

PERANCANGAN MEDIA INFORMASI KOTA TUA JAKARTA UTARA MELALUI *SIGN SYSTEM* YANG TERINTEGRASI WEBSITE

Mohamad Farid Rizqullah¹, Wirania Swasty²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
farid.walverc@gmail.com¹, wirania@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Peremajaan kawasan wisata di Daerah Khusus Ibukota Jakarta khususnya daerah wisata Kota Tua Jakarta menjadi salah satu bentuk serius pemerintah untuk mempromosikan tempat - tempat wisata yang ada di Jakarta. Revitalisasi Kota Tua juga dilakukan agar tetap menjaga nilai - nilai sejarah dan budaya yang ada di sana. Namun permasalahan muncul ketika tidak informatif serta kurang strategisnya penempatan *wayfinding* serta *sign system* yang berisi informasi, sejarah, dan profil Kota Tua sehingga banyak pengunjung yang masih kesulitan mencari informasi dan navigasi tempat yang ada di Kota Tua. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah *sign system* serta *wayfinding* yang informatif dan strategis. Di samping itu, masih kurangnya informasi dan navigasi tentang Kota Tua di website resmi menjadi faktor lain yang membuat pengunjung kesulitan pada saat akan maupun sedang mengunjungi Kota Tua. Penelitian ini merupakan studi terapan dengan penggunaan metode campuran. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner dan observasi di wilayah Kota Tua khususnya Zona 2 Fatahillah. Analisis data dilakukan dengan analisis visual proyek sejenis. Studi menghasilkan *sign system* yang terintegrasi dengan website sebagai media informasi untuk kawasan wisata Kota Tua Jakarta dengan pengayaan desain neoklasik. Hal ini diharapkan dapat memfasilitasi para pengunjung dalam mencari informasi dan navigasi saat mengunjungi Daerah Wisata Kota Tua Jakarta tersebut.

Kata Kunci: Kota Tua Jakarta, neoklasik, *sign system*, *wayfinding*, website

Abstract

Tourist area rejuvenation in the Special Capital Region of Jakarta, especially the tourist area of Kota Tua (the Old Town) of Jakarta, has become a serious form of the government to promote tourist attractions in Jakarta. The revitalization of Kota Tua was also carried out to preserve the historical and cultural values that existed. But the problem emerges when uninformative and less strategic placement of wayfinding and sign systems that contain information, history, and profiles of Kota Tua so that many visitors are still having difficulty to find information and navigation in Kota Tua. Therefore, it needs a sign system and informative, strategic wayfinding. Despitefully, the lack of information and navigation about Kota Tua on the official website is another factor that makes visitors having difficulty when going to or visiting Kota Tua. The research is the applied study that used a mix method. Data collected through the interviews, questionnaires, and observations in the Kota Tua area, especially Zone 2 Fatahillah and data analysis was done by visual analysis of similar projects. This study generates a sign system that integrated with the website as media information for the Kota Tua Jakarta tourism area with the neoclassical design style and expected to facilitate visitors in searching for information and navigation when visiting the tourist area of Kota Tua Jakarta.

Keywords: Kota Tua Jakarta, neoclassic, *sign system*, *wayfinding*, website

1. PENDAHULUAN

Peremajaan wisata di Daerah Khusus Ibukota Jakarta khususnya daerah wisata Kota Tua yang terletak di daerah utara Kota Jakarta menjadi salah satu bentuk serius pemerintah untuk mempromosikan daerah wisata yang berada di Kota Jakarta. Banyaknya tempat yang dapat dikunjungi di daerah Kota Tua menambah daya tarik minat pengunjung. Ada berbagai museum di antaranya Museum Bank Indonesia, Museum Fatahillah, Museum Seni Rupa dan Keramik, dan Museum Wayang yang jaraknya berdekatan satu sama lain.

Revitalisasi Kota Tua ini juga dilakukan agar tetap menjaga nilai-nilai sejarah dan budaya yang ada dari jaman kolonial Belanda. Bentuk bangunan yang dinilai unik dapat menjadikan kawasan Kota Tua bisa menjadi peluang destinasi wisata. Peremajaan yang berlangsung di daerah wisata Kota Tua sudah berjalan sejak zaman pemerintahan Ali Sadikin pada tahun 1972. Kemudian dilanjutkan Gubernur Jakarta Soerjadi Soedirdja tahun 1993, yang mengeluarkan SK Gubernur DKI 475/1993 mengatur tentang dimulainya revitalisasi agar daerah Jakarta Kota menjadi kawasan wisata. Sebanyak 93 bangunan di Kawasan Kota Tua menjadi cagar budaya yang dilestarikan. Pada tahun 2013, Gubernur Joko Widodo juga membantu menghubungkan sektor swasta dengan Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta untuk membantu meremajakan Kota Tua, sehingga dibuatlah PT Pembangunan Kota Tua Jakarta. Pada tahun 2016, Gubernur Jakarta saat itu - Basuki Tjahaja Purnama - juga mulai membangun kembali daerah wisata Kota Tua dengan memperbaiki trotoar-trotoar yang ada dan juga membuat lahan parkir agar fasilitas yang ada bisa memadai.

Sejak dilakukannya revitalisasi kawasan wisata Kota Tua, banyak gedung- gedung yang mulai direnovasi, namun permasalahan muncul ketika *wayfinding* serta *sign system* yang ada tidak diperhatikan dan digunakan secara maksimal. Penempatan *wayfinding* serta *sign system* yang berisi informasi tentang gedung-gedung yang ada di daerah Kota Tua masih belum efektif dan juga kurang strategis penempatannya. Sehingga banyak pengunjung yang masih kesulitan mencari *sign system* di lokasi dan kurang mendapatkan informasi tentang sejarah Kota Tua. Selain itu juga mereka tidak dapat mengetahui di mana saja letak-letak museum yang bisa mereka kunjungi di daerah Kota Tua. Padahal *wayfinding* dan signage sendiri merupakan kesatuan dalam suatu tempat yang mengandung informasi serta visual tentang tempat tersebut (Calori, 2007).

