



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jakarta merupakan kota megapolitan yang memiliki beragam pusat perbelanjaan, dan tersebar di berbagai lokasi. Seiring berjalannya waktu, muncul konsep pusat perbelanjaan baru yang disebut pusat gaya hidup. Pusat perbelanjaan dengan konsep gaya hidup merupakan tempat multi tujuan untuk kebutuhan hiburan, yang di dalamnya terdapat pasar swalayan, restoran dan bioskop, disertai dengan suasana desainnya yang cocok untuk jalan-jalan di areanya (International Council of Shopping Centers (ICSC)).

Pusat hiburan gaya hidup juga terkait dengan keberadaan tempat yang cukup luas, yang memang harus direncanakan dengan matang termasuk aksesibilitas manusia dan kenyamanannya. Salah satu yang mendukung aksesibilitas manusia adalah *sign system*. Menurut Calori (2015, hlm. 2), manusia sudah mulai membuat tanda atau petunjuk pada lingkungan sekitarnya untuk mengkomunikasikan sebuah informasi secara visual. Selama 40 tahun terakhir, konsep tersebut telah berkembang dan disebut dengan Desain Grafis Lingkungan atau *Environmental Graphic Design (EGD)*. Desain Grafis Lingkungan muncul untuk membantu kebutuhan masyarakat untuk memahami informasi di dalam kota yang berkembang serta tingkat mobilitasnya terus bertumbuh.

Bella Terra Lifestyle Center adalah salah satu pusat hiburan dengan mengedepankan konsep gaya hidup yang berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta

Utara. Seperti konsep gaya hidup pada umumnya, Bella Terra Lifestyle Center juga mengusung konsep *semi-indoor* dan memiliki akses luar ruangan untuk menuju ke bagian lain dari gedungnya. Selain area hiburan, Bella Terra Lifestyle Center juga memiliki area kantor dan akses yang menghubungkan dengan Swiss Belhotel. Aksesibilitas pada lingkungan Bella Terra Lifestyle Center masih menimbulkan ketidaknyamanan, meskipun telah memiliki *signage*. Salah satu yang menimbulkan ketidaknyamanan tersebut adalah tidak adanya pembeda antar zona hiburan dan perkantoran serta pembeda antara gedung yang satu dengan yang lainnya.

Kondisi *signage* yang terletak di pinggir jalan untuk menunjukkan pintu masuk parkir terlihat kurang baik. Warnanya sudah mulai memudar dan sulit terlihat dari jarak jauh meskipun di siang hari. Hal ini dapat menyebabkan calon pengunjung melewati bagian pintu masuk parkir dan harus menempuh jalan memutar yang cukup jauh. Selain itu melalui wawancara pada beberapa pengunjung Bella Terra Lifestyle Center, terungkap sulitnya menavigasi area di dalam lingkungan Bella Terra Lifestyle Center sehingga untuk mencapai tujuan di area tersebut harus bertanya kepada petugas. *Signage* dalam wilayah Bella Terra Lifestyle Center dianggap membingungkan karena terdapat informasi yang tidak diperbarui serta nama-nama fasilitas yang tidak terinformasikan dengan baik. Hal ini dapat membuat pengunjung, khususnya yang baru pertama kali datang, kurang merasa nyaman saat berkunjung.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk membuat Tugas Akhir berupa perancangan *sign system* untuk Bella Terra Lifestyle Center yang

berlokasi di Kelapa Gading, Jakarta Utara untuk mempermudah pengunjung dalam mengakses Bella Terra Lifestyle Center.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, penulis dapat merumuskan masalah, bagaimana perancangan kebutuhan informasi berupa petunjuk arah dan informasi melalui *sign system* di area Bella Terra Lifestyle Center?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka perancangan ini dibatasi dengan:

1.3.1. Target Audience

Target *audience* untuk perancangan ini meliputi sebagai berikut:

Target primer: orang dewasa usia 25-40 tahun.

Target sekunder: remaja usia 15-24 tahun.

Gender: Pria dan wanita

Status ekonomi: Menengah dan menengah ke atas (SES A dan B).

Domisili: Jakarta

1.3.2. Jenis Signage

Jenis signage yang akan dibuat pada perancangan ini meliputi:

1.3.2.1. Identification Signage

Pemberi informasi identitas dari suatu lokasi atau fasilitas yang ada di Bella Terra Lifestyle Center. Biasanya berbentuk visual dan simbol.

1.3.2.2. Directional Signage

Pemberi informasi berupa petunjuk arah yang biasanya berbentuk simbol arah.

1.3.2.3. Regulatory Signage

Penyampaian informasi terkait dengan ketentuan dan larangan selama berada di area tertentu.

1.3.2.4. Orientation Signage

Berfungsi untuk memperlihatkan suatu wilayah secara menyeluruh.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan Tugas Akhir adalah merancang kebutuhan informasi berupa petunjuk arah dan informasi melalui *sign system* di area Bella Terra Lifestyle Center.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Berikut adalah manfaat dari Tugas Akhir yang dibuat penulis:

1.5.1. Manfaat Bagi Penulis

Karya ini menjadi media bagi penulis untuk menuangkan ilmu-ilmu yang telah didapat selama belajar di universitas serta menggali ilmu-ilmu lainnya secara lebih mendalam terkait dengan perancangan *sign system* yang belum pernah diajarkan sebelumnya.

1.5.2. Manfaat Bagi Masyarakat

Karya ini diharapkan dapat mengurangi jumlah keluhan yang diterima mengenai sulitnya aksesibilitas Bella Terra Lifestyle Center sehingga masyarakat tidak perlu

lagi bertanya kepada petugas dan dapat merasa aman dan nyaman saat berkunjung ke Bella Terra Lifestyle Center.

1.5.3. Manfaat Bagi Universitas

Karya ini dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara, khususnya bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual.