kerajaan (Belanda), protestanisme (Irlandia). Orange memiliki sisi negatif sebagai dominan dan arogan. Sisi positifnya adalah memiliki sifat kreatif, optimis, muda, keakraban, dinamis, persahabatan. Warna ini menebarkan energi, menghangatkan hati, sekaligus memancarkan keceriaan. Dari sisi psikologi orang merupakan lambang persahabatan. Orange bukan warna yang serius, umumnya lebih disukai oleh orang-orang yang berkeperibadian “ekstrovet”. Hal ini dikarenakan merupakan warna yang paling hangat sebab memiliki energi dua warna, merah yang panas dan kuning yang hangat dan lembut.

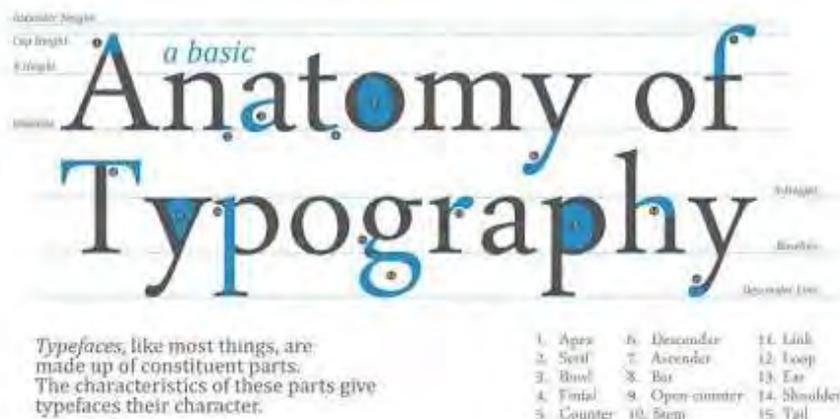
2.9 Studi Tipografi

Semua karakteristik yang telah dibahas di atas dapat diterapkan pada tipografi. Akan tetapi huruf pun memiliki karakteristik unik, dan pertimbangkan pertimbangan yang spesifik yang harus diperhatikan sebelum mengambil keputusan di dalam sebuah proyek.

Atribut yang mempengaruhi pengenalan setiap huruf atau kata dipacu oleh *legibility* atau legibilitas. Legibilitas diturunkan dari kenyataan bahwa ketika membaca, manusia tidak memproses huruf satu demi satu, melainkan mengenali dengan cepat bentukan huruf. Legibilitas dapat dianalisa menurut bentuk, skala, dan style. Sedangkan *readability* atau keterbacaan mengacu pada kejelasan dan kecepatan yang mana konten dapat dibaca dalam jumlah yang besar (paragraf, halaman, volume). Dengan demikian, ketebacaan bukan hanya menyangkut legibilitas tipografis, namun juga layout. Keterbacaan berkaitan dengan ukuran, spasi, dan penempatan (*alignment*).

- **Bentuk.** Legibilitas tipografis berasal dari identifikasi bentuk positif dan negatif sebuah huruf. Kecondongan yang berlebihan pada salah satu aspek, baik negatif maupun positif, mengakibatkan huruf sulit untuk diidentifikasi.
- **Ukuran.** Skala sebuah bentukan huruf dapat ditentukan dari beberapa perbandingan, yaitu:
 - Perbandingan tinggi “x” dengan tinggi cap; Tinggi “x” adalah tinggi huruf lowercase, tapi tidak termasuk ascender (garis yg lebih tinggi dari rata-rata huruf lain pada huruf b, d, f, h, k, l, t).
 - Lebar huruf dengan tinggi huruf; perbandingan lebar dan tinggi sebuah font menentukan seberapa lebar setiap huruf ditampilkan. Bentuk huruf yang mudah dibaca memiliki perbandingan tinggi-lebar yang seimbang. Apabila dibuat sebuah persegi pada bagian terluar huruf tersebut, panjang dan lebarnya sebanding.
 - Lebar garis dengan tinggi huruf; perbandingan antara lebar garis (stroke) dengan tinggi huruf bobot optikal dari huruf tersebut. Menambah atau mengurangi lebar garis sebuah huruf berpengaruh

langsung pada bagian positif dan negatif sebuah huruf, sehingga mempengaruhi legibilitas. Huruf yang sangat tebal atau sangat tipis (bold atau thin) lebih sulit dibaca dibandingkan huruf dengan bobot sedang (regular).



Gambar 2 22 Anatomi tipografi. sumber: google.com

- **Style atau jenis font.** Jenis font dapat menimbulkan efek yang berbeda, seperti serius, romantis, klasik, dan sebagainya. Tidak semua jenis font cocok untuk digunakan dalam desain informasi. Ketika hendak menyampaikan pesan yang jelas dan tidak ambigu, fokus harus diarahkan pada aksesibilitas. Bentuk huruf yang ampuh dalam menyampaikan pesan memiliki keseimbangan di bobot dan proporsi, tidak memiliki bentuk yang teratur, detail dekoratif, atau karakter huruf yang berlebihan. Pilihan huruf yang sukses dalam desain informasi memiliki bentuk yang mudah dikenali secara individual, namun terlihat menyatu ketika dikelompokkan.

Tipografi yang digunakan pada sebuah signage biasanya menggunakan sans-serif, dimana sans-serif merupakan typeface dengan tingkat keterbacaan yang baik, karena sangat penting bagi pengguna signage untuk membaca pesan yang akan disampaikan pada signage secara jelas.

2.10 Komunikasi

Studi ini sebenarnya berkaitan dengan aksesibilitas desain informasi, namun hubungan analogis dapat pula digunakan dalam *wayfinding*. Artinya, dalam hal memberikan informasi, tujuan akhir dari pengguna harus menjadi pertimbangan utama. Dengan demikian, terlebih dahulu harus diketahui kemampuan (ability) audiens, pilihan alat, wawasan teknologi audiens, akses media audiens, dan sebagainya. Apabila dipadukan dengan estetika yang baik, pesan yang disampaikan bukan hanya akan sampai pada audiens, namun juga menjadi mudah diingat

2.10.1 Familiarity

Kajian tentang familiaritas atau kemudahan untuk diingat dibutuhkan karena kapasitas atau daya serap ingatan seseorang sangat tergantung dari keadaan emosionalnya ketika menerima informasi. Ada dua prinsip yang sering digunakan yaitu “Principle of Least Effort” yang dikembangkan oleh Thomas Mann, dan prinsip “Uncertain Reduction Theory” yang dikembangkan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese.²¹

Principle of Least Effort mengemukakan bahwa apabila pengalaman pribadi dan keahlian dapat dikesampingkan, seorang pengguna informasi memiliki ketertarikan yang lebih besar untuk menggunakan cara atau alat yang paling mudah atau familiar, meskipun informasi yang akan diperoleh lebih sedikit. Akses terhadap informasi dengan demikian mengikutsertakan aspek-aspek seperti kemudahan, kenyamanan, ketersediaan, serta kesederhanaan.

Teori yang lebih fokus pada komunikasi interpersonal adalah *Uncertainty Reduction Theory*. Menurut teori ini, saat seseorang berinteraksi dengan orang atau sekelompok orang baru yang belum pernah dikenal, orang tersebut akan melalui tiga tahapan, yaitu: pengenalan, personal, dan kesimpulan. Tahap pengenalan adalah tahap di mana seseorang merasa ketidaknyamanan karena tidak mengetahui lawan bicaranya. Biasanya, orang akan melakukan perkenalan sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku. Pada tahap personal, orang tersebut akan

²¹ ibid

bertukar informasi yang lebih mendalam dengan lawan bicaranya, di mana pembicaraan akan mengalir dengan lebih mudah.

Tahap ketiga merupakan tahap di mana setiap orang menyimpulkan lawan bicaranya untuk menentukan apakah hubungan tersebut akan dilanjutkan atau tidak. Ada beberapa hal yang dapat digunakan dalam bidang komunikasi visual dari teori ini, yakni:

- Ketika seseorang ragu-ragu atau tidak pasti, orang tersebut akan mencari informasi.
- Kepastian sejalan dengan kesamaan, sebaliknya, diminalisir oleh perbedaan.
- Hal-hal yang dianggap tidak pasti akan cenderung kurang disukai.

Dengan demikian, kesukaan atau kecenderungan seseorang terhadap sesuatu akan sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan latar belakang seseorang. Usaha untuk menyampaikan informasi yang belum dikenal pada audiens pertimbangan harus difokuskan pada faktor-faktor yang dapat membantu audiens mengurangi ketidakpastian. Kedua prinsip ini menjadi pertimbangan ketika merumuskan konteks visual yang akan digunakan. Struktur informasi, warna, tipografi, bentuk, ataupun alur membaca, dapat mempertimbangkan kedua prinsip ini untuk memaksimalkan penyampaian informasi pada audiens, dan menjadikannya mudah diingat

2.10.2 Literacy (Keterbacaan)

Keterbacaan merupakan prinsip komunikasi yang paling penting dalam merancang sebuah informasi, karena secara langsung mempengaruhi kemampuan audiens untuk menerima informasi. Dalam kaitannya dengan komunikasi visual, keterbacaan dapat dipahami dalam tiga konteks, yaitu:

- **Keterbacaan Informasi**, yaitu kemampuan seseorang untuk menyadari adanya kebutuhan informasi, dan kemampuannya untuk menemukan, menyeleksi, menganalisa, dan menggunakan informasi yang dibutuhkan dengan efektif.

- **Keterbacaan visual**, yaitu komponen keterbacaan informasi. Keterbacaan visual menyangkut kemampuan untuk menginterpretasi, mengapresiasi, mencari, atau menciptakan gambar.
- **Semiotika**, yang memfokuskan diri pada tanda dan simbol sebagai elemen bahasa dan komunikasi.

Semiotika merupakan konsep dari “tanda”, setiap kata, gambar, suara, gestur, atau pengalaman inderawi apapun. Setiap tanda mengandung “denotasi” (makna yang paling banyak disepakati), atau “konotasi” (asosiasi sekunder berdasarkan pengalaman pribadi seseorang). Tanda dapat dikategorikan lebih jauh menjadi:

- **Ikon**, merupakan representasi visual suatu hal. Sebagai contoh gambar sebuah mobil.
- **Simbol**, yaitu representasi visual yang lebih abstrak, atau representasi visual dari sesuatu yang tidak memiliki bentuk fisik.
- **Indeks**, merupakan simbol yang menciptakan hubungan di antara dua atau lebih hal. Sebagai contoh, gambar payung untuk menjelaskan hujan (cuaca).

Konteks informasi, budaya, dan pengalaman pribadi mempengaruhi makna denotatif atau makna konotatif sebuah tanda. Namun, pengaruh tersebut bukan hal yang statis. Karena komunikasi tidak pernah statis, aspek-aspek kultural, serta asosiasi kontekstual harus dipertimbangkan dan disesuaikan dengan target audiens.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan dilakukan meliputi beberapa tahapan yakni diantaranya penelitian dan perancangan, mengkaji teori-teori dan data-data yang telah didapatkan, menganalisis data, menyimpulkan solusi, memproduksi output, menguji kelayakan output, kemudian menyempurnakan output serta evaluasi.

Pembahasan pada bab sebelumnya berupa pengumpulan informasi dari beraneka ragam literatur yang sesuai dengan penelitian ini kemudian melakukan kajian pada teori tersebut maka diperlukan metode yang tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan dalam penelitian. Metode yang akan digunakan pada penelitian ini berupa observasi langsung ke lokasi Jambooland, depth interview dengan berbagai narasumber seperti owner Jambooland, pengelola, pengunjung serta pakar themepark. Sebagai tambahan untuk riset kuantitatif akan dilakukan survey berupa kuisioner pengunjung Jambooland Tulung agung.

3.2 Populasi

Environmental Graphic Design erat kaitannya dengan *user* atau pengguna. Pada hasil output sebuah EGD ini diterapkan pada Jambooland nantinya jelas bahwa populasinya adalah wisatawan atau pengunjung dari Jambooland itu sendiri. Pengunjung disini berlaku sebagai pengguna utama dari EGD ini yang ada pada lingkungan tersebut.

3.3 Sample

Dalam pengumpulan data penelitian jambooland ini metode utama yang digunakan adalah kuesioner, sampling dilakukan dengan menyebarkan angket kepada 100 orang responden yang merupakan pengunjung yang datang ke

Jambooland Tulungagung. Profil dari responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, berusia 16- 45 tahun ke atas. Pendidikan terakhir SMA sederajat, diploma dan sarjana dengan pekerjaan pegawai negeri, swasta dan wiraswasta. Dari segi geografis responden rata-rata berdomisili di kota Tulungagung, blitar, malang, surabaya dan sekitarnya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

3.4.1.1 Observasi

Metode observasi yang diambil merupakan observasi yang tidak terstruktur yakni observasi yang dijalankan dengan cara spontan terhadap suatu gejala tertentu tanpa menggunakan alat-alat yang peka atau pengontrolan kembali atas ketajaman hasil observasi. Namun demikian, seperti yang dibahas di bab 2 tentang observasi yang digunakan di Environmental Graphic Design lebih spesifiknya digunakan untuk mengetahui aspek-aspek kualitatif dari Environmental Graphic Design. Disamping itu, metode ini juga metode yang membantu menunjang metode *depth interview*. Dari sini nanti akan dibandingkan seberapa jauh hasil *depth interview* sesuai dengan fakta yang ada sehingga data yang telah didapatkan berdasarkan *depth interview* yang berkaitan dengan perilaku pengunjung dapat diperjelas dan didukung dengan adanya observasi ini.

Metode observasi ini dilakukan dari tanggal 1 November hingga 31 Desember nanti di jambooland Tulungagung, Srabah, Tulungagung. Jambooland ini buka dari pukul 7 pagi hingga 5 sore dengan hari operasi 6 hari seminggu kecuali hari senin. Jambooland berlokasi Srabah di kabupaten Tulungagung. Terletak di 8km arah barat dari kota Tulungagung. Luas dari themepark yang saat ini sekitar 103.000 m², nantinya akan dikembangkan menjadi 415.000

m2 atau setara kurang lebih 41 ha. Jambooland ini apabila dilihat saat ini memiliki wahana waterboom dan taman bermain.

Aspek-aspek yang diteliti meliputi strategis, stakeholder, konten jambooland lama, prediksi area kepadatan, studi sirkulasi, aksesibilitas, pengunjung yang datang, serta studi aktivitas pengguna. Adapun nantinya mencatat hal-hal yang bersifat spontan yang nantinya diharapkan dapat membantu proses analisa.

3.4.1.2 Depth Interview

Depth Interview pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui subyek dari wayfinding baik dari segi pengelola maupun penggunanya. Dalam rencana pengembangan Jambooland ini terlibat perusahaan arsitektur yang memegang *blue-print* pembangunannya. Diharapkan dari wawancara mendalam ini bisa didapatkan informasi tentang detail arsitekturalnya.

Lain hal dengan pihak pengelola atau owner. Disini diharap penulis mampu mendapatkan mulai dari profil aspek *Environmental Graphic Design* yang ada saat ini, situasi di dalam lingkungan *theme park*, sampai informasi seputar program pembangunan selanjutnya sehingga nantinya perancangan EGD juga dapat terintegrasi dengan program selanjutnya.

Depth interview dilakukan kepada Ibu Lastri selaku ketua pengelola Jambooland dan Bapak Arda Cahyo Pranowo St, M.Ars, sebagai Principle Architect Prayogo Pranowo Architect. Peneliti memperoleh informasi mengenai permasalahan yang terkait dengan wayfinding system yang terdapat di Jambooland Tulungagung juga tentang seluk beluk rancangan pengembangannya.

3.4.1.3 Kuisisioner

Environmental Graphic Design tidaklah terlepas dari aspek-aspek penggunaannya. Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data yang perannya sangat penting dalam menentukan kriteria desain yang akan digunakan dalam *Environmental Graphic Design* Jambooland Tulunagung. Kuisisioner sendiri digunakan untuk menguji hipotesa terhadap preferensi audiensi. Hal ini diharapkan bisa mendapatkan kisi-kisi selera pengguna.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder didapatkan dari studi literatur yang sesuai dengan pembahasan *Environmental Graphic Design* dan juga mengenai taman hiburan. Sebagai data pendukung dilakukan pencarian informasi apapun seperti blue-print rancangan pengembangan, artikel di internet sebagai tambahan studi eksisting, kompetitor dan komparator.

3.4.2.1 Studi Pustaka

Kajian pustaka ini digunakan untuk mendukung penelitian. Kajian yang dipilih adalah kajian yang berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Dari hasil kajian tersebut digunakan sebagai landasan untuk memperkuat teori di dalam penelitian ini. Disamping itu, nantinya apa yang ditulis oleh penulis dapat dipertanggungjawabkan.

Secara terperinci, kajian pustaka membantu peneliti dalam menentukan metode apa saja yang cocok untuk diterapkan dalam penelitian ini. Dengan adanya sumber data yang teruji, diharapkan teori-teori tersebut membantu untuk menemukan solusi dari permasalahan yang ada. Adapun kajian terhadap penelitian terdahulu. Peneliti dapat mengkaji prosedur yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan permasalahan yang hampir sama. Nantinya dari sini akan dipertimbangkan kelebihan dan kekurangan dari prosedur sebelumnya.