Selain itu, berkembangnya teknologi yang ada saat ini membuat semua orang ingin mendapatkan suatu informasi secara cepat dan mudah. Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui website. Website merupakan salah satu metode untuk menampilkan sebuah informasi di internet, dimana informasi tersebut dapat berupa teks, gambar, suara, maupun video yang interaktif serta berkaitan dengan dokumen lainnya sehingga dapat saling terhubung dan dapat diakses melalui browser (Yuhefizar, 2008:159). Kota Tua saat ini telah memiliki website resmi namun tidak dimanfaatkan secara optimal. Pemerintah melalui Pengelola Kota Tua seharusnya konsisten dalam melakukan promosi yang ada di daerah Kota Tua Jakarta karena kawasan tersebut merupakan warisan sejarah. Pembangunan *sign system* di daerah wisata Kota Tua yang terintegrasi dengan

website sangat diperlukan agar pengunjung dapat mengerti informasi daerah Kota Tua serta dapat mencari informasi dan juga kisah sejarah dalam website resmi.

Penelitian terdahulu (Pratama dan Swasty, 2018; Prima dan Swasty, 2018; Rushar dan Swasty, 2016; Wijayanti, Prabawa, dan Swasty, 2015) hanya difokuskan pada salah satu penelitian terapan pada *sign system* saja ataupun website saja sebagai media informasi. Makalah ini merupakan sebuah penelitian terapan yang membahas bagaimana *sign system* yang efektif, informatif serta terintegrasi dengan website. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam studi ini adalah merancang *sign system* Kota Tua Jakarta yang efektif namun informatif dan terintegrasi dengan website resmi untuk membantu memecahkan permasalahan navigasi serta informasi dan kisah sejarah yang perlu diketahui pengunjung.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian terapan dengan penggunaan metode campuran yang memiliki fokus studi berupa *sign system* yang terintegrasi dengan website untuk daerah Wisata Kota Tua Jakarta. Wilayah yang termasuk dalam fokus studi ini adalah Zona 2 Fatahilah Wisata Kota Tua karena zona 2 ini merupakan Zona Utama yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua, sehingga banyak pengunjung yang berkunjung ke Kawasan Wisata Kota Tua Zona 2 Fatahilah. Zona 2 ini meliputi Museum Bank Mandiri, Museum Fatahilah, Museum Bank Indonesia, Museum Seni Rupa dan Keramik, Museum Wayang, serta Stasiun Kota. Studi ini dilakukan pada bulan September 2017 hingga Juli 2018.

Target dari perancangan ini adalah wisatawan lokal yang berkunjung ke Wisata Kota Tua dengan rentang usia yang beragam mulai dari anak-anak hingga lanjut usia, perempuan hingga laki-laki. Profesi target tersebut juga beragam dan memiliki riwayat pendidikan terakhir yaitu SMP (Sekolah Menengah Pertama) dimana mereka sudah paham mengenai simbol dan arah pada umumnya dan dapat membaca. Kawasan Wisata Kota Tua merupakan kawasan wisata yang ekonomis maka target utama adalah pengunjung kelas sosial menengah bawah hingga menengah. Untuk website Kota Tua sendiri ditargetkan bagi para pengunjung yang terbiasa menggunakan teknologi ponsel pintar/*smartphone* sehingga dapat mengetahui kegunaan QR Code dan dapat mengunjungi website tersebut.

Terdapat dua cara dalam pengumpulan data yakni primer dan sekunder, disertai beberapa metode. Pertama, wawancara yang dilakukan dengan Unit Pengelola Kota Tua dan juga desainer *sign system*. Kedua, kuesioner dengan sasaran responden utama merupakan masyarakat yang sedang mengunjungi kawasan Wisata Kota Tua Jakarta dan disebarkan secara *offline* / tatap muka.

Selanjutnya dilakukan observasi yakni pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati, mencatat serta membandingkan dengan *sign system* yang sudah ada seperti Taman Safari dan juga Kawasan Wisata Ancol. Kedua tempat tersebut mempunyai tempat yang luas dan banyak tujuan wisata yang dapat dilakukan di area tersebut sehingga dapat dibandingkan dengan *sign system* yang sudah ada di kawasan

wisata Kota Tua Jakarta. Metode pengumpulan data lainnya adalah dokumentasi dengan mengumpulkan dokumen-dokumen berupa foto, brosur, gambar, tulisan, sejarah, peraturan dan kebijakan untuk mendapatkan informasi dan sejarah mengenai Kota Tua Jakarta secara akurat. Studi ini juga melakukan pengumpulan data sekunder melalui studi pustaka cetak dan digital yang ada di website.

Adapun analisis data menggunakan analisis visual dengan melakukan perbandingan menggunakan matriks tentang visual *sign system* dan website yang serupa yakni Taman Safari Bogor dan Kawasan Wisata Ancol. Analisis visual ini menggunakan landasan teori sebagai dasar perbandingannya. Sementara itu, hasil kuesioner dianalisis dengan menggunakan metode tabulasi silang (*crosstab*) untuk menganalisa keterkaitan akan faktor-faktor yang ada.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Tua saat ini sebagai salah satu destinasi Kawasan Cagar Budaya terus mengalami perkembangan. Apresiasi masyarakat terhadap Kawasan Wisata Kota Tua cukup baik mengingat meningkatnya jumlah penduduk yang cukup signifikan. Kebanyakan pengunjung yang mengunjungi Kota Tua hanya untuk berfoto di Kawasan Kota Tua karena pandangan masyarakat akan Kota Tua sebagai objek foto yang bagus. Akan tetapi, banyak pula pengunjung yang datang untuk mengetahui informasi sejarah yang ada di Kawasan Kota Tua. Kesulitan yang biasa ditemui oleh para wisatawan lokal hingga asing saat berkunjung ke Kawasan Kota Tua beragam. Kesulitan tersebut mulai dari mencari lokasi yang akan dikunjungi akibat kurangnya informasi, hingga sulitnya mencari fasilitas umum seperti tempat ibadah/ mushola, toilet umum, dan *Money Changer*.

