

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Telaga Kahuripan merupakan sebuah kawasan perumahan yang dimiliki oleh PT. Kuripan Raya. Kawasan perumahan ini sudah berdiri dari tahun 1996 yang dengan luas keseluruhan sebesar 750 hektar berada di Parung Kabupaten Bogor. Dilengkapi juga dengan fasilitas-fasilitas tambahan seperti area komersial Kanaka dan Samasta, taman, SPBU Pertamina, Polsek Kemang, danau Cilala, *clubhouse*, sekolah Marsudirini dan Madania, gereja, masjid dan fasilitas kesehatan seperti RS Mitra Keluarga dan Puskesmas Jampang (telagakahuripan.co.id, 2022). Kawasan perumahan ini tidak eksklusif bisa dimanfaatkan oleh penghuni saja, tetapi bisa dimanfaatkan oleh pengunjung dari luar yang ingin berkunjung. Samasta merupakan salah satu area komersial yang berada di Telaga Kahuripan memiliki luas sekitar  $35.000m^2$  dengan fasilitas-fasilitas didalamnya seperti jogging track, skatepark, kolam renang, taman, tenant-tenant, dan danau.

Tempat-tempat seperti ini tentunya dilengkapi oleh sistem media *signage* yang bertujuan untuk membantu para pengunjung baru bernavigasi secara mandiri di tempat. Penggunaan *signage* yang benar bertujuan untuk para pengunjung pergi ke suatu titik dengan jalan atau alur yang benar sehingga tidak tersesat pada saat perjalanan dengan mudah (Ryandona & Mambo, 2022). Samasta memiliki sistem *signage* yang kurang dari segi kuantitas sehingga mayoritas pengunjung tersesat pada saat bernavigasi, ditambah lagi satpam atau staff setempat tidak selalu standby untuk membantu para pengunjung yang kesulitan untuk mencari fasilitas tertentu.

Berdasarkan dari hasil pre-kuesioner, munculnya masalah petunjuk arah ini ada pada pengunjung yang baru datang ke Samasta, mereka dihadapi oleh minimnya penempatan *signage* sehingga membuat mereka seringkali hilang arahan. Hal ini tentunya menghabiskan lebih banyak waktu untuk bernavigasi di tempat sehingga tidak efisien dan menghambat mobilitas para pengunjung karena

satu-satunya media yang terpasang di Samasta adalah *signage*. Mayoritas responden setuju bahwa mereka harus bertanya kepada satpam atau staff setempat untuk menanyakan arahan fasilitas yang ingin dikunjungi.

Menilik dari permasalahan di atas, maka penulis mengajukan solusi untuk membuat Perancangan *Signage* Area Komersial Samasta di Perumahan Telaga Kahuripan Bogor. Menurut Calori & Eynden (2015) *signage* merupakan sebuah media yang dapat membantu mengarahkan dan juga menavigasi seseorang ke tujuan mereka (hlm. 5). Mengingat tempat ini memiliki banyak pengunjung baru dari luar, penggunaan *signage* harus efektif sehingga tidak ada lagi yang hilang arahan pada saat navigasi ke titik yang ingin dikunjungi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut merupakan masalah dari sisi sosial dan desain yang ditemukan:

1. Pengunjung sulit mencari fasilitas yang ada karena minim *signage*.
2. Layout dan isi informasi *signage* yang tidak jelas sehingga para pengunjung tersesat.

Berdasarkan rangkuman di atas, maka berikut adalah pertanyaan yang dapat penulis ajukan untuk proses perancangan:

Bagaimana perancangan *signage* yang efektif bagi para pengunjung area komersial Samasta Telaga Kahuripan Bogor?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka masalah yang dapat disimpulkan untuk mempermudah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Objek Perancangan: Objek perancangan yang akan dilakukan melingkupi perancangan *signage* sebagai bentuk media utama guna mempermudah mobilitas para pengunjung.
2. Target STP: Target dalam perancangan ini semua jenis kelamin, semua etnis dan agama, dengan rentang usia 17 – 35 tahun, berpendidikan

minimal SMA, SES C - B dan berdomisili di Kota Bogor dan Kabupaten Bogor. Perancangan ini akan menargetkan individu yang gemar terhadap kuliner dan menyukai eksplorasi lingkungan asri.

3. Konten Perancangan: Topik atau isi yang akan diangkat adalah hal-hal yang berhubungan dengan perancangan *signage* sesuai dengan *brand image* Telaga Kahuripan. Konten akan disusun dengan prinsip DKV yang relevan dan menarik pada visualnya.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan tugas akhir ini adalah untuk merancang *signage* di area komersial Samasta Telaga Kahuripan yang efektif guna mendukung mobilitas para pengunjung dengan petunjuk arah/navigasi yang sesuai.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat pembuatan perancangan tugas akhir dengan topik tersebut adalah:

1. Manfaat Teoretis:

Manfaat penelitian ini yaitu sebagai usaha peningkatan kesadaran masyarakat terhadap media informasi melalui media *wayfinding signage*. Penelitian ini diharapkan menjadi ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan media *signage* lainnya.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan menjadi ilmu pengetahuan mengenai pilar informasi DKV, khususnya dalam perancangan *signage*. Perancangan ini juga dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan media *signage*. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dokumen arsip universitas terkait dengan pelaksanaan Tugas Akhir.