

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam perancangan ini, penulis melakukan metode pengambilan data secara *hybrid*. Untuk metode kualitatif dilakukan observasi, wawancara, dan studi alur, sedangkan metode kuantitatif pengambilan data yang dilakukan berupa keusioner.

3.1.1 Metode Kualitatif

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Albert Marvindo selaku *Head of Corporate Communication* dan *Visual Merchandiser Division Head*, untuk mendapat data mengenai sign system yang berada di area Pasar Moi. Penulis juga melakukan wawancara dengan pengunjung Pasar Moi, untuk mengetahui pendapat narasumber mengenai *signage system* yang ada di Pasar Moi.

1) Wawancara dengan Albert Marvindo selaku Head of Corporate Communication

Penulis melakukan wawancara pada 22 Februari 2024 dengan Albert Marvindo, selaku *Head of Corporate Communication dan Visual Merchandise Head ASRI*. Menurut Pak Albert, penggunaan signage di Pasar Moi ini masih belum efektif. Ia mengatakan bahwa *signage* yang terdapat di Pasar Moi sama sekali tidak menjawab kebutuhan dari customer. Ketika customer mengunjungi pasar MOI, mereka ingin tahu langsung tujuan yang ingin mereka datang dengan contoh, ketika customer ingin makan, customer tidak lagi harus mencari-cari melainkan sudah tahu apa yang diinginkan customer melalui informasi yang diberikan oleh signage. Albert juga berpendapat bahwa fasilitas yang disediakan oleh Pasar Moi juga sudah lengkap seperti toilet,

wastafel, cutlery station tetapi dikarenakan kurangnya informasi menyebabkan pengunjung menjadi tidak nyaman. Pasar Moi juga sudah menerima keluhan seputar aksesibilitas yang menyulitkan customer, dikarenakan pasar moi yang luasannya cukup besar tetapi dengan jumlah signage yang tidak mencukupi membuat pengunjung memiliki permasalahan dengan petunjuk arah karena kurangnya informasi tentang arah yang menjadi tujuan customer.



Gambar 3.1 Salah Satu Akses Menuju Pasar Moi yang Tidak Memiliki *Sign System*

Menurut Albert Marvindo, yang menjadi daya tarik dari Pasar Moi adalah pasar yang bersih, wangi bukan hanya sekedar makanan saja yang dijual, tetapi juga berbagai kebutuhan juga tersedia, bahkan pasar moi juga berkerja sama dengan banyak umkm makanan/jajanan maupun pakaian dan Pasar Moi juga buka dari jam 7 pagi sama seperti dengan pasar pada umumnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

All Recordings



Gambar 3.2 Bukti wawancara bersama pak albert

2) Wawancara dengan Michael selaku pengunjung Pasar Moi

Wawancara dilakukan dengan Michael seorang karyawan asal Jakarta. Wawancara dengan pengunjung Pasar Moi dilakukan agar dapat mendapatkan informasi perspektif pengunjung terhadap signage dan fasilitas, sekaligus kendala yang dihadapi pengunjung di Pasar Moi.



Gambar 3.3 Wawancara bersama Bapak Michael

Dari hasil wawancara, pengunjung sudah beberapa kali mengunjungi Pasar Moi untuk makan dan belanja kebutuhan sehari-hari. Michael berpendapat saat dia pertama kali mengunjungi Pasar Moi, ia beberapa kali kesulitan untuk mencari fasilitas yang ditawarkan oleh Pasar Moi. Michael juga berpendapat bahwa, ia juga kesulitan untuk memilih

jajanan/makanan yang dikarenakan kurangnya petunjuk arah yang disediakan oleh Pasar Moi. Tulisan pada *directory sign* yang terlalu kecil dan tidak jelas menyebabkan Michael kesusahan untuk menentukan arah tujuannya. Michael juga setuju bahwa signage di Pasar Moi perlu ditingkatkan lagi.

3.1.1.2 Pasar Moi

Pasar moi adalah sebuah *foodcourt* yang berkonsepkan pasar. Pasar moi memiliki luasan sebesar 4000 meter persegi yang setara dengan setengah lapangan sepak bola. Pasar moi membutuhkan konsep *signage* yang berbeda dengan Mall of Indonesia, dikarenakan Pasar Moi menawarkan konsep yang berbeda dengan Mall of Indonesia, memiliki desain *signage* yang berbeda juga dapat membuat suatu ciri khas dan dapat membedakannya dari area yang ada di Mall of Indonesia.

3.1.1.3 Observasi

Observasi penulis lakukan secara langsung mendatangi ke lokasi untuk mempelajari masalah-masalah yang terdapat pada *signage* area Pasar moi. Observasi dilakukan pada tanggal 20-21 Februari 2024. Dari observasi yang dilakukan, Penulis menemukan bahwa *signage* di Pasar Moi memiliki masalah seperti *signage* yang terbatas atau tidak tersebar di area pasar moi, penempatan yang kurang ideal, bentuk *sign system* yang tidak seragam, dan kurangnya visibilitas pada *sign system* yang ada.

1. Observasi Area

Berikut beberapa hasil observasi area dari Pasar Moi. Penulis menuju ke pintu masuk yang paling pertama penulis lewati yaitu lobby basement 1. Terdapat satpam yang menjaga tetapi area Pasar Moi terlihat tidak ada pengunjung sama sekali.



Gambar 3.4 Lobby Basement Pertama

Berikut merupakan Blok A di Pasar Moi adalah area yang mulai beroperasi sejak pukul 7 pagi, menghadirkan beragam tenant makanan. Di sini, pengunjung dapat menemukan berbagai pilihan kuliner mulai dari sarapan pagi hingga makan malam.



Gambar 3.5 Blok A

U
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Berikut merupakan titik tengah Pasar Moi atau yang disebut juga sebagai atrium. Pada titik ini terdapat eskalator yang terhubung langsung dengan Mall of Indonesia. Pada area ini terdapat tenant UMKM yang berjualan pakaian hingga kebutuhan sehari-hari dari pengunjung area Pasar Moi.



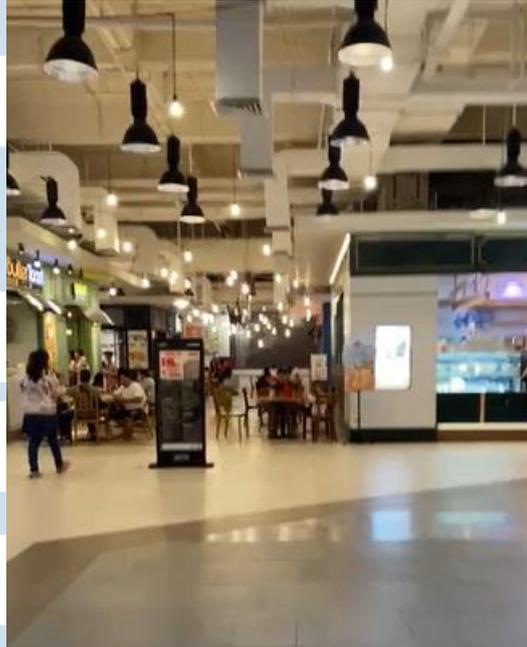
Gambar 3.6 Titik Tengah Pasar Moi

Berikut merupakan Tenant yang berjualan jajanan yang dinamakan Jajanan Alley. Jajanan Alley merupakan kerja sama antara Pasar Moi dan KAYA.ID, Jajanan Alley menghadirkan beragam jenis jajanan indonesia hingga internasional.



Gambar 3.7 Jajanan Alley

Selanjutnya merupakan Blok B dan Blok C, penulis melihat beberapa pengunjung pasar moi yang sedang menikmati makanan dan minuman yang tersedia di Blok B dan C.



Gambar 3.8 Blok B dan Blok C

Selanjutnya merupakan Toilet, penulis sempat kesulitan untuk mencari fasilitas toilet yang terdapat diarea Pasar Moi, kemudian penulis mencoba untuk bertanya kepada satpam dan diarahkan ke ujung dari area Pasar Moi yang terdapat fasilitas toilet.



Gambar 3.10 Toilet

2. Observasi Signage

Berdasarkan observasi sign system yang ada di Pasar Moi, penulis menemukan beberapa permasalahan yang terdapat pada sign system yang sudah ada di Pasar Moi. Terdapat Information sign yang memiliki visibilitas yang kurang terlihat, dengan memiliki ukuran yang kecil dan juga signage terhalang dengan lampu ketika dilihat dari arah datang pengunjung Pasar Moi.



Gambar 3.11 Signage Terhalang Lampu Hias Jika Dilihat dari Arah Datang Pengunjung

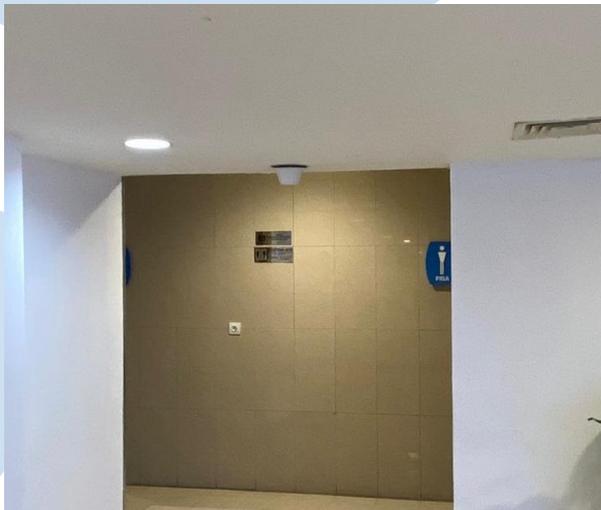
Terdapat juga permasalahan dimana sign system yang tidak tersebar diseluruh area Pasar Moi, hal ini menyebabkan penulis mempunyai permasalahan untuk mencari arah diarea Pasar Moi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.12 Signage System Tidak Tersebar di Seluruh Area Pasar Moi

Penempatan ikon toilet yang tidak ideal, membuat signage susah untuk terlihat oleh pengunjung Pasar Moi. Dan juga pemilihan warna dari signage yang tidak sesuai dengan identitas dari warna Moi itu sendiri.



Gambar 3.13 Penempatan Identification Sign dan Warna yang Tidak Sesuai Dengan Identitas Pasar Moi

Pasar moi memiliki orientation sign dan information sign tetapi menggunakan font yang setengah transparant membuat signage memiliki visibilitas yang rendah.



Gambar 3.14 Orientation sign dan Information sign Pasar Moi

Jajanan alley dilengkapi dengan information sign yang dapat membantu pengunjung untuk mengetahui tenant-tenant yang tersedia di area jajanan alley, tetapi desain dari signage tidak senada dengan identitas desain Mall of Indonesia.



Gambar 3.15 Information sign Jajanan Alley

Directional sign yang menunjukkan dimana wastafel berada memiliki desain signage yang tidak senada dengan desain identitas brand moi, signage ini berbeda dengan desain signage yang ada di area pasar moi.



Gambar 3.16 Directional sign Jajanan Alley

3.1.1.4 Studi Alur

Penulis telah melakukan studi alur untuk menemukan jalur arah masuk Pasar Moi yang sering diakses atau dilalui oleh pengunjung Pasar Moi. Pasar Moi berada pada lantai LG. Di lantai LG pengunjung dapat mengakses *lobby* masuk yang terdapat pada Pasar Moi. Penulis memposisikan diri selaku pengunjung yang beraktivitas disekitar area pasar moi.

1. Akses Masuk

Terdapat 7 akses untuk masuk ke dalam Pasar Moi, yaitu *lobby* 1 (poin 1) sampai dengan *lobby* 5 (poin 5) dan di setiap *lobby* sudah ada eskalator yang terhubung langsung dengan Mall of Indonesia. Pengunjung dapat mengakses pintu masuk dari tempat parkir melalui pintu masuk yang ada di *lobby* 1 (poin 1), *lobby* 3 (poin 3), *lobby* 4 (poin 4), dan *lobby* 5 (poin 5). Akses masuk pengunjung yang paling sering dilalui adalah *lobby* 1 (poin 1) dan *lobby* 3 (poin 3).



Gambar 3.17 Akses Masuk

Bagi Pengunjung yang datang dari Mall of Indonesia bisa mengakses eskalator yang ada pada tiap *lobby*, tetapi akses yang paling sering dilalui adalah *lobby 2* (poin2) disamping Ace Hardware. Hanya sedikit yang menggunakan eskalator yang terdapat pada poin 5 dikarenakan lebih banyak yang menggunakan eskalator poin 2.

1. Skenario Alur Masuk 1

Skenario pertama adalah penulis sebagai pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi pasar moi. Berikut merupakan gambar yang memperjelas jalur yang digunakan penulis.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.18 Skenario Alur Masuk 1

a. Penulis memarkirkan kendaraannya dibasement *lobby* pertama, sehingga *lobby basement* 1 adalah *lobby* terdekat untuk memasuki area dari Pasar Moi.



Gambar 3.19 Titik A

- b. Saat memasuki *lobby basement* 1, penulis menanyakan arah toilet terdekat dari *lobby basement* 1. Kemudian satpam mengarahkan penulis menuju toilet yang berada di sebelah kiri.



Gambar 3.20 Titik B

- c. Kemudian terdapat *identification sign* yang menunjukkan bahwa pengunjung telah memasuki area dari pasar moi. *Identification sign* berjenis *suspended* dan bertulisan Pasar Moi.



Gambar 3.21 Titik C

- d. Penulis telah sampai di persimpangan dan tidak ditemukannya adanya petunjuk sehingga menyulitkan pengunjung untuk mengetahui arah tujuan dari pengunjung.



Gambar 3.22 Titik D

- e. Penulis telah mencapai titik tengah dari pasar moi, dan tidak terdapat informasi atau pun petunjuk arah mengenai fasilitas dan tenant apa saja yang ada di area pasar moi.



Gambar 3.23 Titik E

- f. Kemudian pengunjung sampai didepan jajanan alley, terdapat identification sign dan information sign di titik f. Penulis memutuskan untuk tetap menuju ke arah blok a.



Gambar 3.24 Titik F

g. Penulis telah sampai di area blok a, tetapi tidak terdapat direction sign yang dapat membuat pengunjung kesulitan untuk mengetahui arah tujuan dari pengunjung, seperti toilet, eskalator, lift, dan lain-lain.



Gambar 3.25 Titik G

h. Penulis kembali ditemukan dengan persimpangan yang terletak didepan area toilet. Tetapi tidak ada petunjuk arah yang

menunjukkan arah sehingga menyulitkan penulis jika ingin kembali ke lobby awal dan arah masuk toilet.



Gambar 3.26 Titik H

i. Saat ini, terdapat sebuah persimpangan di mana tidak ada tanda arah yang menunjukkan tujuan dari setiap jalur yang tersedia.



Gambar 3.27 Titik I

j. Saat ini, penulis kembali di hadapkan dengan persimpangan yang tidak memiliki directional sign, hal ini membuat pengunjung kesulitan untuk kembali ke lobby awal penulis masuk.



Gambar 3.28 Titik J

2. Skenario Alur Masuk 2

Skenario kedua adalah penulis sebagai pengunjung mall of indonesia yang mencari makanan diarea Pasar Moi. Berikut merupakan gambar yang memperjelas jalur yang digunakan penulis.



Gambar 3.29 Skenario Alur Masuk 2

- a. Penulis turun ke area pasar moi melalui eskalator yang tersedia di area tengah pasar moi. Kemudian penulis menuju ke titik b untuk melihat *directory sign*.



Gambar 3.30 Skenario 2 Titik A

- b. Terdapat *directory sign* pada titik b, tetapi *directory sign* memiliki ukuran yang pendek dan jenis font yang kecil sehingga penulis kesulitan untuk mencari tenant-tenant yang tersedia di area pasar moi.



Gambar 3.31 Skenario 2 Titik B

c. Kemudian penulis kesulitan untuk memulai mencari makanan yang diinginkan penulis, hal ini dikarenakan tidak adanya *directional sign* yang tersedia di titik c. Akhirnya penulis memutuskan untuk menyusuri koridor.



Gambar 3.32 Skenario 2 Titik C

d. Pada titik ini penulis mencapai persimpangan koridor jajanan alley, dikarenakan tidak adanya *directional sign* penulis kesulitan untuk mencari toilet. Penulis bertanya kepada petugas yang berjaga untuk mengetahui dimana toilet dan penulis dibantu diarahkan ke toilet.



Gambar 3.33 Skenario 2 Titik D

e. Kemudian penulis sampai di persimpangan area toilet, tetapi tidak ada *direction sign*, yang menunjukkan arah sehingga menyulitkan penulis menuju arah masuk toilet.



Gambar 3.34 Skenario 2 Titik E

f. Penulis menyusuri koridor yang ada di blok a untuk mencari makanan yang diinginkan penulis.



Gambar 3.35 Skenario 2 Titik F

g. penulis tiba di area jajanan alley, terdapat *identification sign* dan *information sign* yang memberitaukan tenant apa saja yang ada di jajanan alley.



Gambar 3.36 Skenario 2 Titik G

3. *Key Decision Point*

Key decision point dilakukan untuk menentukan letak peletakan signage agar berfungsi dengan sebagai mestinya. Terdapat 7 akses masuk yang dapat pengunjung lewati untuk menuju ke area Pasar Moi. *Key decision* dilakukan untuk menentukan lokasi pemasangan signage system. Berikut skenario yang telah dibuat oleh penulis, yaitu:

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.37 Key Decision Point (Moi Strategic Report)

1. Key decision point 1, merupakan lobby basement pertama yang sering dilalui oleh pengunjung, khususnya pengunjung yang memarkirkan mobilnya dibasement pertama. Pengunjung menentukan arah yang hendak pengunjung tuju, yaitu Toilet, Blok E, Eskalator menuju MOI, dan Lift.
2. Key decision point 2, titik ini akan mengarahkan pengunjung yang masuk dari lobby pertama untuk menuju ke area Blok E.
3. Key decision point 3, titik ini merupakan titik bagi pengunjung untuk memilih ke arah Blok B, Blok C, Grand Lucky, Eskalator, Blok A.
4. Key decision point 4, merupakan eskalator dari Mall of Indonesia menuju ke Pasar Moi, sign system merupakan

orientation sign yang diletakan di tengah Pasar Moi dan sering dilalui oleh pengunjung. Hal ini diketahui dari studi alur, setelah pengunjung turun dari moi menuju pasar moi ataupun pengunjung yang dari basement akan berkumpul dititik 2, sehingga tempat yang strategis untuk meletakan orientation sign.

