PERANCANGAN GRAFIS LINGKUNGAN
OBJEK WISATA KAMPOENG DJAWA SEKATUL

PROYEK STUDI

Diajukan dalam rangka penyelesaian
Studi Strata 1 untuk mencapai
gelar Sarjana Seni Rupa

Oleh :
Purwaningsih
2411410023

JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015

HALAMAN PENGESAHAN

Proyek Studi yang berjudul : **"Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Kampoeng Djawa Sekatul"**, atas nama Purwaningsih, NIM 2411410023, telah dipertahankan dalam sidang Panitia Ujian Proyek Studi Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 15 Januari 2015

Panitia Ujian

Ketua,

Drs. Syahrul Syah Sinaga, M.Hum.
NIP. 196408041991021001

Sekretaris,

Drs. Purwanto, M.Pd
NIP. 195901011981031003

Penguji I,

Supatmo, S.Pd., M.Hum.
NIP. 196803071999031001

Penguji II,

Rahina Nugrahani, S.Sn., M.Ds.
NIP. 198302272060420 01

Penguji III,

Eko Haryanto, S.Pd., M.Ds.
NIP. 197201032005011002

PERNYATAAN

Proyek studi ini dengan judul **"Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Kampoeng Djawa Sekatul"** beserta seluruh isinya merupakan hasil karya sendiri. Demikian pernyataan ini dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan.

Semarang, Desember 2014
Penulis,

Purwaningsih
NIM. 2411410023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

1. Use time well (penulis)
2. Kita memang tidak sempurna, namun bukan berarti tidak ada usaha | Perbaikan niat itu harus senantiasa, tak selesai sampai ajal tiba. (Felix Y. Siauw)
3. Karena tujuan waktu jadi berarti, penantian jadi bernilai, rintangan jadi tantangan, dan kegagalan jadi pelajaran. (Felix Y. Siauw)

PERSEMBAHAN

Proyek Studi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah, Ibu, Mammoth, dan Desvi yang selalu setia mendo'akan dan memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan kewajiban dan tanggung jawab ini dengan baik.

2. Sahabat dan teman-teman Seni Rupa DKV Perjuangan 2010

3. Almamaterku.

PRAKATA

Dengan menyebut nama Allah SWT, Tuhan Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah serta innayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Studi yang berjudul Perancangan Grafis Lingkungan Wisata Kampoeng Djawa Sekatul sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaian Studi Strata Satu, dan mencapai gelar Sarjana Seni Rupa. Penulis menyadari bahwa Proyek Studi ini tidak akan selesai tanpa ada dukungan dan bimbingan dari semua pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Prof. Dr. Agus Nuryatin, M. Hum, Dekan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang yang memberikan fasilitas administratif dalam penyusunan proyek studi.
2. Drs. Syafi'i, M.Pd. Ketua Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang yang memberikan fasilitas administratif, motivasi dan arahan dalam penyusunan proyek studi.
3. Eko Haryanto, S.Pd.M.Ds. dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, motivasi, arahan serta ilmunya kepada penulis sehingga terselesaikannya proyek studi ini.
4. Rahina Nugrahani, S.Sn.M.Ds. dan Wandah Wibawanto S.Sn.M.Ds. selaku dosen favorit yang memberikan pelajaran, motivasi, arahan serta ilmunya kepada penulis selama menempuh studi di Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang.

5. Para dosen Jurusan Seni Rupa yang telah menyampaikan ilmu dan pelajaran yang penuh manfaat kepada penulis selama menempuh studi di Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang.
6. Ibu Elli dan Mas Pipit selaku pengelola objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul yang memberikan kesempatan untuk melaksanakan proyek studi.
7. Irv, Irenesye, Bagas, Owi, Chimbrin, Qinyoo, Marsa, Angga, Achoo, dan teman-teman DKV Perjuangan 2010 lainnya yang telah mewarnai pelaksanaan proyek studi.
8. Kak Nunodwee, dan Brigita selaku motivator super dikelasnya yang selalu membangkitkan semangat penulis selama pelaksanaan proyek studi.
9. Fajri, Ari, Arif, dan Dani selaku pendamping lapangan yang dengan sabar mendampingi dan memberikan saran serta ilmunya selama proyek studi berlangsung.
10. Keluarga besar Sukardi Suharyo yang selalu memberikan dukungan dalan pelaksanaan proyek studi hingga terselesaikannya laporan ini.
11. Seluruh keluarga besar objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul yang telah membantu terselesaikannya proyek studi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proyek studi ini.

Saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan untuk melengkapi proyek studi ini. Semoga segala sesuatu baik yang tersirat maupun tersurat pada proyek studi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, Desember 2014

Penulis

SARI

Purwaningsih. 2014. "*Perancangan Grafis Lingkungan Objek Wisata Kampoeng Djawa Sekatul".* Proyek Studi. Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Eko Haryanto, S.Pd.M.Ds.

Kata Kunci: Desain Grafis Lingkungan, *(Environmental Graphic Design),* Pariwisata, Kendal, Jawa Tengah.

Pada umumnya ciri khas yang dimiliki pada suatu daerah dijadikan sebagai tempat pariwisata daerah. Kampoeng Djawa Sekatul adalah objek wisata agro yang bernuansa pedesaan Jawa. Kampoeng Djawa Sekatul, terletak di kaki gunung Ungaran, tepatya di Dukuh Sekatul, Desa Margosari, Kecamatan Limbungan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. Kampoeng Djawa Sekatul sebagai objek wisata memiliki potensi menumbuhkan perekonomian daerah setempat, dengan menyuguhkan objek yang masih alami dan bernilai sejarah. Namun pengadaan sistem informasi dan pelayanan kepada pelaku wisata yang kurang maksimal menjadi salah satu penghambat perkembangan Kampoeng Djawa Sekatul. Tujuan proyek studi ini adalah menghasilkan desain grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul yang efektif dan efisien untuk khalayak sasaran domestik pada khususnya dan mancanegara pada umumnya.

Desain grafis lingkungan Kampoeng Djawa Sekatul disajikan dalam bentuk *soft file* dan beberapa *prototype* yang terdiri dari, Piktogram (*Pictogram*), Desain Pemetaan/Denah (*Mapping*), dan Penanda (*Signage*). Secara visual, konsep bentu dari perancangan ini diambil dari bentuk-bentuk yang diadaptadi dari bentuk elemen alam yang berada disekitar kawasan Kampoeng Djawa Sekatul, yaitu batuan dan tumbuhan sehingga membentuk suatu alur yang dinamis.

Proyek studi ini telah menghasilkan desain grafis lingkungan Kampoeng Djawa Sekatul. Dari beberapa proses pembuatan desain, sampai pada *launching* desain dapat diambil kesimpulan, yaitu: penulis mampu memenuhi kebutuhan *stakeholder* Kampoeng Djawa Sekatul dengan membuat desain grafis lingkungan atau *Environmental Graphic Design* yang mampu menyampaikan bahwa suasana Kampoeng Djawa Sekatul sebagai objek wisata agro dengan konsep pedesaan Jawa.

Dengan diciptakannya grafis lingkungan Kampoeng Djawa Sekatul diharapkan dapat digunakan oleh pengelola pariwisata maupun pemerintah yang bergerak di bidang pariwisata daerah sebagai referensi pengembangan pariwisata di indonesia, mengembalikan dan meningkatkan loyalitas pelaku wisata pada objek wisata. Bagi pelaku wisata diharapkan dapat menyampaikan komunikasi mengenai objek wisata secara umum, membangun informasi yang dibutuhkan pelaku wisata.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ii

PERNYATAAN iii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

PRAKATA v

SARI vi

DAFTAR ISI vii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.1.1 Alasan Pemilihan Tema 1

1.1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya 4

1.2 Tujuan Proyek Studi 5

1.3 Manfaat Proyek Studi 5

BAB 2 LANDASAN KONSEPTUAL 7

2.1 Desain 7

2.2 Desain Komunikasi Visual 8

2.2.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual 8

2.2.2 Fungsi Dasar Desain Komunikasi Visual 9

2.2.3 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual 11

2.3 Desain Grafis Lingkungan 16

2.4.1 Pengertian Desain Grafis Lingkungan 16

2.4.2 Lingkup Desain Grafis Lingkungan 17

2.4 Pengertian Pariwisata 21

2.5.1 Prinsip Perencanaan Pengembangan Pariwisata 23

2.4.2 Faktor Perencanaan Pengembangan Pariwisata 25

2.5 Profil Kampoeng Djawa Sekatul 27

2.4.1 Perkembangan Kampoeng Djawa Sekatul 30

2.4.2 Produk dan Jasa Kampoeng Djawa Sekatul 31

BAB 3 METODE BERKARYA 32

3.1 Media Berkarya 32

3.1.1 Alat 32

3.1.1 Bahan 35

3.1.2 Teknik Berkarya 36

3.2 Proses Berkarya 37

3.2.1 Menemukan Ide 37

3.2.2 Penetapan Tujuan 38

3.2.3 Analisis Khalayak Sasaran 38

3.2.3.1 Segmentasi Geografis 38

3.2.3.2 Segmentasi Demografis 39

3.2.3.3 Segmentasi Psikografis 40

3.2.3.4 Segmentasi Perilaku 40

3.2.4 Pra Produksi 41

3.2.4.1 Orientasi 41

3.2.4.2 Rancangan Konten Grafis Lingkungan 41

1.2.5 Produksi 42

3.2.5.1 Pembuatan Sketsa 42

3.2.5.2 Proses *Coloring* 42

3.2.5.3 Proses *Editing* 43

3.2.6 Pasca Produksi 43

BAB 4 DESKRIPSI DAN ANALISIS KARYA 44

4.1 Piktogram (*Pictogram*)..... 44

4.2 *Mapping Design* 48

4.3 *Signage*..... 51

4.3.1 *Identification Sign*..... 51

4.3.2 *Directional Sign*..... 54

4.3.3 *Orientation Sign* 57

4.3.4 *Ornamental Sign* 61

4.3.5 *Street Sign*..... 64

BAB 5 PENUTUP 67

5.1 Kesimpulan 67

5.2 Saran..... 68

DAFTAR PUSTAKA 70

LAMPIRAN..... 72

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Alasan Pemilihan Tema

Indonesia kaya akan sumber daya alam, juga memiliki keanekaragaman kesenian dan budaya. Setiap daerah mempunyai suatu ciri khas yang dapat dipamerkan ke daerah lain bahkan ke mancanegara. Pada umumnya ciri khas yang dimiliki suatu daerah tersebut dijadikan sebagai tempat pariwisata daerah. Kabupaten Kendal memiliki tempat wisata menarik yang berpotensi menumbuhkan perekonomian Kabupaten Kendal. Keadaan demikian harus didukung dengan strategi pengembangan pariwisata di tiap-tiap objek wisata agar lebih menarik bagi masyarakat yang ingin berkunjung dan berekreasi. Salah satu objek wisata yang dimiliki dan dikelola swasta di Kabupaten Kendal adalah Kampoeng Djawa Sekatul.