3.5 Skema Kebutuhan Penelitian

Dari metode yang telah disampaikan diatas, maka dibuatlah skema kebutuhan data berdasarkan dari identifikasi masalah yang ada agar lebih memudahkan penulis dalam mengkoordinasikan setiap permasalahan yang perlu diteliti. Dapat dilihat dari skema berikut ini:

No .	Identifikasi Masalah	Studi Data Sekunder	Sumber Data Primer		
			Observasi	Kuesioner	Depth Interview
1.	Aspek EGD yang ada dalam Jambooland lama		Dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan mengenai masalah yang ada		Wawancara kepada pengelola tentang rancangan terdahulu
2.	Aspek EGD yang ada dalam Rancangan Pengembangan Jambooland	Dengan melakukan pengamatan terhadap rancangan yang sudah ada		Menanyakan tentang seberapa jauh EGD yang ada berfungsi	Wawancara dengan pihak perancang pengembangan

3.	Profil pengguna (segmentasi)		Melakukan observasi melalui studi perbandingan dengan mengambil foto dan mengamati secara langsung serta mengambil	Demografi, psikografi, pengguna jamboland	Wawancara mendalam dengan pengelola di lapangan yang memiliki pengalaman langsung interaksi dengan pengunjung
3.	Alur pengunjung	Melihat rancangan yang sudah ada			Kepada perencana untuk mengetahui bagaimana alur pengunjung agar dapat mengetahui layout yang tepat untuk ruangan

4.	Suasana yang ingin ditimbulkan	Meneliti langgam yang sudah ada dalam rancangan			Kepada perencana untuk mengetahui suasana dan kesan apa yang ingin mereka sampaikan kepada pengunjung
5.	Latar belakang eksisting dan pengembangannya				Kepada perencana untuk mengetahui secara jelas konsep yang telah diterapkan

Tabel 1 Tabel Kebutuhan Penelitian

3.6 Skema Penelitian

Adapun Proses penelitian yang dilakukan nantinya menemukan konsep desain sebagai berikut:

	1. tahap pengumpulan data				
	data primer			data sekunder	
	observasi langsung	depth interview	kuisisioner	studi literatur	studi eksisting
	<ul style="list-style-type: none"> - pengunjung - pengelola - lapangan: <ul style="list-style-type: none"> - geografis - arsitektural - material - warna dan bentuk - typografi 	<ul style="list-style-type: none"> - stakeholder: <ul style="list-style-type: none"> - owner - pengelola - developer 	<ul style="list-style-type: none"> - pengunjung 	<ul style="list-style-type: none"> - profil Jambooland - profil developer - denah sekarang - denah pengembangan - list ruang & fasilitas - literatur tambahan 	
	2. tahap analisa data				
	3. what to say / keyword				
	4. konsep desain				
	5. output				

Tabel 2 Tabel rencana penelitian

BAB IV

ANALISIS DATA

Tahap penelitian dimulai sejak peneliti mulai mengamati fenomena yang berhubungan dengan pembangunan atau pengembangan Jambooland Tulungagung. Berkaca dari kondisi Jambooland yang belum dikembangkan, peneliti memulai dengan pentingnya perancangan grafis lingkungan yang ada di Jambooland hingga tahap perencanaan perancangan dan perumusan konsep. Di dalam bab ini membahas tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan analisa data digunakan untuk menemukan masalah dan kebutuhan dari problematika sehingga menghasilkan jalan keluar berupa *problem statement*. *Problem statement* digunakan untuk menentukan *goal*. Terdapat tiga aspek yang penting dalam tahap ini, yaitu pihak stakeholder (pengelola Jambooland), aspek ilmiah (kepuustakaan atau ilmu serta pakar yang berhubungan dengan *Environmental Graphic Design*), dan aspek eksisting (studi yang diperoleh dengan melakukan pengamatan pada Surabaya Carnival, Batu Secret Zoo, dan Jatim park 1).

Pembahasan yang dilakukan adalah pembahasan aspek *stakeholder* yang nantinya akan menentukan *goal* yang ingin dicapai. Pembahasan meliputi analisis observasi dan wawancara yang telah dilakukan kepada pihak pengelola dan pengembang berkaitan langsung dengan rancangan pengembangannya. Analisis selanjutnya diambil dari studi kompetitor theme park. Hal ini meliputi analisa *strength, weakness, opportunity dan threat (SWOT)*. Hal ini dimaksudkan agar nantinya penulis dapat menarik kesimpulan kelebihan apa saja yang bisa menjadi pendukung dalam menentukan *goal*.

Dari hasil analisis aspek stakeholder akan menghasilkan *goal*, sedangkan aspek ilmiah dan studi eksisting akan menentukan solusi. Dengan menyilangkan dua hasil dari analisis aspek tersebut akan menemukan konsep desain. Untuk

membantu pengembangan konsep, dilakukan pula sebuah analisa visualisasi yakni moodboard berasal dari analisa-analisa sebelumnya.

4.1 Hasil Pengambilan Data

4.1.1 Sampling

Dari hasil kuisisioner yang sudah disebar ke 100 pengunjung Jambooland, Responden ini berjenis kelamin laki-laki dan perempuan berusia 16-40 tahun keatas dengan pendidikan terakhir SMA atau sederajat, diploma, dan sarjana dengan pekerjaan pelajar, mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, serta wirausaha yang bertempat tinggal di kota Srabah, tulungagung dan kabupatennya, malang, blitar, sidoarjo, surabaya dan sekitarnya. Memperhitungkan dari perencanaan pembangunan bandara di kota Kediri, Tulungagung akan mendapatkan pengunjung dari kota-kota besar pula seperti Jakarta, Bandung dan Palembang bahkan Bali. Rata-rata persona yang didapatkan adalah keluarga muda yang rata-rata memiliki anak sekitar 4-7 tahun dengan taraf ekonomi menengah, menengah ke atas.

Tujuan adanya persona sebagai acuan untuk menentukan kisaran user atau pengguna yang akan menggunakan wayfinding. Adapun persona yang akan dijabarkan adalah tentang Orang tua muda yakni ibu dan ayah serta, yang mana merupakan *direct user* dan *indirect user* Jambooland Tulungagung.

1. Ayah (24-40 tahun)



Nama : Ganis Wicaksono

Usia : 34 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

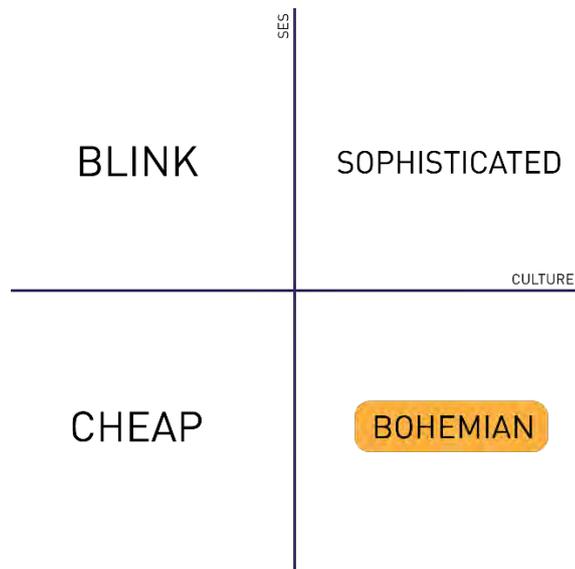
Pekerjaan : Marketing Manager

Pendidikan : S2

Pendapatan : 7-10 juta per bulan

Tempat Tinggal : Rumah Pribadi

Status : Menikah, memiliki 2 anak laki-laki dan perempuan berusia 4 dan 6 tahun



gambar 4 1 Quadran persona Ayah. Sumber: Pranata, 2016

<i>Lifestyle</i>		
<i>Activity</i>	<i>Interest</i>	<i>Occupation</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Bekerja di kantor • Menemui klien di kafe • Mengasuh anak • Berjalan-jalan bersama keluarga • Menghabiskan waktu libur dengan keluarga • Sesekali bersama nongkrong teman-teman 	<ul style="list-style-type: none"> • Traveling • Olahraga • Pendidikan Anak • Sosial Media • Menonton film • Koleksi barang unik 	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan <i>businessman</i>

2. Ibu (22-40 tahun)



Nama : Maria Kusuma Wardhani

Usia : 28 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

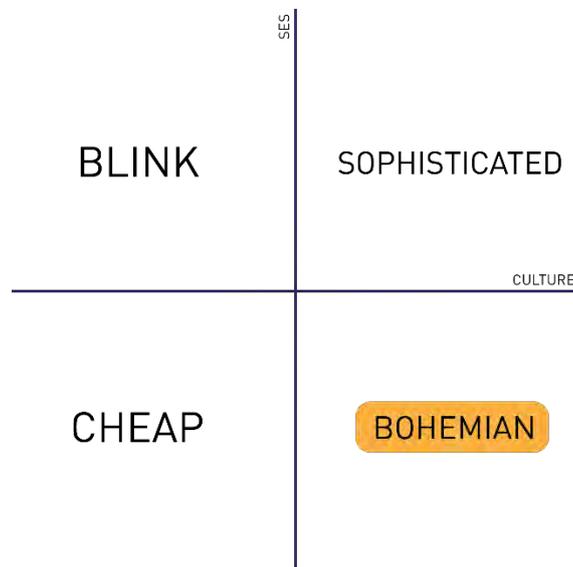
Pekerjaan : Apoteker

Pendidikan : S1

Pendapatan : 4-7 juta per bulan

Tempat Tinggal : Rumah Pribadi

Status : Menikah, memiliki 1 anak laki-laki berusia 4 tahun



gambar 4 2 Quadran persona ibu. Sumber: Pranata, 2016

<i>Lifestyle</i>		
<i>Activity</i>	<i>Interest</i>	<i>Occupation</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Memasak • Bekerja di rumah sakit • Mengasuh anak • Berbelanja ke super market • Berjalan-jalan bersama anak • Sese kali bersama nongkrong teman-teman 	<ul style="list-style-type: none"> • Berkumpul dengan ibu-ibu, arisan • Media Sosial • Membaca buku • Traveling • Pendidikan anak 	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan apoteker di sebuah rumah sakit

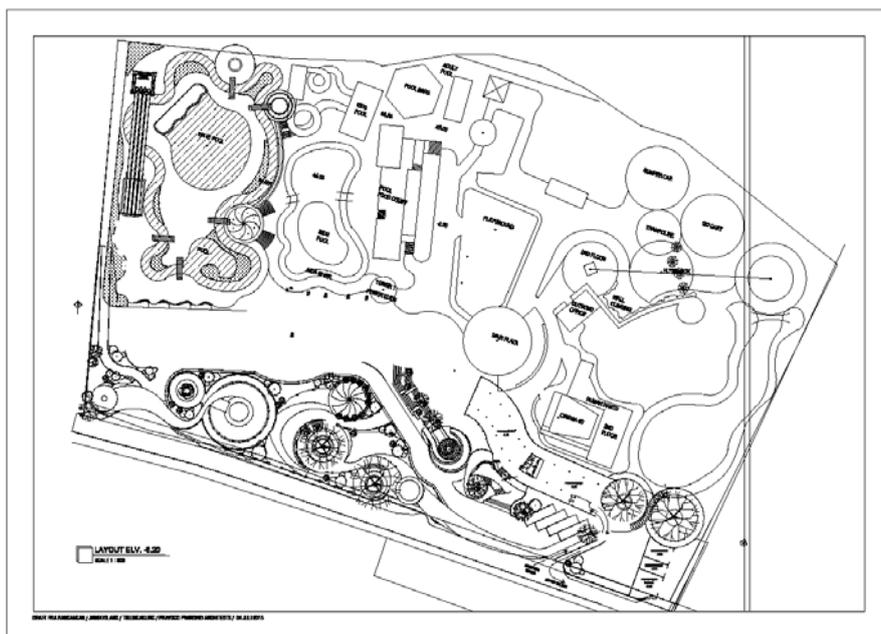
3. Anak (4-7 tahun)

Nama : Rivandi Anugrah Satya
 Usia : 4 tahun
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Pendidikan :TK-A
 Tinggi / Berat : 101,4 cm / 13 kg

4.1.2 Observasi

Metode penelitian ini bertujuan agar mendapatkan data-data yang berhubungan dengan perancangan. Data-data yang telah didapatkan berupa blue-print rancangan pembangunan pengembangan Jambooland oleh Prayogo Pranowo Architects, konsep jambooland secara keseluruhan, standar informasi keamanan wahana, data pengunjung per tahun, sirkulasi pengunjung di area Jambooland, jenis dan material yang digunakan pada sistem EGD terdahulu dan yang paling relevan.

Gambaran umum Jambooland yakni, beroperasi jam 8 pagi sampai dengan jam 5 sore, aktif di hari selasa hingga minggu. Pada hari senin libur digunakan untuk *maintenance* besar seperti membersihkan atau pengurusan air kolam, pengecekan pompa, dst. Jambooland memiliki luas wilayah 103.000 yang menurut rencana pembangunan menjadi 415.000 m². Secara geografis jambooland terletak di bagian barat tulungagung tepatnya di srabah, kabupaten tulungagung.



Gambar 4. 3 Denah Jambooland pada rencana pengembangannya.

Sumber: Prayogopranowo Architects

Pembahasan tentang observasi di area Jambooland meliputi 2 katagori. Yang pertama katagori observasi Jambooland pada saat ini yang kedua adalah observasi Jambooland pada rancangan pengembangannya. Pada observasi Jambooland pada pengembangannya nantinya akan dibahas mengacu pada denah yang jambooland yang baru.

Pada area pintu masuk terdapat gapura setinggi kurang lebih 7 meter. Untuk mengidentifikasi bahwa lokasi itu adalah Jambooland, terdapat sebuah banner yang dipasang serong di sebelah gapura kemudian ditali dari

pohon ke pohon. Ukuran banner tersebut kurang lebih 2x5 meter. Sebagai identitas lokasi hal ini sangat disayangkan karena tidak cukup terlihat karena tidak cukup menggambarkan identitas lokasi tersebut. Terlebih lagi umur material banner yakni vinyl tidak lama dan warna akan cepat pudar jika terkena matahari langsung. Selebihnya kesan modern menjadi tidak muncul.



Gambar 4. 1 gapura dan identification sign Jambooland Tulungagung.

Sumber: Pranata, 2016

Jambooland saat ini memiliki area waterboom dan area outdoor. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola, dalam konsep pengembangan awalnya Jambooland sendiri bertema fun jungle. Dalam penerapan di area jambooland dimulai terlihat dari interpretasi yang terletak di main plaza berupa logo jambooland yang berwarna-warni. Material yang digunakan adalah campuran semen dan pasir. Pada unsur grafis yang digunakan pada lantai di plaza utama, yakni membentuk bunga matahari dengan warna yang cenderung natural. Penerapan tema ini juga digunakan pada area wahana air.



Gambar 4. 4 Main Hall. Sumber: : Pranata, 2016

Pada wahana air, setiap wahananya memiliki point of view dengan tema yang masih relevan. Pada kolam tumpah terdapat sebuah bentukan atap stroberi dengan skulptur berbentuk kupu-kupu. Di dinding bangunannya tampak terlihat bentukan daun-daunan realis. Bentuk tong yang menumpahkan air berbentuk sarang lebah yang berwarna biru dan kuning. Terlihat dari bentuk bangunan yang dipergunakan air yang berbentuk sulur-sulur. Pada wahana water slider terlihat skulptur berbentuk jerapah dengan ukuran 1:1.



Gambar 4. 5 Kolam Tumpah. Sumber: : Pranata, 2016

Di sekitaran kolam tumpah juga terdapat skulptur berbentuk hewan-hewan yang berwarna-warni yang menjadi unsur estetis air mancur. Sedangkan pada kolam dewasa, pada bangunannya terlihat bentukan motif sulur yang menyerupai motif sulur tanah toraja. Warna yang digunakan tidak begitu ramai dan cenderung memang diperuntukan untuk orang dewasa. Unsur estetis yang digunakan pada lantai di area ini mengambil bentukan daun, tapak kaki hewan, dll. Secara keseluruhan pembangunan suasana fun jungle pada area waterboom ini sudah cukup bagus karena mulai dari wahana itu sendiri hingga unsur estetis lantai sudah sesuai.



Gambar 4. 6 skulptur hewan pada area kolam arus. Sumber: : Pranata, 2016



Gambar 4. 7 desain lantai sebagai sistem grafis pada area waterboom.

Sumber: Pranata, 2016

Selanjutnya, pada area outdoor game, peneliti mengamati adanya perbedaan suasana yang diciptakan. Dalam area outdoor terdapat beberapa wahana yakni, roller coaster, Pada area playground tidak terlihat dari sisi luar jalan karena dibangun sebuah pagar tembok yang menyerupai gelombang air. Di area playground, tidak begitu terlihat tema yang dibawakan. Sebagaimana terlihat, bentukan pada elemen estetis cenderung ke bentukan rumah, rumah kayu, bahkan hanya bentukan dasar. Selain itu, tidak terlihat keberadaan playground ini dari akses pejalan kaki. Pada wahana roller coaster terlihat sebuah site identification yang terbuat dari material vynil. Dilihat dari kondisi vynil tersebut warnanya sudah pudar karena terik matahari sehingga informasi wahana tidak terbaca. Selain itu, tidak adanya sistem EGD seperti pada area waterboom, akhirnya suasana yang ditimbulkan dari wahana itu sendiri tidak begitu menonjol. Hal ini dipertajam dengan unsur estetis pada jalan setapak di area ini tidak diterapkan seperti halnya area waterboom.



Gambar 4. 8 Roller Coaster Identification Sign dengan penamaan Space Trip.

Sumber: Pranata, 2016

Akses untuk menuju tempat wisata Jambooland dari arah luar kota, tidak harus melewati kota tulungagung namun bisa langsung melewati jalan alternatif yang langsung menembus barat tulungagung. Medan yang ditempuh tidak sulit namun untuk menuju kesana harus melewati persimpangan yang dirasa penulis cukup sulit. Hasil pengamatan yang dipandang dari sudut *environmental graphic design*, dalam foto-foto dibuktikan tidak adanya petunjuk arah ke Jambooland. Untuk menuju tempat tersebut penulis hanya mengacu pada piranti gps yakni google map. Petunjuk arah menuju Jambooland hanya ada 1 dipersimpangan terakhir. Selain itu, saat melakukan pencarian tepatnya lokasi wisata tersebut juga dirasa sulit karena tidak adanya tanda yang merepresentasikan tempat wisata setidaknya di tempat yang terlihat dari akses kendaraan. Hal tersebut dapat dilihat dari foto di bawah ini.]



Gambar 4. 9 Identitas yang ada pada bagian depan Jambooland.

Sumber: Pranata, 2016

Pada saat memasuki jambooland yang saat ini langsung menuju area main plaza. Area main plaza berada tepat setelah pintu masuk yang dekat dengan area ticketing. Main plaza merupakan titik awal menuju seluruh wahana. Terdapat 3 jalur menuju area yang berbeda. Yang pertama menuju langsung ke wahana air atau waterpark, 2 yang lainnya menuju area wahana hiburan yang lainnya, 1 ke arah langsung ke wahana roller coaster dan yang 1 lagi menuju ke arah taman bermain. Sistem alur yang digunakan bebas dengan kata lain pengunjung dibiarkan menjelajahi jambooland sesuka hati. Di seluruh tidak terdapat peta yang menjadi acuan sehingga pengunjung cenderung bertanya langsung ke petugas yang ada atau sekedar menjelajah saja. Tidak ada alur membuat pengunjung tidak maksimal dalam mengeksplor jambooland karena terpisahnya jalur dan informasi yang disajikan tidak cukup membantu.



Gambar 4. 10 Petunjuk arah di main hall. Sumber: Pranata, 2016

Pengguna Jambooland diantaranya adalah pengelola dan pengunjung. Pengelola meliputi pengelola kantor dan pengelola lapangan. Pengelola kantor berada di kantor di area srbah semesta resort sedangkan yang berada di area wisata jambooland diantaranya adalah petugas keamanan yang berjaga di depan pintu masuk dan di dalam area, tiket, *maintenance*, kebersihan, *life guard* yang bekerja di area wahana air. Pengunjung jambooland dapat dikategorikan menjadi dua yakni pengunjung perorangan dan rombongan. Saat memasuki area jambooland pengunjung diharuskan membeli tiket lalu bebas menjelajah area Jambooland. Pengelola lapangan memiliki ruangan di dekat mushallah di paling utara wilayah jambooland.



Gambar 4. 11 Suasana Pengunjung Jambooland Sumber: Pranata, 2016

Sistem zoning yang digunakan adalah area wahana air dan wahana hiburan lainnya. Wahana air meliputi, kolam arus, kolam tumpah dan water slider dengan spesifikasi water slider spiral dan water slider pendek. Di wahana air juga dilengkapi dengan fasilitas bilas dan locker. Tepat di area timur area wahana air, terdapat area pujasera. Adapun kolam air untuk dewasa dengan kedalaman yang dikhususkan untuk orang dewasa. Secara tempat juga terpisah dengan wahana air lainnya. Sedangkan di dalam area wahana hiburan lainnya meliputi taman bermain, jet coaster, goa pirate (photo spot), dan cagar satwa. Informasi yang disajikan dalam berupa nama permainan yang di letak di beberapa atas bangunan dengan material banner outdoor. Kondisi yang ada saat ini informasinya tidak terlalu terlihat karena bahan yang digunakan tidak terlalu tahan terhadap cuaca yang terik. Walaupun peletakan sudah cukup terlihat namun aspek peletakan strategis dan aspek estetika merupakan aspek penting yang dibutuhkan karena hal ini mempengaruhi daya tangkap informasi pengunjung.



Gambar 4. 12 Identification Sign yang ada pada wahana rollercoaster.

Sumber: Pranata, 2016

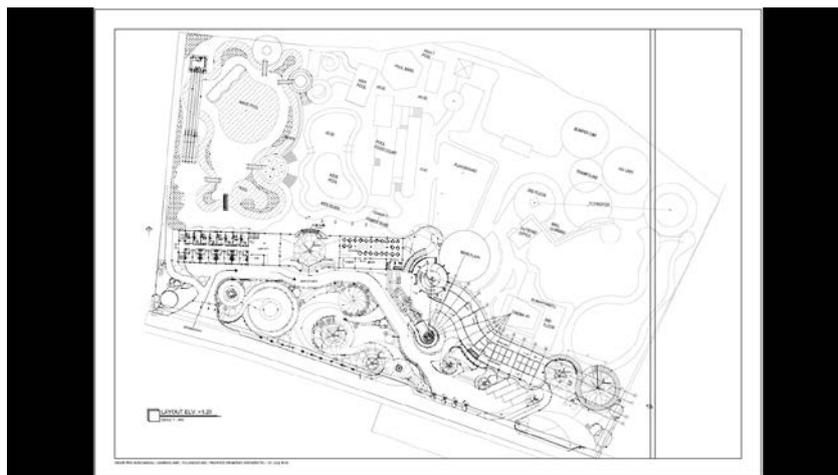
Menurut hasil wawancara, pengelola sangat memperhatikan faktor keamanan dari wahana airnya. Pengelola melengkapi pelayanan dengan guide di setiap wahananya. Di dalam wahana air ini pengunjung dibebaskan untuk menikmati tanpa alur yang disarankan. Saat hendak menggunakan wahana *water slider* pengunjung diharuskan untuk mengantri untuk keamanan pengunjung itu sendiri. Di depan mulut *water slider* juga disediakan papan peringatan agar tidak berada berenang di depan water slider. Material papan peringatan dibuat dengan bahan papan kayu yang ditancapkan di tanah atau di tumbuhan di antara tanaman hias.



Gambar 4. 13 Papan peringatan dan himbauan yang ada di area waterboom.

sumber: Pranata, 2016

Pada area pengembangan baru yang memiliki total lantai enam, nantinya akan dibangun wahana dan fasilitas baru. Dari keseluruhan wahana diklasifikasikan menjadi 3 yakni wahana permainan air, wahana permainan outdoor dan indoor. Wahana permainan air meliputi Kids River, River Pool, Wave Pool, Kids Pool (2 buah), Adult Pool, Power Slide Tower, Spiral Water Slider, Wide water slider, dan Race Water Slider. Adapun fasilitas di area ini yakni *Pool Bars* dan *Pool Food Court*. Sedangkan wahana permainan *outdoor* dan *indoor* meliputi Playground, Bumper Car, Go Cart, Flying Fox, Wall Climbing, Rumah Hantu, dan Cinema 4D, serta ampitheater. Adapun fasilitas lainnya yang tergolong dalam gedung timur dan gedung barat. Pada gedung timur adalah area hotel yang meliputi hotel itu sendiri, restoran, indoor cafe, outdoor cafe, rooftop plaza & capel, dan indoor convention hall, serta parkir mobil pada lantai bawah tanah. Selanjutnya pada gedung barat meliputi indoor game, hall, souvenir market, dan parkir motor.



Gambar 4. 14 Denah Rancangan Pengembangan Jambooland.

Sumber: Prayogo Pranowo Architect

Bangunan yang ada pada rancangannya, bangunan hotel yang terletak disisi timur terlihat seperti kastil. Sedangkan yang barat secara berirama menjadi bangunan yang terlihat modern. Terlihat dari sororan bentukan meliuk seperti air, material kusen yang digunakan

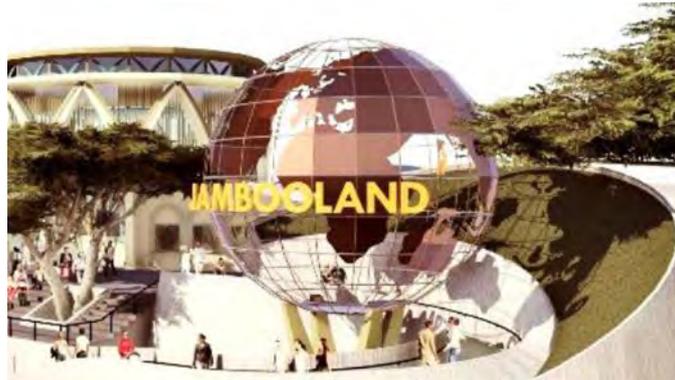
aluminium, dan dengan bentukan kebanyakan geometri. Menurut data yang diperoleh dari Prayogopranowo Architects, secara arsitektural langgam yang digunakan adalah neo-classic. Berikut adalah gambar 3D rancangan pengembangan Jambooland.



Gambar 4. 15 Preview rancangan pengembangan Jambooland.

Sumber: Prayogo Pranowo Architect

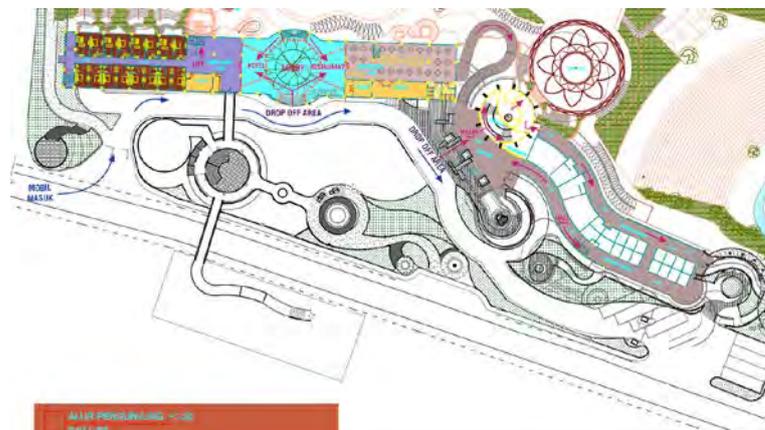
Sistem grafis Jambooland yang terlihat berbeda dengan yang baru. Sistem grafis baru yang digunakan di lingkungannya masih belum ada, namun secara tematik dapat dilihat dari tema arsitekturalnya. Dapat dilihat dari warna-warna yang menonjol yang digunakan. Umumnya pada Jambooland baru ini menggunakan banyak warna coklat yang mengesankan klasik dan unsur bentukan yang cenderung *curvy*. Kemudian adanya *site monument identification* atau bisa disebut *landmark* atau penanda wilayah berupa *sculpture* yang berbentuk globe dan tulisan jambooland yang ada di tengah globe tersebut.



Gambar 4. 16 Site monument identification Jambooland.

Sumber: Prayogo Pranowo Architects

Dari hasil pengamatan secara langsung, Jambooland pada rancangan pembangunannya memiliki 2 gerbang masuk dengan peruntukan kendaraan roda empat dan roda dua. Jalur yang disediakan untuk roda empat ada 2 yakni jalur drop off dan jalur parkir kemudian untuk jalur kendaraan bermotor hanya ada satu langsung menuju area parkir motor. Selanjutnya untuk pejalan kaki, 2 pintu masuk dan 2 pintu keluar. Yang pertama ada di area wisata jambooland, yang kedua berada di area hotel.



Gambar 4. 17 Rancangan alur pengunjung dalam Rancangan pengembangan Jambooland.

Sumber: Prayogo Pranowo Architects

Sirkulasi yang nantinya akan digunakan dalam jambooland berbeda-beda. Untuk area pengunjung khususnya wahana air dan outbound, sirkulasi yang digunakan dalam rancangan pengembangan yang baru menggunakan konsep sirkulasi bebas dimana pengunjung bisa menentukan jalur sesuai dengan keinginannya. Sedangkan dalam area hotel pengunjung menggunakan sirkulasi yang disarankan dalam artian pengunjung bebas namun tetap disarankan mengikuti sirkulasi yang ada.

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil observasi dan pengelompokan berdasarkan jenis subyeknya pada Jambooland.

No	Subjek	Kondisi	Keterangan
1	Environmental Graphic Design	Sistem Grafis Lingkungan	<p>Jambooland Lama: Adanya kekurangan pada sistem EGD yang dimiliki oleh Jambooland saat ini. Adanya ketidakseimbangan penciptaan suasana di dalam Jambooland. Suasana yang dibangun di luar sebagai identitas Jambooland itu sendiri masih belum terbentuk apabila dibandingkan dengan penciptaan suasana di area waterboom. Selain itu juga karena tidak adanya elemen yang mengkomunikasikan keberadaan suatu tempat dan juga masih kurang maksimal.</p>
			<p>Rancangan Pengembangan: Secara suasana yang dibentuk nantinya akan dirubah secara total sehingga, tema yang lama sudah tidak sesuai dengan rancangan yang baru.</p>

		Landmark	Jambooland lama: Tidak adanya identifikasi adanya tempat sehingga wahana tertentu menjadi kurang diperhatikan oleh pengunjung karena ketidakterlihatan.
			Rancangan Pengembangan: Masih belum ada rancangan grafis lingkungannya.
		Material	Jambooland Lama: Menggunakan material multiplek, kayu, vinyl (outdoor banner)
		Alur Sirkulasi	Secara arsitektural menggunakan districts model namun masih belum optimal karena sistem grafis yang tidak konsisten

4.1.3 Depth Interview

Depth Interview atau wawancara mendalam yang telah dilakukan kepada Bapak Arda selaku principle architect di prayogo pranowo architect. Ibu Lastri selaku Pengelola Terpadu Jambooland dan srabah semesta resort, Pak Sobirin selaku petugas keamanan yang berjaga di area pintu masuk, beserta Pak Edi selaku penjual makan dan minum di area Pool Food Court. Hasil wawancara mendalam ini didokumentasikan dalam format audio dan ditulis kembali dengan bahasa yang lebih formal.

Perencana Pengembangan Jambooland, Bapak Arda Cahyo Pranowo St, M.Ars, Principle Architect Prayogo Pranowo Architect



Gambar 4. 18 Foto saat wawancara di dia-lo-gue, bandung. Perencana Pengembangan Jambooland, Bapak Arda Cahyo Pranowo St, M.Ars, Principle Architect Prayogo Pranowo Architect. Sumber: Pranata, 2016

- Menurut perancang, owner jambooland ingi agar jambooland menjadi ikon pariwisata di Tulungagung. Inspirasinya berawal dari ikon wisata terkenal seperti Disney Land dan Taman Mini Indonesia Indah. Keduanya memiliki suasana dreamland dan bertema *fantasy*. Ikon yang terkenal dari kedua itu adalah bentuk bangunan berupa kastil yang megah. Oleh karena itu, owner menginginkan adanya bentuk kastil yang diharap dapat menjadi point of view dari Jambooland. Namun owner juga menginginkan suasana modern. Oleh karena itu, akhirnya kami sebagai pihak perencana membuat konsep bangunan klasik yang cenderung ke jaman renaissance dengan peralihan ke modern. Terlihat dari rancangan yang ada sekarang ini memang sengaja dibentuk seperti kastil runtuh namun di dalamnya terdapat bangunan lagi yang modern. Bentuk bangunan modern ini terlihat pada area lobby utama yang terbuka dan didominasi oleh kaca. Selain itu, bentuk atap bangunan B yang dinamis menyerupai gelombang

air. Sebagai tanda bahwa bangunan ini berada di kawasan wisata air.

- Berdasarkan brief yang diberikan owner targetnya keluarga yang ingin berlibur. Terutama anak-anak yang pasti menyukai kolam renang. Tapi selain itu orang dewasa juga menjadi target. Oleh karena itu diadakannya fasilitas seperti souvenir market sebagai tempat belanja.
- Jambooland ini nantinya berkonsep one-stop vacation waterboom dimana orang-orang bisa berlibur menikmati wahana air sambil menikmati resort bintang 3. Nantinya akan dibuka hingga malam hari jam 8 malam dan buka kembali pukul 6 pagi.
- Pengembangan Jambooland saat ini sudah tahap pengerjaan. Namun fokus utama sekarang masih dalam tahap renovasi fasilitas yang ada sebelumnya. Pembangunan untuk fasilitas pengembangan direncanakan akan mulai tahun 2016. Proses penawaran dan fiksasi RAB sudah disetujui tinggal pembangunan.
- Perancang tertarik dengan adanya EGD karena dapat membantu efektifitas bangunan nantinya. Perancang saat ini sedang melakukan kontrak sebuah pengembangan jambooland termasuk nantinya adalah interiornya.

Kesimpulan dari wawancara perancang pengembangan jambooland ini memiliki target bisa dinikmati dari segala umur. Dengan memadukan unsur klasik dengan modern, jambooland yang baru memiliki penyesuaian yang cukup baik. Tema yang diusung pada bangunan adalah Fantasi. Secara bisnis, pihak perancang tertarik dengan ide perancangan EGD.

Pengelola Terpadu Jambooland dan srabah semesta resort, Ibu Lastri



Gambar 4. 19 Proses wawancara Bu Lastri

di kantor Srabah Semestra Resort, Srabah, Kab. Tulungagung. Sumber Pranata, 2016

- Jambooland berdiri di tahun 2008 pada waktu ini jambooland bernama srabah waterpark. Visi misi Jambooland adalah sebagai berikut:
 - Visi Jambooland adalah menjadi penyedia taman rekreasi air buatan yang diminati ada di Tulungagung dan menjadikan sarana pendidikan yang disukai keluarga di Indonesia.
 - Misi Jambooland adalah untuk menampilkan yang terbaik dalam hiburan waterpark dan ilmu pendidikan bagi pengunjung kami, untuk memberikan iklan interaktif yang paling efektif dan media promosi untuk mitra pemasaran kami, untuk menyediakan lingkungan yang paling menyenangkan dan mendukung bagi pengunjung juga pihak pengelola kami dan untuk memasok tingkat tertinggi komitmen dan partisipasi terhadap peningkatan masyarakat kita terutama masyarakat srabah.
- Tema yang dibawakan mulai tahun 2005 ini adalah fun jungle yang mana memuat tema yang mengangkat flora dan fauna yang dikemas secara menarik dan lucu.

- Saat ini sudah 3 bulan terakhir sampai akhirnya hotel srabah semesta resort ditutup dan dirobohkan
- Pengelola berpendapat bahwa dengan adanya pengembangan jambooland ini harapannya menjadi sebuah wisata air yang mampu memberikan atmosfer kesenangan terhadap keluarga yang berlibur ke tempat tersebut. Juga dapat memberikan lapangan pekerjaan untuk masyarakat srabah sendiri, dengan kata lain jambooland sendiri mendukung program pemerintah kabupaten tulungagung dalam peningkatan wisata air buatan di tulungagung juga program peningkatan kesejahteraan masyarakat wilayah kabupaten. Saat ini dilakukan pembangunan secara arsitektural dimaksudkan agar dapat menambah daya tarik obyek wisata kami juga meningkatkan kualitas pelayanan kami di mata masyarakat.
- Maintenance ringan dilakukan ketika selepas jam oprasional yaitu jam 5 sore. Biasa dilakukan ketika jam 7 malam atau selepas *sweeping* pengunjung sampai dinyatakan di lokasi tidak ada lagi pengunjung. Maintenance yang utama dilakukan adalah kebersihan kolam dan dan fasilitas umum seperti kamar mandi, jalan, tong sampah, dan lain sebagainya. Maintenance besar dilakukan dihari Senin karena jambooland tutup.
- secara struktur organisasi nantinya akan lebih dikembangkan lagi. Jambooland yang semakin banyak fasilitas tentu membutuhkan divisi-divisi baru. Walau masih tahap pengembangan, Jambooland nantinya 2 divisi besar yakni manajemen hotel dan jambooland sendiri karena ke depannya srabah semesta resort menjadi satu dengan jambooland. Di dalam struktur organisasi jambooland nantinya juga dibagi lagi. Sebagian adalah pengelola wahana air, pengelola wahana outbound dan manajemen utama.

Kesimpulan dari hasil wawancara ini Jambooland memang sedang dikembangkan dengan tujuan memperbaiki layanan, fisik bangunan dan infrastrukturnya. Secara infrastruktur dibagi menjadi 2 bagian yakni pengelola hotel dan jambooland. Harapan dari pihak pengelola nantinya Jambooland bisa menghadirkan atmosfer kesenangan.