Perawatan terhadap *sign system* yang ada di Kawasan Kota Tua dikelola oleh unit terkait. Menurut Unit Pengelola Kota Tua, *sign system* yang dipasang sudah efektif dan informatif, namun kebiasaan masyarakat Indonesia dalam memerhatikan *signage* masih kurang sehingga banyak masyarakat yang tidak terlalu memperhatikan *sign system* yang sudah ada. Unit Pengelola Kota Tua Jakarta bertanggung jawab akan fasilitas yang ada di kawasan Kota Tua Jakarta termasuk di dalamnya merupakan *signage* dan *wayfinding*. Dengan meningkatnya angka kunjungan wisatawan ke Kawasan Wisata Kota Tua, hal ini menuntut sistem informasi dan navigasi yang ada di kawasan Kota Tua harus efektif dan informatif. Dengan demikian, Unit Pengelola Kota Tua sebagai penanggung jawab di bawah Dinas Pariwisata Kota Jakarta harus mengoptimalkan setiap sarana dan prasarana yang berada dalam Kawasan Kota Tua Jakarta.

Di kawasan Kota Tua sudah disediakan beberapa *sign system* yang ditujukan untuk pengunjung agar tidak tersesat dan dapat dengan mudah mencari tempat yang ingin dituju. *Sign system* yang terpasang di Kawasan Kota Tua sudah dipasang sejak tahun 2010. Walaupun ada beberapa jenis *sign system* yang terpasang di titik-titik Kawasan Kota Tua, namun kurangnya perawatan menyebabkan beberapa di antaranya berkarat bahkan rusak. Banyak *signage* dan *wayfinding* yang dirusak oleh tangan-tangan jahil sehingga informasi yang diberikan sudah tidak lagi informatif. Warna dari *signage* dan *wayfinding* yang ada di Kota Tua pun belum memiliki korelasi satu dengan yang lain.

Peta lokasi pada *orientation sign* yang ada dipasang terlalu tinggi sehingga tidak bisa dilihat secara keseluruhan. *Directional sign* yang ada, yang merupakan tanda yang ditempatkan untuk mengarahkan orang ke berbagai tujuan dalam lingkungan tertentu (Calori, 2007), mempunyai warna hijau yang mencolok. Akan tetapi banyak dari *directional sign* tersebut tertutup oleh pohon maupun tiang listrik, sehingga sulit untuk dilihat. *Interpretive sign* - tanda yang menafsirkan makna dari sebuah tempat dan memberikan informasi (Calori, 2007) - diletakkan di bawah menyatu dengan tanah. Material yang digunakan memiliki warna yang sama dengan lantai yang ada di kawasan tersebut sehingga tidak banyak orang yang menyadari ada sign tersebut. Dalam segi warna, *signage* dan *wayfinding* yang ada di Kawasan Kota Tua berbeda-beda dan tidak mempunyai korelasi antara satu dengan yang lain (Gambar 1) sehingga kurang menunjukkan suatu sistem.



Gambar 1. *Sign system* di Kota Tua
[Sumber: Rizqullah, 2017]

Kawasan Wisata Kota Tua juga mempunyai website resmi yang memberikan informasi dan kegiatan mereka di www.upkkotatuaJakarta.or.id (Gambar 2).



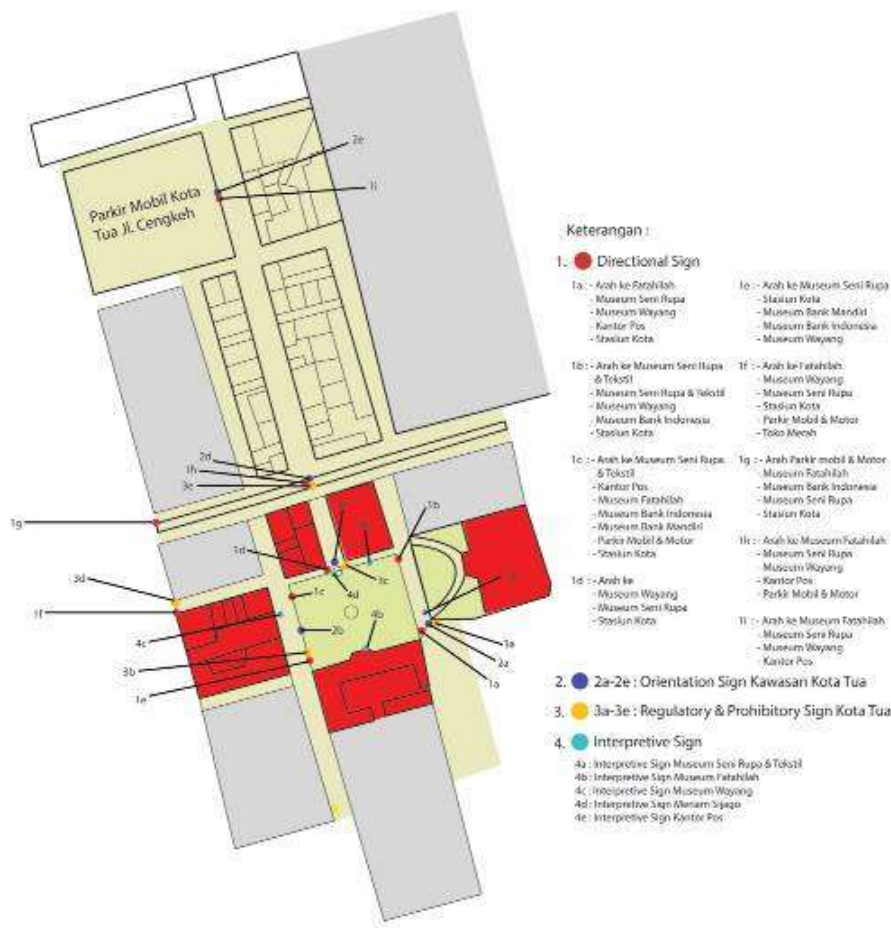
Gambar 2. Website resmi Kota Tua
[Sumber: www.upkkotatuaJakarta.or.id, 2018]