Kampoeng Djawa Sekatul adalah tempat wisata agro yang bernuansa pedesaan Jawa. Kampoeng Djawa Sekatul terletak di kaki gunung Ungaran, tepatnya di Dukuh Sekatul, Desa Margosari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. Kampoeng Djawa Sekatul menempati area ± 12 hektar di perbukitan Medini yang terdiri atas hamparan perbukitan yang berhawa sejuk dengan pesona persawahan, perkebunan panili, strawbery, tanaman obat-obatan, buah-buahan. Kampoeng Djawa Sekatul identik dengan joglo singgah dan joglo pandang yang berarsitektur Jawa kuna. Kampoeng Djawa Sekatul ditujukan pada

masyarakat yang memiliki rutinitas kerja di kota besar yang menyita waktu, dengan suasana lalu lintas yang padat, serta berpolusi, atau *stress* dalam rutinitas kesibukan setiap harinya. Kampoeng Djawa Sekatul juga ditujukan pada pelaku wisata yang tergabung dalam rombongan dan diorganisasi oleh sekolah/organisasi/*travel agent* yang hendak mengadakan kegiatan *outbound*, reuni, arisan, atau rapat dan lain-lain. Kampoeng Djawa Sekatul menyediakan beberapa fasilitas berupa penginapan sekaligus *outbound* dengan *game* edukatif. Kegiatan ini bertujuan untuk membentuk pribadi yang ulet, kreatif, kooperatif, dan tidak mudah menyerah. Selain itu juga Kampoeng Djawa Sekatul didirikan sebagai tempat penyatuan agar dekat manusia dapat lebih dekat dan belajar dengan alam. Dari tujuan pengembangan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul yang tidak hanya menampilkan keindahan alam secara baik sebagai keperluan rekreasi, tetapi unsur pendidikan melalui interpretasi ataupun program-program khusus juga merupakan tujuan utama, sehingga pengembangan sebuah objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul menjadi penting.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pengelola objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul yaitu berdasarkan wawancara awal pada tanggal 27 Februari 2014, pengunjung yang datang masih didominasi oleh warga lokal Kendal dan sekitarnya. Berdasarkan informasi dan data yang didapatkan, jumlah pengunjung di Kampoeng Djawa Sekatul yang paling banyak yaitu pada musim liburan sekolah, hari-hari besar, dan pada *weekend*. Sedangkan bulan yang paling sepi pengunjung adalah pada bulan Ramadhan. Peningkatan pengunjung setiap tahunnya menjadikan kegiatan promosi pariwisata bukanlah kendala utama dalam

pengembangan Kampoeng Djawa Sekatul. Namun kondisi jalan yang kurang nyaman atau rusak, dan kurangnya alat transportasi umum serta persaingan pasar yang semakin kompetitif membuat sebagian masyarakat enggan berkunjung. *Image* Kampoeng Djawa Sekatul di benak masyarakat juga tidak sebaik objek wisata sekitar seperti Curug Sewu, dan Kebun Ngebruk.

Melihat kondisi yang demikian, faktor-faktor tersebut di atas kemudian dianalisis dan dijadikan strategi sebagai upaya peningkatan citra Kampoeng Djawa Sekatul sebagai objek wisata agro melalui media yang kreatif dan komunikatif. Pengalaman pribadi pelaku wisata merupakan unsur penting dalam kegiatan wisata. Luasnya wilayah geografis Kampoeng Djawa Sekatul menjadikan pengunjung membutuhkan media penyampai informasi seputar objek wisata sehingga pengunjung mendapatkan informasi yang dapat memandu dalam melakukan kegiatan wisata. Perancangan grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul akan menjadi satu langkah positif dalam upaya memberikan pelayanan, menyampaikan informasi yang dibutuhkan pengunjung mengenai Kampoeng Djawa Sekatul, meningkatkan citra objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul serta menarik minat masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan yang bermanfaat di Kampoeng Djawa Sekatul. Sebuah desain grafis lingkungan (*environmental graphic design*) diharapkan mampu mencapai sasaran serta tujuan lainnya. Sebagai salah satu upaya pengembangan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul.

1.1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya

Objek Wisata Kampoeng Djawa Sekatul sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata harus dapat memberikan pelayanan yang memadai bagi para pelaku wisata, bukan hanya pelayanan terhadap penyajian wahana wisata, namun perlu juga adanya media penyampai informasi yang menarik serta adanya pelayanan terhadap berbagai aktivitas publik yang ada di dalamnya. Kenyamanan para pelaku wisata pada saat berada di areal Kampoeng Djawa Sekatul juga harus diperhatikan. Penunjang kenyamanan pengunjung adalah pola penataan sirkulasi yang memadai pada areal tertentu, sehingga alur dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Desain grafis lingkungan merupakan salah satu cabang disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual yang melingkupi berbagai hal dan berkaitan dengan berbagai disiplin ilmu. Desain grafis lingkungan merupakan media komunikasi visual yang berperan sebagai media informasi, media untuk menarik perhatian, dan media untuk memperindah lingkungannya. Meskipun ada pula berbagai media di luar grafis lingkungan sebagai media informasi, media untuk menarik perhatian, dan media untuk memperindah lingkungannya, namun grafis lingkungan tetap memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan informasi kepada khalayak sasaran. Pengunjung objek wisata membutuhkan berbagai informasi ketika mereka melakukan kegiatan wisata, grafis lingkungan memenuhi kebutuhan tersebut meski pengunjung memiliki perbedaan latar belakang bahasa, pendidikan dan usia. Dalam hal ini pengunjung Kampoeng Djawa Sekatul membutuhkan media untuk menunjukkan lokasi, dan

mengidentifikasi fasilitas maupun wahana yang terdapat pada Kampoeng Djawa Sekatul.

Desain grafis lingkungan yang memadai menjadi tuntutan yang harus segera diadakan pada areal Kampoeng Djawa Sekatul. Pendekatan secara keilmuan dari Desain Komunikasi Visual terhadap penataan ruang dan areal merupakan dasar utama proses perencanaan, sehingga desain grafis lingkungan menjadi batasan bidang garap pada proyek studi ini. Dimulai dari proses perancangan, pembagian fungsi masing-masing media dan hasil akhirnya berupa desain grafis lingkungan Kampoeng Djawa Sekatul.

1.1 Tujuan Proyek Studi

1.2.1 Menghasilkan rancangan grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul yang efektif dan efisien untuk khalayak sasaran di wilayah domestik pada khususnya, dan internasional pada umumnya.

1.2.2 Menerapkan ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki penulis dalam perancangan grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul.

1.2 Manfaat Proyek Studi

Hasil Proyek Studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Bagi lembaga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

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

1.3.3 Penulisan mengenai perancangan grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul diharapkan dapat digunakan sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi pengelola objek wisata untuk menentukan kebijakan yang tepat yaitu dalam memajukan objek wisata khususnya meningkatkan citra objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul.

1.3.4 Penulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan literatur dan referensi studi tentang penulisan yang serupa.

BAB 2

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Desain

Secara etimologi kata desain berasal dari kata *design* (Itali) yang artinya gambar (Jervis, 1984). Kata ini diberi makna baru dalam bahasa Inggris pada abad-17, yang dipergunakan untuk membentuk *school of design* tahun 1836. Makna baru tersebut dalam praktek kerapkali semakna dengan kata *craft*, kemudian atas jasa Ruskin dan Morris, dua tokoh gerakan anti industri di Inggris pad abad ke-19, kata desain diberi bobot sebagai *art and craft* yaitu paduan antara seni dan ketrampilan (Sachari dan Sunarya, 2002: 2).

Menurut Buchori (dalam Lubis dan Suwarno, 2007: 3) di bidang keseni-rupaan, desain merupakan upaya inovasi dengan menciptakan suatu produk baru yang memenuhi kriteria (atau kondisi yang diinginkan), bersifat humaniora. Dalam hal ini bentuk menjadi tujuan. Sedangkan dalam bidang rekayasa, desain merupakan upaya inovasi dengan menciptakan produk baru yang memenuhi kriteria efektivitas teknis dan berdasarkan efisiensi. Dalam hal ini bentuk dinilai sebagai akibat.

Dari pengertian desain di atas, secara umum dan sederhana penulis disimpulkan bahwa desain merupakan suatu kegiatan yang prosesnya selalu berkaitan dengan seni dan ketrampilan. Aktivitas melakukan upaya perubahan pada produk ciptaan manusia. Produk yang diciptakan untuk memenuhi kritrian kondisi dan efektivitas teknis.

2.2 Desain Komunikasi Visual

2.2.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual

Menurut Tinarbuko (2009:23), desain komunikasi visual adalah ilmu mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreasi, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan *layout*. Semuanya itu dilakukan guna menampilkan pesan secra visual, *audio* dan *audio* visual kepada target sasaran yang dituju. Desain komunikasi visual salah satu bagian dari seni terapan yang mempelajari tentang perencanaan dan perancagan berbagai bentuk informasi komunikasi visual. Perjalanan kreativitasnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, artistik, etistis dan komunikatif.

Menurut Yuliastanti (2008:11) desain grafis atau *graphic design* adalah istilah yang digunakan sebelum adanya istilah desain komunikasi visual. Hal ini dilakukan utuk mengantisipasi perkembangan dunia komunikasi visual serta perannya yang semakin luas, maka digunakan istilah desain komunikasi visual. Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial ataupun komersial, dari individu atau kelompok lainnya.

Berdasarkan beberapa pengertian desain komunikasi visual di atas dapat dipahami bahwa desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep kamunikasi dan ungkapan kreatif. Mengkomunikasikan berbagai informasi melalui media komunikasi visual dengan tujuan mempengaruhi individu atau kelompok tertentu, mengharapkan individu atau kelompok memberikan respon positif kepada pesan visual yang bersifat sosial maupun komersial.

2.2.2 Fungsi Dasar Desain Komunikasi Visual

Dalam perkembangannya selama beberapa abad, desain komunikasi visual menurut Cenadi (1999:4) mempunyai tiga fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, sebagai sarana informasi dan instruksi, dan yang terakhir sebagai sarana presentasi dan promosi.

2.2.2.1 Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Identifikasi

Fungsi dasar yang utama dari desain komunikasi visual adalah sebagai sarana identifikasi. Identitas seseorang dapat mengatakan tentang siapa orang itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda, produk ataupun lembaga, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk atau jasa itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya. Konsumen akan lebih mudah membeli minyak goreng dengan menyebutkan merek X ukuran Y liter daripada hanya mengatakan membeli minyak goreng saja. Konsumen akan membeli minyak goreng merek X karena logonya berkesan bening, bersih, dan “sehat”.

Jika desain komunikasi visual digunakan untuk identifikasi lembaga seperti sekolah misalnya, maka orang akan lebih mudah menentukan sekolah A atau B sebagai favorit, karena sering berprestasi dalam kancah nasional atau meraih peringkat tertinggi di daerah itu.

2.2.2.2 Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Informasi dan Instruksi

Desain komunikasi visual bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi dan skala; contohnya peta, diagram, simbol dan penunjuk arah. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Simbol-simbol yang masyarakat jumpai sehari-hari seperti tanda dan rambu lalu lintas, simbol-simbol di tempat-tempat umum seperti telepon umum, toilet, restoran dan lain-lain harus bersifat informatif dan komunikatif, dapat dibaca dan dimengerti oleh orang dari berbagai latar belakang dan kalangan.

2.2.2.3 Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Presentasi dan Promosi

Tujuan dari desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat; contohnya poster komersial. Penggunaan gambar dan kata-kata yang diperlukan sangat sedikit, mempunyai satu makna dan mengesankan. Umumnya, untuk mencapai tujuan ini, maka gambar dan kata-kata yang

digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk atau jasa.

Dari uraian mengenai fungsi dasar dalam desain komunikasi visual yang dipaparkan di atas diterapakan fungsi desain komunikasi visual sebagai sarana informasi dan instruksi dalam perancangan grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul.

2.2.3 Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual

Elemen-elemen yang sering digunakan dalam desain komunikasi visual antara lain tipografi, simbol, ilustrasi dan fotografi. Elemen-elemen ini bisa digunakan sendiri-sendiri, bisa juga digabungkan. Berikut adalah elemen-elemen desain komunikasi visual (Cenadi, 1999:5):

2.2.3.1 Desain dan Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca (*readable*) tetapi masih mempunyai nilai desain. Tipografi digunakan sebagai metode untuk menerjemahkan kata-kata (lisan) ke dalam bentuk tulisan (visual). Fungsi bahasa visual ini adalah untuk mengkomunikasikan ide, cerita dan informasi melalui segala bentuk media, mulai dari label pakaian, tanda-tanda lalu lintas, poster, buku, surat kabar dan majalah. Karena itu pekerjaan seorang tipografer (penata huruf) tidak dapat lepas dari semua aspek kehidupan sehari-hari.

Kini, selain banyaknya digunakan ilustrasi dan fotografi, tipografi masih dianggap sebagai elemen kunci dalam Desain Komunikasi Visual.

Kurangnya perhatian pada pengaruh dan pentingnya elemen tipografi dalam suatu desain akan mengacaukan desain dan fungsi desain itu sendiri.

Tipografi diturunkan dari kata-kata Yunani *typos* (“impresi”) dan *graphein* (“menulis”). Tipografi adalah penggunaan bentuk huruf untuk mengkomunikasikan secara visual suatu bahasa lisan. Oleh karena itu huruf dibentuk oleh budaya asal huruf, penggunaan huruf sebagai sarana tipografi adalah bagian dari bahasa visual suatu budaya (Klimchuck dan Krasovec, 2007: 87).

Menentukan tipe huruf sebagai teks keterangan gambar pada grafis lingkungan terutama pada *sign system* adalah dengan memperhatikan bagaimana suatu bentuk huruf dapat terlihat dan terbaca jelas oleh si penerima pesan tanpa adanya hambatan dalam menterjemahkan isi pesan dari *sign*. Huruf-huruf tersebut harus masuk kedalam kategori *legibility*. *Legibility* merupakan suatu permasalahan yang sangat kompleks. Banyak sekali faktor yang menentukan keberhasilan *legibility* dalam sebuah perancangan grafis. Bila ditinjau dari grand design dari tipografi, maka pendekatan terhadap permasalahan tipografi dapat dibedakan kedalam dua kelompok, yaitu tipografi mikro dan tipografi makro. Tipografi mikro menyangkut tampilan visual rancangan huruf secara mendasar, seperti desain, tata letak, serta eksekusi-eksekusi visual yang terdiri atas perhitungan besar huruf, leading, dan kerning. Sedangkan tipografi makro lebih menyangkut pengintegrasian permasalahan strategi kreatif mulai dari konsep desain, filosofi, kaitan huruf dengan sejarah, sasaran khalayak,

sampai penggunaan guruf sebagai sebuah solusi komunikasi (Sihombing, 2001: 64).

Dalam perancangan grafis lingkungan, tipografi salah satu medium penting untuk mengkomunikasikan informasi bagi khalayak sasaran. Dari paparan mengenai tipografi di atas disimpulkan, tipografi pada desain grafis lingkungan menjadi salah satu unsur paling penting sebagai ekspresi visual produk.

2.2.3.2 Desain dan Simbol

Simbol telah ada lebih dari 30.000 tahun yang lalu, saat manusia prasejarah membuat tanda-tanda pada batu dan gambar-gambar pada dinding gua di Altamira, Spanyol. Manusia pada jaman ini menggunakan simbol untuk mencatat apa yang mereka lihat dan kejadian yang mereka alami sehari-hari. Kini peranan simbol sangatlah penting dan keberadaannya sangat tak terbatas dalam kehidupan kita sehari-hari. Kemanapun orang pergi, akan dijumpai simbol-simbol yang mengkomunikasikan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Tempat-tempat umum seperti pusat perbelanjaan, hotel, restoran, rumah sakit dan bandar udara; semuanya menggunakan simbol yang komunikatif dengan orang banyak.

Simbol sangat efektif digunakan sebagai sarana informasi untuk menjembatani perbedaan bahasa yang digunakan, contohnya sebagai komponen dari *signing systems* sebuah objek wisata untuk menginformasikan letak toilet, wahana bermain, restoran, pintu masuk,

pintu keluar, dan lain-lain. Bentuk yang lebih kompleks dari simbol adalah logo. Logo adalah identifikasi dari sebuah perusahaan, karena itu suatu logo mempunyai banyak persyaratan dan harus dapat mencerminkan perusahaan itu.

2.2.3.3 Desain dan Ilustrasi

Ilustrasi adalah suatu bidang dari seni yang berspesialisasi dalam penggunaan gambar yang tidak dihasilkan dari kamera atau fotografi (*nonphotographic image*) untuk visualisasi. Dengan kata lain, ilustrasi yang dimaksudkan di sini adalah gambar yang dihasilkan secara manual. Pada akhir tahun 1970-an, ilustrasi menjadi tren dalam Desain Komunikasi Visual. Banyak orang yang akhirnya menyadari bahwa ilustrasi dapat juga menjadi elemen yang sangat kreatif dan fleksibel, dalam arti ilustrasi dapat menjelaskan beberapa subjek yang tidak dapat dilakukan dengan fotografi, contohnya untuk untuk menjelaskan informasi detil seperti cara kerja fotosintesis.

Seorang ilustrator seringkali mengalami kesulitan dalam usahanya untuk mengkomunikasikan suatu pesan menggunakan ilustrasi, tetapi jika ia berhasil, maka dampak yang ditimbulkan umumnya sangat besar. Suatu ilustrasi harus dapat menimbulkan respon atau emosi yang diharapkan dari pengamat yang dituju. Ilustrasi umumnya lebih membawa emosi dan dapat bercerita banyak dibandingkan dengan fotografi, hal ini dikarenakan sifat ilustrasi yang lebih hidup, sedangkan sifat fotografi hanya berusaha untuk “merekam” momen sesaat.

2.2.3.4 Desain dan Fotografi

Ada dua bidang utama di mana seorang desainer banyak menggunakan elemen fotografi, yaitu penerbitan (*publishing*) dan periklanan (*advertising*). Beberapa tugas dan kemampuan yang diperlukan dalam kedua bidang ini hampir sama. Menurut Margaret Donegan dari majalah GQ, dalam penerbitan (dalam hal ini majalah) lebih diutamakan kemampuan untuk bercerita dengan baik dan kontak dengan pembaca; sedangkan dalam periklanan (juga dalam majalah) lebih diutamakan kemampuan untuk menjual produk yang diiklankan tersebut.

Fotografi sangat efektif untuk mengesankan keberadaan suatu tempat, orang atau produk. Sebuah foto mempunyai kekuasaan walaupun realita yang dilukiskan kadangkala jauh dari keadaan yang sesungguhnya. Selain itu sebuah foto juga harus dapat memberikan kejutan dan keinginan untuk bereksperimen, misalnya dalam hal mencoba resep masakan yang baru atau tren berpakaian terbaru. Selain elemen-elemen ini, harus diperhatikan pula tentang konsep dasar pemasaran dan hubungannya dengan visualisasi.

Dari uraian mengenai elemen-elemen desain komunikasi visual yang dipaparkan di atas, memperhatikan elemen-elemen desain komunikasi visual dalam sebuah proses perancangan sangat mempengaruhi hasil akhir desain. Desain yang baik memperhatikan elemen-elemen tersebut agar desain dapat dengan mudah diterima khalayak sasaran. Dengan demikian elemen-elemen desain komunikasi

visual diterapkan dalam perancangan grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul.

2.3 Desain Grafis Lingkungan

2.3.1 Pengertian Desain Grafis Lingkungan

Desain grafis lingkungan adalah segala macam bentuk grafis yang dapat dijumpai di lingkungan sekitar yang dapat diakses oleh publik. Perencanaan dan perancangan grafis lingkungan dari tanda grafis dua dimensi atau tiga dimensi yang terdapat dalam suatu ruang atau lingkungan tertentu. Suatu bidang yang erat kaitannya dengan berbagai disiplin ilmu, di antaranya adalah arsitektur, desain interior, *landscape*, dan desain industry (Permana, 2011. Sekilas tentang Desain Grafis. http://v-mundi.blogspot.com. Diakses pada tanggal 13 Maret 2014.).

Dalam dunia desain komunikasi visual, perwujudan dari grafis lingkungan terlihat dalam suatu perancangan *corporate identity. Corporate identity* merupakan unsur desain yang digunakan oleh suatu perusahaan atau lembaga periklanan lainnya untuk menciptakan identitas diri yang konsisten dan dapat dikenal melalui kegiatan komunikasi, promosi, dan distribusi. Salah satu bagian dari perancangan *corporate identity* suatu lembaga atau perusahaan adalah perancangan *trademark*, *brandmark*, dan *logomark*. Dari perancangan tersebut akan dihasilkan suatu dasar pijakan yang kuat untuk mengkomunikasikan informasi-informasi sesuai kebutuhan dan kepentingan perusahaan dengan gaya dan ciri yang mampu memberikan identitas visual. Tujuan-tujuan yang digariskan untuk grafis lingkungan adalah keseragaman identifikasi, satu standar kualitas,

metode yang lebih sitematis, dan ekonomis untuk desain publikasi (Meggs, 1983: 445).

Grafis lingkungan mulai dipopulerkan oleh Pemerintah Amerika Serikat pada bulan Mei tahun 1974 dengan menanggapi kesadaran yang tumbuh akan desain sebagai alat yang efektif guna memenuhi tujuan-tujuan organisasi melalui Program Pembinaan Desain Federal (Philip, 1983: 445). Berdasarkan uraian di atas disimpulkan, desain grafis lingkungan merupakan bentuk grafis dua dimensi atau tiga dimensi, yang dirancang dalam suatu ruang atau lingkungan tertentu sebagai media komunikasi visual yang dapat diakses oleh publik.

2.3.2 Lingkup Desain Grafis Lingkungan

2.3.2.1 Piktogram

Piktogram merupakan salah satu simbol yang digunakan untuk menggambarkan kata atau gagasan. Piktogram juga disebut *image related symbol.* Piktogram merupakan penyederhanaan secara jelas dari gambar yang sederhana kedalam *silhouete*. Hal-hal utama dalam merancang sebuah pictogram adalah dengan memasukkan sedikit detail untuk memperhitungkan bagaimana suatu simbol dapat dikenali sebagai objek yang diwakilinya. Detail yang banyak akan membingungkan proses komunikasi. Priktogram biasanya digunakan untuk memberikan petunjuk tentang “apa”, tetapi dapat juga digunakan untuk menunjukkan “dimana, dan bagaimana” (Parker, 1981: 25). Dari pengertian tersebut disimpulkan, piktogram merupakan bentuk grafis berupa gambar yang disederhanakan

dengan tujuan untuk memberikan petunjuk kepada khalayak sasaran tertentu.

2.3.2.2 *Sign System*

Sign system tidak lepas dari konteks desain grafis lingkungan dan tidak lain merupakan salah satu bentuk terapan dari desain grafis lingkungan. Semua jenis bangunan kecuali rumah tinggal, memerlukan informasi dan alat identifikasi untuk melengkapi bangunan dan arena itulah mulai berkembang *sign system. Sign system* mulai berkembang di akhir tahun 80-an dan awal tahun 90-an. Berguna untuk menunjukkan lokasi, mengidentifikasi, menginformasikan, dan mengarahkan lewat beragam representasi visual sebagai simbol grafis sering dimanfaatkan secara efektif sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik. Pada intinya, sign berfungsi untuk memandu orang berpindah dan mencari dari satu lokasi kelokasi lainnya. Sign atau tanda petunjuk biasanya diletakkan ditempat-tempat transisi seperti lobi atau koridor dimana orang mengambil keputusan untuk meneruskan arah yang ditempuhnya atau malah mengubah rute perjalanannya (Sachari, 2004: 45).

Sebuah sistem informasi yang terpadu dan mampu dikemas secara visual yang menarik dapat menjadi salah satu solusi dari berbagai masalah desain. Dari pengertian di atas disimpulkan, *sign system* dapat diartikan sebuah sistem yang mengatur alur informasi atau pesan tertentu dengan menggunakan media tanda sebagai sebuah pesan. S*ign system* dirancang

untuk mengatur atau mengarahkan khalayak sasaran agar mengikuti sesuai dengan yang diinginkan.

1. Kategorial *Sign*

Signage sering juga diartikan dengan tanda/simbol. *Signage* memiliki arti-arti tertentu yang harus diikuti oleh masyarakat yang disampaikan oleh instansi tertentu, contohnya adalah rambu-rambu lalu lintas, logo perusahaan, dan lain-lain. Menurut Sachari, (2004: 20) *Signage* mempunyai kaitan dengan elemen visual dan mempunyai kategori yang masing-masing mempunyai fungsi dan manfaat. Berikut adalah kategori *Signage*:

a. *Orientational Sign*

Biasanya ditempatkan pada lingkungan tertentu agar pengunjung memahami arah di mana berada dan tempat yang akan dituju. Bentuknya berupa peta, denah, landmark, biasanya ditempatkan di tempat-tempat umum, simpangan jalan, serta tempat-tempat yang diperkirakan memerlukan tanda tersebut.

b. *Directional Sign*

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

c. *Identificational Sign*

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

d. *Ornamental Sign*

Berfungsi sebagai penghias atau menambah keindahan dalam suatu lingkungan tertentu, seperti *banner*, bendera, pagar-pagar, dan sebagainya. Dalam perancangan proyek studi ini empat kategorial sign di gunakan sebagai media komunikasi visual yang akan saling mendukung satu sama lain dalam mengkomunikasikan informasi yang dibutuhkan khalayak sasaran sehingga diperoleh titik fokus yang dituju.