1. Petugas Keamanan, Pak Sobirin



Gambar 4. 20 Proses wawancara Pak Sobirin saat wawancara di Jambooland tulungagung. Sumber: Pranata, 2016

Poin-poin hasil wawancara sebagai berikut:

- Petugas keamanan bagian di pos utama sebagai kepala keamanan sekaligus pusat informasi. Memiliki anggota jumlahnya ada 9 orang tersebar di pos yang ada seluruh area jambooland. Beliau biasanya membantu cek tiket di pintu masuk ketika ramai pengunjung. Tugas saya Paling sering berita kehilangan itu tas. Saya sebagai kepala keamanan menyayangkan perihal ini karena sebetulnya sudah dihimbau agar menjaga barang bawaan atau sudah disediakan loker untuk pengunjung juga. Namun begitu,

sebagai pihak keamanan selalu mengevaluasi titik-titik sering terjadi kehilangan dan melakukan penambahan intensitas patroli.

- Biasanya ramai di tanggal merah dan hari minggu. Setiap bulan juni-juli biasanya lebih ramai daripada bulan lainnya. Karena rata-rata yang kesini adalah keluarga yang datang dengan anak-anaknya yang masih sekolah. Bulan juni-juli kebanyakan anak SD dan SMP libur.
- Paling sering pengunjung yang datang menanyakan dimana toilet karena rata-rata pengunjung dalam kondisi perjalanan jauh.
- Sebagai kepala keamanan saya hanya berharap kedepannya Jambooland ini menjadi lebih aman terhadap pengunjung dan laporan kehilangan tidak ada lagi.

Hasil kesimpulan dari wawancara ini adalah faktor informasi yang kurang efektif sehingga pengunjung lebih sering bertanya. Sementara pusat informasi hanya ada di depan pintu dan personil keamanan yang turut serta menyampaikan informasi hanya berjumlah 9 orang. Dapat disimpulkan pula informasi yang dihadirkan mengenai lokasi tempat tidak efektif.

2. Pengunjung, Pak Edi

Penulis sebelumnya melakukan observasi secara tidak langsung terhadap pengunjung tersebut. Diamati dari pertama kali datang sampai terlihat kembali menuju pintu keluar. Hal tersebut dispekulasikan oleh penulis bahwa pengunjung sudah menikmati keseluruhan Jambooland. Menghasilkan poin-poin sebagai berikut.

- Pengunjung ini berusia 38 tahun yang berasal dari banyuwangi ini datang ke Jambooland dengan tujuan berlibur bersama rombongan keluarga.
- Pengunjung mengetahui lokasi jambooland dari saudaranya karena tidak tahu lokasinya. Pengunjung tidak mengetahui menyangka keberadaan Jambooland karena menurut pengunjung

secara strategis lokasinya masuk ke jalanan yang bisa dikatakan masuk desa.

- Pengunjung ini lebih menyukai bersantai di area kolam renang dan cenderung tidak tertarik menjelajahi jambooland karena waktu yang terbatas.

Dari hasil wawancara dapat dianalisa adanya suasana yang tidak mendukung di jambooland yang saat ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengunjung, pengunjung tidak menyangka lokasi jambooland karena tidak adanya tanda-tanda keberadaan Jambooland dari jalan raya. Pengunjung juga cenderung tidak tertarik dengan fasilitas apa saja yang ada di jambooland.

4.2 Studi Eksisting Komparator

NO.	ASPEK	JATIM PARK 2	DUFAN	ANALISIS ASPEK
1	cluster area	tidak dapat dikelaskan, pembagian area berdasarkan konten area, gaya yang digunakan berbeda-beda.	tidak dikelaskan berdasarkan visual tertentu, pembagian area berdasarkan tema konten area, cluster area menggunakan	Cluster seharusnya dikelaskan dengan jelas melalui warna agar lebih mudah dibedakan.
2	landmark	landmark digunakan untuk area depan, penggunaan landmark menciptakan tanda area juga sebagai pembangun suasana awal area yang dimiliki	Landmark dibuat berdasarkan area yang dimiliki. Area utama yang mencakup beberapa wahana dengan sub tema yang sama.	Landmark seharusnya menciptakan tetenger yang dapat dikenali dari jarak jauh
3	placemaking	penciptaan suasana disesuaikan dengan kelas yang ada ada konten hewan yang ada pada area tersebut	Penciptaan suasana disesuaikan dengan wahana yang ada	Penciptaan suasana disesuaikan area wahana yang ada sehingga dapat ditangkap informasi yang lebih ringkas
	wayfinding			
4	orientation sign	peta tidak ada mengingat strategi alur menggunakan path way sekali jalan sehingga pengunjung mengikuti alur yang telah ada mulai masuk sampai pintu keluar	Peta yang digunakan tersebar di semua area, setiap area memiliki 1 buah peta besar.	Peta yang digunakan pada jambooland nantinya diharuskan menaruh lebih dari 2 buah tiap area sehingga
5	information sign	informasi yang dihadirkan tidak menggunakan gaya yang sama, font dan ukuran yang digunakan bervariasi sehingga konten tidak selalu memiliki poin konten yang sama. Material yang digunakan bervariasi, untuk area indoor menggunakan kertas dan laminasi sedangkan area outdoor banyaknya menggunakan material kertas dilapis dengan akrilik transparan. Kekurangan dari material ini membuat air masuk ke dalam kertas dan informasi menjadi luntur	Informasi yang diberikan dikemas dalam material yang tahan terhadap cuaca. Material yang digunakan untuk information sign area luar, menggunakan material akrilik yang dibingkai oleh aluminium bertapis karet sehingga material yang digunakan untuk informasi yang ada di dalamnya tahan lebih lama karena tidak terkena hujan atau panas	Informasi yang diberikan harusnya dikemas dengan material yang lebih tahan terhadap cuaca karena cuaca tulungagung yang cenderung terik dan dapat merubah warna material dengan cepat
6	identification sign	identification yang digunakan ilustratif sehingga tiap area memiliki bentuk yang berbeda-beda. Kekurangan dari desain ini membuat susah aplikasikan dan teridentifikasi dengan baik	Identification yang digunakan sama ilustratif sehingga setiap area juga memiliki bentuk yang berbeda-beda.	Identification sign disarankan untuk menggunakan bentuk yang sama agar pengunjung memiliki perspektif yang sama tentang lokasi tersebut

7	regulatory sign	papan himbauan secara visual sulit terlihat karena peletakan dan material yang tidak sesuai dengan kondisi area. Hal ini menyebabkan kondisi signage mudah termakan umur dan keterbacaannya menjadi kurang	Papan himbauan tidak dikemas dengan format yang sama. Sehingga sign pada tempat satu dan lainnya berbeda. Secara material juga mudah termakan umur	Papan himbauan haruslah diletakkan pada posisi yang terlihat sesuai dengan lokasinya.
8	material	material yang digunakan tidak konsisten dan kesesuaian material dengan cuaca tidak baik sehingga kebutuhan akan maintenance lebih banyak	Material secara keseluruhan banyak menggunakan semen yang diukir, dibentuk menjadi patung lalu <i>finishing</i> dengan cat glossy yang tahan terhadap cuaca hujan.	Material yang digunakan haruslah tahan terhadap cuaca dengan kebutuhan maintenance yang minim
9	graphic signature	batu secret zoo atau jatim park 2 memiliki logo namun tidak menerapkan graphic signature didalamnya. Sehingga suasana yang terbangun terasa sama dengan edu park yang lainnya	Dufan tidak memiliki bentukan grafis tertentu sehingga dapat dengan mudah dianggap sama dengan yang lainnya	Graphic signature harus diterapkan pada area Jambooland sebagai pendukung suasana

4.3 Formulasi Masalah

Berdasarkan dari data hasil penelitian dapat dianalisa permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

- Ketidaksinambungan antara tema pada arsitekturalnya dengan system grafis pada visual identitynya menjadikan suasana yang ada dalam Jambooland kurang terbentuk.
- Adanya pergantian tema yang berbeda antara Jambooland lama dan di rencana pengembangan jambooland, dari *fun jungle* menjadi *post-apocalypse kingdom*.
- Adanya kebutuhan untuk menjadi lebih khas sebagai waterboom yang ikonik.
- Adanya perubahan penambahan jam aktivitas Jambooland dari jam 6 pagi hingga jam 8 malam membuat adanya kebutuhan untuk aktivitas malam hari.
- Pada Jambooland lama, pengunjung cenderung lebih memilih waterboom dan tidak mengetahui apa saja yang ada di jambooland. Rata-rata lebih memilih menghabiskan waktu di waterboom.
- Informasi yang disajikan di dalam jambooland, khususnya peta tidak ada. Mengingat pengunjung lebih sering bertanya kepada pihak keamanan dan himbauan yang ada tidak menarik perhatian pengunjung.
- Adanya kondisi signage yang tidak layak dan penempatan yang kurang efektif.

- Pengelola menginginkan adanya penyesuaian kesenangan.

4.4 Formulasi Kebutuhan

Berdasarkan formulasi masalah yang telah dilakukan dan ditelaah dapat dianalisa kebutuhan dari setiap masalah tersebut. Kebutuhan-kebutuhan nantinya akan dikelompokkan sehingga dapat ditarik kesimpulan berupa keyword kebutuhan atau solusi dari perancangan ini.

Kebutuhan awal dari Jambooland adalah pembangunan pengembangan itu sendiri. Bangunan yang ada di rancangan pengembangan bertema *Post-Apocalypse Kingdom* sedangkan pada *visual identity* Jambooland mengangkat tema yang *fun*. Pihak pengelola menginginkan agar pembangunan tidak hanya berupa penambahan fasilitas saja akan tetapi harapannya adalah memenuhi segala sisi yang akhirnya dapat menciptakan suasana kesenangan. Dari adanya pergantian tema, artinya mengganti semua yang sudah ada di Jambooland lama dengan tema yang baru yang sesuai dengan adanya identitas baru Jambooland. Untuk menghadirkan *post-apocalypse kingdom* dan kesan *fun*, diperlukan storyline agar menyambungkan kedua kata kuncinya yang digunakan untuk membentuk suasana yang paling tepat.

Memfokuskan pada pembentukan ikon yang mampu dipandang sebagai identitas Jambooland sendiri ini artinya haruslah ada sebuah grafis lingkungan yang menjadi identitas tersendiri untuk Jambooland. Artinya kebutuhan akan sistem grafis lingkungan juga dibutuhkan. Kondisi Jambooland sendiri menjadi lebih luas dari sebelumnya, maka kebutuhan akan navigasi dan penanda area dibutuhkan. Kebutuhan Landmark pada suatu tempat tidak hanya bisa menjadi daya tarik tersendiri, namun juga membantu proses kognitif spatial ruang pengunjung untuk memahami lokasi-lokasi yang ada di Jambooland. Sedangkan dari dalam Jambooland yang saat ini pengunjung masih sering bertanya lokasi kepada pusat informasi. Juga pengunjung cenderung tidak tertarik dengan fasilitas wahana yang lainnya. Untuk itu diperlukanlah sistem navigasi berupa peta

serta *Environmental Graphic Design* yang menyesuaikan menghadirkan kesan *post-apocalypse kingdom* dan *fun*.

Pengunjung Jambooland berasal dari kalangan yang bervariasi. Mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Selain itu, pengunjung juga berasal dari latar belakang profesi yang berbeda-beda, seperti guru, karyawan, pelajar, mahasiswa, pedagang, dan sebagainya. Selain itu, pengunjung juga sangat mungkin berasal dari luar negeri mengingat keinginan owner menjadi ikon wisata kota tulungagung. Penyediaan informasi dengan dua bahasa dapat membantu menyelesaikan permasalahan ini. Sebuah rancangan *Environmental Graphic Design* khususnya *Wayfinding system* tidak diperuntukkan bagi segolongan orang, karena harus dapat dikomunikasikan pada setiap pengunjung. Kesederhanaan adalah kunci dari komunikasi. Jadi Keyword berikutnya adalah *simplicity*.

BAB V

KONSEP DESAIN

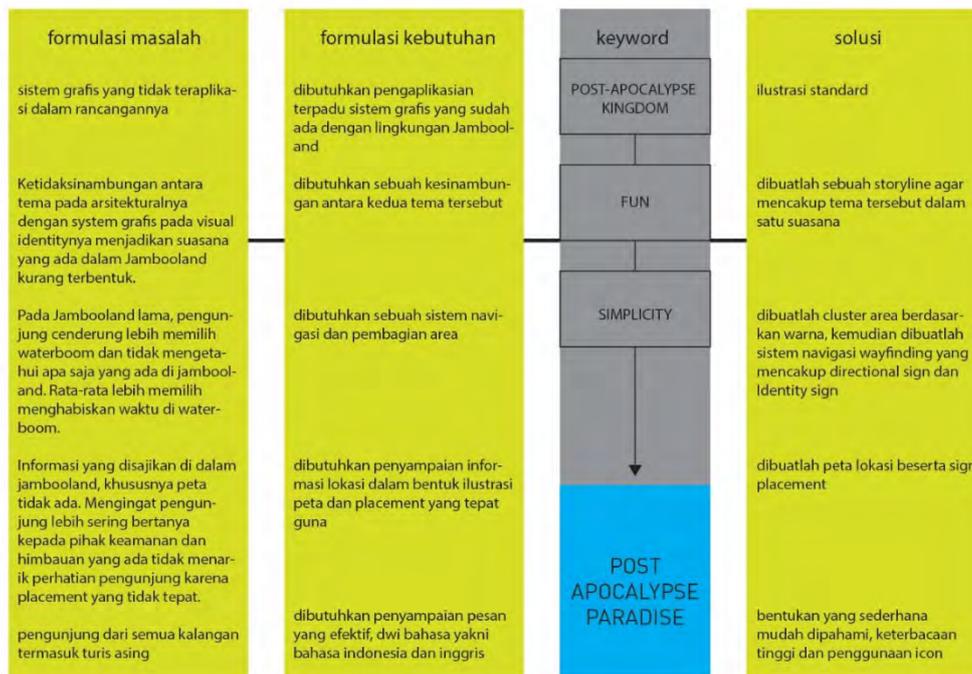
5.1 Konsep Dasar

Menentukan konsep awal dari perancangan ini adalah tujuan utama dari proses penelitian ini. Dengan didasari analisa pada bab sebelumnya, memacu kebutuhan menjadi sebuah keyword nantinya daftar output desain. Pembahasan tersebut akan dipaparkan sebagai berikut.

5.2 Keyword

Ada tiga aspek yang penting dalam tahap ini, yaitu pihak *stakeholder* (pengelola Jambooland), aspek ilmiah (kepustakaan atau ilmu serta pakar yang berhubungan dengan *Environmental Graphic Design*), dan aspek eksisting (studi yang didapatkan dengan melakukan pengamatan pada THR, Batu Secret Zoo, dan Batu Night Spectacular).

Hasil analisa stakeholder dan studi eksisting akan menentukan goal yang ingin dicapai, sedangkan analisa aspek ilmiah dan studi eksisting akan menentukan cara menyelesaikan masalah, atau solusi dan mencapai goal. Dengan menyilangkan apa yang hendak dicapai (goal) dengan cara pencapaian (solusi) ini, akan ditemukan apa yang disebutkan peneliti sebagai konsep desain. Sedangkan keyword merupakan ciri dari konsep tersebut. Berikut ini adalah skema pembentukan konsep:



Gambar 5 1 Skema proses pembentukan keyword. Sumber: Pranata, 2016

Fun theme park maksudnya adalah sebuah theme park dengan yang menarik pengunjung dan menciptakan suasana yang menyenangkan. Sesuai dengan tema yang ada pada visual identity. Fun disini dapat diwakili dengan *Paradise*. *Paradise* sendiri berarti sebuah tempat yang indah, memiliki harmoni abadi yang dapat dianalogikan dengan surga. Memberikan suasana pada keseluruhan area terutama bagian depan jambooland. Penciptaan suasana ini cenderung kearah pemilihan warna dalam konsep Environmental Graphic Design nantinya.

Post-Apocalypse Kingdom maksudnya menyesuaikan suasana dengan desain bangunan yang sudah dirancang. Dalam arti harfiahnya, Post-Apocalypse adalah *“The period of time after an event that caused mass destruction and has managed to wipe out a good chunk of the world's population. It is suppose to be hell on earth, where everything is poison and it will be hard to survive, or another condition”*. Kondisi setelah kiamat, dimana

yg suatu tempat hanya tersisa puing-puing setelah kehancuran besar, yang bisa disebabkan oleh apapun.

Simplicity maksud membuat tatanan, layout, zoning area, petunjuk arah menjadi lebih simple atau sederhana sehingga setiap pengunjung dari segala umur bisa menangkap informasi dengan baik. Memberikan ikon untuk mempermudah memahami informasi. Pemberian bentuk tanda berupa sculpture interpretation agar mudah diingat.

5.3 Output Desain

No.	Output	Aplikasi	keterangan
1	<i>Environmental Graphic Design</i>	<i>Landmark</i>	Berupa penanda adanya suatu lokasi bersifat check-point area, mampu berfungsi sebagai ikon tertentu yang memberikan suasana maupun perspektif kepada pengunjung tentang lokasi serta membantu pengunjung dalam menemukan lokasinya di area jambooland.
		<i>Orientation Sign/ Peta lokasi</i>	Memberikan peta petunjuk arah menyajikan informasi yang mudah dengan cara mebagi zona menjadi 4.
		<i>Sistem grafis terpadu</i>	Berfungsi sebagai grafis pengikat suasana. Penerapannya bisa merespon material, bentukan, unsur estetis yang ada pada area Jambooland.

		Regulatory Sign / atau papan aturan	Memberikan informasi-informasi aturan selama di wahana ditempatkan di tempat yang strategis sehingga dapat dilihat dan dicerna secara jelas.
		Sirkulasi	Membuat sirkulasi suggested sehingga pengunjung bisa bebas bergerak

5.4 Kriteria Desain

Dengan adanya output yang berasal dari konsep dasar kemudian dibuatlah kriteria desain dengan dasar output yang ada. Kriteria desain tersebut akan disesuaikan dengan ruang lingkup tujuan dari perancangan ini sebagai berikut:

5.5 Konsep Narasi dan Storytelling

Narasi digunakan sebagai turunan sekaligus jabaran dari tema yang digunakan pada EGD Jambooland Tulungagung nantinya. Dengan adanya tema *Post-Apocalypse* yang sudah diusung pada konsep awal Jambooland, maka penulis berangkat dari tema tersebut kemudian ditemukan pula kesinambungan dengan pengantar adanya “Kerajaan Jambooland yang mengalami *apocalypse*”

Berikut ini adalah narasi yang dibuat oleh penulis:

Terdapat sebuah kerajaan bernama jambooland, negeri yang indah rakyatnya makmur karena alamnya. Terdapat danau besar yang memuat ikan-ikan untuk para rakyat yang tinggal ditepinya. Terdapat sebuah padang rumput besar yang menjadi habitat predator dan mangsanya. Juga sebagai sumber pangan besar bagi pemburu yang menjual daging di kota. Di kota hiduplah masyarakat yang makmur dan bahagia hingga datanglah saat itu. Saat dimana seluruh kerajaan hancur dalam sekejap, hujan meteor kristal

menghujam keseluruhan area jambooland. Hingga menyisakan puing-puing sisa peradaban. Sejak Saat itu Jambooland dikenal dengan kota mati dengan kristal meteor.

1000 tahun kemudian, kehidupan mulai tumbuh kembali. Puing puing kini ditumbuhi beragam tumbuhan kembali menjadi surga setelah kiamat. Pengunjung dapat merasakan sendiri sensasi berpetualang di negeri runtuh jambooland.

5.6 Environmental Graphic Design

5.6.1 Hierarchy Jambooland Theme Park

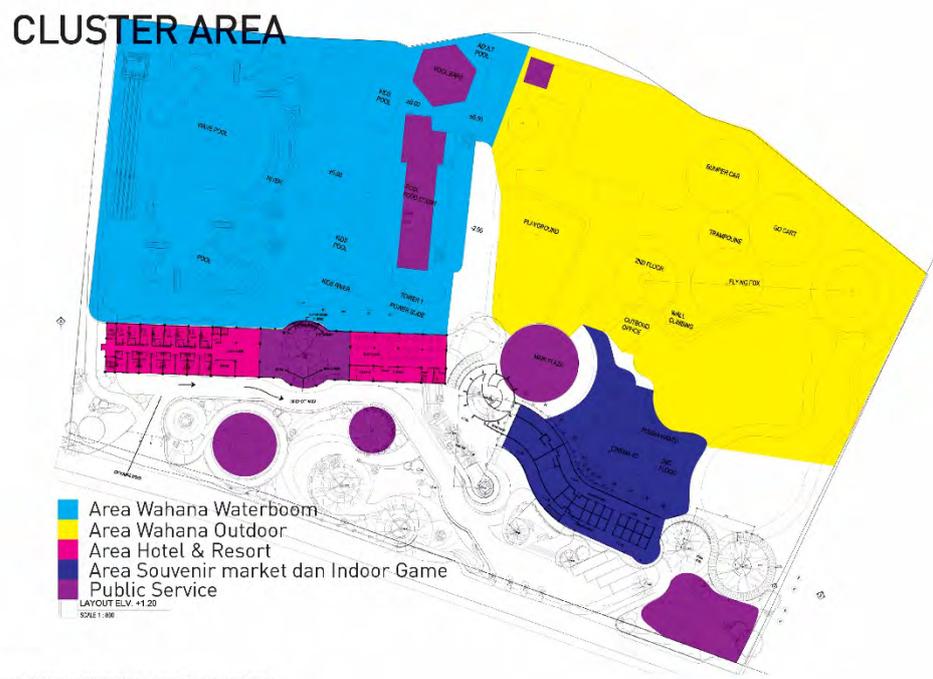
Adapun *cluster* yang dibagi berdasarkan fungsinya area Jambooland baru akan dibuat menjadi 4 bagian meliputi:

- **Area hotel**
 - o Area umum
 - Kamar hotel : standart, family
 - Lobby Hotel
 - Restaurant
 - Indoor cafe
 - Outdoor cafe
 - Convention hall (Indoor convention hall, outdoor convention hall)
 - o Restricted Area
 - Office
 - Storage
 - Kitchen
- **Area wahana air**
 - o Area umum
 - Wave pool
 - River pool
 - Kids pool (kids pool, kolam tumpah)
 - Kids slide

- Power slide
 - Race slider
 - Adult pool
 - Restricted area
 - Power supply room
 - Ruang karyawan
 - Gudang
- **Area wahana permainan lainnya**
 - Area umum
 - Flying fox
 - Trampoline
 - Go cart
 - Bumper car
 - Wall climbing
 - Roller coaster
 - Indoor game
 - Playground
 - Restricted area
 - Outbound Office
 - Power supply room
- **Area entrance**
 - Ticket booth
 - Management office
- **Area public service**
 - Pool Food Court
 - Pool Bars
 - Souvenir Market
 - Toilet
 - Main plaza
 - Indoor plaza
 - Mushallah

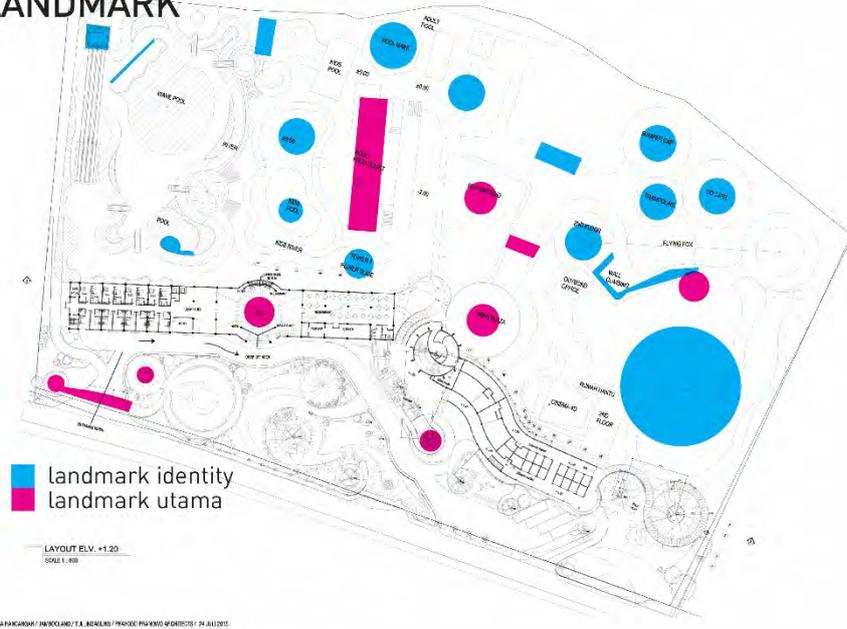
- Taman Jambooland
- Taman depan
- Parking lot (mobil motor)

Berikut ini adalah pembagian berdasarkan cluster area, landmark, dan path-way sebagai *directional sign* yang membimbing pengunjung nantinya pada alur yang disarankan:



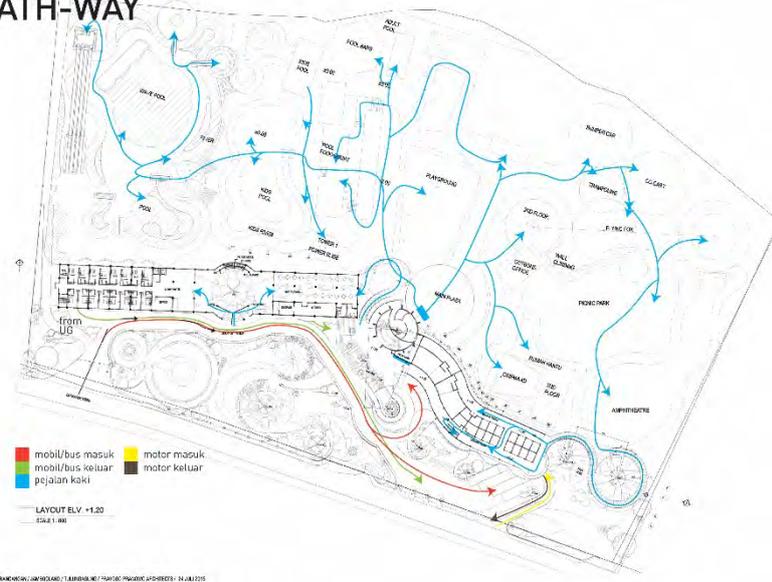
Gambar 5 2 pembagian area pada jambooland. Sumber: Pranata, 2016

LANDMARK



Gambar 5 3 penentuan landmark dan identity pada Jambooland Tulungagung. Sumber: Pranata, 2016

PATH-WAY



Gambar 5 4 analisa sirkulasi pengunjung pada rancangan Jambooland Tulungagung. Sumber: Pranata, 2016

5.6.2 Graphic Signature



Gambar 5 5 Visual Identity dan Graphic Signature Jambooland Tulungagung serta penentuan warna yang digunakan pada perancangan. Sumber: Pranata, 2016

Graphic signature yang digunakan merupakan element desain yang berfungsi sebagai pengikat yang digunakan pada setiap environmental graphic design sebagai identitas sistem grafis lingkungan itu sendiri. Hal ini sama dengan fungsi supergrafis pada identitas visual perusahaan, graphic signature digunakan untuk menciptakan satu kesinambungan pada setiap sistem grafis yang akan digunakan pada Jambooland Tulungagung.



Gambar 5 6 color grade yang digunakan pada ilustrasi standard. Sumber: Pranata, 2016

Ilustrasi standard merupakan satu turunan lagi dari graphic signature yang dikombinasikan dengan cluster area sehingga menjadi setiap ilustrasi mewakili satu wilayah. Ilustrasi yang pakai haruslah sederhana agar mudah tersampaikan. Untuk itu ilustrasi standard haruslah berupa icon

5.6.3 Color Sceme

Warna yang digunakan adalah warna yang ada pada graphic signature dipadukan dengan moodboard yang dibuat oleh peneliti yang disesuaikan dengan konsep yang ada.



Gambar 5 7 moodboard. Sumber: Pranata, 2016

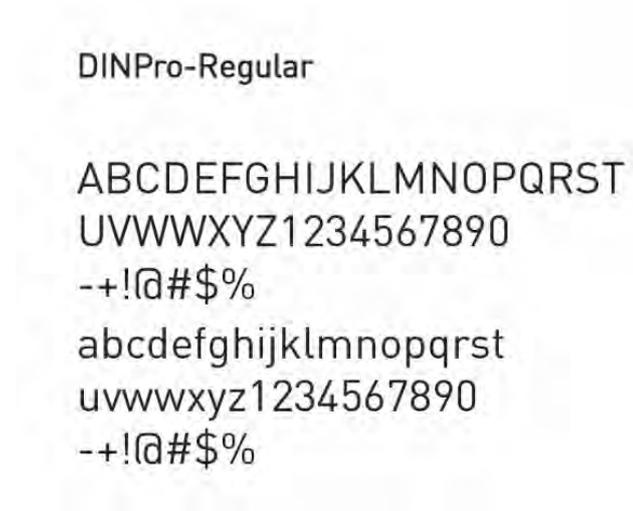


C	100	0	0	100	0
M	0	100	0	95	45
Y	0	0	100	5	100
K	0	0	0	0	0

Gambar 5 8 warna standard yang digunakan dalam cluster

5.6.4 Unsur Verbal Wayfinding

Berdasarkan konsep yang ada, unsur verbal yang digunakan pada perancangan ini mengutamakan unsur keterbacaan tanpa mengabaikan unsur keunikan dari font itu sendiri. Untuk itu jenis font sans serif lebih dapat terbaca dalam waktu yang lebih singkat daripada jenis font serif yang memiliki kait pada kaki-kaki hurufnya.



Gambar 5 9 Font pada teks yang nantinya digunakan pada EGD Jambooland Tulungagung.

Sumber: Pranata, 2016

Ukuran font yang digunakan pada EGD nantinya akan disesuaikan dengan jarak pandang pengguna sesuai dengan aktivitasnya.

5.6.5 Unsur Visual Wayfinding

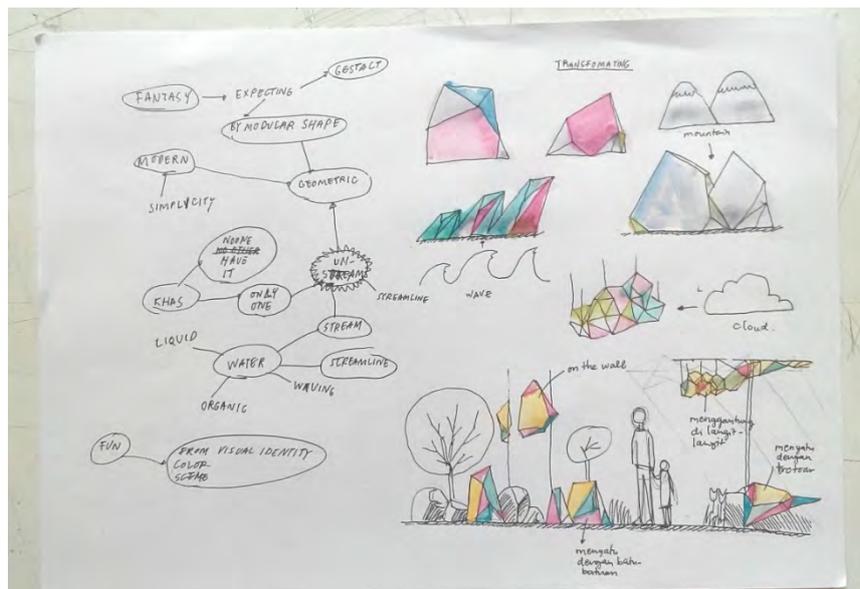
Adanya unsur visual disesuaikan dengan konsep dasar yang sudah ada. Unsur visual pada wayfinding merupakan elemen gambar berupa ikon, piktogram dan simbol. Gambar yang digunakan adalah gambar yang minimalis agar mudah dipahami dan dapat diasosiasikan dengan teks yang ada. Tujuan dari penggunaan unsur visual ini menginformasikan makna secara langsung dari apa yang pengunjung lihat.



Gambar 5 10 gaya icon sebagai acuan icon yang ada. Sumber: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/98/ea/0f/98ea0fd793e71e3fd32c948f825b7efe.jpg>

5.6.6 Bentuk Dasar

Adapun bentukan dasar yang diperoleh dari proses brainstorming menimbang dari segi keyword kemudian ditransformasikan ke dalam bentuk yang lebih sederhana sesuai dengan keyword *simplicity*.



Gambar 5 11 Proses Pencarian Bentuk yang digunakan pada Jambooland Tulungagung. Sumber: Pranata, 2016

5.6.6.1 Bentuk Sistem Grafis Lingkungan

Bentukan dasar dibuat simple tidak terlalu rumit dan bersifat modular agar mudah dalam pengaplikasiannya di berbagai medan di Jambooland Tulungagung. Bentuk dasar yang dipakai adalah bentukan dari alam seperti daun, pulau, gunung yang ditransformasikan menjadi bentukan yang lebih simple dengan bentukan geometri. Setelah menemukan bentukan dasar signage kemudian dilanjutkan penentuan jenis-jenisnya berdasarkan hirarki yang telah disebutkan di subbab atas.

5.6.6.2 Landmark

5.6.6.2.1 Landmark Utama

Landmark utama digunakan untuk menandai tempat check-point pengunjung tersebut. Berdasarkan lokasinya nantinya akan dibagi menjadi 8 landmark utama. Setiap landmarknya memiliki kriteria yang sudah ditentukan oleh tim pengembang.

a. Landmark utama “Jambooland” entry gate

Syarat yang sudah ditentukan adalah sebagai berikut:

- Penggunaan logotype Jambooland
- bentuk yang menggambarkan wahana rekreasi air
- sebisa mungkin merespon rancangan yang sudah ada
- Dimensi tempat 15x15x10m.



gambar 5.12 sketsa bentukan site monument identification. Sumber: Pranata, 2016

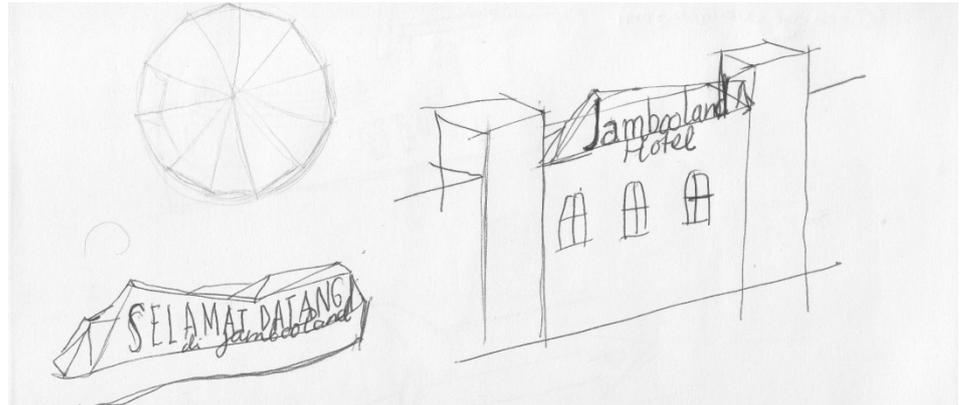


gambar 5.13 acuan bentuk site monument identification. Sumber: Pranata, 2016

b. Landmark Utama “Jambooland resort & hotel”

Syarat yang sudah ditentukan adalah sebagai berikut:

- Tulisan logo Jambooland + Resort & Hotel
- Dimensi 3 x 15 meter dengan ketebalan menyesuaikan



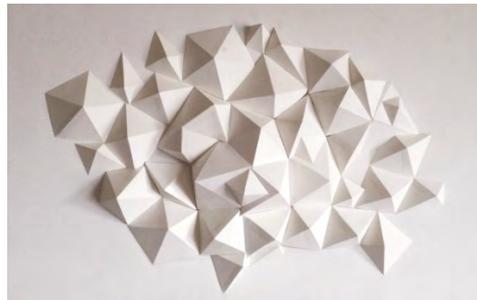
Gambar 5.14 sketsa building mounted identification. Sumber: Pranata, 2016



gambar 5.15 acuan peletakan building mounted identification. Sumber: Pranata, 2016

c. Landmark utama “Welcome to Jambooland”

