

# PERANCANGAN ULANG SIGN SYSTEM

## OBJEK WISATA THE FOUNTAIN WATERPARK AND RESTO UNGARAN

**Feronika Bendriyati, Muh Ariffudin Islam, Daniar Wikan Setyanto**  
Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261  
E-mail : muhariffudin@gmail.com, daniarwikan@gmail.com

---

### ABSTRAK

Wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* merupakan sebuah wisata kolam renang dan *waterpark* dengan berbagai macam fasilitas tambahan seperti *outbond*, resto dan aula. Wisata yang terletak di Jalan Bima Sakti Raya Nomer 16 Mapagan Ungaran Semarang ini merupakan kolam renang dengan pemandangan dan udara sejuk pegunungan ini merupakan salah satu fasilitas yang ditawarkan dari perumahan *The Fountain Residence*. Mengingat pentingnya sign system didalam sebuah lokasi wisata sebagai salah satu pelayanan perusahaan, maka pada “PERANCANGAN ULANG SIGN SYSTEM OBJEK WISATA THE FOUNTAIN WATERPARK AND RESTO UNGARAN” ini akan dirancang *sign system* yang komunikatif agar mampu menyampaikan pesan dengan mudah dan menarik sehingga mudah diingat oleh pengguna. Perancangan ulang *sign system* ini menggunakan metode kualitatif yang diperoleh melalui wawancara kepada pihak-pihak terkait yakni pihak pengelola wisata dan pengunjung. Desain yang dihasilkan menyesuaikan dengan konten objek wisata tersebut yakni mengusung kesan alam pegunungan yang sejuk. Bentuk latar sign system dibuat dengan acuan daun yang disederhanakan sedemikian rupa agar tetap menarik sedangkan pemilihan warna menggunakan acuan warna logo dari objek wisata tersebut agar dapat mencerminkan citra maupun ciri khas dari objek wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran*. Penggunaan warna yang mengacu pada warna logo juga digunakan agar menampilkan kesan serasi antara logo dengan sign system. Selain sign system, dalam perancangan ini juga membuat infografis.

Kata kunci : Pariwisata, *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran*, Sign System, Infografis

## **ABSTRACT**

The Fountain Waterpark and Resto Ungaran it's a tourism place which serve swimming pool and waterpark with additional facilities such as outbound, restaurant, and convention hall. The Fountain Waterpark and Resto located at Bima Sakti Raya street number 16 Mapagan Ungaran Semarang, because of the location The Fountain Waterpark and Resto having beautiful view and which coming from the mountain, this offered fresh air also be a plus point for The Fountain Residence. Sign system it's a importance thing to remember in a tourism location as one of the service from the company who develop the tourism place, then fot the "SIDN SYSTEM REDESIGN OF THE FOUNTAIN WATERPARK AND RESTO UNGARAN" there's will be sign system redesign which to be able to deliver the messages with easier and interesting to remember by user, The Fountain Waterpark and Resto Ungaran sign system redesign used qualitative methods obtained through interviews with the relevant parties such of the official tourism organizer and the visitors. The final design adjust with tourism object content as naturity of the mountain. Sign system background form been made with leaf reference which simplified in such a way to keep it interesting, color selection reference using corporate logo color from this tourism place to show the originaly identity from The Fountain Waterpark and Resto Ungaran. In addition of the sign system, in this design also makes infographics.

**Keywords:** Tourism, The Fountain Waterpark and Resto Ungaran, Sign System, Infographics

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Rekreasi/wisata merupakan salah satu kebutuhan penting bagi kehidupan masyarakat modern masa kini. Perkembangan jaman, aktivitas manusia yang semakin padat dan tingginya kebutuhan hidup manusia memaksa manusia untuk bekerja keras sehingga menyebabkan tingkat stres yang tinggi, hal ini membuat kebutuhan terhadap rekreasi/ wisata juga semakin meningkat.

Pada dasarnya, wisata (*tour*) yaitu aktivitas perubahan tempat tinggal diluar tempat tinggal sehari-hari yang bersifat tidak tetap atau sementara dari seseorang dengan suatu alasan selain melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan uang. Sedangkan pengertian pariwisata menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 dan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 yang dirangkum dalam Bab 1, Pasal 1, Ayat 3 yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan objek dan daya tarik serta usaha-usaha yang terkait dengan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang sudah tersedia baik dari masyarakat setempat, pengusaha, maupun pemerintah (Muljadi A.J, 2009:7-9).

Mengingat kebutuhan masyarakat terhadap rekreasi/wisata sangat tinggi, maka ketersediaan tempat wisata sangat diperlukan. Seperti di kota Semarang misalnya, dengan tersedianya tempat-tempat wisata yang bermacam-macam maka diperlukan pula sebuah media iklan untuk membangun citra kepada masyarakat terhadap suatu tempat wisata. Dengan adanya iklan akan dapat membantu memperkenalkan potensi pariwisata di kota Semarang kepada masyarakat baik di kota Semarang maupun sekitarnya. Salah satu media iklan yang dapat digunakan untuk membangun citra tempat wisata dengan ciri khas tertentu yaitu dengan menggunakan sign system. Pengertian sign system yaitu suatu rangkaian representasi visual dan simbol grafik yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik (Tinarbuko, 2012:12). Salah satu fungsi *sign system* adalah sebagai penunjuk untuk memudahkan pengunjung yang berada pada suatu tempat, sehingga dapat mencari tempat dengan mudah dan cepat baik didalam maupun diluar lokasi. Selain itu *sign system* juga dapat memudahkan pengunjung khususnya dari luar daerah yang kesulitan menjangkau sebuah tempat yang diinginkan.

Misalnya pengunjung dari luar daerah yang akan menuju ke sebuah tempat wisata didaerah lain, dengan adanya *sign system* akan memudahkan pengunjung untuk mencari lokasi wisata tersebut.

Seiring perkembangan jaman, *sign system* juga banyak digunakan di kota Semarang khususnya diwisata kolam renang dan waterpark seperti *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* yang terletak di jalan Bima Sakti Raya No 16 (Mapagan) Ungaran Kabupaten Semarang. Wisata waterpark tersebut bernama The Fountain Waterpark and Resto yang merupakan wisata kolam renang keluarga yang memiliki fasilitas dan wahana yang tidak kalah menarik dari wisata waterpark yang lain. Selain itu kolam yang terdapat didalam wisata ini juga beragam kedalamannya mulai dari 30 cm, 60 cm, 100 cm, dan 150 cm sehingga cocok untuk anak-anak hingga dewasa. Wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* juga dilengkapi dengan fasilitas wahana air untuk anak-anak dan resto dengan berbagai menu yang ditawarkan.

Wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* memiliki *sign system* yang juga menjadi salah satu pelayanan yang disediakan oleh pihak pengelola untuk disajikan kepada pengunjung. Menurut pengertian Tinarbuko (2012:12) dalam buku semiotika komunikasi visual, *sign system* yang baik harus mudah dilihat, mudah dibaca, mudah dimengerti dan dapat dipercaya. Pembuatan dan penempatan *sign system* yang tepat akan membuat pengunjung puas dan tidak tersesat sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga. Selain penempatan *sign system* juga harus memperhatikan warna. *Sign system* pada sebuah lokasi wisata akan lebih terlihat jika menggunakan warna-warna yang kontras.

*Sign system* yang terdapat pada wisata kolam renang *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* sangat terbatas jumlahnya. Adapaun kondisinya sangat memprihatinkan, kotor, berkarat, ukurannya kecil, penempatan *sign* yang tidak tepat sehingga tidak terlihat, patah bahkan ada tempat yang tidak diberi *sign*. Jika dilihat dari segi desain komunikasi visual, *sign system* yang terdapat di lokasi wisata tersebut kurang memenuhi syarat *sign system* yang baik dan benar. Warna-warna yang digunakan tidak mencolok. Selain itu penempatan *sign system* juga kurang tepat sehingga keberadaannya sering diabaikan. Hal ini membuat *sign system* yang sudah ada tidak berkerja sesuai fungsinya sehingga pengunjung kesulitan mencari tempat-tempat

yang ada didalam lokasi wisata terutama bagi pengunjung yang baru pertama kali berkunjung ke wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran*. Selain kesulitan mencari tempat didalam lokasi wisata, bagi pengunjung yang baru pertama kali ataupun pengunjung dari luar daerah juga mengalami kesulitan dalam mengakses lokasi wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* itu sendiri karena lokasinya yang berada disebuah desa yang lumayan jauh dari jalan raya utama. Hal ini dikarenakan kurangnya *sign* dijalan raya untuk menunjukkan keberadaan wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran*.

Oleh karena itu perlu diadakan perancangan ulang *sign system* sebagai penunjuk didalam lokasi wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* supaya dihasilkan *sign system* yang baik sebagai pelayanan perusahaan. Selain itu dengan adanya *sign system* yang baik akan membuat pengunjung wisata mudah memahami isi *sign system* sehingga diharapkan semua fasilitas dan wahana yang telah disediakan oleh pihak pengelola wisata dapat dikunjungi oleh para pengunjung. Perancangan ulang *sign system* ini dilakukan sebagai salah satu usaha branding dari *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* tersebut agar dapat lebih meningkatkan minat pengunjung serta membangun citra *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* dengan menunjukkan ciri khas objek wisata tersebut. Mengingat minat pengunjung *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* dari tahun ke tahun sangat fluktuatif. Berikut tabel data pengunjung *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* dari tahun 2012-2015 :

*Tabel 1.1 Data Pengunjung The Fountain Waterpark and Resto*  
(Sumber : Feronika Bendriyati)

<b>NO</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH PENGUNJUNG</b>
1.	2012	40.854
2.	2013	63.453
3.	2014	61.859
4.	2015	16.296

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana merancang ulang *sign system* agar menjadi *sign system* yang lebih baik dan komunikatif sebagai penunjuk didalam lokasi wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran?*

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam sebuah perancangan diperlukan batasan-batasan agar dapat menghasilkan desain yang tepat dan komunikatif. Adapun beberapa item yang akan didesain ulang yakni penunjuk arah mulai dari pintu masuk menuju tempat-tempat yang sudah menjadi fasilitas serta wahana yang sudah disediakan oleh pihak pengelola yang dapat dikunjungi oleh pengunjung, serta membuat infografis / peta mengenai lokasi wisata tersebut dan membuat buku panduan wisata sebagai media pendukungnya. Target audience dari perancangan ini merupakan pengunjung wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* khususnya yang sedang berada didalam lokasi wisata tersebut.

## **1.4 Tujuan Perancangan**

Tahapan awal dalam mengerjakan sebuah perancangan tidak lepas dari tujuan yang terarah dan terencana agar dapat diketahui manfaatnya. Dalam perancangan ini memiliki tujuan sebagai berikut :

Membuat perancangan ulang *sign system* agar menjadi *sign system* yang lebih baik dan komunikatif sehingga diharapkan dapat menjadi penunjuk bagi pengunjung baik didalam maupun diluar lokasi wisata *The Fountain Waterpark and Resto di Ungaran*.

## **2. METODE**

Untuk membuat sebuah desain, diperlukan metode-metode penelitian untuk menganalisa permasalahan agar desain yang dibuat sesuai dengan data yang ada. Pada perancangan *sign system* di wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* ini digunakan metode kualitatif. Tujuannya agar diperoleh informasi-informasi secara

langsung dari pihak pengelola wisata terutama mengenai sistem tanda (*sign system*) yang ada di lokasi wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran*.

Metode kualitatif digunakan agar mendapat informasi secara langsung melalui wawancara kepada pengelola dan pengunjung wisata mengenai keefektifan fungsi *sign system* yang ada di lokasi wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* tersebut. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* beserta infografis khususnya *sign system* secara rinci. Sehingga diperoleh data yang akurat untuk merancang *sign system* yang sesuai dengan fungsinya.

Dalam perancangan ini, metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada pihak-pihak terkait baik pengelola, pengunjung maupun karyawan mengenai sistem tanda yang sudah ada maupun belum ada di wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran*.

Untuk memperkuat perancangan *sign system* ini, maka diperlukan metode yang dapat menyempurnakan perancangan. Metode analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisa 5W+1H. Yakni problematika apa yang dibahas (*what*), dimana perancangan tersebut dibuat (*where*), kapan perancangan akan dilakukan (*when*), siapa target audience perancangan tersebut (*who*), untuk apa perancangan tersebut dibuat (*why*), bagaimana merancang (*how*). Selain itu juga menggunakan metode observasi untuk pengamatan disekitar lokasi wisata tersebut.

## **Tinjauan Teori**

### **1. Teori Sign System**

*Sign system* merupakan suatu rangkaian representasi visual dan simbol yang memiliki tujuan sebagai media interaksi antara manusia dengan ruang publik (Tinarbuko, 2012:12). *Sign system* terdiri dari 4 (empat) bagian yaitu 1) *Traffic Sign*, 2) *Commercial Sign*, 3) *Wayfinding Sign*, dan 4) *Safety Sign*.

1. *Traffic Sign* adalah petunjuk yang ada di jalan yang berguna untuk memberikan informasi seperti petunjuk arah, peringatan, larangan kepada pengguna jalan.

2. *Commercial Sign* adalah *sign system* yang bersifat komersil.
3. *Wayfinding Sign* adalah *sign system* yang fungsinya mengarahkan dan menunjukkan jalan.
4. *Safety Sign* adalah *sign system* yang fungsinya untuk menginformasikan suatu pesan seperti peringatan, larangan maupun himbauan guna mengingatkan pengguna mengenai sistem keamanan.

Menurut Tinarbuko (2008:13-14) *sign system* yang baik harus memenuhi 4 (empat) kriteria yaitu 1) mudah dilihat, 2) mudah dibaca, 3) mudah dimengerti, dan 4) dapat dipercaya.

## 2. Teori Infografis

Menurut majalah yang diterbitkan oleh Forum Grafika Digital yang berjudul "*The Rise of Infographic*" menyebutkan bahwa infografis adalah bagian dari ilmu desain grafis yang menampilkan secara visual sebagai sebuah informasi, data, maupun pengetahuan sehingga terlihat sederhana, singkat dan mudah dipahami (Wiria, 2013: 15).

## 3. Teori Semiotika

Dalam definisi Saussure (Budiman, 2012:11), semiotika atau semiologi merupakan sesuatu anggapan bahwa selama pembuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama manusia yang berfungsi sebagai tanda, dimana harus ada sistem pembedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Sedangkan semiotika dalam definisi Peirce (Budiman, 2012:12) adalah manusia hanya dapat berpikir atau bernalar melalui sebuah tanda. Artinya pikiran sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda. Sedangkan semiotika menurut yang ditulis dalam buku semotika komunikasi visual, semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tanda (*sign*), fungsinya tanda serta produksi masal (Budiman, 2012:12).

## 4. Teori Gestalt

Gestalt merupakan istilah psikologi yang berarti "kesatuan yang utuh". Teori ini menjelaskan tentang proses penyatuan dan pengorganisasian komponen-komponen yang berbeda supaya membentuk visual atau pola



yang memiliki unsur kesatuan atau kemiripan. Selain itu, teori Gestalt ini juga mencakup hal yang pada teori persepsi visual yang dikembangkan oleh psikologi dari Jerman pada tahun 1920. Teori Gestalt banyak menjelaskan bagaimana persepsi visual dapat terbentuk. Persepsi tersebut dapat terbentuk melalui : 1) Kesamaan bentuk (similarity), 2) Kesenambungan pola (continuity), 3) Penutupan bentuk (closure), 4) Kedekatan posisi (proximity), 5) Similarity, dan 6) Gambar dan Latar (figure and ground).

5. Pada perancangan ini digunakan teori tentang pengayaan bentuk sebagai acuan untuk menyederhanakan bentuk sign. Berikut beberapa jenis pengayaan bentuk : 1) Stilasi / Dekorasi, 2) Distorsi, 3) Deformasi dan 4) Ekspresi.

6. Teori Warna

Warna merupakan pelengkap dalam sebuah desain. Warna juga merupakan unsur dalam menyentuh kepekaan penglihatan. Warna dibagi menjadi 3 bagian, yaitu : 1) Warna Primer, 2) Warna Sekunder, 3) Warna Tersier dan 4) Karakteristik Warna.

7. Teori Tipografi

Tidak dapat dipungkiri *font* (tipografi) menjadi salah satu bagian penting dari desain grafis. Menurut buku font dan tipografi yang ditulis oleh Rustan (2010), tipografi merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang huruf.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1 Sign Toilet



Gambar 2 Aplikasi Media Sign Toilet



Gambar 3 Aplikasi Media Sign Toilet



Gambar 4 Sign Toilet wanita dan pria



Gambar 5 Aplikasi media sign toilet wanita dan pria



Gambar 6 Sign mushola



Gambar 7 Aplikasi media sign mushola



Gambar 8 Sign waterpark dan outbound



Gambar 9 Aplikasi media sign waterpark



Gambar 10 Aplikasi media sign outbound



Gambar 11 Sign resto dan tempat bilas



Gambar 12 Aplikasi media sign resto



Gambar 13 Aplikasi media sign outbound



Gambar 14 Sign kedalaman kolam



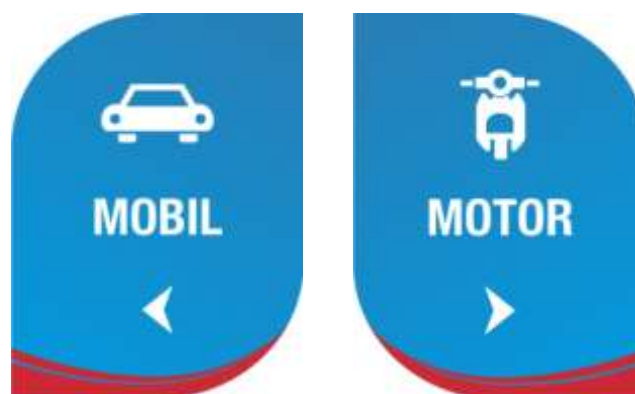
Gambar 15 Aplikasi media sign 150cm



Gambar 16 Aplikasi media sign 100cm



Gambar 17 Aplikasi media sign 60cm



Gambar 18 Sign parkir



Gambar 19 Aplikasi media sign parkir



Gambar 20 Sign utama



Gambar 21 Aplikasi media sign utama



Gambar 22 Infografis



Gambar 23 Aplikasi media infografis



Gambar 24 Buku panduan wisata 1



Gambar 25 Buku panduan wisata 2



Gambar 26 Buku panduan wisata 3

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Wisata *The Fountain Waterpark and Resto Ungaran* merupakan sebuah wisata kolam renang dan *waterpark* dengan berbagai macam fasilitas tambahan seperti *outbond*, resto dan aula yang dapat disewa untuk melangsungkan acara pesta ulang tahun, pernikahan, *family gathering* maupun *meeting*. Wisata ini berada di lereng gunung Ungaran tepatnya berada di jalan bima sakti raya no 16 Mapagan Ungaran. Wisata kolam renang dengan pemandangan dan udara sejuk pegunungan ini merupakan salah satu fasilitas yang ditawarkan dari perumahan *The Fountain Residence*. Pada “PERANCANGAN REDESAIN SIGN SYSTEM OBJEK WISATA THE FOUNTAIN WATERPARK AND RESTO UNGARAN” ini dapat disimpulkan bahwa desain sign system yang baru lebih komunikatif dan menarik sehingga lebih mudah dipahami oleh para pengunjung wisata. Media pendukung yang digunakan antara lain infografis dan buku panduan wisata untuk memudahkan pengunjung terumata pengunjung dari luar

### **Saran**

Dalam membuat sebuah perancangan perlu adanya evaluasi mendalam terhadap objek perancangannya. Gunakan media-media yang inovatif dan variatif agar pembaca tidak jenuh dengan media yang itu-itu saja. Dengan demikian pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pembaca.



## DAFTAR PUSTAKA

Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual : Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta : Jalasutra.

Rustan, Suriyanto. 2011. *Font & Tipografi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Ebd. 2009. *Nirmana : Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta : Jalasutra.

Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Tinarbuko, Sumbo. 2012. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Jalasutra.

Transportation Research Board. 1996. *TCRP Report 12 : Guidelines for Transit Facility Signing and Graphics*. Washington, D.C.

Wibowo, Ibnu Teguh. 2015. *Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta : Yogyakarta Notebook.

Wiria, Roslyn N. 2013. *Majalah Forum Grafika Digital : The Rise of Infographic*. Jakarta : R & W Publishing.

### **Internet :**

Munif, Ahmad. 2014. The Fountain, Wisata Air di Lereng Gunung Ungaran. <http://www.tabloidsimpang5.com/the-fountain-wisata-air-di-lereng-gunung-ungaran>, 17 September 2014, Semarang.