Dalam merancang sebuah *sign system*, hal pertama yang harus diperhatikan adalah riset mengenai proyek yang akan dibuat yang berkaitan dengan lingkungan juga pengguna. Hal-hal seperti bagaimana jarak pandang orang yang melihat serta arus pengunjung

yang ada perlu diperhatikan agar nantinya desain tersebut menjadi lebih menarik, efektif, dan informatif serta mudah dimengerti. Kesulitan yang biasa ditemui dalam merancang *signage* dan *wayfinding* adalah masalah lokasi. Banyak lokasi yang membutuhkan *signage* namun tidak memungkinkan untuk ditempatkan akibat konstruksi yang kurang baik. Dalam pemilihan material, ada beberapa hal yang harus diperhatikan mulai dari lokasi penempatan (*indoor* atau *outdoor*), target sasaran, hingga budget yang dimiliki. Menurut seorang desainer *signage* - Angga Pradika (2018) - *signage* dan *wayfinding* sering sekali tidak diperhatikan oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut karena kurang terbiasanya masyarakat akan *signage* dan *wayfinding* yang ada di sebuah lingkungan.

Dari kuesioner yang telah disebar, dapat diambil beberapa hal penting. Pengunjung wisatawan yang datang ke Kawasan Kota Tua kebanyakan berusia 17-25 Tahun, berasal dari Jakarta dan sekitarnya dengan rata-rata pendidikan terakhirnya adalah SMA. Kebanyakan pengunjung (sekitar 44%) hanya mengunjungi Kawasan Kota Tua lebih dari 1 Tahun sekali, sekitar 38,3 % para wisatawan mengetahui Objek Wisata Kawasan Kota Tua dari pelajaran dan kebanyakan pengunjung yang datang memilih untuk mengunjungi museum-museum yang ada di kawasan tersebut dan berfoto-foto. Sebanyak 81.5 % responden mengatakan jika fasilitas yang ada di Kawasan Kota Tua sudah baik, akan tetapi 53.1 % responden pernah merasakan kesulitan mencari tempat / fasilitas umum di kawasan Kota Tua. Sebanyak 44.4 % responden mengatakan jika *signage* dan *wayfinding* yang ada di Kawasan Kota Tua belum terlalu informatif dan kebanyakan pengunjung merasa kesulitan untuk mencari *signage* dan *wayfinding* tersebut. Sebanyak 86.4 % pengunjung mengetahui beberapa informasi sejarah yang ada di sekitar Kawasan Kota Tua, pengunjung mengetahui hal tersebut untuk penempatan *sign system* yang ada di Zona 2 Fatahilah Kawasan Kota Tua dipilih sesuai dengan observasi yang dilakukan di kawasan tersebut, dimana tempat-tempat tersebut tidak terhalang benda-benda lain seperti pohon, tiang, dan lain sebagainya (Gambar 3).

Dari data observasi yang didapatkan, terungkap bahwa perilaku para wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Kota Tua lebih cenderung berfoto-foto dan bermain sepeda antik yang ada di lapangan Fatahilah dari pada mengunjungi museum yang ada. Selain itu, mereka menyukai hal-hal yang dapat menarik perhatian. *Signage* dan *wayfinding* yang ada di Kota Tua sudah informatif namun kurang efektif. Hal tersebut dikarenakan penempatan dan pemasangannya yang masih kurang tepat sehingga banyak yang terhalang oleh benda lain dan sulit untuk dilihat.



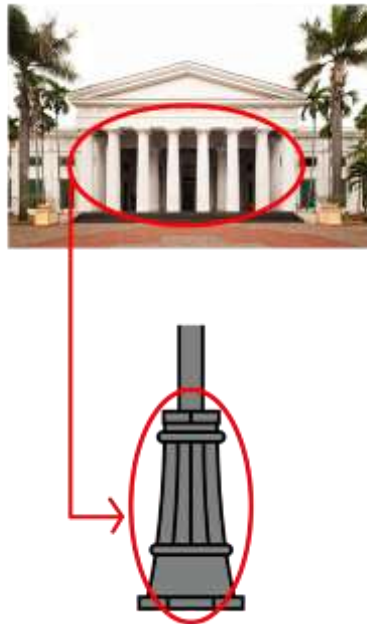
Gambar 3. Programming sign system pada Kota Tua Jakarta [Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.1 Konsep Kreatif

Sebelum merancang *sign system* dan website Kota Tua yang lebih efektif dan informatif maka dibuat *mindmap* serta *moodboard* yang digunakan untuk mendapatkan konsep perancangan. Melalui *mindmap* dan *moodboard*, didapatkan Konsep kreatif yakni pengayaan neoklasik dimana hal tersebut merupakan gaya arsitektur dari gedung-gedung kebanyakan yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua. Para arsitek kebanyakan berasal dari Belanda dan bekerja di perusahaan swasta dan/ atau di Departemen Pekerjaan Umum di bawah pemerintah kolonial, cenderung menerapkan gaya neoklasik, dengan sedikit modifikasi untuk beradaptasi dengan iklim setempat (Kusno, 2000 dalam Antonius dkk, 2015).

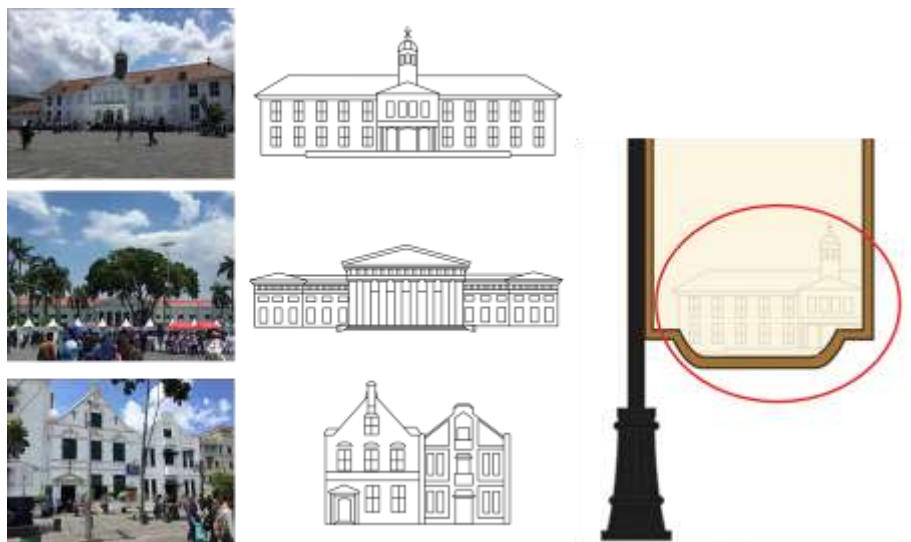
Karakteristik dari arsitektur Neoklasik merupakan pilar-pilar yang digunakan sebagai penopang bangunan, bentuk bangunan yang besar dan simetris seperti kotak, persegi panjang, hingga segitiga untuk bagian atapnya memberikan kesan kokoh dan megah pada bangunan Neoklasik. Karakteristik tersebut kemudian diubah untuk digunakan dalam elemen desain *sign system* yang baru agar menambah kesan klasik serta *vintage* pada Kawasan Wisata Kota Tua. Warna yang digunakan dalam perancangan juga

menggunakan warna-warna yang dapat memberikan kesan antik seperti coklat, abu-abu, hitam dan putih.



Gambar 4. Karakteristik pilar Arsitektur Neoklasik
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

Dalam penggunaannya, elemen grafis tersebut digunakan sebagai *secondary graphic* yang akan di tempatkan dalam rancangan *sign system*. Berikut merupakan contoh dari *vector* dari *secondary graphic* yang sudah dibuat :



Gambar 5. Proses stilasi bangunan dan pengaplikasiannya pada *sign system*
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

Selain informasi yang tertera pada *sign*, terdapat pula *QR Code* yang dapat dipindai (*scan*) dan terintegrasi dengan website resmi Kota Tua Jakarta. Penggunaan *QR Code* dalam setiap *sign* dimaksudkan untuk memudahkan para pengunjung mencari navigasi tempat-tempat yang ingin mereka tuju. Selain itu juga diharapkan agar mereka dapat dengan mudah menemukan

informasi-informasi mengenai sejarah bangunan-bangunan yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua Zona 2 Fatahilah dengan menggunakan QR Code yang diarahkan ke website tersebut. Dengan demikian, para pengunjung yang berkunjung tak hanya mendapatkan kemudahan mencari tempat dan informasi namun mendapatkan wawasan lebih mengenai bangunan-bangunan bersejarah yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua Zona 2 Fatahilah Jakarta.

3.2 Desain Sign system

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan *sign system* adalah 3 jenis *font* untuk fungsi yang berbeda. *Park Lane Font* digunakan untuk *Headline*, *Naive Deco Sans* digunakan untuk *Sub-Headline*, dan *Marion* digunakan untuk *Body Text*. Jenis *font* yang digunakan mempunyai karakteristik yang memberikan kesan Neoklasik / *vintage* namun juga elegan sehingga pengunjung yang melihat dapat dengan mudah membaca dan mengidentifikasi kesan *heritage* kawasan tersebut. Gambar 6 merupakan jenis *font* yang digunakan baik pada *sign system* dan juga website.



Gambar 6. (atas) *Font* yang digunakan dan (bawah) pengaplikasiannya pada *sign system* [Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

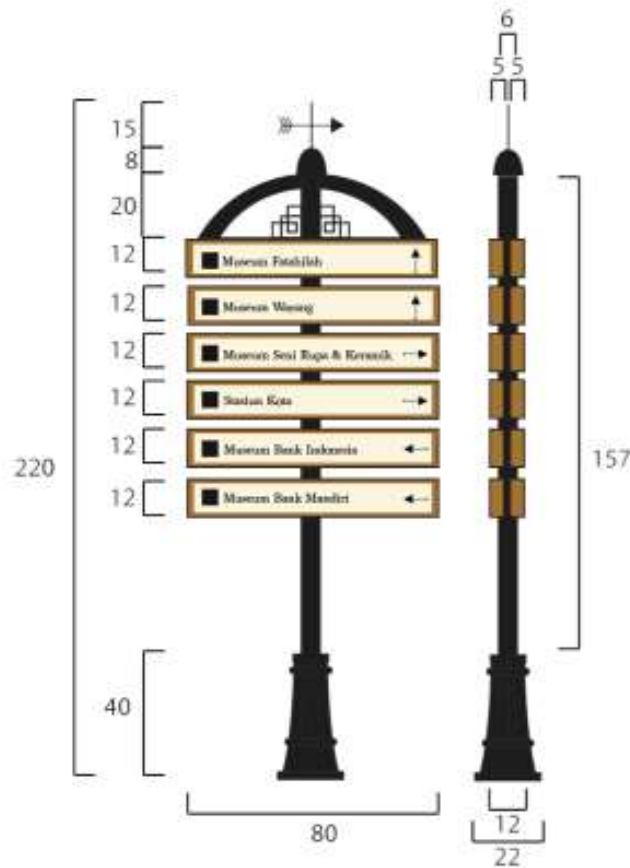
Warna yang dipilih dalam perancangan *sign system* dan website menggunakan warna yang dapat memberikan kesan antik dan *vintage*. Hal ini juga bertujuan agar para pengunjung lebih merasakan kesan *vintage* yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua. Penggunaan warna coklat sebagai warna utama dari *sign system* memiliki kontras yang dapat dengan mudah dicari oleh para pengunjung di kawasan tersebut.

Bentuk *sign system* dirancang menggunakan karakteristik arsitektur Neoklasik. Bentuk pilar yang digunakan sebagai penopang *sign system* tersebut sama seperti pilar yang digunakan untuk menopang bangunan Neoklasik. Bentuk dan layout simetris pada panel *sign* juga menambah kesan vintage namun tetap elegan. Hasil rancangan *sign system* yang dibedakan berdasarkan konten informasi dan dikelompokkan ke dalam lima kategori diuraikan dalam sub-bab berikut:

3.2.1 Directional Sign

Directional sign berfungsi sebagai penunjuk arah atau media navigasi yang memberikan informasi navigasi tempat. *Sign* ini akan diletakkan di luar ruangan, di tempat-tempat ramai seperti di sekitar Taman Fatahilah dan juga jalan akses masuk pengunjung ke Kawasan Wisata Kota Tua seperti di dekat Bank Mandiri, dan di jalan Belakang Kantor Pos. Hal tersebut ditujukan agar para pengunjung tidak bingung mencari museum yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua dan juga fasilitas lain seperti toilet, tempat parkir, hingga restoran.

Untuk pemasangan, digunakan teknik *Ground Mounted* (ditanam dalam lantai / tanah) untuk semua *directional sign*. *Directional sign* juga menggunakan material besi untuk tiang penopang dan plat besi Galvanil yang tahan lama dan dapat dengan mudah diubah bentuknya. Tulisan pada panel *sign* akan menggunakan *cutting* (Gambar 7).

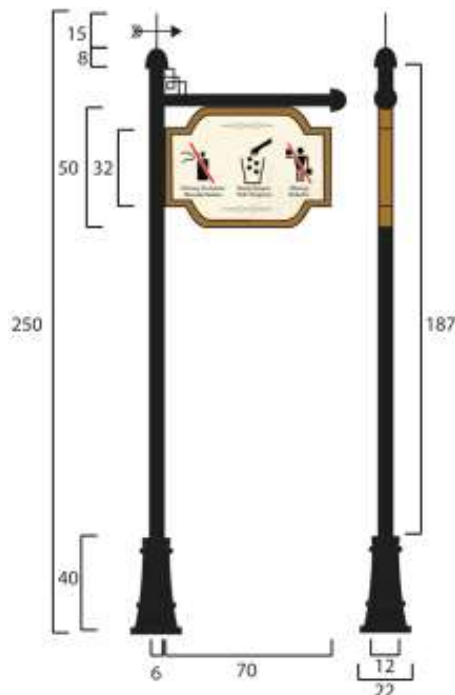


Gambar 7. Hasil perancangan *directional sign* Kota Tua
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.2.2 Regulatory Sign

Regulatory Sign berfungsi untuk memberikan informasi mengenai larangan apa saja yang tidak boleh dilakukan oleh para pengunjung, hingga pedagang yang ada di Kawasan Kota Tua. *Sign* ini ditempatkan di daerah yang biasa ramai pengunjung agar para pengunjung yang baru mengunjungi Kawasan Wisata Kota Tua dapat dengan mudah mengetahui peraturan yang ada di kawasan tersebut.

Regulatory sign ini memiliki satu jenis dan pada penerapannya menggunakan teknik *Ground Mounted*. Material yang digunakan untuk *sign* ini yaitu menggunakan besi untuk penopangnya dan plat besi galvanil dengan menempelkan cutting sticker pada bagian panel *sign* untuk menemberikan simbol dan tulisan yang dipakai (Gambar 8).

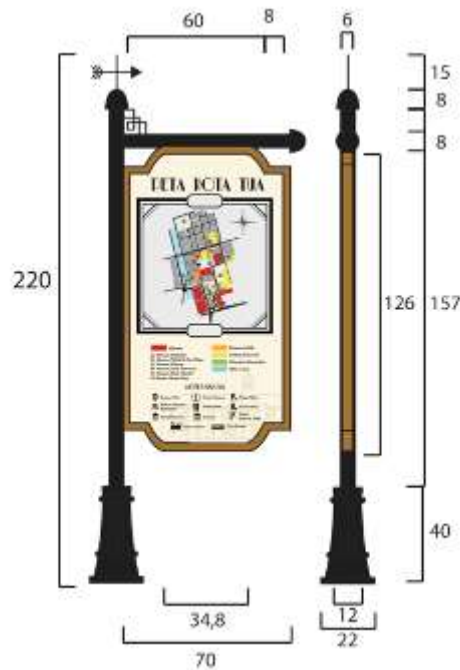


Gambar 8. Hasil perancangan *regulatory sign* Kota Tua
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.2.3 Orientation Sign

Orientation sign berfungsi sebagai navigasi tempat yang ada di Kota Tua dengan menampilkan denah Wisata Kota Tua serta tempat-tempat yang dapat dikunjungi dan informasi tentang tempat tersebut. *Orientation sign* dapat memudahkan pengunjung yang hendak menjelajahi Kawasan Wisata Kota Tua. *Sign* tersebut ditempatkan di tempat-tempat yang ramai seperti di Taman Fatahillah.

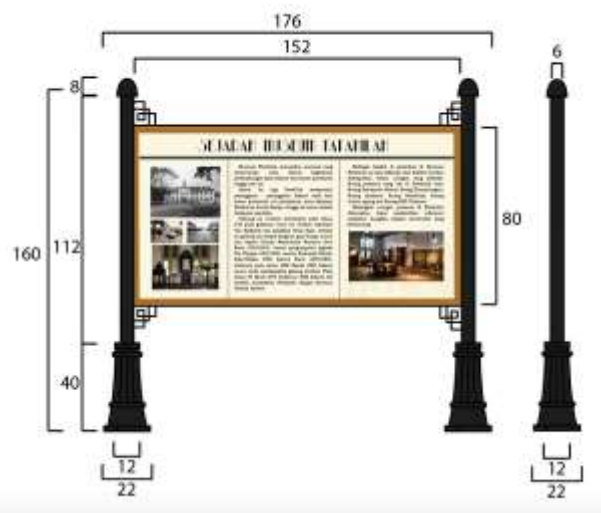
Orientation sign berbentuk potrait dengan teknik pemasangan *Ground Mounted*. Material yang digunakan untuk *sign* yaitu besi sebagai penompang dan plat besi galvanil dengan menempelkan cutting sticker pada bagian panel *sign* untuk menemberikan simbol dan tulisan yang dipakai (Gambar 9).



Gambar 9. Hasil perancangan *orientation sign Kota Tua*
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.2.4 Interpretive Sign

Interpretive sign berfungsi untuk memberikan informasi mengenai sejarah gedung yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua seperti museum hingga bangunan bersejarah lainnya. *Sign* akan ditempatkan tepat di sekitar bangunan bersejarah yang ada di Kawasan Wisata Kota Tua. *Interpretive sign* ini berbentuk *landscape* dengan menggunakan teknik *Ground Mounted* serta berbahan dasar besi sebagai tiang penopang serta plat besi galvanil agar lebih tahan lama. Informasi, simbol, foto hingga tulisan yang ada di *Signboard* tersebut menggunakan teknik *Print on Material*.

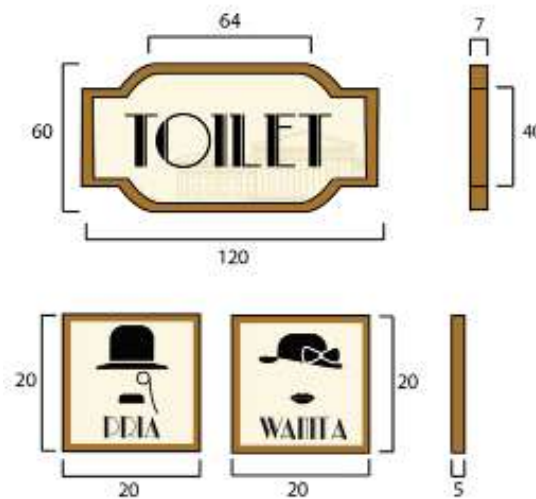


Gambar 10. Hasil perancangan *interpretive sign Kota Tua*
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

3.2.5 Identification Sign

Identification sign berfungsi untuk mengidentifikasi suatu tempat atau gedung agar pengunjung dapat mengenali tempat atau gedung tersebut. *Sign* ditempatkan tepat pada lokasi yang dimaksud seperti toilet hingga mushola umum yang ada di sekitar Kawasan Wisata Kota Tua Zona 2 Jakarta.

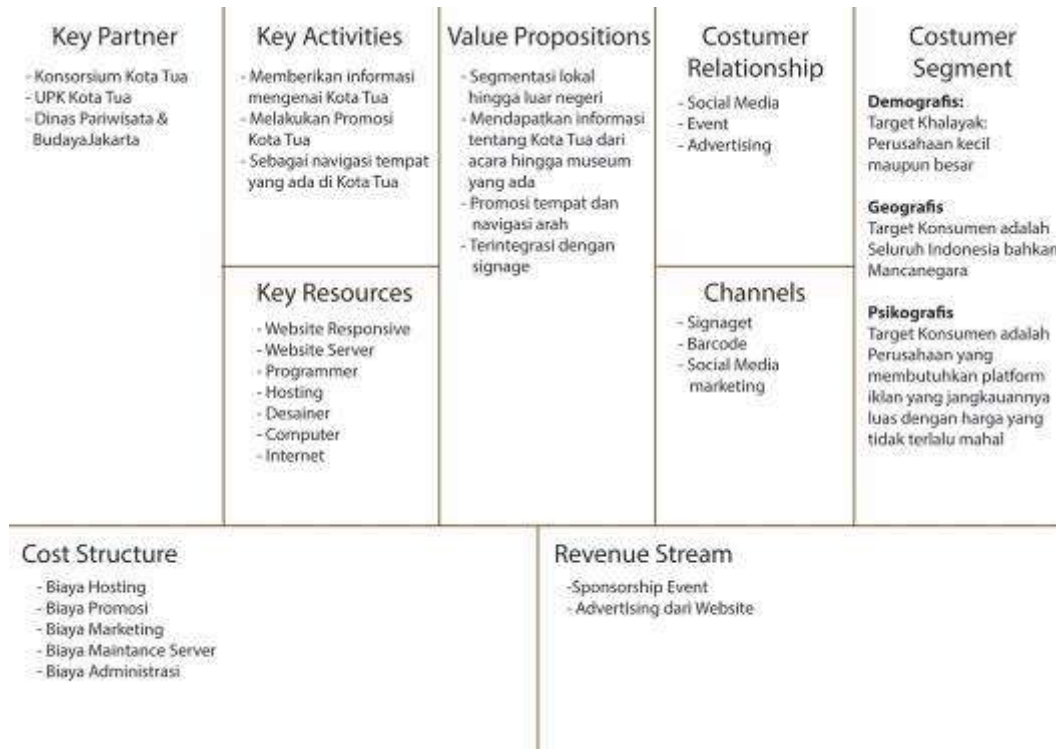
Identification sign dalam perancangan ini berbentuk *landscape* dengan menggunakan teknik *Wall Mounted* (ditempel pada dinding atau bidang vertikal). Panel *sign* berbahan dasar plat besi Galvanil agar lebih tahan lama serta menggunakan *cutting sticker* untuk memberikan informasi simbol hingga tulisan pada panel tersebut.



Gambar 11. Hasil perancangan *identification sign* Kota Tua
[Sumber: Rizquillah dan Swasty, 2018]

3.3 Desain Website

Sign system yang dirancang terintegrasi melalui website dengan cara memindai QR Code pada *sign* yang ada. Dalam website terdapat navigasi tempat, rute menuju tempat yang ingin dituju dengan memindai QR Code tujuan. Informasi mengenai bangunan-bangunan bersejarah yang ada di Kawasan Kota Tua bisa dipindai melalui *interpretive sign* yang ada di Kawasan Wisata. Website dipilih karena *platform* ini dapat diakses semua orang dengan menggunakan penjelajah internet tanpa perlu mengunduh *software* atau aplikasi apapun. Gambar 12 merupakan *Business Model Canvas* dari pengelolaan website resmi Kawasan Wisata Kota Tua Jakarta.



Gambar 12. Business Model Canvas pengelolaan website resmi Kota Tua Jakarta [Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

Studi penelitian sebelumnya (Evi dan Malabay, 2009) menyatakan bahwa kemampuan menginformasikan tentang lokasi pengunjung sekarang serta lokasi-lokasi yang bisa mereka kunjungi dari lokasi sekarang merupakan ciri struktur navigasi website yang baik. Dalam merancang website, peran grafis diperlukan dalam hal 1) penyertaan gambar, 2) ukuran dan resolusi gambar yang tepat, 3) konten multimedia, 4) warna yang tepat, font, dan ukuran teks, 5) penggunaan logo dan ikon, 6) tata letak visual yang menarik, 7) skema warna, dan 8) penggunaan ruang putih (white space) yang efektif (Garett dkk, 2016). Kemudahan navigasi dalam menemukan yang dicari pengunjung merupakan faktor terpenting dalam merancang sebuah website. Akan tetapi, penggunaan komposisi warna yang menarik pada website pun tak dapat diabaikan (Swasty & Utama, 2017). Dalam studi ini, perancangan website dibuat sebagai bagian terintegrasi dari *sign system* dengan tampilan visual yang satu konsep dengan signage, yaitu bergaya neoklasik. Warna yang digunakan dalam perancangan website juga menggunakan warna-warna yang dapat memberikan kesan antik seperti coklat, abu-abu, hitam dan putih.

Website ini terintegrasi dengan beberapa *signage* yang dirancang menggunakan pindai QR Code. Dalam tampilannya, website ini berupa *Parallax* atau satu halaman utama yang berisikan konten-konten utama seperti *Home, Things to Do, Blog, About Us, dan Contact*. Selain itu, ada juga halaman navigasi yang dibuat terpisah dengan halaman utama sehingga memudahkan pengunjung untuk membaca website. Gambar 13 merupakan tampilan website yang dirancang menggunakan tema responsif sehingga dapat dibuka dari media manapun mulai dari laptop hingga gawai (tablet dan ponsel pintar).



Gambar 13. Hasil rancangan website resmi Kota Tua Jakarta
[Sumber: Rizqullah dan Swasty, 2018]

4. KESIMPULAN

Desain *sign system* yang menarik dan tersistem tentunya dapat membantu pengunjung dalam menemukan lokasi dan mengingat kesan yang diberikan tempat tersebut. Dalam merancang sebuah *sign system*, dibutuhkan riset tempat yang akan digunakan untuk meletakkan *sign*, target sasaran, serta kebiasaan target sasaran saat berkunjung ke tempat tersebut. Dengan demikian, dapat diketahui jarak pandang, alur/*flow* pengunjung, tempat-tempat yang membutuhkan *sign*, material yang digunakan serta spesifikasi tinggi rendahnya *signage*. Selain itu, perancangan sebuah *sign system* harus dapat memecahkan masalah navigasi pada suatu tempat dengan efektif, informatif, namun tetap menarik.

Sebuah *signage dan wayfinding* harus mempunyai tipografi dan piktogram yang mudah dibaca dan dimengerti oleh semua pengunjung. Selain itu juga harus memiliki warna yang kontras antara *background* dan tulisan / piktogram agar mudah dibaca oleh pengunjung yang melihat. Pemilihan material juga harus diperhatikan agar dapat lebih optimal dan dapat menekan budget yang ada.

Teknologi yang ada saat ini membuat informasi apapun dapat diakses secara cepat dan mudah, salah satunya melalui website. Website merupakan *platform* yang paling banyak dipakai untuk mencari informasi mengenai segala sesuatu, dalam hal ini Kawasan Wisata Kota Tua Jakarta. Makalah ini telah membahas mengenai perancangan *sign system* Kota Tua Jakarta yang efektif, informatif dan terintegrasi dengan website resmi untuk membantu memecahkan permasalahan navigasi serta informasi dan kisah sejarah yang perlu diketahui pengunjung. Hal ini sejalan dengan studi terdahulu bahwa *signage*, seiring kemajuan zaman, menjadi kebutuhan luas dan tidak hanya mengidentifikasi beberapa area (Situmorang dan Swasty, 2016) namun juga sebagai media informasi.

Tulisan ini hanya membahas perancangan *sign system* yang terintegrasi dengan website. Untuk penelitian lanjutan, dapat diteliti *usability* website menggunakan metode

pelacakan mata (*eye-tracking*). Selain itu, platform lain seperti aplikasi Android pada ponsel pintar yang terintegrasi dengan *sign system* menarik untuk dirancang.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis menghaturkan ungkapan terimakasih kepada Angga Pradika - *Head Designer* Nusae Studio dan Agus Haryanto - Ketua Satuan Pelaksana Perancangan & Penataan Kota Tua Jakarta Utara sebagai narasumber, serta seluruh responden kuesioner yang telah berpartisipasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Calori, Chris. 2007. *Signage and Wayfinding Design*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Evi, T. dan Malabay, 2009. Analisis Pengembangan Aplikasi Web untuk Profil Perusahaan. Seminar Nasional Informatika 2009 (semnasIF 2009), pp E122-E127.
- Garett, R., Chiu, J., Zhang, L., & Young, S.D. 2016. A Literature Review: Website Design and User Engagement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(3), 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4974011/> [Diakses pada 25 Juli 2018]
- Pradika, Angga. 2018. Wawancara untuk keperluan studi. Bandung
- Pratama, F.D., dan Swasty, W. 2018. Logo dan Signage sebagai Identitas Visual (Studi Kasus: Stadion Gelora Bandung Lautan Api). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* 4 (02), 119-129
- Prima, R.A., dan Swasty, W. 2018. *Sign system* in Sport and Leisure Facility: A Study Case of Bandung Giri Gahana Golf & Resort. *Jurnal VCD* 2 (1), 10-20
- Rushar, N.A.P., dan Swasty, W. 2016. Local Identity Intervention in Signage Design: A Case of Sri Baduga Museum. *Humaniora* 7 (4), 493-504
- Situmorang, R.S., & Swasty, W. 2017. Signage and *Wayfinding* Design of DR. H. Kumpulan Pane Regional General Hospital in Tebing Tinggi North Sumatera. *Jurnal VCD* 1 (1), 52-69.
- Swasty, W., Utama, J. 2017. WARNA SEBAGAI IDENTITAS MEREK PADA WEBSITE. *Andharupa* 3 (01), 1-16.
- Wijayanti, N., Prabawa, B., dan Swasty, W. 2015. Towilfiets Website Design As Promotional Media. *eProceedings of Art & Design* 2 (1).
- Yuhefizar. 2008. *10 jam menguasai internet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.