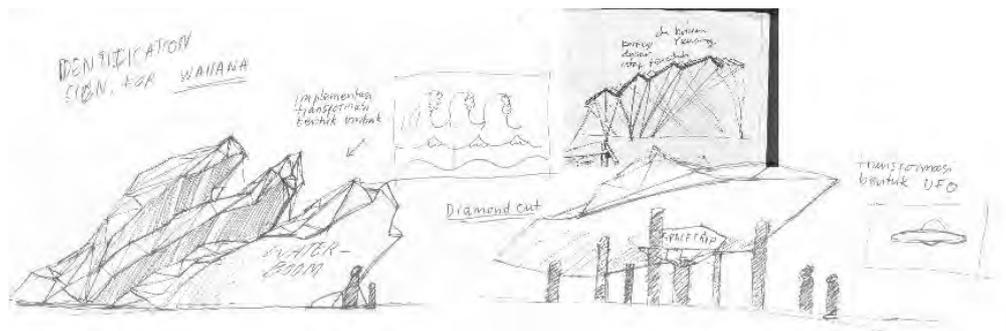
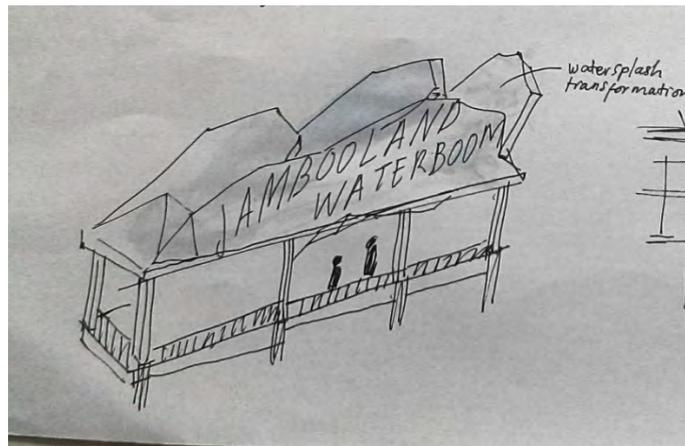
- Menggambarkan identitas Jambooland dengan penggunaan unsur estetis bentukan sistem grafis lingkungan.
- Font yang mendominasi
- Dimensi tempat 22x3x4m.



gambar 5.16 gambar bentukan alternatif landmark utama Jambooland beserta pembedingnya. Sumber: Pranata, 2016

d. Landmark utama Wahana air “Jambooland Waterboom”

- Menggambarkan watersplash
- Mengandung kata Jambooland Waterboom
- Merespon atap dari bangun foodcourt
- Dimensi 10 x 35 x 6 m



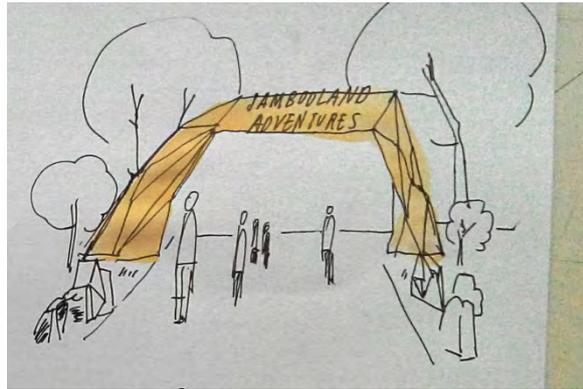
gambar 5.17 alternatif bentuk entrance identification. Sumber: Pranata, 2016



gambar 5.18 acuan bentuk 3D entrance identification. Sumber: Pranata, 2016

e. Landmark utama wahana outdoor “Jambooland Adventure”

- Menggambarkan nuansa outdoor
- Mengandung kata Jambooland adventure
- Peletakan melintasi jalan setapak seperti gapura
- Dimensi 9x6x3m



Gambar 5.19 acuan bentuk Landmark Jambooland Adventure. Sumber: Pranata, 2016

f. Landmark utama indoor game “Jambooland City”

- Menggambarkan nuansa perkotaan
- Mengandung kata Jambooland City
- Peletakan pada tembok
- Dimensi 6x9m

g. Landmark front park

- Menggambarkan bentuk bunga seperti yang ada pada rancangan sebelumnya
- Material bersifat tahan air karena merupakan landmark fountain
- Tidak mengandung text

h. Landmark main plaza

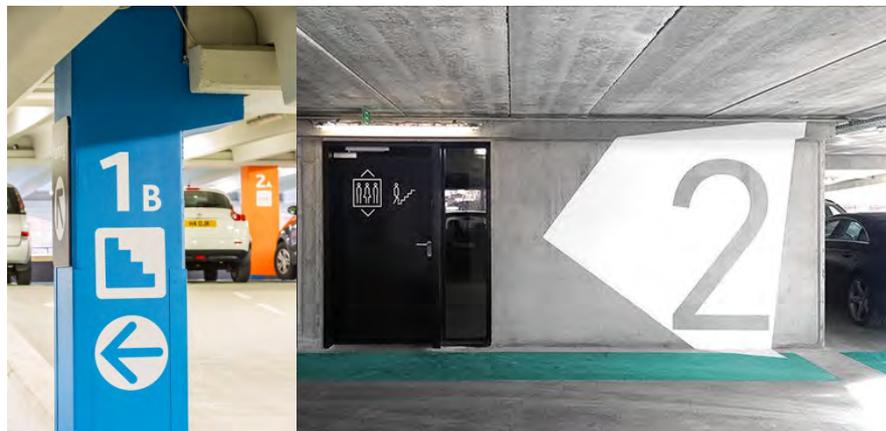
- Mengandung unsur keseluruhan dari Wahana yang ada
- Ikonik dan mudah diingat
- Berupa Fountain Sculpture

i. Landmark Plaza Resort & Hotel

- Berupa Instalasi modular yang menyesuaikan bentuk pohon
- Merepresentasikan bentukan air
- Bisa berupa motion sculpture

j. Parking area identification & Accessible Parking identification

Untuk menginformasikan pintu masuk terutama untuk kendaraan roda empat dan roda dua, pada area pintu masuk diberi sebuah penanda yang sesuai dengan jarak pandang kedua kendaraan tersebut dan dapat terlihat langsung dalam jarak rata-rata 300 m.



gambar 5.20 acuan parking area identification. Sumber: Pranata, 2016

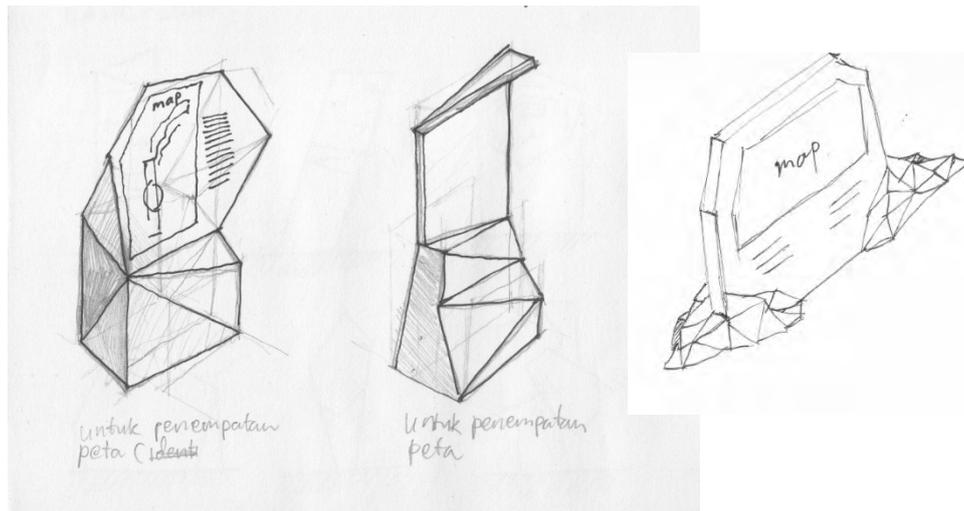
Accessible Parking Identification adalah penggunaan arahan untuk mempermudah pengunjung mengetahui arah menuju tempat parkir dari pintu masuk, area drop off, hingga tempat parkir.

5.6.6.2.2 Landmark Identity

Dapat dikatakan sebagai identitas setiap wahana. Bisa berupa 3d maupun 2d. Nuansa yang ditimbulkan berbeda namun masih dalam satu kesatuan bentuk dan warna yang digunakan sesuai dengan cluster wilayah dimana sculpture itu ada. Berikut ini adalah jenis-jenis landmark yang ada pada wahananya.

- Landmark Jambooland City
- Landmark Jambooland Waterboom
- Landmark Jambooland Adventure

5.6.6.3 Orientation Sign / Peta



gambar 5.21 alternatif bentuk orientation sign atau map outdoor. Sumber: Pranata, 2016

5.6.6.4 Path-Way



gambar 1 acuan bentukan directional sign. Sumber: http://3.bp.blogspot.com/-540gEwXvHrw/UBRFDOBQgEI/AAAAAAAAACFE/hlTmI-sDfHE/s1600/london_olympics_look_15.jpg

5.6.7 Material

Material yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Aluminium Composite Panel

material berupa Aluminium Composite Panel (ACP) / Aluminium Composite Material (ACM) dalam lembarannya akan didapatkan dalam lembaran yang kaku, kuat tapi dalam berat yang cukup ringan. lembaran ini bahannya terbuat dari lapisan aluminium pada kedua sisi luar dimana didalamnya dilapisi dengan bahan non aluminium berupa bahan polyethylene dimana ketiga lapisan disatukan dalam lembaran yang kuat. Secara ketahanan material ini tahan terhadap cuaca diluar sehingga cocok digunakan sebagai bahan signage outdoor.

b. Akrilik

Material ini tahan terhadap sinar ultraviolet yang sangat cocok untuk digunakan di outdoor. Terdapat dalam berbagai warna hingga tembus pandang.

c. Beton`

Digunakan sebagai bahan untuk bahan pondasi yang mana akan memperkuat signage agar tetap berdiri tegak.

d. Cat

Menggunakan cat waterproof yang glossy transparan sehingga mengekspose material yang digunakan

BAB VI

IMPLEMENTASI DESAIN

6.1 Hierarchy Jambooland Tulungagung

Adapun cluster yang dibagi berdasarkan fungsinya area Jambooland baru akan dibuat menjadi 4 bagian meliputi:

- ❖ Area hotel
 - Area umum
 - Kamar hotel : standart, family
 - Lobby Hotel
 - Restaurant
 - Indoor cafe
 - Outdoor cafe
 - Convention hall (Indoor convention hall, outdoor convention hall)
 - Restricted Area
 - Office
 - Storage
 - Kitchen
- ❖ Area wahana air (Jambooland Waterboom)
 - Area umum
 - Wave pool
 - River pool
 - Kids pool (kids pool, kolam tumpah)
 - Kids slide
 - Power slide
 - Race slider
 - Adult pool
 - Restricted area
 - Power supply room
 - Ruang karyawan

- Gudang
- ❖ Area wahana permainan outbound (Jambooland Adventure)
 - Area umum
 - Flying fox
 - Trampoline
 - Go cart
 - Bumper car
 - Wall climbing
 - Roller coaster
 - Playground
 - Picnic Park
 - Ampitheatre
 - Restricted area
 - Outbound Office
 - Power supply room

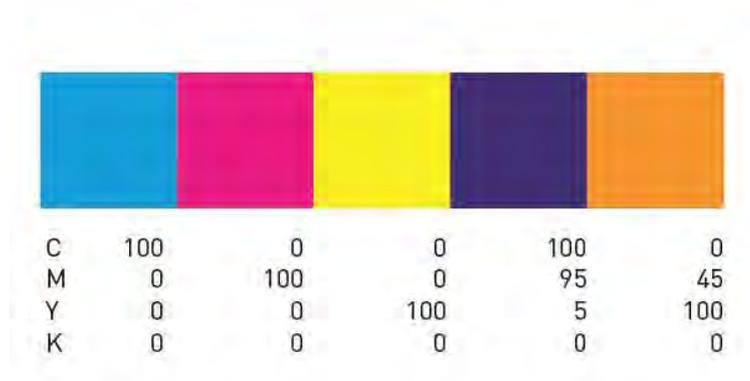
- ❖ Indoor game (Jambooland City)
 - Area umum
 - Rumah hantu
 - Cinema 4D
 - Console Game
- ❖ Area entrance
 - Ticket booth
 - Management office
- ❖ Area public service
 - Pool Food Court
 - Pool Bars
 - Souvenir Market
 - Toilet
 - Main plaza

- Indoor plaza
 - Mushallah
 - Taman Jambooland
 - Taman depan
- ❖ Parking lot (mobil motor)

Dari zoning area yang sudah ada maka dibuatlah site plan yang paling relevan yakni berbasis pada district model dikombinasikan dengan landmark model.

6.1.1 Warna Hirearki

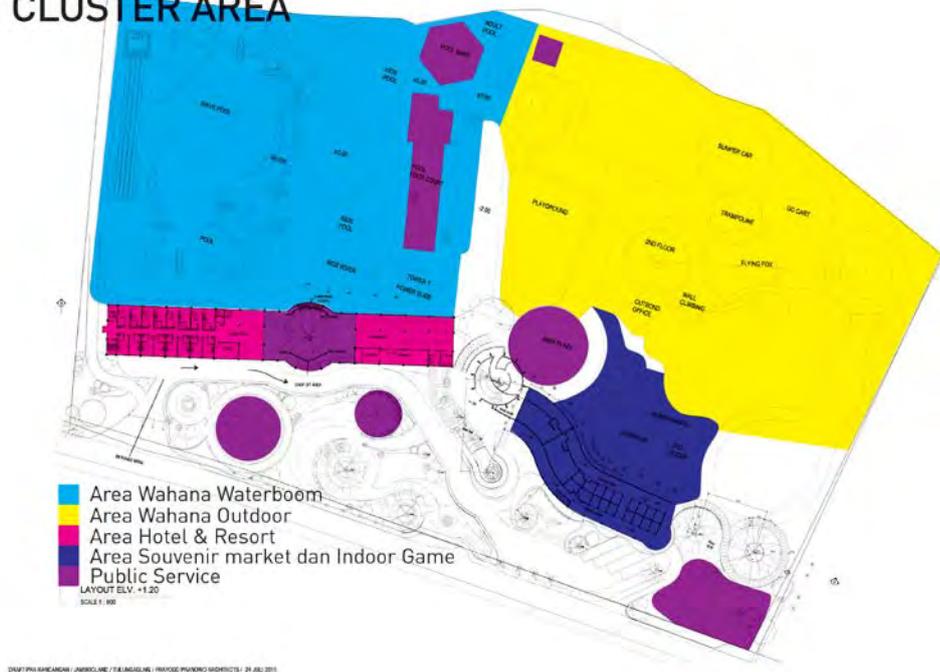
Warna yang digunakan pada hirearki site-plan adalah sebagai berikut:



gambar 6 1 warna cluster yang berasal dari visual identity yang sudah ada pada Jambooland Tulungagung.

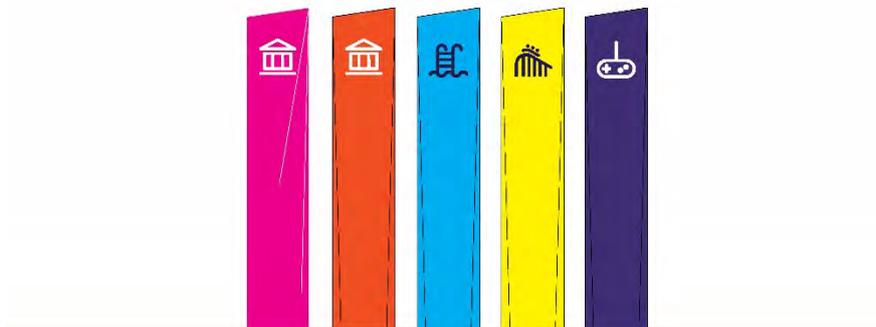
Dari warna tersebut dibuat zoning berdasarkan warna agar mempermudah pengunjung dalam mencerna spatial di area Jambooland. Dalam implementasinya akan seperti gambar berikut:

CLUSTER AREA



gambar 6 2 cluster area berdasarkan warna pada peta.

Setelah mengelaskan area berdasarkan warna, berikut implementasi warna *cluster* dalam *signage*:



gambar 6 3 implementasi warna pada signage.

Pemasangan item kebutuhan EGD pada Jambooland dirancang sesuai dengan konsep yang sudah dibuat sesuai titik pengambilan keputusan dalam memilih jalan. Penentuan kode yang digunakan untuk jenis-jenis EGD adalah sebagai berikut:

A.1 Landmark

B.1 Orientation Map

B.1.1 Orientation Map untuk Area Waterboom

B.1.2 Orientation Map untuk Area Adventure

B.1.3 Orientation Map untuk Area City

B.1.4 Orientation Map untuk Area Parkir

B.2 Directional Sign

B.2.1 Directional Sign untuk Area Waterboom

B.2.2 Directional Sign untuk Area Adventure

B.2.3 Directional Sign untuk Area City

B.2.4 Directional Sign untuk Area Hotel & Resort

B.2.5 Directional Sign untuk Area Parkir

B.3 Identity Sign

B.3.1 Directional Sign untuk Area Waterboom

B.3.2 Directional Sign untuk Area Adventure

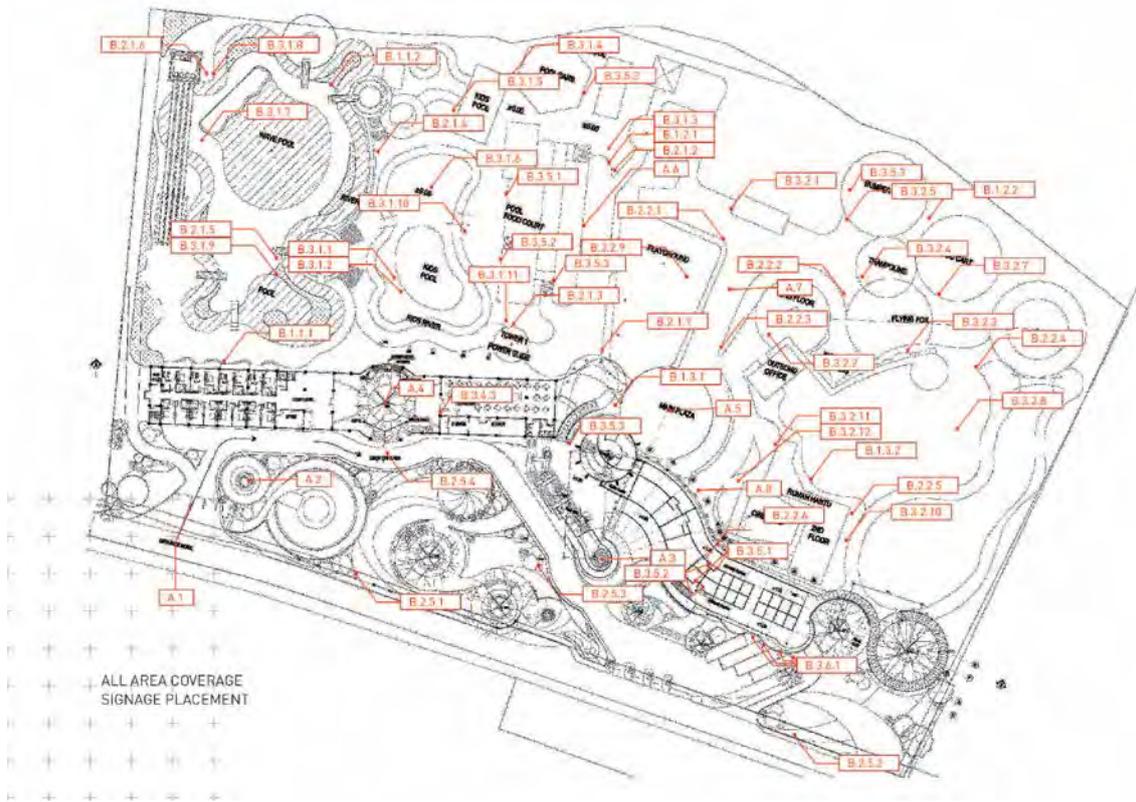
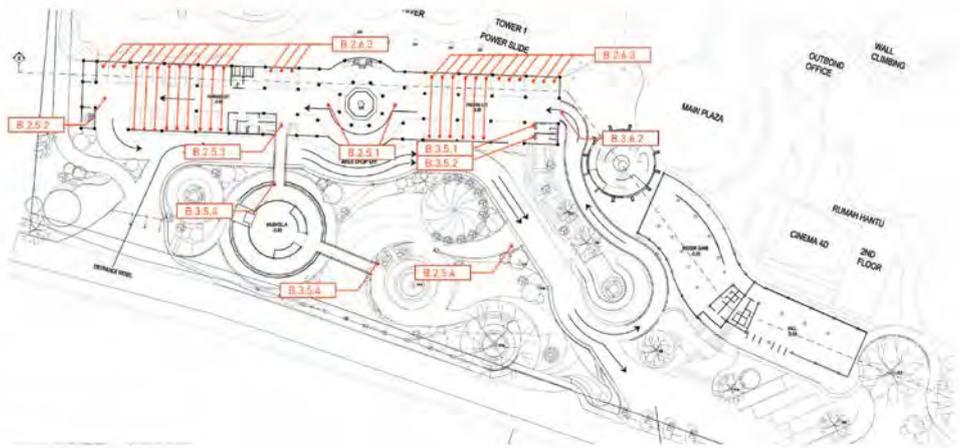
B.3.3 Directional Sign untuk Area City