5. *Key decision point 5*, merupakan titik keputusan pengunjung untuk kearah lobby basement kedua atau belok ke arah Blok A, Toilet, Eskalator, Wastafel, dan Lift.
6. *Key decision point 6*, merupakan lobby basement kedua dan juga terdapat eskalator yang dapat pengunjung lalui dari Mall of Indonesia menuju ke Pasar Moi. Pengunjung di akan tetap memutuskan arah yang akan dituju, yaitu Toilet, Blok A, Ace Hardware, Jaya Suprana
7. *Key decision point 7*, merupakan titik keputusan pengunjung untuk kearah eskalator turun kebasement, toilet, atau belok ke kanan untuk menuju Blok F, Jajanan Alley, Blok B, dan Blok C
8. *Key decision point 8*, merupakan sudut dan titik bagi pengunjung untuk menentukan ingin menuju ke toilet dan eskalator basement.
9. *Key decision point 9*, merupakan titik keputusan pengunjung untuk tetap menyusuri koridor atau menuju kearah Blok b, Eskalator tengah, dan Blok E.
10. *Key decision point 10*, merupakan titik keputusan pengunjung untuk menuju Center Management Office, Eskalator Lobby 7, Lobby 7.
11. *Key decision point 11*, merupakan lobby 7 dan juga terdapat eskalator yang dapat pengunjung lalui dari Mall of Indonesia menuju ke Pasar Moi.

12. *Key decision point 12*, merupakan titik keputusan pengunjung untuk menuju eskalator titik tengah dan menuju ke area Pasar Moi.

13. *Key decision point 13*, merupakan sudut dalam dan titik keputusan bagi pengunjung yang ingin menuju ke toilet dan eskalator menuju Mall of Indonesia.

3.1.1.5 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting sebagai acuan perancangan tugas akhir. Penulis melakukan studi eksisting pada *The Food Temptation SMS* dan *Food Carnival*. Menurut teori dari Calori & Eynde, Grand Indonesia dan Ikea sudah memiliki signage system yang lengkap dengan penempatannya yang baik. Hal ini dilakukan untuk mengamati keadaan sign system di lokasi tersebut.

1. The Food Temptation SMS

Penulis melakukan studi eksisting pada The Food Temptation yang berada pada Summarecon Mall Serpong. Terdapat *identification sign* yang berjenis *suspended pendant*. Menurut pendapat penulis, peletakkannya cukup jelas dan menandakan bahwa pengunjung sudah memasuki area The Food Temptation.



Gambar 3.38 *Identification Sign The Food Temptation*

Terdapat juga directional sign yang berjenis suspended pendant. Diletakan pada persimpangan untuk mengetahui arah menuju ke *The Food Temptation*.



Gambar 3.39 Directional Sign The Food Temptation

Regulatory sign berjenis *flat wall-mounted*. Menurut pengamatan penulis, penempatan *signage* cukup jelas ketika pengunjung ingin menaiki eskalator dan sangat membantu pengunjung untuk mengetahui tata tertib ketika menggunakan eskalator.



Gambar 3.40 Regulatory Sign The Food Temptation

2. *Food Carnival*

Penulis juga melakukan studi eksisting pada *food carnival* yang berada di aeon mall BSD. Food carnival menggunakan *identification sign* yang berjenis *freestanding monolith*. *Signage System* ini dapat membantu pengunjung untuk mengetahui atau mengidentifikasi dimana keberadaan *food carnival*. Material yang digunakan pada signage ini adalah campuran antara besi dan akrilik.



Gambar 3.41 *Identification Sign Food Carnival*

Terdapat juga *directional sign* yang berjenis *freestanding lolipop*. Sign system ini menggunakan material besi yang berkonsepkan tiang lampu. Material yang digunakan pada signage ini adalah besi.

U M I N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.42 Directional Sign Food Carnival

Food Carnival menggunakan *orientation sign* yang dikombinasikan dengan *information sign* berjenis *flat wall-mounted*, *signage* ini berisikan denah dari *food carnival* dan informasi tentang tenant makanan apa saja yang ada di *food carnival*, Sehingga dapat mempermudah pengunjung untuk mengetahui denah setiap lantai dan fasilitas apa saja yang ada dilantai tersebut. Material yang digunakan pada *signage* ini adalah campuran antara besi dan akrilik.



Gambar 3.43 Orientation Sign dan Information Food Carnival

3.1.1.6 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi, hasil dari studi referensi akan menjadi acuan referensi dalam perancangan tugas akhir. Penulis melakukan studi referensi pada Mall Grand Indonesia dan Ikea. Menurut teori dari Calori & Eynde Grand Indonesia dan Ikea sudah memiliki *signage system* yang lengkap dengan penempatannya yang baik. Penulis akan memposisikan diri sebagai pengunjung yang menggunakan *signage*.

1. Mall Grand Indonesia

Penulis melakukan studi referensi terhadap sign system Mall Grand Indonesia yang berada di daerah Jakarta pusat. Terdapat *orientation sign* yang dikombinasikan dengan *information sign*, *signage* ini terdapat di setiap eskalator dan lift di setiap lantai yang ada di Grand Indonesia. Sehingga dapat mempermudah pengunjung untuk mengetahui denah setiap lantai dan fasilitas apa saja yang ada di lantai tersebut. Material yang digunakan adalah akrilik yang digabungkan dengan besi.



Gambar 3.44 *Orientation Sign dan Information Sign* Grand Indonesia

Kemudian, terdapat *directional sign* yang berjenis *suspended. signage* ini berguna untuk membantu pengunjung untuk mengetahui arah tujuan pengunjung. *Signage* ini menggunakan elemen visual tanda panah. Material yang digunakan yaitu akrilik yang digabungkan dengan besi.



Gambar 3.45 *Directional Sign* Grand Indonesia

Terdapat *Identification sign* yang berjenis *suspended. signage* ini dapat membantu pengunjung untuk mengetahui nama *lobby* yang mereka tuju ataupun yang mereka berada. Material yang digunakan yaitu akrilik yang digabungkan dengan besi.



Gambar 3.46 *Identification Sign* Grand Indonesia

Selanjutnya, terdapat *regulatory sign* dan *identification sign* yang berjenis *flat wall-mounted*. *Signage* ini berisi larangan atau peraturan dalam menggunakan fasilitas eskalator. Warna yang digunakan dalam *signage* ini berbeda-beda sesuai dengan lantai bertujuan untuk agar pengunjung dapat dengan mudah untuk membedakan tiap lantainya. *Signage* ini menggunakan material *sticker* yang di tempelkan pada sisi eskalator.



Gambar 3.47 *Regulatory Sign* dan *Identification* Grand Indonesia

Keseluruhan desain dan material yang digunakan dalam tiap *signage* grand indonesia memiliki identitas visual yang sama. Warna yang digunakan adalah warna hitam, ungu dan putih. Warna font yang gunakan adalah warna putih agar dapat meningkatkan visibilitas. informasi yang ditampilkan *signage* juga menggunakan dua bahasa yaitu Indonesia dan inggris agar dapat memudahkan pengunjung yang berasal dari luar negeri.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2. Ikea

Penulis juga melakukan studi referensi pada Ikea yang berada di daerah alam sutera. Ikea menggunakan *direction sign* yang berjenis *suspended multiple-posted*. Signage ini berguna untuk membantu pengunjung untuk mengetahui arah untuk menuju ke showroom katalog furnitur yang dijual oleh Ikea. Material yang digunakan adalah bahan kayu dan besi sebagai pengait dengan langit-langit ruangan.



Gambar 3.48 *Direction Sign* Ikea

Selanjutnya juga terdapat *identification sign* yang berjenis *flat wall-mounted*. Signage ini bertujuan untuk memberi tanda pembeda antara toilet laki-laki dan perempuan. Material yang digunakan adalah bahan kayu.



Gambar 3.49 *Identification Sign* Ikea

Ikea menggunakan *orientation sign* yang berjenis *suspended multiple-posted*. *Signage* ini berada dilantai 1f awal dari showroom katalog dan dapat membantu pengunjung ikea yang baru datang untuk menemukan tempat tujuan yang mereka cari. Material yang digunakan adalah bahan kayu dan besi sebagai pengait dengan langit-langit ruangan.



Gambar 3.50 *Orientation Sign* Ikea

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Kemudian Ikea menggunakan *information sign* yang berkombinasi dengan *directional sign*. *Signage* ini berjenis *flat wall-mounted*. *Signage* ini memberitaukan arah jalan pintas untuk langsung menuju kerestoran menggunakan ikon dan memberikan informasi yang berada di area yang di arahkan. Material yang digunakan adalah bahan kayu.



Gambar 3.51 Direction Sign dan Information Sign Ikea

Terdapat juga *regulatory sign* yang memberitaukan larangan ketika menggunakan eskalator. *Signage* ini berjenis *flat wall-mounted*. Material yang digunakan adalah bahan stiker.



Gambar 3.52 Regulatory Sign Ikea

Keseluruhan desain dan material yang digunakan dalam tiap *signage* Ikea memiliki identitas visual yang sama. Warna yang digunakan adalah biru dan putih. Warna *font* yang digunakan adalah warna putih agar dapat meningkatkan visibilitas. Konten *signage* juga menggunakan dua bahasa yaitu Indonesia dan Inggris agar dapat memudahkan pengunjung yang berasal dari luar negeri.

3.1.2 Metode Kuantitatif

3.1.2.3 Kuesioner

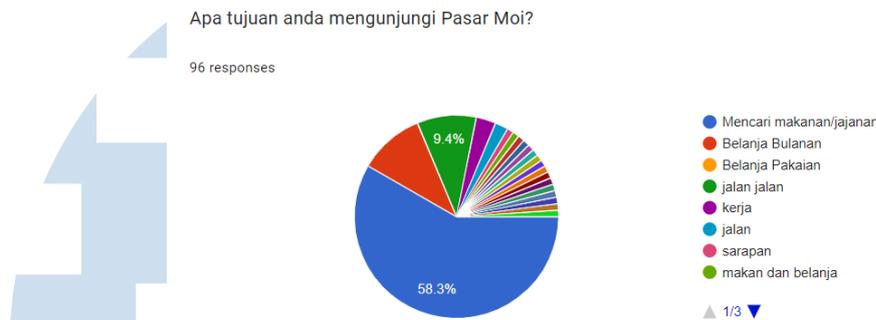
Penelitian dilakukan untuk mengetahui penyebab terbatasnya akses pengunjung Pasar Moi. Kuesioner disebar menggunakan perhitungan Slovin dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang sehingga totalnya mencapai 100 responden. Dari kuesioner yang disebar, ditemukan bahwa dari 100 responden, ada sebanyak 96 responden yang mengalami kesulitan dalam mencari arah di area Pasar Moi. 4 responden lainnya tidak mengalami kesulitan dalam mencari arah di area Pasar Moi.



Gambar 3.53 Jumlah Responden yang mengalami kesusahan dalam mencari arah atau tidak

Tujuan responden dalam mengunjungi Pasar Moi pun berbagai macam. Sebanyak 56 responden mengunjungi Pasar Moi untuk mencari makanan ataupun jajanan. Sebanyak 10 responden mengunjungi Pasar Moi untuk belanja bulanan. 9 responden

mengunjungi Pasar Moi untuk jalan-jalan dan 25 responden lainnya mengunjungi Pasar Moi dengan alasan yang berbeda-beda.



Gambar 3.54 Tujuan Mengunjungi Pasar Moi

Dari 100 responden, Sebanyak 60 orang responden kesulitan untuk menemukan lokasi karena informasi petunjuk tidak lengkap. Sebanyak 22 responden yang memilih informasi petunjuk arah memiliki visibilitas yang rendah. 14 responden milih tidak tersedianya peta atau denah dan 4 responden lainnya tidak merasakan kesulitan untuk menemukan lokasi.



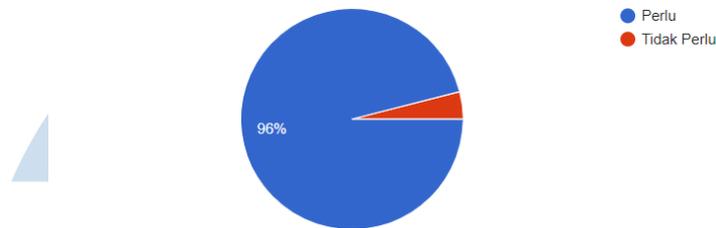
Gambar 3.55 Kesulitan menemukan lokasi

Sehingga dari permasalahan diatas, dari 100 responden terdapat sebanyak 96 orang responden menganjurkan untuk dilakukannya perubahan papan informasi dan sebanyak 4 orang tidak menganjurkan untuk melakukan perubahan papan informasi.

Menurut anda apakah papan informasi (signage) di Pasar Moi perlu diubah atau ditambahkan?

 Copy

100 responses



Gambar 3.56 Preferensi responden tentang perlu diubahnya signage

3.2 Metodologi Perancangan

metode perancangan yang digunakan oleh penulis terdiri dari 3 tahapan, yaitu *predesign*, *design*, dan *post design* (Calori & Eynden, 2015, hlm. 26-27)

1) *Predesign*

Tahap pertama dalam melakukan perancangan adalah melakukan pengumpulan secara meluruh. Data yang dikumpulkan digunakan untuk menentukan ukuran dan denah bangunan. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk memastikan bahwa posisi *signage system* sesuai dengan alur yang diharapkan

Proses ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang lingkungan dan masalah yang terjadi. Dokumentasi dan hasil survei dapat dihasilkan dari proses ini. (Calori, 2015, hlm. 28-30)

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, wawancara, studi eksisting, dan studi alur. Hasil yang telah dikumpulkan digunakan untuk menunjukkan bahwa ada fenomena masalah yang terjadi dipasar Moi.

2) *Design*

Tahap desain terdiri dari 3 proses, yaitu *schematic design*, *design development*, dan *documentation* (Calori & Eynden, 2015, hlm. 27)

- *Schematic Design*

Schematic design adalah fase desain awal dan fase yang paling kreatif dan menarik. menentukan jenis penempatan dan jarak pengelihatan saat menentukan titik penempatan. Semakin banyak ide yang muncul, semakin baik dan lebih mudah untuk dipilih sesuai dengan lingkungannya. Pada titik ini, Tujuan yang harus dicapai adalah menciptakan konsep visual untuk digunakan dalam perancangan desain warna dan *font*. Dan pada proses ini juga di dapatkannya gambaran bentuk *signage* yang akan di buat dan penempatannya (Calori & Eynden, 2015, hlm. 30-36)

- *Design Development*

Selanjutnya dilakukannya proses *schematic design*, kemudian di kembangkan pada tahap *design development*. Selama perancangan ini, perancangan *signage* dimulai mengikuti konsep dan ide-ide yang sudah ada. *Signage* yang telah dirancang dapat ditentukan ukuran *font* sehingga bentuk dari *sign system* dapat disesuaikan. Selanjutnya, *signage* yang telah dibuat dapat digabungkan berdasarkan jenis dan metode penempatannya untuk meningkatkan efisiensi. Untuk setiap jenis *signage*, kategori ini dapat dibuat dalam bentuk angka atau kode alfabet. Pada titik ini, pemilihan bahan yang akan digunakan juga dilakukan. Proses ini membantu menyempurnakan ide-ide yang muncul dari proses desain skema dan berfungsi sebagai jalur menuju desain akhir. Hasil dari proses ini adalah penataan tanda dan perancangan tanda dalam bentuk mockup. (Calori & Eynden, 2015, hlm. 38-48)

- *Documentation*

Dalam proses *documentation*, *Signage* diperiksa kembali untuk memastikan bahwa pemilihan jenis huruf dan penempatan teks sudah tepat. Tidak ada yang lebih penting daripada menyampaikan informasi pada *signage* dengan baik. Meskipun *signage* sudah final, ada kemungkinan perubahan kecil dikemudian hari. Membuat contoh

visual hitam putih saat merancang *signage*, kemudian menandai bagian yang akan diwarnai dan jenis material yang akan digunakan. Tujuan dari proses ini adalah menyelesaikan perancangan yang dilakukan sebelumnya. (Calori & Eynden, 2015, hlm. 38-60)

Pada langkah ini, penulis membuat peta pikiran untuk merencanakan desain. Melalui proses ini, penulis telah mengidentifikasi rancangan *signage*, jenis huruf yang akan digunakan, serta ikon dan arah panah yang akan disertakan.

Kemudian, penulis akan menggambar sketsa bentuk *signage* dan ikon yang digunakan. Penulis akan menentukan lokasi penempatan *signage* yang cocok untuk mengidentifikasi jenis-jenis tanda yang diperlukan serta sudut dan jarak yang tepat agar pengunjung Pasar Moi dapat dengan mudah menemukannya. Penulis membuat rekaman bentuk *signage* dan ikon dalam bentuk digital untuk mendapatkan bentuk yang teratur dan proposional. Penulis menguji apakah pengukuran yang sudah ditetapkan dapat membaca informasi di papan tanda setelah perancangan selesai. Dilakukannya percobaan dengan mencetak satu tanda dari setiap kategori dengan material kertas dalam ukuran sebenarnya. Penulis memperbaiki ukuran yang kurang sesuai selama tahap uji coba.

3) *Post-Design*

- *Fabrication & Installation Observation*

Pada titik ini, semua tindakan menghasilkan produk akhir. Penulis akan memeriksa penempatannya yang sudah ideal, ukuran, warna desain, material, dan bagian yang ada di papan tanda saat dibuat. Kemudian dilihat apakah *signage* telah berfungsi dengan baik untuk meningkatkan aksesibilitas. (Calori & Eynden, 2015, hlm. 65-68)

- *Postinstallation Evaluation*

Pada tahap ini, penulis akan mengevaluasi fungsi dari sign system yang baru. Bertujuan untuk menerima masukan dan mempelajari aspek yang telah berhasil dilakukan.

Setelah menyelesaikan seluruh proses desain dan perbaikan, penulis mulai membuat signage menggunakan material yang telah dipilih dalam ukuran yang aslinya. Setelah tahap produksi selesai, sign system dicek secara menyeluruh untuk memastikan kesesuaian warna, material, dan ukuran yang telah digunakan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA