

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Wayfinding merupakan tindakan seseorang dalam memilih jalan untuk menuju lokasi yang akan dia tuju. Dalam hal ini diperlukan seperti panduan agar orang bisa menemukan jalan dan menuju lokasi tanpa harus takut tersesat. Jika seseorang baru mengenal suatu tempat, biasanya mereka akan mencari peta atau tanda yang bisa memandu mereka dalam bernavigasi.

Wayfinding sendiri memiliki banyak jenisnya. Ada *signage*, *web*, *print*, *environment* dan *interactive*. Masyarakat cenderung tidak menganggap pentingnya pemandu arah dan tidak menggunakannya. Padahal dengan adanya *wayfinding* seseorang bisa dengan mudah mencari suatu lokasi tanpa harus bergantung kepada orang lain. Namun saat ini di Indonesia yang merupakan negara berkembang, tingkat penggunaan pemandu arah masih sangat minim. Hal ini berhubungan dengan pola pikir rakyat yang cenderung lebih suka bertanya yang kemungkinan akan ditanyakan bisa mereka cari sendiri jawabannya. Dengan *wayfinding digital*, pengunjung diharapkan dengan mudah mencari arah tujuan mereka serta mendapatkan informasi tambahan seperti deskripsi obyek wisata dan fasilitas pendukung pariwisata seperti hotel-hotel dan rumah makan.

1. 2 Latar Belakang Masalah

Kota Bukittinggi telah dicanangkan sebagai Kota Wisata pada tanggal 11 Maret 1984 oleh Gubernur Sumatera Barat Bapak Ir. Azwar Anas. Dengan tekstur kota berbukit-bukit serta dianugerahi dengan keindahan alam dan udara yang segar wajar jika kota ini banyak dikunjungi oleh wisatawan setiap tahunnya.

Di Kota Bukittinggi penggunaan penunjuk arah wisata sangat minim serta terkesan seadanya. Hal ini mungkin terkendala dari kurangnya perhatian dari pemerintah serta jumlah anggaran terhadap pengelolaan wisata.

Saat ini *sign system* serta *wayfinding* sering dianggap remeh oleh masyarakat. Hal ini bisa dilihat dengan tidak terawatnya penunjuk arah ditempat-tempat wisata. Padahal dengan adanya penunjuk arah, bisa membantu seseorang dalam mencari arah tujuan dengan cepat secara praktis dan efisien.

Selain itu karena kurangnya penunjuk arah wisata, wisatawan yang datang ke kota Bukittinggi banyak yang tidak mengunjungi beberapa objek wisata lainnya. Hal ini juga yang dikeluhkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi.

Dengan kurang adanya penunjuk arah, wisatawan cenderung bertanya kemasyarakat sekitar dan hal ini kurang efektif dan efisien. Sementara bagi wisatawan mancanegara juga cukup menyulitkan. Selain penunjuk arah yang ada masih berbahasa Indonesia, keterbatasan masyarakat yang bisa berbahasa Inggris pun sedikit. Sehingga menyulitkan wisatawan jika ingin mengunjungi suatu objek wisata.

Untuk itu diperlukan perancangan *wayfinding* yang bisa menunjukkan arah tempat wisata bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini berkaitan dengan salah satu ilmu dari desain komunikasi visual yaitu *Environmental Graphic Design* (EGD). Ruang lingkup EGD mencakup *signage*, *wayfinding system*, *information design*, *pictogram* juga *placemaking*.

Topik ini dijadikan sebagai tugas akhir dengan harapan bisa memberikan solusi bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi dalam membantu wisatawan dalam mencari letak objek wisata Kota Bukittinggi sehingga mampu meningkatkan jumlah volume wisatawan yang berkunjung di setiap objek wisata.

1.3 Permasalahan

Bagaimana merancang *wayfinding digital* yang menarik dan dapat mempermudah wisatawan dalam mencari objek wisata di kota Bukittinggi?

1.4 Ruang lingkup

- a. Objek yang dibuat adalah *wayfinding digital*.
- b. Objek yang akan dirancang *wayfinding digital* lokasi objek wisata di Kota Bukittinggi.
- c. Target audiens:
 - Wisatawan mancanegara, usia 13-50 tahun, laki-laki dan perempuan (target primer).
 - Wisatawan lokal, usia 13-50 tahun, laki-laki dan perempuan (target sekunder).

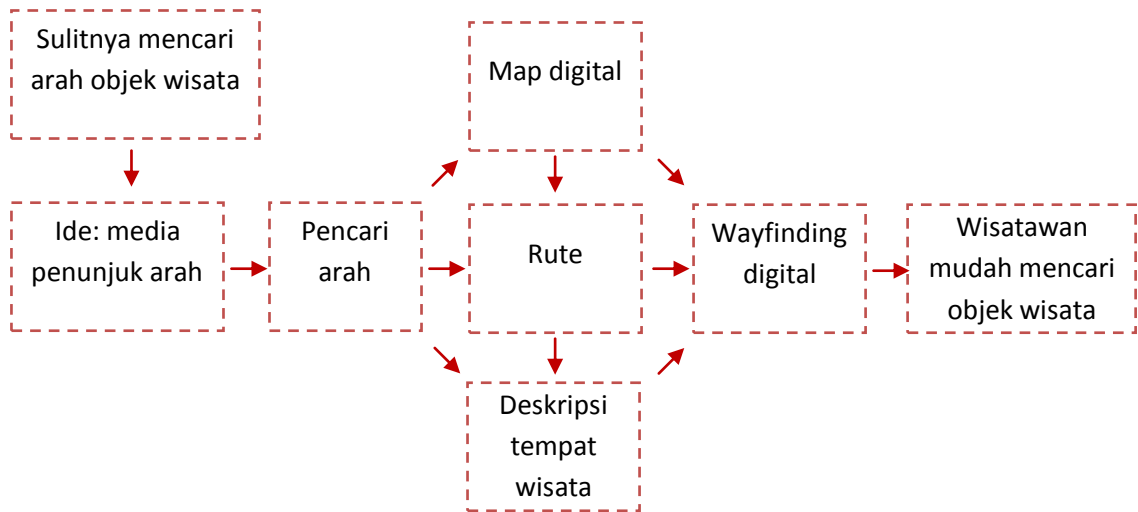
1.5 Tujuan perancangan

Menghasilkan *wayfinding digital* yang dapat membantu navigasi wisatawan di kota Bukittinggi.

1.6 Cara Pengumpulan Data

- a. Pengamatan/ observasi dan pencatatan (terhadap obyek, artefak, kejadian, permasalahan) dilakukan langsung ke lokasi wisata yang ada di Kota Bukittinggi. Selain itu juga dengan memperhatikan perilaku wisatawan yang datang ke Bukittinggi.
- b. Wawancara dilakukan kepada pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi yang mengelola serta mempromosikan wisata di kota ini.
- c. Studi Pustaka dilakukan terhadap buku-buku yang berkaitan dengan *wayfinding*, multimedia interaktif serta pariwisata.
- d. Kuesioner dilakukan kepada 50 orang yang terdiri dari 25 orang wisatawan yang datang serta 25 orang yang ingin datang berwisata ke Kota Bukittinggi.

1.7 Skema Perancangan



Bagan I.1 Bagan Skema Perancangan

1.8 Pembabakan

Pembahasan masalah pada perancangan ini disusun menurut sistematika penulisan yang ada, sehingga akan menghasilkan konsep dasar yang sesuai untuk mendukung output desain yang dihasilkan.

a. **Bab I Pendahuluan**

Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, skema perancangan, serta pembabakan.

b. **Bab II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran untuk menganalisis dan teori yang akan dipakai sebagai pijakan dan teori untuk merancang.

c. **Bab III Data dan Analisis Masalah**

- Data

Menjelaskan data-data yang didapat dari hasil observasi, studi pustaka, wawancara, dan kuesioner.

- Analisis

Menjelaskan objek penelitian yang telah dianalisis berdasarkan data-data yang didapat.

d. **Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan tentang konsep-konsep yang digunakan dalam perancangan, serta hasil penerapan konsep kedalam bentuk media.

e. **Bab V Penutup**

Berisi kesimpulan dan saran atas rancangan ini.