B.3.4 Directional Sign untuk Area Hotel & Resort

B.3.5 Directional Sign untuk Area Public Amenity

B.3.6 Directional Sign untuk Area Parkir

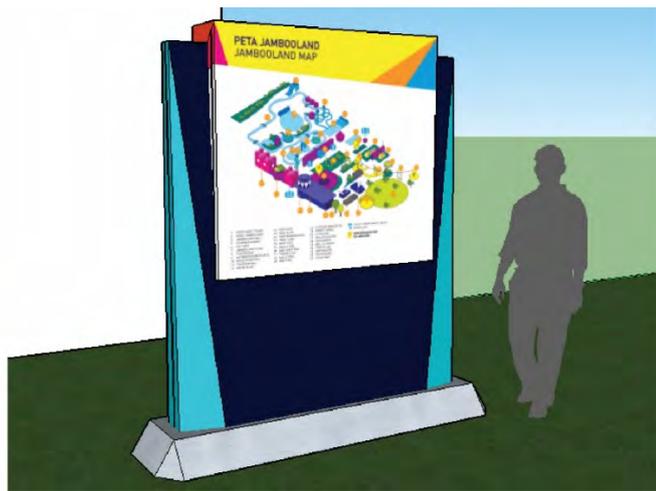
UNDERGROUND PARKING LV COVERAGE
SIGNAGE PLACEMENT



gambar 6 4 Penempatan item EGD pada area seluruh Outdoor Jambooland

6.2 Peta yang Digunakan

Map/peta diberi warna yang cenderung sama dengan warna cluster area agar pengunjung dapat mudah membaca di area mana pengunjung itu sendiri berada. Peta juga diletakkan di setiap area terutama area pintu masuk karena kegunaan utama peta adalah sebagai alat navigasi utama pengunjung ketika pertama kali masuk ke area Jambooland, menerjemahkan tentang apa saja yang Jambooland Tulungagung miliki.



gambar 6 5 implementasi map/peta ukuran dengan manusia.



gambar 6 6 jenis warna peta pada setiap area.

6.3 Bentuk Landmark

Landmark digunakan sebagai penanda yang disampaikan secara interpretatif tentang lokasi tersebut. Didesain dengan dasar bentukan geometris agar memberikan kesan mewah dan modern dalam rangka menjawab kebutuhan selera target pengunjung.

6.3.1 Landmark gerbang masuk Jambooland

Bentuk landmark depan disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung akan informasi pintu masuk dari kendaraan terutama kendaraan roda 4. Informasi yang disampaikan meliputi sambutan, profil jambooland tentang wahana rekreasi air. Untuk itu landmark dibuat fountain agar mewakili sifat sebagai wahana air sedangkan teks “welcome to jambooland” sebagai bentuk sambutan sekaligus penanda pintu masuk dari jambooland.



gambar 6 7 implementasi landmark pintu gerbang masuk jambooland.

6.3.2 Landmark Taman Depan

Landmark taman depan dibuat fountain berbentuk tumbuhan teratai agar mengesankan wahana air dan menurut perancanganya site-plan tempat itu memang dibuat ada fountain karena taman yang berada di depan biasanya digunakan para supir pengunjung untuk beristirahat selagi menunggu penumpangnya yang sedang berekreasi di area dalam jambooland.



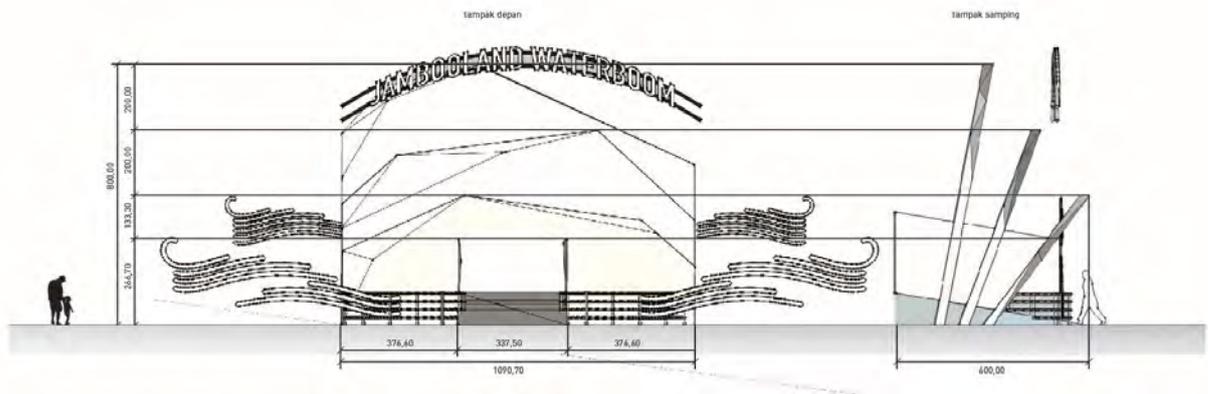
gambar 6 8 implementasi landmark taman depan jambooland.

6.3.3 Landmark Area Permainan Air (Jambooland Waterboom)

Landmark ini digunakan sebagai penanda area wahana air atau waterboom sekaligus pintu masuk area tersebut. Bentukannya merupakan bentuk tranformasi dari ombak yang disesuaikan dengan visual yang telah ditentukan.

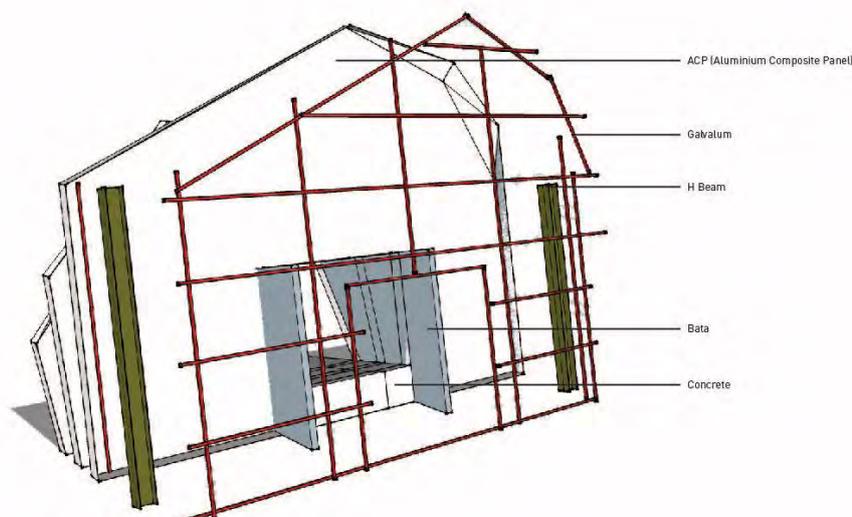


gambar 6 9 implementasi desain landmark area permainan air (jambooland waterboom) .



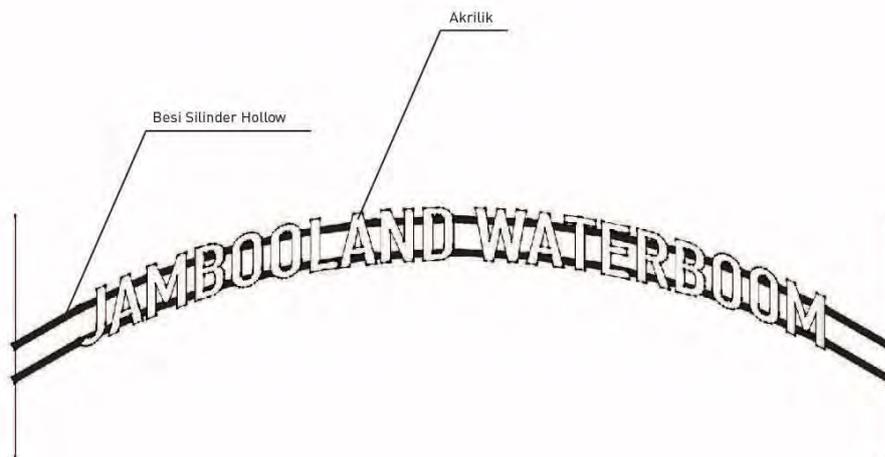
gambar 6 10 Gambar tampak dan ukuran landmark jambooland waterboom

Desain yang digunakan berdimensi kurang lebih 10 x 6 x 8 meter. Lebar gerbang yang digunakan 3,3 meter kemudian sudut kemiringan jalan setinggi 15 derajat. Tinggi landmark 8 meter. Konstruksi utama menggunakan H-beam berukuran 150 x 150 x 7 x 10 mm sedangkan untuk rangka bangunan menggunakan material besi hollow. Material fasat menggunakan ACP dengan ketebalan 4mm. spot light dipasang diantara lempengan ombak sehingga memberikan aksentuasi dimensi bentuk lempengan tersebut.



gambar 6 11 gambar explode landmark jambooland waterboom

Teks yang digunakan pada Jambooland Waterboom dibentuk melengkung dan berukuran tinggi 68,5 cm dgn ketebalan 10 cm. menggunakan material akrilik semi transparan dan terpasang instalasi lampu di dalamnya. Teks diinstalasikan pada besi hollow bentuk silinder yang terkonstruksi pada tiang pada bangunan eksisting.



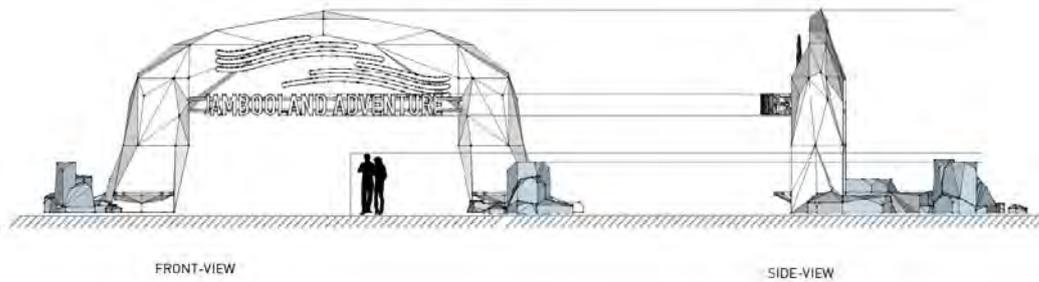
gambar 6 12 gambar instalasi teks jambooland waterboom pada landmarknya.

6.3.4 Landmark Area Permainan Outbound (Jambooland Adventure)

Landmark ini diambil dari tranformasi bentuk gunung dan goa yang memberikan kesan *adventurous* atau petualangan. Landmark ini diletakan di jalan utama menuju wahana permainan outbound. Pemilihan bentukan ini didasari oleh bentukan yang memiliki sifat simetris sehingga pada pengaplikasiannya nanti konstruksinya mudah dibuat.

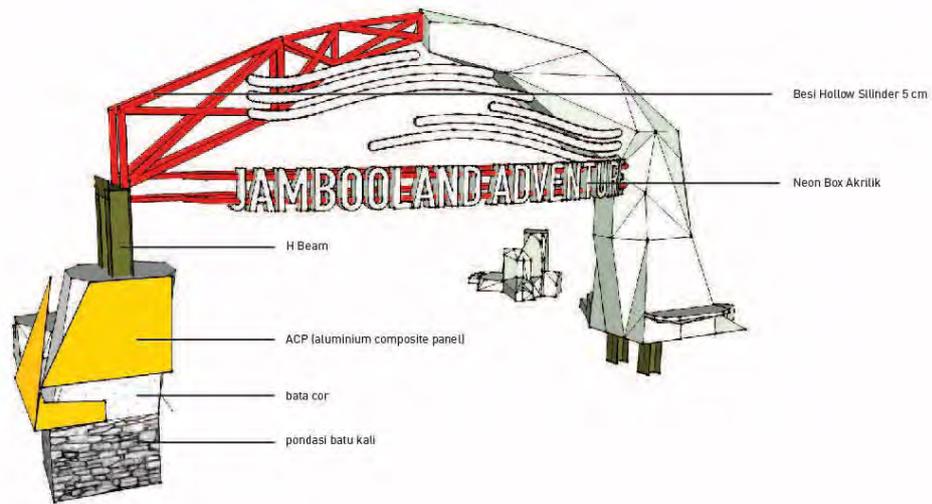


gambar 6 13 implementasi desain landmark area permainan outbound (jambooland adventure) .



gambar 6 14 gambar tampak Jamboland Adventure dengan ukuran manusia

Desain akhir dari landmark ini berdimensi 13 x 4 x 6 meter. Landmark ini nantinya menggunakan konstruksi gapura pada umumnya. Pada pondasi menggunakan pondasi batu kali, pada tiang menggunakan besi H beam berdiameter 5 cm yang ditanam menggunakan bata cor. Kemudian pada lengkung gapurnya menggunakan konstruksi besi yang nantinya diberi bata cor agar bisa diaplikasikan ACP sebagai finishing akhir.



gambar 6 15 gambar explode material dan konstruksi pada landmark Jambooland Adventure

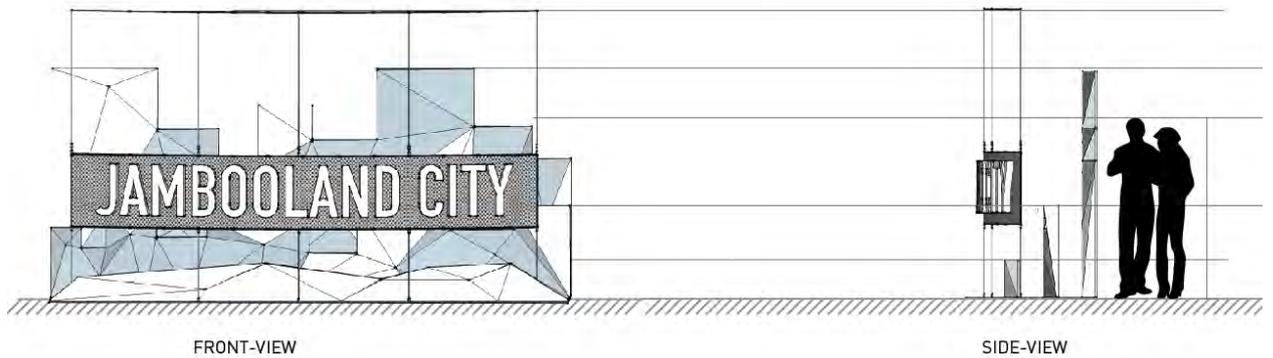
Teks yang digunakan pada Jambooland Adventure menggunakan ukuran tinggi 61,4 cm dengan proporsi sesuai dengan standart font yang dipakai.

6.3.5 Landmark Area Indoor Game (Jambooland City)

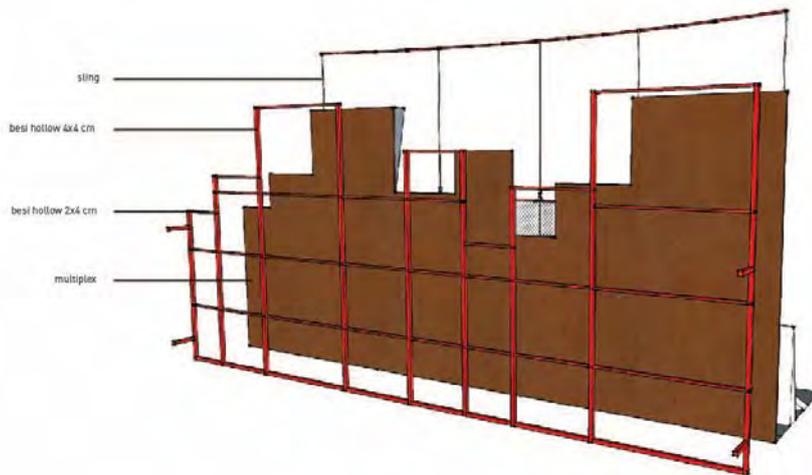
Landmark Jambooland City bentukannya diambil dari shilloute bentuk kota yang kemudian ditransformasikan menjadi bentukan geometri.



gambar 6 16 ilustrasi desain Landmark Jambooland City.

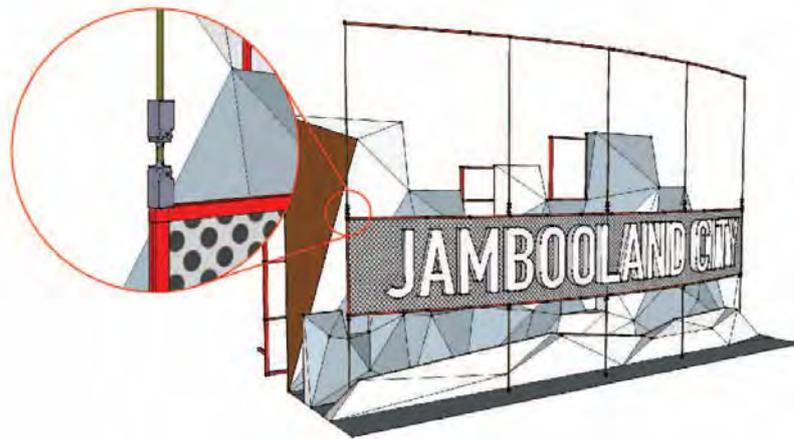


gambar 6 17 gambar tampak desain Jambooland City dengan ukuran manusia



gambar 6 18 gambar explode material dan konstuksi yang digunakan pada Jambooland City

Desain yang digunakan menggunakan diorama 2D layer hingga tampak berdimensi. Lapis yang paling belakang adalah bentuk kota yang besar, lapis tengah merupakan kota dengan ukuran yang lebih kecil dan depannya merupakan bentuk *terrain*. Desain yang digunakan berdimensi 2 x 8 x 4 meter. Tumpuan konstruksi diletakkan pada beton yang diletakkan didalam tanah dan tembok sebagai sandaran. Konstruksi menggunakan besi hollow yang digunakan untuk konstruksi vertical menggunakan besi hollow 4x4 cm dan untuk horizontal menggunakan besi hollow 2x4 cm. Multiplex digunakan sebagai penumpu pemasangan ACP.



gambar 6 19 penggunaan kuncian ferrule timble pada tali sling pada desain landmark Jambooland City

6.4 Bentuk Ambient (Ilustrasi Standart)

Ilustrasi standart dibedakan menjadi 3 digunakan untuk area bermain yakni, Jambooland Waterboom, Adventure dan City. Penempat desain ini nantinya akan disebar sesuai jenisnya sebagai bentuk penanda lokasi area.



Gambar 6 20 desain ilustrasi standard untuk Jambooland Waterboom. Sumber: Pranata, 2016



gambar 6 21 desain ilustrasi standard Jambooland Adventure. Sumber: Pranata, 2016



gambar 6 22 Desain Ilustrasi Standard Jambooland City. Sumber: Pranata, 2016

Desain yang digunakan mengambil dari karakter cerita yang dibawakan, yakni ekosistem yang ada dicerita Jambooland sebelum kiamat, perairan yang kaya hasil alam, ekosistem padang rumput, dan perkotaan

yang makmur. Element bentukan ikon yang ada pada desain dalam pengaplikasiannya menggunakan material acrylic, teknik produksi cutting.



gambar 6 23 implementasi ilustrasi standard sebagai ambient media.

6.5 Wayfinding

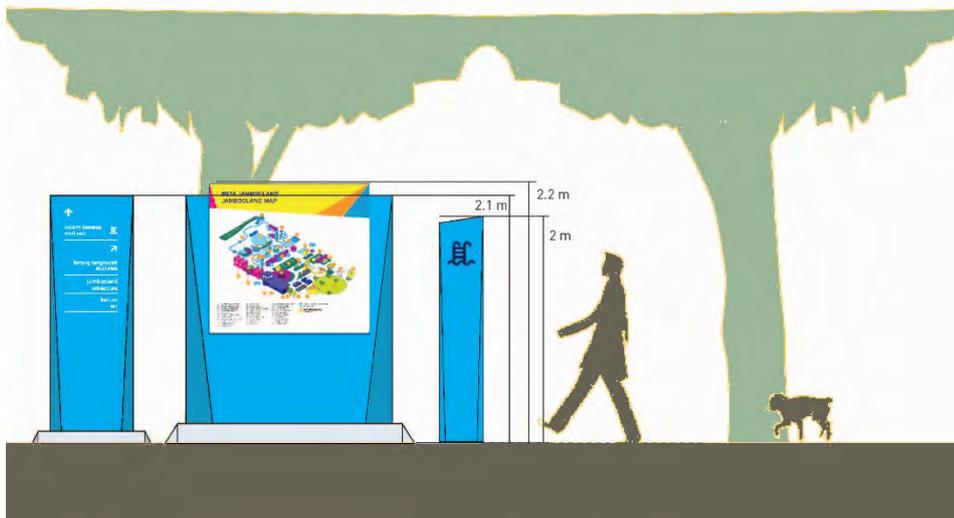
Desain yang diterapkan dalam *wayfinding* nantinya akan dijelaskan secara warna, bentuk, material, ukuran serta layout informasi.

6.5.1 Sign pada Area Hotel & Resort



gambar 6 24 implementasi signage pada area hotel & resort.

6.5.2 Sign pada Area Jambooland Waterboom



gambar 6 25 implementasi signage pada area Jambooland Waterboom.

6.5.3 Sign pada Area Jambooland Adventure



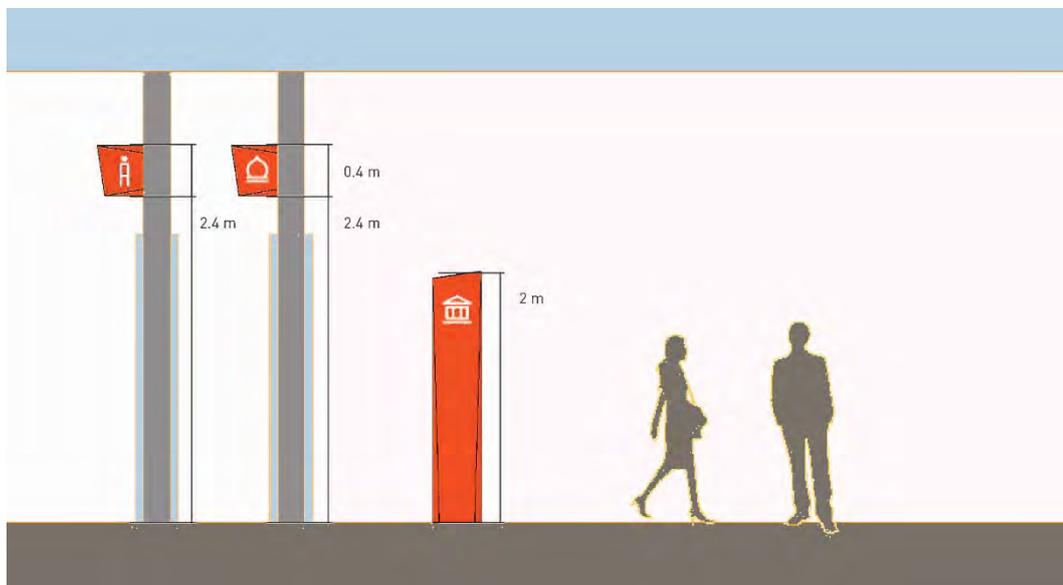
gambar 6 26 implementasi signage pada area Jambooland Adventure.

6.5.4 Sign pada Area Jambooland City



gambar 6 27 implementasi signage pada area Jambooland City.

6.5.5 Sign pada Public Amenity



gambar 6 28 implementasi signage untuk identitas Public Amenity.

6.5.6 Sign pada *Parking Area*



gambar 6 29 Implementasi signage pada *Parking Area*.

6.5.7 Sign Pada Area Pintu Masuk



gambar 6 30 implementasi signage pada Area Pintu Masuk

6.6 Rancangan Anggaran Biaya

Berikut ini adalah rancangan anggaran biaya (RAB) yang sesuai dengan spesifikasi desain yang telah adalah dimulai dari landmark utama kemudian bagian dari rancangan wayfinding system Jambooland.

NO.	URAIAN	UKURAN	SATUAN	HARGA SATUAN		TOTAL HARGA	TOTAL ANGGARAN
				UPAH	BAHAN		
1	Jambooland Waterboom Landmark						
	Besi Hollow Pipa Kotak ukuran 4x4 cm, 1 mm	262.5 m	6 m / tonjor		209,000	IDR 9,143,750.00	
	Besi Hollow Silinder 2", 1 mm	40 m	6 m / tonjor		132,000	IDR 880,000.00	
	Baja H-Beam ukuran 150 x 150 x 7 x 10 mm	36 m	12 m / tonjor		3,708,900	IDR 11,126,700.00	
	Bata merah ukuran	1,876 pcs	1 pcs		900	IDR 1,688,400.00	
	Pasir pasang	10 truk	1 truk		1,290,000	IDR 12,900,000.00	
	Batu alam french chateau 60 x60 cm	33.75 m2	1 m2		185,000	IDR 6,243,000.00	
	Alluminium Composite Panel warna cyan 4mm, alu. 0.5mm. Size 1220mm x 4880mm.	114 lembar	1 lembar		595,360	IDR 85,731,840.00	
	Akrilik Susu Kuning 4mm ukuran 100x200cm	12 lembar	1 lembar		369,000	IDR 4,428,000.00	
	Spot Light	6 buah	1 buah		249,000	IDR 1,494,000.00	
	Fitting					IDR 11,000,000.00	
semen holcim 50 kg	12 zak	50 kg / zak		64,500	IDR 774,000.00		
Total						IDR 145,409,690.00	
2	Jambooland Adventure Landmark						
	Besi Hollow Silinder 2", 1 mm	94.4 m	6 m		132,000	IDR 2,075,800.00	
		21,6 m	12 m		3,708,900	IDR 6,676,020.00	

	Baja H-Beam ukuran 150 x 150 x 7 x 10 mm						
	Batu Kali	1 truk	1 truk		1,290,000	IDR	1,290,000.00
	Alluminium Composite Panel warna Kuning 4mm, alu. 0.5mm. Size 1220mm x 4880mm.	20 lembar	1 lembar		595,360	IDR	11,907,200.00
	Akrilik Susu Cyan 4mm ukuran 100x200cm	12 lembar	1 lembar		369,000	IDR	4,428,000.00
	Fitting					IDR	11,000,000.00
	semen holcim 50 kg	30 zak	50 kg / zak		64,500	IDR	1,935,000.00
	Total						IDR 39,312,020.00
3	Jambooland City Landmark						
	Alluminium Composite Panel warna biru tua 4mm, alu. 0.5mm. Size 1220mm x 4880mm.	20 lembar	1 lembar		595,360	IDR	11,907,200.00
	Akrilik Susu putih 4mm ukuran 100x200cm	9 lembar	1 lembar		369,000	IDR	3,321,000.00
	Besi Hollow Pipa Kotak ukuran 4x4 cm, 1 mm	12m	6 m / lonjor		209,000	IDR	418,000.00
	Besi Hollow Pipa Kotak ukuran 2x4 cm, 1 mm	26 m	6 m / lonjor		150,000	IDR	750,000.00
	metal sheet perforated lingkaran	4 lembar	1 lembar		450,000	IDR	750,000.00
	Kawat Seling 6 MM 6x37 IWRC x 1.000 M, harga.	40 meter	1 meter		5,300	IDR	212,000.00
	Fitting					IDR	11,000,000.00
	Total						IDR 28,358,200.00
	total anggaran						IDR 213,079,910.00

NO.	URAIAN	UKURAN	SATUAN	HARGA SATUAN		TOTAL HARGA	TOTAL ANGGARAN
				UPAH	BAHAN		
1	Orientation Map						
	Alluminium Composite Panel 4mm, alu. 0.5mm. Size 1220mm x 4880mm.	2 lembar	1 lembar		595,360	IDR	5,084,400.00
		15m	6 m / lonjor		132,000	IDR	396,000.00

	Besi Hollow Pipa Kotak ukuran 4x4 cm, 0,4mm						
	Akrilik putih 4mm ukuran 100x200cm	2 lembar	1 lembar		369,000	IDR	738,000.00
	Instalasi Lampu	36 buah	1 buah		200,000	IDR	7,200,000.00
	Total					IDR	13,418,400.00
	Penggandaan barang		6 item				IDR 80,510,400.00
2	Directional Sign						
	Alluminium Composite Panel 4mm, alu. 0.5mm. Size 1220mm x 4880mm.	2 lembar	1 lembar		595,360	IDR	1,190,720.00
	Besi Hollow Pipa Kotak ukuran 4x4 cm, 0,4mm	12m	6 m / lonjor		132,000	IDR	264,000.00
	Akrilik putih 4mm ukuran 100x200cm	1 lembar	1 lembar		369,000	IDR	369,000.00
	Total					IDR	1,823,720.00
	Penggandaan barang		45 item				IDR 82,067,400.00
3	Identification Sign (outdoor)						
	Alluminium Composite Panel 4mm, alu. 0.5mm. Size 1220mm x 4880mm.	2 lembar	1 lembar		595,360	IDR	1,190,720.00
	Besi Hollow Pipa Kotak ukuran 4x4 cm, 0,4mm	12m	6 m / lonjor		132,000	IDR	264,000.00
	Akrilik putih 4mm ukuran 100x200cm	1 lembar	1 lembar		369,000	IDR	369,000.00
	Total					IDR	1,823,720.00
	Penggandaan barang		35 item				IDR 63,830,200.00
	total anggaran						IDR 226,408,000.00

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan environmental graphic design Jambooland Tulungagung digunakan untuk memenuhi setiap kebutuhan akan pelayanan secara lingkungan yang antara lain:

1. membentuk sebuah kesinambungan dalam *brand* Jambooland Tulungagung dan lingkungannya melalui teknik *storytelling* suasana *post-apocalypse*, peyampiannya melalui *placemaking* yang meliputi standart ilustrasi, *landmark* dan *wayfinding system* yang terintegrasi melalui warna, bentukan, tipografi yang ada.
2. Adanya landmark dapat membantu pengunjung mengetahui lokasi dimana area yang dicari, dengan bentukan geometri tersebut menjadikan Jambooland Tulungagung ikonik diantara amusement park yang lain, serta dapat menjadi lokasi yang memiliki *prestige* di mata pengunjung guna mendapatkan pengakuan di media sosial maupun lingkaran sosial.
3. Penyampaian konten cerita dan pensuasanaan per areanya dilakukan dengan menggunakan ilustrasi standart yang menggukan ikon-ikon yang mengangkat setiap area yang ada yakni area waterboom yang merupakan area ekosistem air, adventure yang merupakan area ekosistem darat terutama padang rumput dan city sebagai area peradaban.
4. Kebutuhan pelayanan navigasi yang ditanamkan dalam *wayfinding system* dapat digunakan oleh pengunjung disetiap titik penentuan keputusan secara efektif. Titik-titik pengambilan keputusan dibuat berdasarkan alur pengunjung yang sudah ada pada rancangan pengembangan arsitekturalnya yakni pengunjung nantinya akan bebas mengakses area wahana mana yang dikunjungi terlebih dahulu. Alur acak ini menjadi penentuan pada strategi sirkulasi *landmark model*. Informasi lokasi,

arahan serta identifikasi area disampaikan melalui ala-alat pendukung informasi yang dibagi menjadi 3 yakni orientation map, directional sign dan identification sign. Setiap signage dilengkapi oleh elemen tipografi dengan dwibahasa sehingga yang mudah terbaca dan *icon* sebagai alat bantu mempercepat proses penyampaian informasi ke pengunjung.

7.2 Saran

Pada perancangan environmental graphic design Jambooland Tulungagung ini adapun beberapa hal yang masih belum tercapai antara lain:

1. Perlu ada pengembangan EGD Jambooland Tulungagung sebagai bentuk promosi pada area diluar Jambooland sendiri.
2. Konstruksi Landmark seharusnya dapat dikembangkan lebih lanjut dengan melibatkan pihak dengan variasi disiplin ilmu yang berbeda seperti, Arsitek, Kontraktor Sipil. Dengan terlibatnya pihak-pihak ini nanti dapat menghasilkan landmark dengan bentukan yang lebih megah dan menarik bagi kalangan menengah keatas
3. Secara studi alur juga masih belum mendalam mengingat debit jumlah pengunjung juga mempengaruhi ukuran landmark yang dibuat nantinya sehingga landmark dapat bekerja lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, Craig M., 2005, Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational System, PageOne
- Darmaprawira W.A, Sulasmi, “Warna : Teori dan Kreativitas Penggunaannya ”, Bandung : ITB, Edisi ke 2, 2001
- Design Principles for Wayfinding,
<http://www.ai.mit.edu/projects/infoarch/publications/mfoltzthesis/node8.html>
- Fauziah, Intan. 2009. Jurnal: Kajian Terhadap Makna Tema dalam Waterpark. Jakarta: Universitas Indonesia
- Gibson, David., 2009, The Wayfinding Handbook, New York, Princeton Achitectural.
- Majalah IDN, volume 17 no.5 2010
- Majalah Concept, vol 04, edisis 23, 2008
- Niron Ilgin, 2009, The Importance Of Environmental Graphic Design in Human Life and Its Affection, Izmir University
- O’Grady, Ken Visocky & Jenn, 2008, The Information Design Handbook, RotoVision, Switzerland Ron Apelt, John Crawford and Dennis Hogan, 2007, Wayfinding Design Guidelines, Types of Signs
- Segd.com
- www.dpr.go.id

BIODATA PENULIS



Yudhistira Dwi Pranata atau akrab dikenal dengan Yudhis, lahir di Kota Surabaya pada tanggal 04 Agustus 1989. Anak Kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan Ayah Almarhum Mohammad Munif dan Ibu Dian Soegiharti. Pendidikan yang pernah dilalui adalah bersekolah di SD Khadijah, SMP N 13 Surabaya, SMA N 10 Surabaya dan pada tahun 2007 menempuh jenjang kuliah namun berakhir mengundurkan diri dan kembali masuk 2010 di Desain Produk ITS. Penulis menjadi mahasiswa program sarjana (S-1) Departemen Desain Produk jalur UMDES ITS dengan NRP 3413100171. Penulis memiliki beberapa konsentrasi diluar akademik yakni sebagai Musisi, Illustrator dan penggiat hal-hal berbau luar angkasa. Selama masa perkuliahan prestasi “5 besar *New-Comer Musician*” versi Rolling Stone dalam Indonesia Cutting Edge Music Awards (ICEMA) 2012. Sebagai desainer juga illustrator, menurut penulis perlu adanya pengembangan konsentrasi lain agar lebih berkembang dan bersaing di dunia karir nanti.

Kini penulis telah menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir dengan judul “Perancangan *Environmental Graphic Design* Jambooland Tulungagung”. Dengan konsentrasi yang baru sejak Tugas Akhir dijalankan, penulis berharap dapat berkontribusi sesuai dengan bidangnya pada Lembaga Penerbangan Dan Antariksa Nasional.

HP : 0821-8955-8938

Email : prof.yudhistiraleon@gmail.com