2. Bentuk *Sign*

Berbagai macam bentuk dan arti dalam *sign system* untuk memudahkan pengunjung dalam memahami dan mentaati peraturan yang ada. Bentuk dalam *sign system* memiliki pengertian yang berbeda. Jika melihat rambu-rambu terutama rambu-rambu pada jalan raya dapat melihat ada pola bentuk dasar yang memiliki sebuah arti atau pesan (Tinarbuko, 2008: 38).

Menurut *Graphic Sign Association* (dalam Suryantini, 2001: 6), berdasarkan peletakannya dan tingkat kekhususan informasinya, sign system diklasifikasikan atas empat kategori yakni :

a. *Temporary* atau *Urgent Need Sign*

Urgent need sign adalah *sign* yang terletak di lingkungan paling luar dan biasanya sangat penting keberadaannya. Fungsi *urgent need sign* adalah untuk mengatur arus kendaraan dan pejalan kaki. Bentuk *urgent need sign* meliputi *welcome massage sign* dan *security sign*.

b. *Exterior Approach Sign*

Exterior approach sign merupakan *sign* yang terletak di luar ruang. *Exterior approach sign* ini berfungsi sebagai identifikasi gedung dan untuk mengarahkan manusia baik pejalan kaki maupun pengendara menuju ke pintu gedung masuk yang bersangkutan. Bentuk *exterior approach sign* meliputi *building* dan *entry identification sign*.

c. *Main Lobby*

Main lobby adalah *sign* yang berada di loby utama, daerah penghubung atau tempat awal percabangan menuju ke tempat lain. Bentuk *main lobby* Meliputi *branding elements*, *directory sign* dan *lobby service*.

d. *Upper Floor Sign*

Upper floor sign biasanya berlokasi di lobi dan mengacu ke tempat-tempat dalam lingkup suatu unit atau departemen secara spesifik. Bentuk *upper floor sign* meliputi *corridor directional*, *identification sign* dan *tenant*.

Maka dapat ditarik kesimpulan secara garis besar bahwa bentuk sign ditentukan berdasarkan lokasi sign akan ditempatkan. Sign berperan sebagai medium untuk menyajikan informasi yang dapat diakses secara umum dan dibutuhkan khalayak sasaran pada lingkungan tertentu.

2.4 Pengertian Pariwisata

Schulalard (dalam Yoeti, 1984: 105), pada tahun 1910 telah memberikan batasan kepariwisataan yaitu sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan

masuknya, adanya pendiaman dan bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, daerah atau negara.

Buchli (dalam Yoeti, 1984: 107), menjelaskan kepariwisataan adalah setiap peralihan tempat yang bersifat sementara dari seseorang atau beberapa orang dengan maksud memperoleh pelayanan yang diperuntukkan bagi kepariwisataan itu oleh lembaga-lembaga yang digunakan untuk maksud tersebut. Dalam batasan ini Prof. Hans Buchli menekankan bahwa setiap perjalanan untuk pariwisata adalah merupakan peralihan tempat untuk sementara waktu dan mereka yang mengadakan perjalanan tersebut memperoleh pelayanan dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industry pariwisata.

Morgenroth (dalam Yoeti, 1984: 107), mengartikan kepariwisataan dalam arti sempit adalah lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu, untuk berpesiar ditempat lain, semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan, guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayanya atau keinginan yang beranekaragam dari pribadinya.

Gulden (dalam Yoeti, 1984: 107) memberikan pendapat kepariwisataaan adalah suatu seni dari lalu lintas orang, dimana manusia-manusia berdiam di suatu tempat asing untuk maksud tertentu, tetapi dengan kediamannya itu tidak dapat dimaksudkan untuk tinggal menetap dan melakukan pekerjaan sementara maupun selama-lamanya.

Dari beberapa batasan yang disebutkan di atas, disimpulkan bahwa pada dasarnya kepariwisataan dapat mencakup semua macam perjalanan, asalkan

perjalanan tersebut disertai dengan pertamasyaan dan rekreasi. Dalam hal ini diberikan garis pemisah yang mengatakan bahwa perjalanan tersebut diatas tidak bermaksud untuk memperoleh suatu jabatan di suatu tempat atau daerah tertentu, karena perjalanan terakhir ini dapat digolongkan ke dalam perjalanan yang tidak bertujuan untuk pertamasyaan atau pariwisata.

2.4.1 Prinsip Perencanaan Pengembangan Pariwisata

Ada beberpa prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam melakukan perumusan perencanaan pengambangan pariwisata. Menurut Ridwan, (2012: 56) proses dasar perencanaan pengembangan pariwisata merupakan suatu tindakan sistematis yang mencakup beberapa tahapan, yaitu:

2.4.1.1 Studi Persiapan

Studi persiapan mencakup penyusunan kerangka acuan kerja (KAK) dan organisasi pelaksana.

2.4.1.2 Penentuan Tujuan dan Sasaran

Penentuan tujuan dan sasaran mutlak ditetapkan pada saat awal, sangat dimungkinkan terjadi distorsi/pergeseran tujuan dan sasaran ketika proses perencanaan berlangsung.

2.4.1.3 Survei

Melakukan survey dan inventarisasi terhadap potensi dan objek wisata, fasilitas pendukung, transportasi dan infrastruktur; Pasar wisatawan; Dan kondisi yang terjadi saat ini dan karakteristik kawasan yang akan direncanakan.

2.4.1.4 Analisis dan Sintesis

Kegiatan menganalisis data hasil survei, kemudian hasil analisis disususn secara sintesis untuk menghasilkan suatu temuan yang akan digunakan sebagai dasar penyususnan rencana dan rekomendasi bagi peningkatan atau pengembangan pariwisata.

2.4.1.5 Formulasi Kebijakan dan Perencanaan

Formulasi kebijakan pengembangan dan rencana fisik, umumnya didasarkan terhadap persiapan dan evaluasi alternatif kebijakan serta rencana.

2.4.1.6 Perumusan Rekomendasi

Berdasarkan survei dan analisis, maka kesimpulan dan rekomendasi dapat dibuat tetapi untuk beberapa alternatif, rekomendasi harus dievaluasi sebelum menjadi ketentuan yang paling tepat. Dalam perumusan rekomendasi harus melibatkan berbagai elemen, baik pemerintah, swasta, dan masyarakat yang berkepentingan serta terkait dalam pengembangan pariwisata.

2.4.1.7 Implementasi

Mengimplementasikan hasil rekomendasi rencana dengan dasar yang telah ditetapkan dalam rencana yang telah disusun.

2.4.1.8 *Monitoring* dan Evaluasi

Melakukan *monitoring* dan evaluasi secara terus menerus terhadap rencana dan pelaksanaan, serta menyusun rekomendasi hasil *monitoring* dan evaluasi untuk perbaikan rencana.

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang memiliki manfaat dalam berbagai sudut pandang bidang keilmuan sehingga dalam proses pengembangan pariwisata perlu diperhatikan beberapa unsur pernting seperti tersebut di atas. Perencanaan pengembangan pariwisata yang dirumuskan secara sistematis diharapkan dapat mempermudah dalam proses pelaksanaan pengembangan pariwisata. Sehingga tujuan pengembangan pariwisata dapat tercapai maksimal.

2.4.2 Faktor Perencanaan Pengembangan Pariwisata

Menurut Ridwan, (2012: 54) ada beberapa faktor yang perlu diketahui dalam perencanaan pengembangan pariwisata, yaitu:

2.4.2.1 Wisatawan

Dalam hal ini perlu diketahui karakteristik wisatawan yang akan diharapkan untuk datang atau berkunjung.

2.4.2.2 Transportasi

Bagaimana transportasi yang tersedia untuk dapat membawa wisatawan dari negara asal ke daerah tujuan wisata (DTW) serta transportasi lokal yang digunakan untuk melakukan perjalanan wisata selama di daerah tujuan wisata (DTW).

2.4.2.3 Objek dan Daya Tarik Wisata

Bagaimana dengan kesiapan potensi wisata dan objek wisata, baik alam, budaya, maupun objek buatan yang ada di daerah tujuan wisata, apakah sudah memberukan nilai daya tarik bagi wisatawan serta memenuhi 3 (tiga) syarat, yaitu (1) Apa yang dapat dilihat (*something to*

see). (2) Apa yang dapat dilakukan (*something to do*). (3) Apa yang dapat dibeli (*something to buy*).

2.4.2.4 Fasilitas Pelayanan

Fasilitas apa saja yang tersedia di daerah tujuan wisata, terutama akomodasi, restoran, pelayanan umum seperti Bank/*Money Changer*, Kantor Pos, Rumah Sakit, dan sebagainya.

2.4.2.5 Infrastruktur Pendukung

Bagaimana ketersediaan infrastruktur pendukung, seperti air bersih, listrik, telekomunikasi, dan tempat pembuangan sampah, hal ini sangat penting dalam pengembangan pariwisata.

2.4.2.6 Masyarakat Lokal

Kesiapan dan dukungan masyarakat lokal, karena masyarakat lokal mempunyai peran penting dalam pengembangan pariwisata.

2.4.2.7 Informasi

Wisatawan perlu mendapatkan informasi mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjunginya, agar wisatawan secepatnya mengambil keputusan.

Dari beberapa faktor yang perlu diketahui dalam perencanaan pengembangan pariwisata di atas, penulis memfokuskan faktor daya tarik wisata dan informasi dalam perancangan grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul. Sehingga diharapkan khalayak sasaran mendapatkan informasi dalam melakukan kegiatan wisata serta

pengalaman tersendiri ketika melakukan kegiatan wisata di Kampoeng Djawa Sekatul.

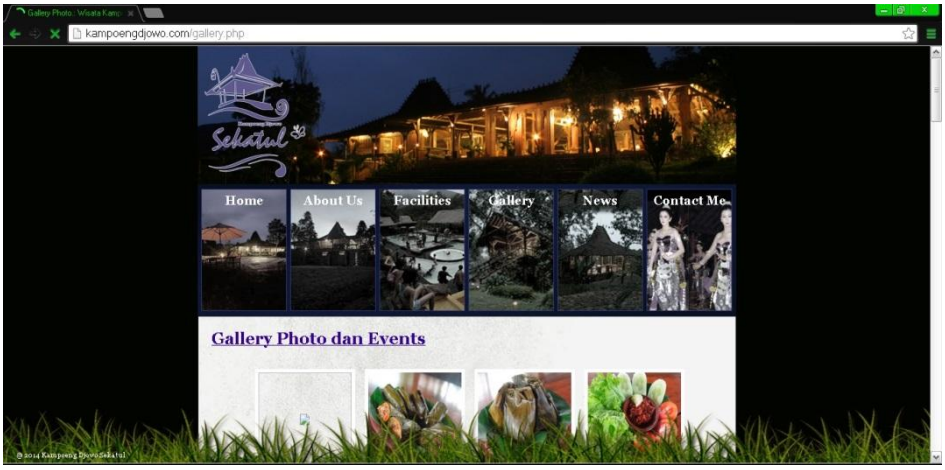
2.5 Profil Kampoeng Djawa Sekatul

Kampoeng Djawa Sekatul adalah suatu wisata agro yang bernuansa pedesaan jawa. Terletak di kaki gunung Ungaran, yang berhawa sejuk, tepatnya di dukuh Sekatul, desa Margosari, Kec. Limbangan Kabupaten Kendal. Menempati area seluas ± 12 hektar di perbukitan Medini yang terdiri atas hamparan perbukitan yang penuh pesona, persawahan, perkebunan, strawberry dan kolam pemancingan. Juga budi daya tanaman obat-obatan, buah-buahan, tanaman hias dan beberapa hewan ternak.

Dari beberapa kelemahan dan keunggulan Kampoeng Djawa Sekatul yang sudah dipaparkan sebelumnya, sebagai sebuah objek pariwisata Kampoeng Djawa Sekatul merupakan salah satu objek wisata yang memiliki berbagai keunggulan untuk dijadikan sebagai objek wisata favorit. Kampoeng Djawa Sekatul memiliki nilai sejarah yang tinggi, memiliki suasana yang masih alami sehingga Kampoeng Djawa Sekatul memiliki keunikan tersendiri sebagai objek wisata. Kampoeng Djawa Sekatul selain menyajikan nuansa budaya dan alam yang khas juga disertai dengan berbagai fasilitas yang menarik serta sarana prasarana yang memadai untuk bersantai, berlibur, maupun bermain sambil belajar. Kampoeng Djawa Sekatul, sebagai objek wisata agro hingga saat ini juga sudah memiliki beberapa pelanggan tetap dengan sistem pemasaran yang bekerja sama dengan beberapa dinas dan biro pariwisata lokal. Meskipun sudah memiliki pelanggan tetap, pelanggan tersebut hanya datang pada hari-hari tertentu (musiman). Adanya objek

wisata lokal lain sebagai kompetitor juga mengakibatkan Kampoeng Djawa Sekatul mengalami kesulitan dalam melakukan perluasan *target audience*. Berikut adalah beberapa penerapan desain grafis lingkungan pada Kampoeng Djawa Sekatul:

Gambar 3.1 Logo Kampoeng Djawa Sekatul



Gambar 3.2 Penerapan Logo Kampoeng Djawa Sekatul pada website

Gambar 3.3 Penerapan Logo Kampoeng Djawa Sekatul

pada media tercetak

Gambar 3.4 *Directional Sign* (1) Kampoeng Djawa Sekatul

2.5.1 Perkembangan Kampoeng Djawa Sekatul

Kampoeng Djawa Sekatul adalah tempat wisata agro yang bernuansa pedesaan Jawa. Kampoeng Djawa Sekatul didirikan oleh KPH Adipati Hari Djojonagoro. Pendirian “Kampoeng Djawa Sekatul” sebenarnya bermula dari cerita mitologi kebudayaan jawa. Pencarian, perburuan, pengamatan dan penelitian dilakukan sejak 1997, dan pada tahun 1998 ditemukan lahan ini yang bernama Sekatul. Tanah Sekatul/Bumi Sekatul ini dinamakan Tanah Sabuk Banyu/Tanah Pusaka. Tanah Sekatul dinamakan Tanah "Sabuk Banyu"/"Tanah Kendit", karena secara alamiah dikelilingi aliran air, menurut kepercayaan orang jawa, dahulu tanah demikian disebut Tanah Pusaka.

Dikala jaman Jepang, penduduk disini sangat menderita dan makanan sangat sulit, dengan segala keterbatasannya penduduk harus menyambung hidup dengan memakan apa saja yang dapat dimakan, termasuk makanan sejenis "Katul". Untuk mengenang penderitaan tersebut dan mengingatkan anak cucu kelak supaya ingat sejarah maka tanah ini dinamakan "Sekatul". Sekatul juga dapat diartikan sari-sarinya padi, karena padi yang telah ditumbuk, segala gizi dan vitaminnya terkandung disini.

Pada sabtu pahing tahun 2005 mulai dibuka untuk umum dan diberi nama Wisata Kampoeng Djawa Sekatul sudah tentu terjadi perkembangan dan dinamika dari konsep Kasempurnan Djawa untuk pribadi menjadi untuk kepentingan umum. Berbahan dasar alam, kayu, bata, batu, bambu, dan lain-lain; ini bentuk lain dari pencarian identitas dan jati diri. Tempat ini diharapkan menjadi tempat wisata yang bermanfaat, tidak sekedar makan, minum, wisata pada umumnya

namun juga menambah wawasan tentang jenis-jenis rumah Jawa, *Katuranggan* hewan, *Pethungan Dina* dan lain-lain, selain itu juga dapat mengakrabkan hubungan keluarga yang kurang harmonis antara orang tua dan anak, silaturahmi, kegiatan merukunkan tetangga (arisan), pertemuan-pertemuan, seminar, rapat, reuni, ulang tahun, pesta nikah, dan lain-lain.

Gemerciknya air dan anggunnya aliran sungai sungguh menentramkan. Udara yang sejuk dan pohon-pohon yang hijau bebas dari polusi. Semua menawarkan gaya hidup baru *(new lifestyle back to nature)* yang sedang tren saat ini. Setiap bangunan diusahakan bermakna filosofis Jawa dan melalui prosesi panjang dan melelahkan sebagai kesinambungan pembangunan dan tercapainya tujuan terbentuknya Kampung Jawa.

2.5.2 Produk dan Jasa Kampoeng Djawa Sekatul

Kampoeng Djawa Sekatul menyediakan Jasa penginapan dengan model penginapan keluarga dan rombongan dengan berbagai fasilitas yang menarik. Tarif Penginapan mulai dari Rp. 2.500.000,00. Dengan berbagai fasilitas yang memadai, ditawarkan konsep yang berbeda dari biasanya, menginap sekaligus *outbound* dengan *game-game* edukasi.

Pada Kampoeng Djawa Sekatul, wahana *Outbound* di tangani oleh instruktur yang terlatih dan berpengalaman. *Outbound* dapat diikuti berbagai kelompok yaitu: anak- anak, remaja, dan dewasa. Kegiatan ini bertujuan untuk membentuk pribadi yang ulet, kreatif, kooperatif, dan tidak mudah menyerah.

BAB 3

METODE BERKARYA

3.1 Media Berkarya

Media berkarya merupakan rangkaian alat yang digunakan dalam proses berkarya. Dalam dunia desain, grafis lingkungan saat ini sudah sangat pesat dikarenakan adanya perkembagan teknologi. Kegiatan menciptakan desain banyak dilakukan dengan perangkat yang dihasilkan dari perkembangan teknologi. Sebelum adanya komputer dan perangkat yang memudahkan desainer membuat desain, desainer membuatnya secara manual. Dewasa ini, semua bisa dilakukan dengan teknologi komputer, dengan tambahan *software* yang dirancang untuk memudahkan pekerjaan seorang desainer. Berikut ini adalah alat dan bahan yang digunakan dalam proses berkarya:

3.1.1 Alat

3.1.1.1 Perangkat Keras

1. Komputer jinjing dengan spesifikasi sebagai berikut:

   a. *Operating System* : Windows 8 Single Language

   b. *System Manufacture* : Sony VAIO

   c. *System Model* : SVF144B1EW

   d. *Processor* : AMD A8-5545M APU with Radeon(tm) HD Graphics 1.70 GHz

   e. *Memory* : 500GB

   f. RAM : 4GB

2. Alat tulis

Alat tulis yang digunakan dalam pembuatan karya ini menggunakan pensil, penghapus, pengaris, jangka, bolpoin, drawing pen black merk SNOWMAN.

3. Gunting dan *cutter*

Gunting dan *cutter* digunakan sebagai alat pemotong dalam pelaksanaan pembuatan karya.

4. Printer

Printer memiliki fungsi sebagai alat untuk mencetak karya.

3.1.1.2 Perangkat Lunak

1. CorelDRAW X7

CorelDRAW X7 merupakan salah satu perangkat lunak yang dapat digunakan untuk melakukan proses digital dan pewarnaan. Hasil dari proses digital CorelDRAW X7 merupakan sebuah gambar atau *image* kategori vektor. Manfaat dari penggunaan *software* CorelDRAW X7 pada proses desain grafis lingkungan ini adalah untuk mendapatkan desain digital dari proses rough sketch grafis lingkungan pada Kampoeng Djawa Sekatul.

2. Adobe Photoshop Element 8.0

Adobe Photoshop Element 8.0 merupakan salah satu perangkat lunak yang dapat digunakan untuk melakukan proses *digital imaging*. Hasil dari proses editing Adobe Photoshop Element 8.0 merupakan sebuah gambar atau *image* dalam *image bitmap*. Pixel image sangatlah perlu

diperhatikan karena akan mempengaruhi hasil kualitas gambar. Manfaat dari penggunaan *software* Adobe Photoshop Element 8.0 pada proses desain grafis lingkungan ini adalah untuk mendapatkan keadaan lapangan pada Kampoeng Djawa Sekatul yang akan diberi desain grafis lingkungan.

3. AutoCAD 2007

AutoCAD 2007 merupakan salah satu perangkat lunak yang dapat digunakan untuk mendesain berbagai macam benda yang dibutuhkan dalam rekayasa rancang bangun dan rangkain elektronik. Manfaat dari penggunaan *software* AutoCAD 2007 pada proses desain grafis lingkungan ini adalah untuk mendapatkan desain digital dari proses pengambilan data lapangan berupa ukuran bangunan, dan wilayah geografis pada Kampoeng Djawa Sekatul.

4. Google SketchUp 8

Google SketchUp 8 merupakan salah satu perangkat lunak yang digunakan untuk membuat berbagai jenis model 3D. Manfaat dari penggunaan *software* Google SketchUp 8 pada proses desain grafis lingkungan ini adalah untuk mendapatkan desain grafis lingkungan pada Kampoeng Djawa Sekatul dalam bentuk 3D.

5. Lumion 4.2.

Lumion 4.2. merupakan salah satu perangkat lunak yang digunakan untuk membuat skenario 3D dengan kualitas real-time rendering yang cukup baik. Manfaat dari penggunaan Lumion 4.2. pada proses desain grafis lingkungan Kampoeng Djawa Sekatul adalah untuk mengimpor

objek dan pengaturan dari program Google SketchUp 8. Secara khusus, program ini digunakan untuk membuat cahaya malam hari, siang hari maupun pencahayaan interior dengan rendering kualitas tinggi.

3.1.2 Bahan

Sebelum proyek studi ini dikerjakan, perlu dipersiapkan media yang akan digunakan untuk berkarya yang meliputi bahan. Bahan yang digunakan dalam proses pembuat karya desain proyek studi ini antara lain:

3.1.2.1 Kertas

Kertas adalah bahan yang sangat penting dalam proses pengerjaan cetak, sehingga penyesuaian kualitas dari kertas (bahan cetakan) akan sangat dominan didalam menentukan/menghasilkan kualitas cetak. Jenis kertas yang digunakan dalam proyek studi ini adalah kertas jenis *coated* dan *uncoated*.

3.1.2.2 Akrilik

Akrilik (*Acrylic*) merupakan plastik yang menyerupai kaca, namun memiliki sifat-sifat yang membuatnya lebih unggul dari pada kaca. Salah satu dari perbedaan sifat akrilik yaitu kelenturannya. Jenis Akrilik yang digunakan pada proyek studi ini adalah akrilik bening.

3.1.2.3 Batu Alam

Batu alam adalah semua bahan yang menyusun kerak bumi dan merupakan suatu agregat mineral-mineral yang telah mengeras akibat proses secara alami seperti, membeku, pelapukan, mengendap dan adanya proses kimia. Mempunyai kuat tekan dan kuat lentur yang tinggi, keras

dan tidak mudah hancur, daya serap air relative kecil, dan tahan terhadap pengaruh cuaca. Jenis batu alam yang digunakan dalam proyek studi ini adalah batu pasir gunung berapi.

3.1.2.4 Pasir

Pasir adalah salah satu bahan material butiran. Materi pembentuk pasir adalah silikon dioksida, tetapi di beberapa pantai tropis dan subtropis umumnya dibentuk dari batu kapur. Jenis pasir yang digunakan pada proyek studi ini adalah pasir pasang. Pasir pasang adalah jenis pasir bahan bangunan yang digunakan untuk pemasangan (spesi), seperti pemasangan dinding, lantai, batu alam, dan lain-lain.

3.1.2.5 Semen

Semen adalah bahan perekat atau lem, yang bisa merekatkan bahan-bahan material lain seperti batu bata dan batu koral hingga bisa membentuk sebuah bangunan.

3.1.2.6 Air

Air adalah senyawa kimia yang merupakan hasil ikatan dari unsur hidrogen (H2) yang bersenyawa dengan unsur oksigen (O) dalam hal ini membentuk senyawa H2O. Air dalam proyek studi ini digunakan untuk mencampur dua bahan atau lebih menjadi satu untuk suatu kepentingan tertentu.

3.1.3 Teknik Berkarya

Teknik berkarya dalam perancangan grafis lingkungan berikut ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Pembuatan rough sketch kemudian rough

sketch di scan agar dapat diolah secara digital menggunakan teknik *computerize* berbasis vektor. Setiap elemen visual dalam desain grafis lingkungan tersebut kemudian di convert dalam gambar berbasis bitmap sehingga desain kemudian dapat ditampilkan dalam beberapa tampilan placement. Beberapa placement desain kemudian akan menjelaskan pada khalayak sasaran tentang bagaimana desain diaplikasikan pada berbagai media dan berbagai ukuran.

Selain rendering dalam bentuk dua dimensi, perancangan grafis lingkungan Kampoeng Djawa Sekatul juga ditampilkan dalam bentuk animasi tiga dimensi. Animasi menginformasikan tentang gambaran wilayah geografis Kampoeng Djawa Sekatul berserta banguna, fasilitas dan wahana yang ada. Animasi berfungsi sebagai visualisasi yang mewakili bentuk asli dari objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul tersebut agar khalayak sasaran mendapatkan informasi secara umum seputar Kampoeng Djawa Sekatul ketika hendak melakukan kegiatan wisata.

Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia. Dengan demikian media mengenalkan pada khalayak sasaran mengenai Kampoeng Djawa Sekatul dalam satu bahasa, yaitu Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional.

3.2 Proses Berkarya

3.2.1 Menemukan Ide

Tahap ini merupakan tahap awal dalam proses berkarya yang dilakukan dengan menghimpun ide, pengalaman, gagasan, pengetahuan dan pendapat yang berkaitan dengan karya. Kegiatan tersebut merupakan proses diskusi yang dilakukan dengan dosen pembimbing, pengelola Kampoeng Djawa Sekatul dan

para praktisi desain. Melalui proses ini beberapa kemungkinan digali sehingga memperoleh sebuah pemahaman mendalam, luas dan terperinci sebelum proses perencanaan.

3.2.2 Penetapan Tujuan

Proses berikut adalah memberi gambaran tentang tujuan dari pembuatan karya. Tahap ini penting sebagai fokus muara dari tahap-tahap selanjutnya, yakni membuat sebuah media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran tentang objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul. Selain menyampaikan informasi seputar objek wisata, media ini juga bertujuan untuk memberikan petunjuk kepada pelaku wisata ketika melakukan kegitan wisata di Kampoeng Djawa Sekatul sehingga pelaku wisata tidak tersesat, mendapatkan pengalaman tersendiri, dan meningkatkan minat pelaku wisata untuk kembali melakukan kegiatan wisata di Kampoeng Djawa Sekatul, serta meningkatkan citra Kampoeng Djawa Sekatul sebagai objek wisata agro di Jawa Tengah.

3.2.3 Analisis Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah sasaran yang ingin dicapai dari tujuan desain media komunikasi visual. Sasaran ini dapat dilihat dari berbagai variabel. Beberapa variabel analisis yang digunakan dalam perancangan grafis lingkungan Kampoeng Djawa Sekatul, yaitu di antaranya:

3.2.3.1 Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis memerlukan pembagian pasar menjadi berbagai unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan sekitar. Kampoeng Djawa Sekatul merupakan objek

wisata yang hanya beroprasi di satu daerah. Sehingga sasaran utama berdasarkan variable geografis Kampoeng Djawa Sekatul adalah masyarakat kota di Jawa Tengah pada khususnya dengan perluasan pada masyarakat kota di seluruh Indonesia dan mancanegara. Hal ini dipilih mengingat Kampoeng Djawa Sekatul sebagai objek wisata agro bernuansa pedesaan Jawa dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang tinggal di lingkungan perkotan.

3.2.3.2 Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variable seberti usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, kelas sosial dan lain-lain. Kampoeng Djawa Sekatul sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, maka pasar sasaran berdasarkan segmentasi demografis dipilih balita, anak-anak, remaja, hingga dewasa. Pendidikan Taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi. Usia 6 tahun sampai dengan 65 tahun, karena kegiatan wisata dapat dilakukan setiap orang yang membutukkan manfaat dari kegiatan wisata. Namun dari segi pendapatan, Kampoeng Djawa Sekatul ditujukan pada kalangan ekonomi menengah keatas. Kampoeng Djawa Sekatul menyediakan penginapan, tempat makan, *outbound*, kolam renang dan pemancingan dengan nuansa pedesaan Jawa. Sehingga konsumen akan merasa “naik kelas” dalam pengambilan keputusan melakukan kegiatan wisata di Kampoeng Djawa Sekatul.

3.2.3.3 Segmentasi Psikografis

Dalam segmentasi psikografis, pelanggan dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan sifat kepribadian, gaya hidup, atau nilai. Kampoeng Djawa Sekatul menggunakan segmentasi psikografis pada konsumen yang memotivasi dirinya melalui ekspresi diri. Konsumen yang motovasinya adalah ekspresi diri menginginkan kegiatan sosial atau fisik, dan keragaman. Kampoeng Djawa Sekatul menyediakan produk/jasa serta fasilitas untuk melakukan kegiatan tersebut seperti *outbound*, pemancingan, kolam renang, dan lain-lain.

3.2.3.4 Segmentasi Perilaku

Segmentasi ini membagi konsumen menjadi beberapa kelompok berdasarkan pengetahuan, perilaku, penggunaan atau *respons* terhadap sebuah produk/jasa. Kampoeng Djawa Sekatul memanfaatkan aspek temporer kehidupan konsumen. Kampoeng Djawa Sekatul membedakan konsumen menurut kejadian ketika mereka memiliki kebutuhan, dan menggunakan produk/jasa Kampoeng Djawa Sekatul. Dalam hal ini konsumen yang memiliki rutinitas kerja di kota besar yang menyita waktu, dengan suasana lalu lintas yang padat, serta berpolusi, atau *stress* dalam rutinitas kesibukan setiap harinya. Sehingga Kampoeng Djawa Sekatul menyediakan fasilitas untuk kegiatan yang berhubungan dengan hari libur tertentu dan hari-hari lain dalam satu tahun seperti pesta kebun, arisan, ulang tahun, pesta pernikahan, seminar, rapat, dan lain-lain untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

3.2.4 Pra Produksi

3.2.4.1 Orientasi

Tahap pra produksi merupakan tahap persiapan dan perancangan. Persiapan dititik beratkan pada proses kreatifitas melalui pembentukan ide dasar karya yang akan dibuat. Pada tahap ini penulis melakukan proses pengumpulan ide dan batasan tentang grafis lingkungan dari literatur buku tentang grafis lingkungan. Berdasarkan penarikan kesimpulan dari berbagai sumber, penulis memperoleh konsep cara menghadirkan produk desain grafis lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul dan sasaran target audiens yang ditujukan untuk masyarakat usia 6 tahun sampai dengan 65 tahun.

3.2.4.2 Rancangan Konten Grafis Lingkungan

Media ini berfokus pada penyampaian informasi seputar objek wisata kampoeng Djawa Sekatul sebagai petunjuk selama pelaku wisata melakukan kegitan wisata, dan meningkatkan citra Kampoeng Djawa Sekatul sebagai objek wisata agro di Jawa Tengah. Berikut ini adalah konten grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul:

1. Piktogram
2. *Mapping Design*
3. *Signage*

3.2.5 Produksi

3.2.5.1 Pembuatan Sketsa

Dalam proses pembuatan sketsa penulis membuat sketsa dengan teknik manual menggunakan pensil di atas media kertas hvs 80gr berukuran A4. Sketsa merupakan gambaran atau lukisan pendahuluan yang kasar ringan, semata-mata garis besar atau belum selesai untuk kemudian diolah kembali. Sketsa dari berbagai macam penyederhanaan objek yang akan dikomunikasikan dibuat terpisah, hal ini bertujuan untuk mempermudahkan dalam mendesain dan menerapkan desain pada beberapa tampilan media komunikasi visual dan dimensi.

3.2.5.2 Proses *Coloring*

Setelah sketsa objek selesai dibuat, kemudian hasil karya di *scanning* terlebih dahulu untuk memindahkan hasil sketsa kedalam format *image* agar penulis dapat melakukan proses pemberian *outline* dan kemudian melakukkan proses pewarnaan *computerize* menggunakan *software CorelDRAW X7*. Pewarnaan menggunakan *software CorelDRAW X7* bertujuan untuk mendetailkan hasil dari sketsa. Warna yang digunakan cenderung menggunakan warna hitam atau warna primer dan sekunder dengan intensitas putih lebih banyak. Sehingga dapat membuat kesan bahwa grafis lingkungan ini selain memberikan informasi juga menarik perhatian khalayak sasaran.

3.2.5.3 Proses *Editing*

Pada proses *editing*, penulis menggunakan media aplikasi *software Adobe Photoshop element 8.0.* Hasil karya yang telah selesai diwarnai tersebut kemudian akan diatur dalam bentuk detail pada penempatan desain, menata ukuran objek desain dan pemberian teks atau tulisan masing-masing desain sesuai dengan kebutuhan pada setiap konten desain.

3.2.6 Pasca Produksi

Pada tahap ini (penyajian karya), semua karya penulis harus dikonsultasikan kepada dosen pembimbing supaya dosen pembimbing tahu karya-karya mana saja yang baik dan layak untuk dipamerkan serta untuk memastikan karya tersebut telah siap dicetak dalam bentuk info grafis. Setelah mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing barulah desain grafis lingkungan kampoeng Djawa Sekatul tersebut dikemas secara rapi dan siap untuk dipamerkan.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan pembuatan proyek studi adalah menghasilkan desain grafis lingkungan objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul sesuai dengan kebutuhan dan segmentasi pasar yang telah ditentukan, di antaranya yakni piktogram (*pictogram*), desain pemetaan/denah (*mapping*), dan penanda (*signage*). Dalam proses berkarya ini, dilakukan tahapan-tahapan berkarya terlebih dahulu antara lain yaitu *research*, *brainstorming*, pembuatan sketsa kasar, *scaning*, proses digital menggunakan *software*, dan *display* karya desain.

Proses merancang grafis lingkungan untuk sebuah tempat atau area membutuhkan usaha yang unik dan spesifik dalam berbagai bidang ilmu. Oleh karena itu, seorang perancang harus mengenal tempat sebagai subyek desain. Kualitas pengetahuan perancang terhadap subyek desain sangat mempengaruhi relevansi hasil penelitian dengan permasalahan yang ingin dipecahkan. Meskipun demikian seorang perancang juga perlu mengetahui berbagai faktor eksternal di luar subyek desain, seperti bagaimana sistem atau rancangan grafis lingkungan yang diterapkan pada tempat sejenis dan bisa dikatakan berhasil atau efektif dengan parameter tertentu.

Perancangan yang sistematis dan jelas tahapannya juga sangat membantu memecahkan permasalahan grafis lingkungan sebuah tempat. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya seorang perancang grafis lingkungan berlatar belakang

desain grafis, harus memahami beberapa disiplin lain, meskipun dalam porsi sangat kecil. Desain grafis lingkungan merupakan bidang yang pada dunia profesional selalu melibatkan lebih dari satu bidang ilmu, sehingga kolaborasi dan komunikasi antar-perancang sangat penting.

5.2 Saran

Sasaran utama dari diciptakannya desain grafis lingkungan adalah pelaku wisata Kampoeng Djawa Sekatul. Adanya grafis lingkungan pada objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul, diharapkan dapat memajukan objek wisata khususnya meningkatkan citra objek wisata Kampoeng Djawa Sekatul. Hal penting dalam melakukan suatu perancangan grafis lingkungan yang secara khusus berhubungan dengan sebuah pariwisata, di antaranya adalah:

1. Kejelasan informasi secara verbal dan visual menjadi permasalahan penting yang lebih utama dari unsur estetika apapun. Tentunya karena hal itu adalah tujuan paling utama sebuah perancangan grafis lingkungan. Pada akhirnya pengunjung membutuhkan informasi, dan suksesnya informasi tersampaikan pada pengunjung akan terasa lebih penting daripada aspek visual yang memanjakan mata.
2. Ada banyak hal yang berubah di tengah perancangan, bahkan fokus perancangan pun mungkin bergeser seiring berkembanganya penelitian. Seorang peneliti diharapkan siap menerima konsekuensi dari perancangan seperti ini, seperti bekerja sama dengan pihak-pihak baru, mempelajari hal-hal baru, turut melakukan pekerjaan yang bukan merupakan bidang keahliannya, atau memperpanjang jangka waktu pengerjaannya. Dalam

bidang seperti peracangan grafis lingkungan, seorang peneliti perlu benar-benar menjadi bagian dari subyek desain sendiri.

3. Ke depannya, rancangan grafis lingkungan Kampeng Djawa Sekatul dapat dikembangkan menjadi system yang lebih menyeluruh, dengan mengadaptasi media baru, termasuk media digital. Hal ini sangat memperkuat informasi yang disampaikan, karena pengunjung bukan hanya melihat informasi verbal, namun juga audiovisual.

DAFTAR PUSTAKA

Ardya, W. Okky. 2008. Concept Edisi 23: Environmental Graphic Design. Jakarta: Majalah Desain Grafis

Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.

Dreyfuss, H. 1967. *Symbol Source Book*. Neew York: Grossman Publishers.

Klimchuk, Marianne Rosner & Krasovec, Sandra A. 2007. *Desain Kemasan*: *Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan.* Translated by Bob Sabran, MM. 2006. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Translated by Bob Sabran, MM. 2008. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Moelong, J.Lexi. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosadakarya.

Nafisah, Syifaun. 2003. *Grafika Komputer dengan Borland C++ Bulder Profesional.* Jakarta: CV Graha Ilmu.

Nasir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalilea Indonesia.

Parker, Des. 1981. *Basic Graphic Communication*, South Melbbourne: The Macmillan Company of Australia.

Permana, 2011. Sekilas tentang Desain Grafis. http://v-mundi.blogspot.com. Diakses pada tanggal 13 Maret 2014.

Ridwan, Mohammad. 2012. *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata.* Jakarta: P.T. Softmedia.

Sachari, Agus. 2004. *Estetika Makna, Symbol, dan Daya.* Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Sachari, Agus & Sunarya, Yan yan. 2002:2. *Sosiologi Desain*. Erlangga. Jakarta.

Sarwono, Jhonatan & Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.

Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual.* Yogtakarta: Jalasutra.

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual (Edisi Revisi).* Yogtakarta: Jalasutra.

Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata.* Bandung: Penerbit Angkasa.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT KEPUTUSAN PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
Nomor: 113/FBS/2014
Tentang
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR SEMESTER GASAL/GENAP
TAHUN AKADEMIK 2014/2015

Menimbang : Bahwa untuk memperlancar mahasiswa Jurusan/Prodi Seni Rupa/Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni membuat Skripsi/Tugas Akhir, maka perlu menetapkan Dosen-dosen Jurusan/Prodi Seni Rupa/Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni UNNES untuk menjadi pembimbing.

Mengingat :
1. Undang-undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Tambahan Lembaran Negara RI No.4301, penjelasan atas Lembaran Negara RI Tahun 2003, Nomor 78)
2. Peraturan Rektor No. 21 Tahun 2011 tentang Sistem Informasi Skripsi UNNES
3. SK. Rektor UNNES No. 164/O/2004 tentang Pedoman penyusunan Skripsi/Tugas Akhir Mahasiswa Strata Satu (S1) UNNES;
4. SK Rektor UNNES No.162/O/2004 tentang penyelenggaraan Pendidikan UNNES;

Menimbang : Usulan Ketua Jurusan/Prodi Seni Rupa/Seni Rupa Tanggal 15 Januari 2014

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

PERTAMA : Menunjuk dan menugaskan kepada:

Nama	: EKO HARYANTO, S.Pd, M.Ds
NIP	: 197201032005011002
Pangkat/Golongan	: III/C
Jabatan Akademik	: Lektor

Sebagai Pembimbing

Untuk membimbing mahasiswa penyusun skripsi/Tugas Akhir :

Nama	: PURWANINGSIH
NIM	: 2411410023
Jurusan/Prodi	: Seni Rupa/Seni Rupa
Topik	: Perancangan Media Komunikasi Visual sebagai Pendukung Peningkatan Citra Taman Wisata Curug Sewu

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

DITETAPKAN DI : SEMARANG
PADA TANGGAL : 16 Januari 2014
DEKAN

Agus Nuryatin
NIP 196008031989011001

Tembusan
1. Pembantu Dekan Bidang Akademik
2. Ketua Jurusan
3. Petinggal

2411410023
..:: FM-03-AKD-24/Rev. 00 ::..

LAMPIRAN 2

BIODATA PENULIS

1. NIM	: 2411410023
2. Nama	: Purwaningsih
3. Prodi	: Seni Rupa DKV, S1
4. Jurusan	: Seni Rupa
5. Fakultas	: Bahasa dan Seni
6. Jenis Kelamin	: Perempuan
7. Agama	: Islam
8. Golongan Darah	: A
9. Tempat, Tanggal Lahir	: Kendal, 13 Januari 1993
10. Nama Ayah	: Sudwijo Hardi Suswanto
11. Nama Ibu	: Nurhasikin
12. Alamat Rumah	: Tlangu Sukorejo RT 04 RW 04
13. Kecamatan	: Sukorejo
14. Kabupaten	: Kendal
15. Kode Pos	: 51363
16. Provinsi	: Jawa Tengah
17. Alamat Kos (di Semarang)	: Gg. Manggis No. 8A Sekaran, Gunung Pati Semarang
18. Phone	: 085325344449
19. E-mail	: aleksy.bumi@yahoo.com
20. Pendidikan	:
SD Negeri 2 Sukorejo	Lulus 2004
SMP Negeri 1 Sukorejo	Lulus 2007
SMA Negeri 1 Sukorejo	Lulus 2010
UNNES	Mahasiswa Semester 9

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI OBJEK WISATA

KAMPOENG DJAWA SEKATUL

PariTholo

AREAL PARKIR
MOBIL
MOTOR
Fax :0294-3675099
Telp :024-70190799

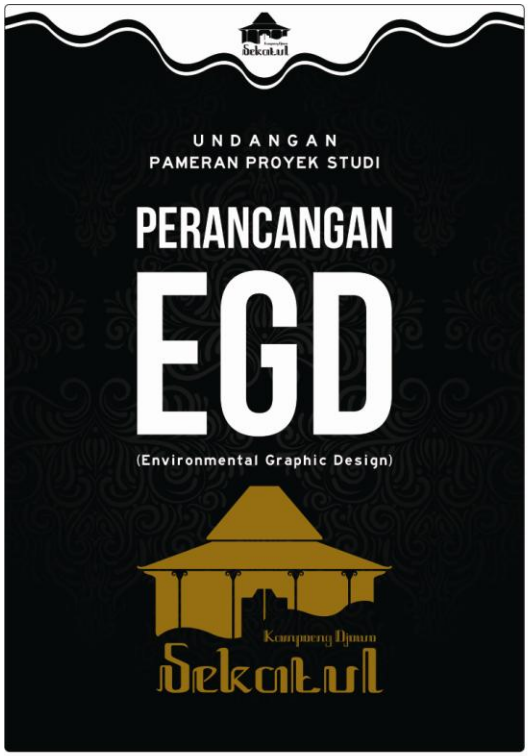
Wilujeng Rawuh
Denah Lokasi

Sekatul
Fasilitas :
- Penginapan Keluarga
- Lesehan & Restoran
- Camping Ground
- Kolam Renang
- Wisata Outbond
- Pesta Kebun, dll

Sugeng Rawuh
Kampoeng Djowo
Sekatul
• Resto • Outbond •
• Penginapan • Kolam Renang •
• Pemandangan • Jogja •

POSTER PAMERAN

UNDANGAN PAMERAN



*Depan

Dengan hormat,

Disampaikan bahwa akan diselenggarakan Kegiatan Pameran Proyek Studi Perancangan Environmental Graphic Design Kampoeng Djowo Sekatul pada:

hari	:Rabu s.d. Jum'at,
tanggal	:17 s.d. 19 Desember 2014,
pembukaan	:Pukul 10.30 WIB s.d. selesai,
tempat	:Loby Lantai 1, Gedung B5, Fakultas Bahasa dan Seni,

sehubungan dengan hal tersebut maka kami mohon kesediaannya agar kiranya Bapak/Ibu berkenan untuk hadir pada kegiatan tersebut.

Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terima kasih.

Penyelenggara Pameran

Purwaningsih

*Belakang

KATALOG PAMERAN

EXHIBIT DESIGN

Booth exhibition dirancang untuk membangun *brand image* Kampoeng Djowo Sekatul sebagai objek wisata agro kepada para calon pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul pada saat mengikuti event pameran wisata. Kampoeng Djowo Sekatul merupakan objek wisata bernuansa Jawa sehingga *Booth exhibition* dirancang menggunakan karakter struktur bangunan Joglo. Hal ini juga dilakukan mengingat luasnya target audience dari segi psikografis, ekonomi, dan geografis, perkembangan zaman serta tujuan Kampoeng Djowo Sekatul dalam mempublikasikan keunggulan suasana pedesaan Jawa ditengah maraknya objek wisata modern.

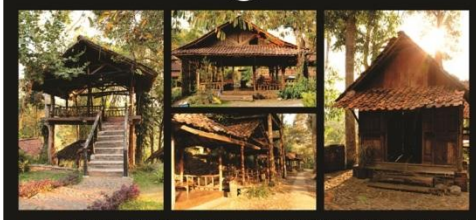
Perancangan desain pintu gerbang Kampoeng Djowo Sekatul dilakukan mengingat Kampoeng Djowo Sekatul merupakan objek wisata yang perlu dikembangkan untuk menarik minat pelaku wisata. Perancangan merupakan tahapan guna meningkatkan kualitas lingkungan dan sesuai dengan karakter Kampoeng Djowo Sekatul sebagai objek wisata bernuansa pedesaan Jawa. Desain pintu gerbang sebagai ucapan selamat datang dan selamat jalan secara visual kepada para pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul.

MAPPING, STREET SIGN

Denah dirancang untuk menunjukkan bangunan dan wahana yang terdapat pada kawasan objek wisata Kampoeng Djowo Sekatul. Sebagai alat bantu pelaku wisata dalam melakukan kegitan wisata di Kampoeng Djowo Sekatul karena pelaku wisata yang datang memiliki perbedaan latar belakang bangsa, bahasa, suku, pendidikan, dll. Pemilihan ragam warna pada denah dilakukan untuk membedakan beberapa karakter bangunan dengan fungsi yang berbeda. Penggunaan ragam warna pada perancangan denah juga untuk menarik perhatian minat pelaku wisata dalam mendapatkan informasi wisata.

Street sign merupakan penunjuk, dan penarik perhatian bagi masyarakat luas yang hendak melakukan kegiatan wisata di Kampoeng Djowo Sekatul. Visualisasi street sign mengadopsi bentuk pohon. Unsur alam dipilih berdasarkan visi misi yang diusung oleh Kampoeng Djowo Sekatul (Memayu Hayuning Bawana), sealin itu material alam yang lebih mengekspos tekstur dapat memberi kesan unik. *Street sign* dirancang untuk meningkatkan stabilitas ekonomi Kampoeng Djowo Sekatul agar nantinya dapat mengembangkan iklim yang kondusif dalam kurun waktu jangka panjang, dan menstimulus faktor-faktor yang mendorong peningkatan produktifitas objek wisata.

LATAR BELAKANG



Kampoeng Djowo Sekatul adalah tempat wisata agro yang bernuansa pedesaan Jawa. Kampoeng Djowo Sekatul terletak dikaki gunung Ungaran, tepatnya di dukuh Sekatul, desa Margosari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. Kampoeng Djowo Sekatul menempati area ± 12 hektar di perbukitan Medini. Objek wisata ini dibuka untuk umum pada bulan November 2005 yang kemudian diberi nama Wisata Kampoeng Djowo Sekatul. Objek wisata Kampoeng Djowo Sekatul yang awalnya hanya terdiri dari kumpulan joglo, semakin berkembang dengan bertambahnya sarana baru yang menarik untuk ditawarkan. Kolam renang, tempat outbound, dan pemandangan alam yang menarik disajikan untuk menarik perhatian masyarakat.

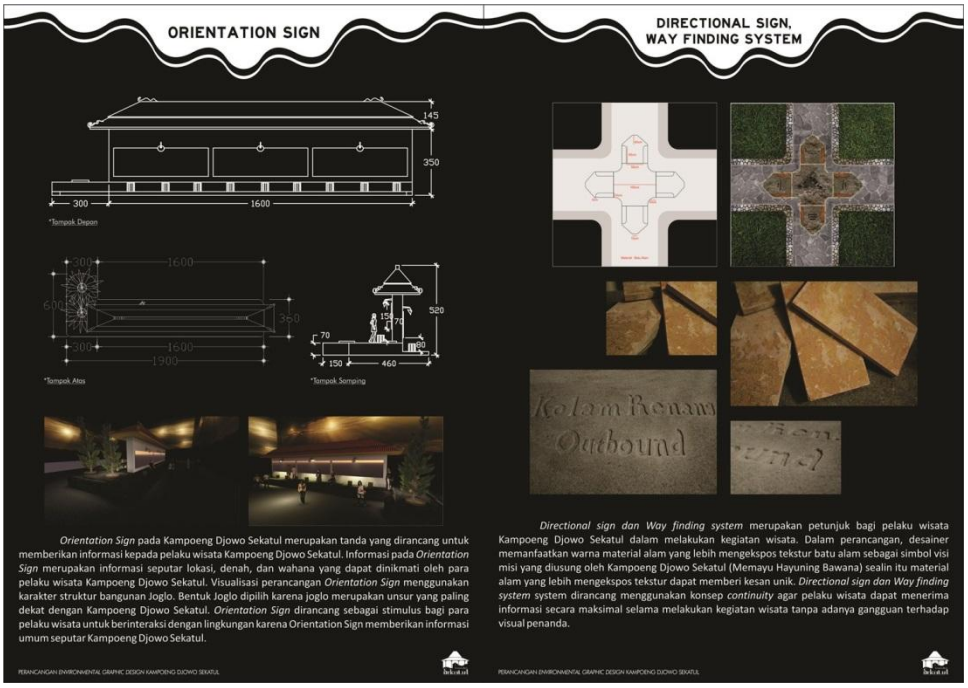
Namun pengelola Wisata Kampoeng Djowo Sekatul menyadari bahwa kemampuan daya tarik objek wisata ini belum begitu luas diketahui dan dikenal masyarakat. Kendala promosi yang belum maksimal, kondisi jalan yang kurang nyaman atau rusak, dan kurangnya alat transportasi umum membuat sebagian masyarakat enggan berkunjung sehingga beberapa faktor tersebut dapat menghambat perkembangan Kampoeng Djowo Sekatul.

Melihat kondisi yang demikian, desainer mencoba menganalisis faktor-faktor kemudian membuat strategi perancangan environmental graphic Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul. Kegiatan ini dilakukan sebagai solusi desain terhadap permasalahan dari Kampoeng Djowo Sekatul yang diharapkan dapat menyampaikan komunikasi, memberikan informasi, dan membangun environmental graphic design yang mampu memberikan perubahan pada Kampoeng Djowo Sekatul kedepan, mengembalikan loyalitas pengunjung terhadap tempat wisata, serta memberikan posisi baru agar dapat membedakannya dengan competitor. Menyadari bahwa penerapan environmental graphic design melingkupi berbagai hal dan berkaitan dengan berbagai disiplin ilmu, maka desainer membatasi masalah pada aspek internal dari strategi branding, berupa perancangan environmental graphic design yang sesuai dengan bidang akademik Desain Komunikasi Visual.

MEDIA PENDUKUNG

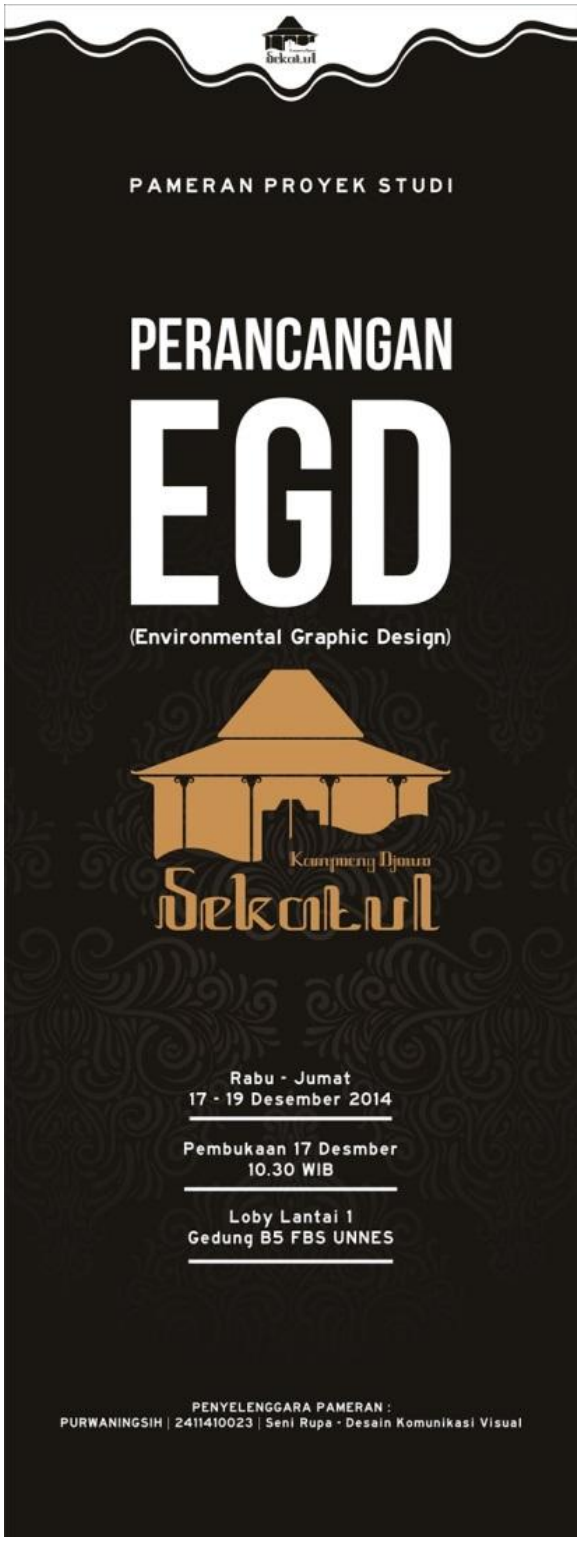
Seragam dirancang sebagai identitas perusahaan dalam membangun kepercayaan pelaku wisata terhadap Kampoeng Djowo Sekatul sebagai objek wisata agro bernuansa pedesaan Jawa yang patut disinggahi. Pengaplikasian logo pada seragam dilakukan untuk menekankan integritas dan kedibilitas Kampoeng Djowo Sekatul. Seragam dirancang agar tumbuh kebanggaan dari karyawan Kampoeng Djowo Sekatul menjai bagian dari Kampoeng Djowo Sekatul.

Selain itu juga agar tidak ada kesenjangan sosial antar karyawan Kampoeng Djowo Sekatul sehingga pemberian pelayanan bagi para pelaku wisata dapat berjalan maksimal. Seragam dirancang untuk mempersatukan berbagai karakter dan kepribadian individu karyawan Kampoeng Djowo Sekatul dalam bekerja memberikan pelayanan maksimal terhadap pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul. Selain itu seragam dirancang sebagai sarana menciptakan budaya kerja yang diterapkan pada Kampoeng Djowo Sekatul dan memcerminkan standar kualitas oprasional. Seragam dirancang untuk membangun kepercayaan pelaku wisata terhadap Kampoeng Djowo Sekatul sehingga aka nada kelanjutan setelah melakukan kegiatan wisata di kampoeng Djowo Sekatul.


ORIENTATION SIGN
145
350
300
1600
*Tampak Depan
*Tampak Atas
*Tampak Samping
520
70
150
460
Orientation Sign pada Kampoeng Djowo Sekatul merupakan tanda yang dirancang untuk memberikan informasi kepada pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul. Informasi pada Orientation Sign merupakan informasi seputar lokasi, denah, dan wahana yang dapat dinikmati oleh para pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul. Visualisasi perancangan Orientation Sign menggunakan karakter struktur bangunan Joglo. Bentuk Joglo dipilih karena joglo merupakan unsur yang paling dekat dengan Kampoeng Djowo Sekatul. Orientation Sign dirancang sebagai stimulus bagi para pelaku wisata untuk berinteraksi dengan lingkungan karena Orientation Sign memberikan informasi umum seputar Kampoeng Djowo Sekatul.
PERANCANGAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN KAMPOENG DJOWO SEKATUL
DIRECTIONAL SIGN, WAY FINDING SYSTEM
Kolam Renang
Outbound
Directional sign dan Way finding system merupakan petunjuk bagi pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul dalam melakukan kegiatan wisata. Dalam perancangan, desainer memanfaatkan warna material alam yang lebih mengekspos tekstur batu alam sebagai simbol visi misi yang diusung oleh Kampoeng Djowo Sekatul (Memayu Hayuning Bawana) sealin itu material alam yang lebih mengekspos tekstur dapat memberi kesan unik. Directional sign dan Way finding system system dirancang menggunakan konsep continuity agar pelaku wisata dapat menerima informasi secara maksimal selama melakukan kegiatan wisata tanpa adanya gangguan terhadap visual penanda.
PERANCANGAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN KAMPOENG DJOWO SEKATUL

PICTOGRAM, IDENTIFICATION SIGN
POS SATPAM
JOGLO
P. MOBIL
P. MOTOR
AREA PARKIR
MUSHOLA
RESTORAN
DAPUR
LOKET
BUANG SAMPAH PADA TEMPATNYA
INFORMASI
SOUVENIR
T. PRIA
T. WANITA
RESEPSIONIS
KOLAM RENANG
OUTBOUND
WIFI
LEPAS ALAS KAKI
PEMANCINGAN
Pictogram merupakan salah satu alternatif sebagai komunikasi yang dapat menembus keterbatasan pemahaman akibat perbedaan latar belakan bangsa, bahasa, suku, termasuk pendidikan. Pictogram digunakan karena target audience Kampoeng Djowo Sekatul yang luas dari berbagai segi. Secara visual, pictogram dirancang dengan bentuk penyederhanaan yang menggunakan aspek objek, kegiatan, proses, dan konsep. Pictogram secara tidak langsung menumbuhkan kesatuan persepsi antar pelaku wisata terhadap lingkungan Kampoeng Djowo Sekatul sehingga interaksi untuk memanfaatkan potensi Kampoeng Djowo Sekatul dapat lebih maksimal.
*Diameter : 30cm
Dalem Barada
*Panjang : 50cm | Lebar : 17cm
Identification sign merupakan media komunikasi visual yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik. Identification sign digunakan sebagai petunjuk bagi pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul dalam melakukan kegiatan wisata. Dalam perancangan, desainer memanfaatkan warna material alam yang lebih mengekspos tekstur kayu sebagai simbol visi misi yang diusung oleh Kampoeng Djowo Sekatul (Memayu Hayuning Bawana) sealin itu material alam yang lebih mengekspos tekstur dapat memberi kesan unik.
PERANCANGAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN KAMPOENG DJOWO SEKATUL
MEDIA PENDUKUNG
Stationery dirancang untuk mendukung integritas dan kredibilitas Kampoeng Djowo Sekatul sebagai objek wisata agro. Stationery selain digunakan sebagai media untuk memperkenalkan objek wisata, tetapi juga untuk mempengaruhi penilaian dan kepercayaan mitra kerja dan pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul. Perancangan stationery yang paling utama dari segi sosial adalah tumbuhnya kebanggaan dari karyawan Kampoeng Djowo Sekatul menjai bagian dari Kampoeng Djowo Sekatul sehingga dengan demikian, karyawan akan lebih maksimal dalam memberikan pelayanan bagi para pelaku wisata Kampoeng Djowo Sekatul. Desain yang menarik pada stationery dipertimbangkan karena kedepannya stationery digunakan sebagai media menyampaikan informasi maupun menjalin mitra kerja untuk menumbuhkan kesadaran akan adanya Kampoeng Djowo Sekatul yang memiliki banyak peluang bisnis, dll.
PERANCANGAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN KAMPOENG DJOWO SEKATUL

X-BANNER PAMERAN



LAMPIRAN 4

FOTO PAMERAN