

PERANCANGAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN UNTUK MUSEUM SRI BADUGA BANDUNG

Adam Arya Putra Febriansyah, Aldiran Agusta, Inko Sakti Dewanto
Jurusan Desain Komunikasi Visual, FSRD, Itenas, Bandung
Adam.arya60@gmail.com, Email Dosen

Abstrak

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu destinasi wisata unggulan Provinsi Jawa Barat, nasional, bahkan internasional. Perkembangan pariwisata Kota Bandung ditopang oleh ketersediaan dan variasi produk wisata perkotaan dalam bentuk berbagai fitur kota, baik elemen primer maupun sekunder, seperti: pengetahuan, sejarah, budaya, heritage, kuliner, belanja, dan lain sebagainya. Sejak tahun 2011 Kota Bandung telah ditetapkan sebagai salah satu Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN). Diantara banyaknya tujuan wisata di kota Bandung, terdapat berbagai macam tujuan wisata edukasi salah satunya museum. Museum mempunyai peran yang strategis sebagai ujung tombak pusat komunikasi dan informasi serta pengembangan ilmu pengetahuan, serta edukasi bagi masyarakat luas, Menurut situs kebudayaan.kemdikbud.go.id (2015).

Kata kunci: museum, sistem informasi, environmental graphic design (EGD).

Abstract

The city of Bandung is known as one of the leading tourist destinations in West Java Province, nationally, and even internationally. The development of tourism in Bandung is supported by the availability and variety of urban tourism products in the form of various city features, both primary and secondary elements, such as: knowledge, history, culture, heritage, culinary, shopping, and so on. Since 2011 the city of Bandung has been designated as one of the National Tourism Development Areas (KPPN).

Among the many tourist destinations in the city of Bandung, there are various kinds of educational tourism destinations, one of which is a museum. Museums have a strategic role as the spearhead of communication and information centers as well as the development of science, as well as education for the wider community, according to the site Budaya.kemdikbud.go.id (2015).

Kata kunci: traditional market, information system, environmental graphic design (EGD), application.

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu destinasi wisata unggulan Provinsi Jawa Barat, nasional, bahkan internasional. Perkembangan pariwisata Kota Bandung ditopang oleh ketersediaan dan variasi produk wisata perkotaan dalam bentuk berbagai fitur kota, baik elemen primer maupun sekunder, seperti: pengetahuan, sejarah, budaya, heritage, kuliner, belanja, dan lain sebagainya. Sejak tahun 2011 Kota Bandung telah ditetapkan sebagai salah satu Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN).

Diantara banyaknya tujuan wisata di kota Bandung, terdapat berbagai macam tujuan wisata edukasi salah satunya museum. Museum mempunyai peran yang strategis sebagai ujung tombak pusat komunikasi dan informasi serta pengembangan ilmu pengetahuan, serta edukasi bagi masyarakat luas, Menurut situs kebudayaan.kemdikbud.go.id (2015).

Museum Sri Baduga adalah salah satu museum yang terdapat di Kota Bandung. Museum Sri Baduga memiliki ribuan koleksi dari perjalanan sejarah budaya yang terjadi di Jawa Barat khususnya Tanah Sunda. Kunjungan wisata pada museum Sri Baduga di dominasi oleh kalangan pelajar itu biasanya dilaksanakan oleh pihak sekolah sebagai agenda tahunan. Sedangkan untuk wisatawan umum dan asing biasanya berkunjung karena rasa ingin tahu. Para wisatawan ingin menyerap berbagai informasi dan merasakan pengalaman yang menarik mengunjungi museum Sri Baduga. Namun hal tersebut masih belum bisa terealisasi dikarenakan masih terdapat pengunjung yang tidak dapat merasakan dan mendapatkan pengalaman itu karena kurang menariknya aspek penjelasan pada koleksi museum dan belum jelasnya alur saat memasuki museum ditambah kompleksitas dari arsitektur bangunan. Maka dari itu pengunjung diharuskan mencari informasi secara mandiri dan tidak mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan peninggalan di museum Sri Baduga.

Oleh karena itu untuk membantu mengatasi masalah yang ada di museum tersebut, maka solusi yang ditawarkan adalah disiplin ilmu yaitu Desain Komunikasi Visual, membuat sebuah desain informasi melalui pendekatan Signage dan Wayfinding yang lebih menyesuaikan dengan koleksi yang di tampilkan dan bisa menambah *experience* wisatawan saat berkunjung dan mengamati peninggalan sejarah Sunda.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1 Masalah Umum

Pada saat budaya Sunda sebagai sejarah peradaban, sudah semakin hilang dan terlupakan, ketertarikan masyarakat untuk sadar menjaga dan mengapresiasi budayanya sangat kurang. Hal ini dibuktikan sempat menurunnya tidak kunjungan pada museum Sri Baduga yang dimana museum ini adalah tempat ribuan koleksi dari perjalanan sejarah budaya yang terjadi di Jawa Barat khususnya Tanah Sunda. Besar kemungkinan beberapa tahun ke depan, masyarakat khususnya kalangan remaja dan anak muda semakin berkurang rasa ingin tahu akan sejarah dan budaya mereka sendiri. Beragam persoalan fasilitas, akses, dan informasi yang terdapat saat ini turut menjadi penyebab semakin melemahnya eksistensi pengunjung Museum Sri baduga. Padahal di museum Sri baduga adalah tempat nyata berbagai macam jenis peninggalan sejarah Jawa barat atau Tanah Sunda

Budaya Sunda bisa terlupakan karena generasi muda jaman sekarang lebih suka berkunjung ke tempat tempat yang lebih modern, dan presentase yang tertarik dengan budaya sendiri lebih sedikit. Generasi muda sebagai penerus bangsa harus bisa mempertahankan kelestarian budaya yang ada untuk memperkuat identitas sebagai orang Indonesia. Banyaknya generasi muda yang lebih tertarik dengan tempat yang lebih *instagramable*, menjadikan tempat seperti museum Sri Baduga mulai di kurang diminati.

1.2.2 Masalah DKV

Kurang menariknya aspek penjelasan pada koleksi museum dan belum jelasnya alur saat memasuki museum ditambah kompleksitas dari arsitektur bangunan .

1.3 Tujuan dan Target Luaran Penelitian

Tujuan jangka pendek dari penelitian ini adalah untuk merancang signage pada museum Sri Baduga yang komunikatif, efektif dan informatif. Dan untuk tujuan jangka panjang agar menambah daya tarik pengunjung dalam maupun luar kota dengan adanya berbagai macam jenis peninggalan sejarah tanah sunda. Dan dengan flow atau arahan yang nyaman dan jelas, dapat menjadikannya referensi untuk meseum lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil analisis terhadap :

1. Memudahkan aktivitas para pengunjung, dengan mengutamakan nilai-nilai komunikatif (mudah dimengerti), efektif (tepat guna), dan aplikatif (mudah diterapkan)
2. Memberikan nilai tambah estetika bangunan melalui elemen visual.

3. Dan dapat menjadi sebuah referensi bagi museum lainnya. Diharapkan Signage & Wayfinding ini dapat bermanfaat bagi seluruh pengunjung di museum, yaitu dengan membuat pengunjung tidak kebingungan dalam mencari arah atau fasilitas secara mandiri dan menambah pengalaman yang menarik setelah mengunjungi museum.

Target Luaran :

- Perancangan *Environment Graphic Design* dengan pendekatan, Signage dan Wayfinding
- Perancangan Virtual Tour 360 °
- Peta panduan lokasi Museum Sri Baduga (road map), sebagai petunjuk arah.

BAB 2. DASAR TEORI PERANCANGAN

2.1. Museum Sri Baduga

Museum merujuk kepada bangunan tempat menyimpan khazanah sejarah purba atau yang lalu. Museum penting sebagai tempat kita memperdalam pengetahuan tentang sejarah masa lampau. Banyak dari masyarakat kurang berminat untuk datang ke museum. Wisatawan menjadikan museum sebagai tempat wisata alternatif. Pengunjung yang berkunjung ke museum sendiri kebanyakan karena adanya jadwal tour atau kunjungan dari instansi atau sekolah-sekolah para pengunjung yang mengagendakan untuk mengunjungi museum. Mendirikan suatu tempat wisata harus memperhatikan hal-hal yang penting dalam dunia pariwisata, salah satunya yaitu sapta pesona. Sapta pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah atau wilayah di negara kita.



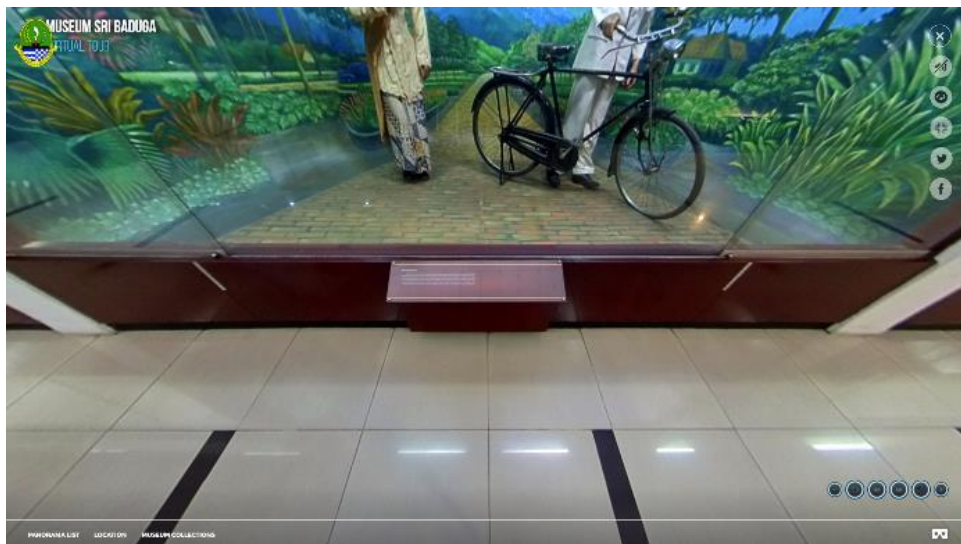
Gambar 1 : Suasana Museum

Sumber : <https://anyamansribaduga.iheritage.id> (2021)

Museum Sri Baduga adalah salah satu destinasi wisata sejarah yang berada di Kota Bandung, Indonesia. Sebagai museum negara dan bukti kecintaan warga Jawa Barat pada sejarah, Museum yang dibangun di atas tanah seluas 8415,5 m² ini mengkoleksi banyak benda yang berhubungan dengan sejarah Jawa Barat. Seperti kerajinan tangan Sunda, perkakas, sejarah geologi dan perbedaan alami. Koleksi museum meliputi aspek biologi, etnografi, numismatika, historis, arkeologis, heraldik, keramik, teknologi dan seni rupa. Terletak di Jalan B.K.R. 185 Tegallaga Kota Bandung atau jalan lingkar selatan. Museum ini

berdekatan dengan tempat bersejarah lain di Kota Bandung yaitu Monumen Bandung Lautan Api. Selain itu juga terkenal dengan area wisata belanja yang tidak asing di telinga kita yaitu Cibaduyut.

Museum Sri Baduga didirikan pada tahun 1974 di bangunan yang dulunya digunakan kantor kecamatan. Namanya Kawedanan Tegallega yang merupakan mantan divisi administratif di Bandung. Pada tahun 1980, secara resmi museum ini dikenal dengan nama Museum Negeri Provinsi Jawa Barat. Tepatnya diresmikan pada tanggal 5 Juni 1980 oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yaitu Dr. Daud Yusuf. Waktu itu Indonesia masih dipimpin oleh Suharto. Pada tahun 1990, museum kemudian dinamai kembali dengan nama Museum Negeri Provinsi Jawa Barat Sri Baduga. Sesuai dengan yang tertulis di Prasasti Batutulis. Kemudian Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menetapkan dengan nomor 02223/0/1990 pada tanggal 4 April 1990.



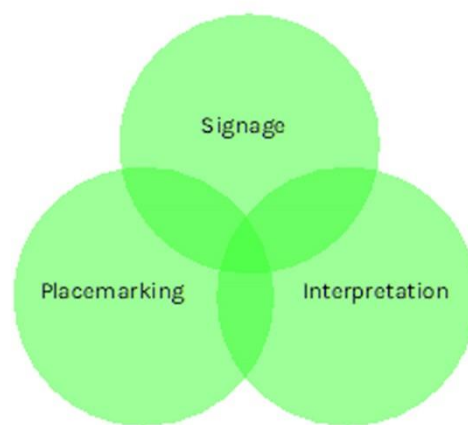
Gambar 2 : Suasana Museum
Sumber : <https://anyamansribaduga.iheritage.id> (2021)

Nama Sejarah Museum Sri Baduga diambil dari nama seorang raja Sunda yang bernama Sri Baduga. Nama lainnya yaitu Sang Ratu Jayadewata. Dia adalah raja agung dari kerajaan Sunda yang berlandaskan agama Hindu di Jawa Barat. Berkuasa dari tahun 1482 hingga tahun 1521 di ibukotanya yang bernama Pakuan Pajajaran. Dia membawa keagungan dan kemakmuran ke kerajaannya. Karena kehebatan sang raja itulah nama Sri Baduga diabadikan menjadi nama museum.

2.2. EGD (Experiential Graphic Design)

2.2.1 The Spectrum Of EGD Activity

Dalam perancangan nya yaitu oleh *Society Of Experiential Graphic Design* membuktikan bahwa didalam suatu lingkungan atau *Environment* memiliki tingkat kompleksifitas yang berbeda-beda, maka dari itu EGD dapat membantu dalam tersampaikan nya informasi di suatu tempat tersebut yang di dasarkan pada tiga pengelompokan berdasarkan *The Spectrum Of EGD Activity* diantaranya :



Gambar 3 : *The Spectrum of EGD Activity*
Sumber : *Signage and Wayshowing* by Chris Calori (2015)

a. *Signage*

Di dalam bukunya *Signage and Wayfinding Design* oleh Calori (2015: hal.6), menerangkan bahwa, ”*Signage* dan *Wayfinding* sebagian besar hal yang menerangkan berbagai macam sistem tanda yang secara visual dan informasi menghubungkan suatu tempat menjadi satu, mengumpulkan beberapa tempat yang memiliki hubungan satu sama lain, seperti contoh nya adalah Taman, Fasilitas umum maupun sistem *Network* seperti alur sistem transportasi”. Berdasarkan fungsi yang di jelaskan tadi, signage atau rambu menjadi suatu tolak ukur bagi pengguna suatu tempat untuk menentukan kemana lagi dia akan pergi. *Signage* pun harus memiliki visual berupa pictogram dan keterangan dimana visual dan keterangan tersebut membantu tersampaikan nya informasi yang terkandung dalam *Signage* tersebut.

Dari itu terkuak fakta banyak orang yang memahami informasi yang diberikan kepada mereka secara lisan hingga mereka akan bertanya kepada seseorang bagaimana untuk pergi ke lokasi daripada

mengikuti tanda-tanda atau membaca peta. Maka dari itu, *Signage* dan *visual* dari *wayfinding* membantu orang-orang untuk menavigasi mereka ketika tidak ada orang disekitar mereka untuk ditanya.

b. Interpretation

Dalam rangkaian *Experiential Graphic Design* harus memiliki suatu informasi yang menerangkan cerita dan sejarah dari tempat tersebut. itu bisa sebuah menjadi konsep ataupun tematik yang diambil dari suatu tempat, cerita dari sebuah objek tertentu, *event*, objek historis, perusahaan maupun suatu produk.

Informasi interpretatif sebagian besar bersifat *Exhibition* atau pameran, yang tersusun berdasarkan tempat nya itu sendiri apabila tempat tersebut merupakan suatu peninggalan *Heritage* atau tempat yang memiliki nilai atau value lebih dibanding tempat lain, selain itu adapun benda-benda seperti artifak, media Audiovisual (A/V), media interaktif, karya visual atau gambar, dan lain-lain. Informasi Interpretatif ini bisa bersifat sementara, dengan merespon suatu acara dan kejadian tertentu, maupun permanen. Dalam praktik nya juga informasi ini bisa berada di luar / Exterior maupun di dalam / Interior, bahkan dalam pengimplementasian nya, informasi interpretatif bisa berada di dalam media signage yang bisa berwujud visual maupun informasi deskriptif (Calori, 2015:hal.7-8)

c. Placemaking

Placemaking merupakan suatu implementasi dari Brand Identity yang dimiliki oleh suatu tempat tertentu. Placemaking juga memberi suatu gambaran atau perspektif umum terhadap suatu tempat tersebut, yang dapat di terapkan dalam beberapa cara., (Calori, 2015, hal.9) . Dalam praktik nya, Placemaking bisa berbentuk sesuatu yang memiliki unsur Corporate Identity yang meliputi Logo, elemen visual, warna, dan bentuk.

2.2.2 Wayfinding



Gambar 4 : Children Museum wayfinding system
Sumber : Pentagram.com

Wayfinding adalah sebuah proses penyelesaian masalah yang ada di suatu ruang atau kawasan. Cakupan *Wayfinding* adalah permasalahan mencari arah dari suatu tempat menuju tempat lain atau kembali ke tempat semula (Per Mollerup, 2005).

Dalam proses nya, penyelesaian permasalahan *wayfinding* didasari dari mengenali permasalahan itu sendiri, termasuk didalam nya adalah menyadari aktifitas – aktifitas seseorang dalam mencari suatu arah. Aktifitas tersebut diantaranya, proses pencarian, proses membuat keputusan, dan pergerakan untuk mencari, menentukan, dan keputusan untuk berpindah tempat. Dalam bukunya juga Per Mollerup (2005, hal.27), mengatakan bahwa ada dua ciri wayfinders atau seseorang yang sedang mencari arah dalam menemukan sebuah solusi, yang pertama *Afferent or Sensory Channel* dimana mereka yang menangkap informasi dari lingkungan sekitar dan *Efferent or Motor Channel* dimana mereka yang bertindak berdasarkan lingkungan sekitar. Dalam praktik nya ada Sembilan strategi solusi dalam wayfinding yaitu :

- a) Track following – mengikuti alur, jalur, garis atau arah panah.
- b) Route Following – mengikuti perencanaan
- c) Educated Seeking – menggunakan silogisme
- d) Inference – mengambil keputusan berdasarkan petunjuk
- e) Screening – pencarian secara sistematis
- f) Aiming – mencari target – target visual sekitar
- g) Map Reading – menggunakan map

- h) Compassing – menggunakan petunjuk kompas
- i) Social Navigation – bertanya pada personal di lingkungan tersebut (Per Mollerup, 2005, hal.42)

2.2.3 Wayshowing

Wayshowing dan wayfinding merupakan sesuatu yang berkesinambungan antara satu sama lain, di ibaratkan seperti sebuah kegiatan, wayshowing dan wayfinding adalah kegiatan menulis dan membaca, mengajari dan mempelajari, ataupun memasak dan memakan masakan. Disatu sisi wayshowing berfungsi sebagai penyampai pesan, dan wayfinding adalah penerimanya. Sejatinya tujuan utama dari wayshowing adalah memfasilitasi wayfinding itu sendiri. (Per Mollerup, 2005, hal.71).

Sebuah wayshowing yang baik dan sesuai dimulai dari perencanaan awal pada sebuah lingkungannya itu sendiri, baik itu adalah sebuah bangunan, taman, bahkan sebuah kota sekalipun. Dua hal tersebut saling melengkapi satu sama lain, sebelum akhirnya sebuah pesan sampai kepada pengguna atau audiens yang menggunakan fasilitas tersebut. Secara tidak langsung, dalam perancangan wayfinding yang baik dan benar, tetap memperhatikan aspek lingkungan yang ada, bahkan dalam proses perancangan wayfinding, seorang perancang dapat dengan mudah mendapatkan poin – poin penting dari lingkungan yang ada, seperti contohnya memperhatikan sebuah landmark alami maupun buatan yang sudah lebih dahulu ada sebelum perancangan wayfinding, ataupun pola sebuah jalan dan lorong – lorong pedestrian. Memperhatikan dengan cermat lingkungan yang ada dapat memangkas biaya produksi dari perancangan wayfinding karena sudah diwakilkan oleh aspek lingkungan yang ada, dan meminimalisir jumlah signage yang akan di buat. (Per Mollerup, 2005, hal.71)

2.2.4 *Practical Theory of Wayshowing – Wayfinding*

a. Messages

Pesan adalah sebuah rentetan informasi yang dikirimkan melalui pengirim (Komunikator) kepada penerima (komunikan). Seorang semiologis Perancis bernama Pierre Guiraud (1975) dalam (Per Mollerup, 2005) membagi sebuah model komunikasi pesan menjadi tiga jenis perbedaan, diantaranya yaitu; Indikasi, representasi, dan perintah. Namun, dalam praktik wayshowing dan wayfinding, teori ini dapat di representasikan menjadi kategori baru yang merespon dari teori Guiraud (1975), diantaranya yaitu :

Model Guiraud (1975)	Model Wayshowing & Wayfinding
Indikasi	Identifikasi
Representasi	Eksplanasi (Penjelas)
Perintah	Instruksi (regulasi)

b. Significations

Signs adalah sebuah tanda yang memiliki pemaknaan yang sangat luas, karena secara umum signs dapat diartikan sebagai semiotik, atau keilmuan yang mempelajari signs itu sendiri. Signification adalah sebuah hubungan antara signs atau tanda dan fungsi dari sebuah tanda itu sendiri. Dalam semiotik, hal ini merupakan hubungan dan keterkaitan antara sumber atau penanda dan hasil dari penanda tersebut atau biasa disebut dengan sebuah indikasi sebab akibat. (Per Morrelup, 2005, hal.81). Signs terbagi menjadi tiga kategori :

- Ikon
- Index
- Simbol

c. Level of Communications

Komunikasi adalah sebuah dasar dari semua hal, karena sesuatu yang besar berawal dari sebuah komunikasi, khusus nya dalam perancangan wayfinding, karena sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik bila dikomunikasikan dengan sesuai. Dalam paper yang dibuat oleh Claude E Shannon dan Warren Weaver (1948) dalam (Per Morrelup, 2005) yang berjudul teori perhitungan komunikasi terbagi menjadi tiga kategori yaitu :

- The Technical Level

Didalam level ini pesan yang dikomunikasikan dapat diterima secara jelas atau legibility membuat penerima pesan memiliki persepsi yang sama dengan apa yang disampaikan.

- The Semantic Level

Sedikit meningkat dari kategori yang pertama, dimana pesan yang di kirim tersampaikan secara komperhensif, hal ini membuat pesan menjadi sangat dimengerti dan dipahami oleh penerima.

- The Effectiveness Level

kategori ini adalah level tertinggi dari pengukuran komunikasi, karena pesan yang di kirim tersampaikan secara efektif sehingga menimbulkan efek persuasif saat mendapatkan pesan tersebut.

2.2.5 Fungsi EGD (*Environmental Graphic Design*)

Fungsi EGD (*Environmental Graphic Design*) dibagi menjadi 4 kategori yaitu Identification Sign, *Directional Sign*, Regulation Sign dan Description Sign.

- ***Identification Sign***

Berfungsi untuk membangun identitas kawasan tersebut, yang dapat membantu mempresentasikan tempat tersebut dan apa yang ada didalamnya. Selain untuk meningkatkan identitas, *identification signs* dapat membantu dalam pemberian makna suatu kawasan. Makna yang ditimbulkan bisa bersumber dari lingkungan sekitar ataupun budaya setempat sehingga terbentuklah *Familiaritas* antara signs dan audiens. (Per Mollerup, 2015)

- ***Directional Sign***

Directional sign berfungsi sebagai perancang menunjukkan rute-tute yang direkomendasikan pada suatu kawasan, mulai dari posisi awal hingga posisi akhir yang ditunjukkan oleh *directional sign* tersebut.

- ***Regulation Sign***

Regulation Sign berfungsi sebagai informasi penegas dalam suatu kawasan, memberikan informasi dan peringatan kepada audien tentang apa yang diperbolehkan dan apa yang tidak diperbolehkan. Sign ini dilakukan sebagian besar oleh pihak kawasan dan informasi yang diberikan bersifat *direct*.

- ***Description Sign***

Description Sign memiliki fungsi untuk memberikan penjelasan terhadap situasi pada suatu kawasan, yang berguna untuk audiens sebagai pembekalan informasi dan dapat meminimlisir kebingungan khususnya pada pengunjung yang baru pertama kali mendatangi suatu kawasan.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, dibutuhkan metode-metode yang akan digunakan saat turun ke lapangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memudahkan pengunjung kawasan Museum Sri Baduga dalam melakukan mobilitasnya dengan bantuan Environmental Graphic Design (EGD) yang tertata dengan baik, karena kawasan ini masih belum menggunakan kaidah implementasi Sign System yang tepat. Penelitian ini juga menggunakan data kualitatif dan membutuhkan beberapa sampel untuk diwawancarai mengenai kawasan Museum Sri Baduga. Setelah melakukan wawancara, selanjutnya adalah menganalisis datanya menggunakan Content Analysis.

Uraian Metode :

1. Studi Literatur

Untuk perancangan penelitian Museum Sri Baduga ini, didapatkan beberapa kajian buku atau literatur yang berhubungan dengan perancangan EGD dari Chrish Calori (2015) yang berjudul *Signage and Wayfinding Design*, Per Morrellup (2005) yang berjudul *Wayshowing: A Guide To Enviromental Signage ; Principles & Practices*.

2. Observasi

Pada penelitian perancangan Signage, dibutuhkannya pengumpulan data lapangan dengan melakukan kunjungan ke museum dan observasi. Tujuan dari penelitian observasi ini adalah untuk mendapatkan hasil aspek-aspek kegiatan dan mobilitas pengunjung yang ada di kawasan Museum.

3. Wawancara(*FacetoFaceInterview*)

Setelah melakukan observasi dan kunjungan lapangan, tahap selanjutnya adalah proses wawancara. Subjek yang menjadi fokus wawancara ini adalah pengunjung yang berada di kawasan lokasi Museum Sri Baduga. Selain pengunjung kawasan Museum Sri Baduga, peneliti juga melakukan wawancara kualitatif kepada pengawas kawasan Museum Sri Baduga.

3.2 Metode Perancangan

Pada perancangan EGD pada kawasan Museum ini, menggunakan metode design thinking sebagai skema dasar yang mencakup beberapa tahap yaitu :

1. Emphatize

Tahap ini adalah tahap dimana peneliti harus mengetahui permasalahan apa yang dapat diangkat. Cara untuk mengetahui permasalahan yang akan diangkat adalah dengan melakukan tinjau lokasi dimana peneliti harus merasakan permasalahan apa yang terjadi di lokasi tersebut.

2. Define

Tahap define juga merupakan tahapan lanjut setelah tahap emphatize. Pada tahapan define, peneliti sudah dapat menganalisa permasalahan yang ada guna untuk menguatkan statement urgensi permasalahan yang sedang terjadi.

3. Ideate

Setelah melalui tahap define dan emphatize, tahap ideate adalah tahap dimana peneliti mencari solusi dari permasalahan. Solusi tersebut dibuat menjadi sebuah ide dan selanjutnya dikembangkan menjadi konsep perancangan yang akan memudahkan target audiens dalam menyelesaikan permasalahannya.

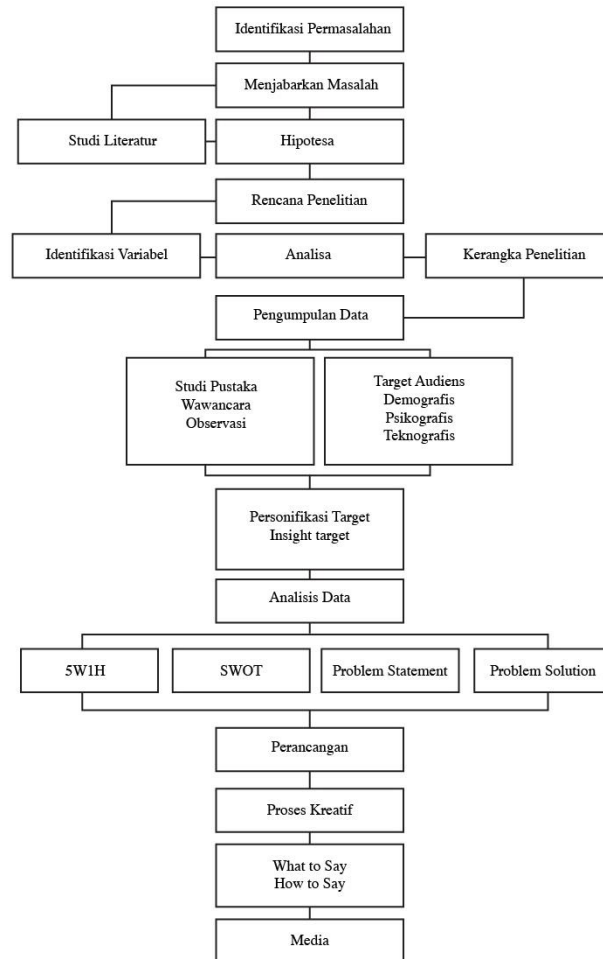
4. Prototype

Tahap prototype merupakan tahap implementasi yang dirancang berdasarkan data-data pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, peneliti melakukan perancangan tahap awal guna memperhitungkan skenario yang terjadi di lapangan.

5. Test

Tahap test adalah tahap dimana perancangan desain sudah dapat dicoba digunakan oleh target audiens guna memperhitungkan efektivitas desain dalam pemecahan masalah.

3.2.1 Kerangka Perancangan



Tabel 3.1 Kerangka Perancangan

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis permasalahan yang digunakan pada perancangan Environmental Graphic Design untuk Kawasan Museum Sri Baduga ini adalah SWOT.

4.1. SWOT

Strenght

1. Mesueum Sri Baduga memiliki koleksi peninggalan yang lengkap hingga 5367 ribu Koleksi
2. Museum Sri Baduga adalah wisata sejarah dan budaya yang memiliki lokasi yang strategis di tengah kota Bandung
3. Museum Sri Baduga merupakan Cagar budaya dan sejarah kota Bandung

Weakness

1. Masih kurang jelasnya sistema informasi yang ada di Museum
2. Dari segi pelayanan Museum Sri Baduga kekurangan sumber daya manusia khususnya *tour guide*
3. Bentuk Arsitektur yang rumit membuat alur museum menjadi kurang jelas

Opportunity

1. Belum lengkapnya sistem informasi yang sesuai dengan Kaidah-kaidah DKV
2. Sudah dilakukan pengelompokan jenis jenis peninggalan menyesuaikan dengan jenis

Threat

1. Karena berkembangnya tempat wisata yang lebih modern dan menarik perhatian membuat Museum menjadi terlupaka

4.2. Matrikasi SWOT

	Strenght	Weakness
Opportunity	Dengan ada pengelompokan jenis menyesuaikan lantai bangunan koleksi peninggalan sejarah di Museum Sri Baduga, dapat memudahkan pengunjung menikmati museum karena banyaknya peninggalan yang dimiliki museum	Dengan ada pengelompokan jenis menyesuaikan lantai bangunan koleksi peninggalan sejarah di Museum Sri Baduga, memudahkan pengunjung mendapatkan informasi lebih terstruktur dan jelas
Threat	Lokasi yang strategis dan akses menuju museum yang mudah, dengan itu dapat menarik perhatian pengunjung untuk datang dengan bantuan road map	Kondisi arsitektur museum yang memiliki bentuk rumit dan sulit untuk pengunjung bisa saja membuat museum semakin kurang daya tariknya dan keinginan pengunjung untuk datang. Dengan adanya perancangan signage yang baik akan mempermudah pengunjung dan menambah daya tarik kunjungan pada museum

Tabel 4.1 Matrix SWOT

4.3. Problem Statement dan Problem Solution

Kondisi Sekarang

Masih ada pengunjung yang kesulitan pada saat sudah masuk kawasan museum karena bangunan dan petunjuk arah yang kurang. Kawasan bangunan museum yang rumit membuat pengunjung bingung dan masih banyak pelanggaran-pelanggaran yang terjadi.

Kondisi Ideal

Adanya kejelasan informasi yang menunjukkan arahan untuk Museum Sri Baduga. Pengunjung juga mengikuti arah atau flow museum yang sesuai dan pengunjung juga tahu dan menaati peraturan yang ada di kawasan museum.

Problem Statement

Minimnya kejelasan informasi di kawasan Museum Sri Baduga menyebabkan terhambatnya mobilitas pengunjung untuk mengunjungi kawasan tiap museum dan kurangnya edukasi yang diberikan kepada pengunjung terkait informasi interpretasi dan informasi regulasi.

Problem Solution

Meningkatkan kejelasan informasi yang ada di kawasan Museum Sri Baduga Bandung yaitu dengan merancang fasilitas informasi berupa signage yang dapat memberikan edukasi terkait informasi interpretasi dan informasi regulasi.

4.3.1 Konsep Pesan (*Message Planning*)

General Message

Belum adanya signage yang ada di kawasan Museum Sri Baduga Bandung yang menyebabkan terhambatnya mobilitas pendatang dan wisatawan

1. *What To Say*

“Petunjuk Arah peninggalan Sejarah, Agar lebih Mudah dan Terarah”.

Petunjuk arah peninggalan sejarah sesuatu penyampain informasi yang ada di museum Sri Baduga, dengan fungsi-fungsi yang tepat untuk penggunaannya. Mereka yang Bingung & dan kurang arahan adalah pengunjung saat masuk kawasan museum yang memiliki bentuk arsitektur yang rumit.

2. *How To Say*

Merancang sistem informasi di Museum Sri Baduga dengan pendekatan Signage yang sesuai dengan Teori *Spectrum of EGD Activity* dan *The Pyramid's Method* untuk meningkatkan mobilitas dan penyampaian informasi yang tepat bagi para pengunjung atau wisatawan ke Kawasan museum.

4.4. Segmentasi Target

Target audiens yang dipilih untuk perancangan *Environmental Graphic Design* kawasan Museum Sri Baduga adalah orang-orang yang memiliki hobi eksplorasi dan berwisata mengunjungi tempat-tempat bersejarah.

Geografis : Urban dan Sub Urban Kota Bandung atau Luar Kota Bandung

Demografis : Laki-laki dan Perempuan (Masyarakat Umum) Usia 18-35 Tahun.
Pendatang Baru, Wisatawan lokal dan luar

Psikografis :

- Pengunjung atau Wisatawan
- Mau untuk mengenal sejarah
- Malu pada teman atau sosial untuk mengenal lebih sejarah

Teknografis : Aktif dalam mencari sebuah informasi melalui internet atau sosial media.

4.4.1 Personifikasi Target

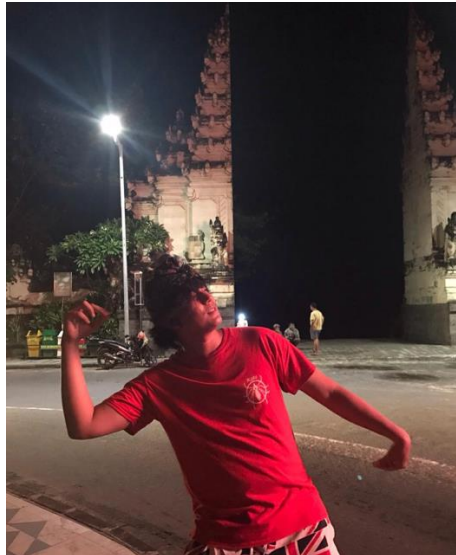
Muhammad Zian Ramdhani, 22 Tahun



Zian seorang pekerja di bidang fotografi yang memiliki hobi foto mengenai sejarah di Indonesia, selain itu dia sangat suka jalan-jalan mengelilingi kota-kota besar di Indonesia. Diantaranya kota-kota yang sudah ia kunjungi, adalah Jogjakarta, Malang, Kediri, Pacitan, Sabang, Aceh, Lombok, Labuan Bajo dan kota-kota lainnya. Selain itu dia suka mencari tempat untuk menghilangkan kepenatan dari kerjaannya, dan melampiaskan untuk membuat suatu karya foto.

Zian juga selalu up to date dengan tempat-tempat yang unik dan viral untuk didatangi dan membuat karya fotografi, dan sosial media instagram yang menjadi tempat mencari informasi, selain itu juga menjadi platform untuk membagikan karya-karya foto.

Haikal Maulana Alif, 23 Tahun



Haikal adalah seorang mahasiswa di ITENAS, berasal dari kota Bogor. Haikal ini memiliki sapaan akrabnya yaitu “Habor”, dia memiliki hobi traveling, tempat yang senang ia kunjungi semacam kawasan kawasan bersejarah, alam dan lainnya. Di usia muda nya , selain dia menjalankan sebagai mahasiswa dan melakukan hobi nya, ia juga menyempatkan luang waktunya sebagai trader muda, alasan dia memilih sebagai trader, untuk menambah uang saku nya dan keperluan lainnya juga.

1 tahun lebih dia menjalani sebagai trader. Habor ini orang yang mengatur keuangannya, biasanya hasil yang dia dapat dari trading ia sisihkan untuk traveling ke tempat tempat yang belum pernah ia kunjungi, karena hal yang tidak mudah untuk membagi waktu dalam berjelajah, belajar dan berkerja.

4.5. Strategi Komunikasi

Who

Kawasan Museum Sri Baduga Bandung

Says What

“Petunjuk Arah peninggalan Sejarah, Agar lebih Mudah dan Terarah”.

In Which Channel

Disampaikan melalui media utama yaitu signage yang di implementasikan pada kawasan Museum Sri Baduga Bandung

To Whom

Para pendatang, seperti wisatawan luar kota, dalam kota dan lainnya. Dan untuk para wisatawan yang menyukai *Traveling* dan Sejarah.

With What Effect

Pengunjung dapat dengan mudah menjalani mobilitasnya pada kawasan Museum Sri Baduga Bandung dan mereka tahu akan regulasi yang ada pada kawasan tersebut.

4.6. Konsep Kreatif (*Creative Approach*)

- Penyederhanaan elemen – elemen budaya sunda.

Pada perancangan Environmental Graphic Design kawasan Museum Sri Baduga, peneliti menggunakan unsur yang ada pada aksara sunda agar memiliki nilai keselarasan yang tinggi dan menjadi identitas yang khas untuk Museum Sri Baduga.

4.6.1 Strategi Media

- ***Think***

Pengunjung tahu kemana arah yang akan mereka tuju pada saat menjalani mobilitasnya pada kawasan Museum Sri Baduga dan juga dapat dengan mudah mengidentifikasi peninggalan atau fasilitas yang ada. Selain itu, pengunjung juga mengetahui aturan apa saja yang boleh atau tidak boleh dilakukan pada saat berada di kawasan Museum Sri Baduga.

- ***Feel***

Diharapkan dapat membantu para pendatang atau wisatawan saat memasuki Kawasan Museum Sri Baduga, dan dapat membuat pengunjung merasa aman , nyaman dan kebingungan saat mengunjungi Kawasan Museum Sri Baduga.

- ***Do***

Pengunjung dapat dengan mudah mengikuti signage yang sudah dirancang dan juga dapat dengan membaca arahan dan penjelasan Museum pada saat berada disana.

BAB 5. KESIMPULAN

Signage alat pembantu bisa juga menunjukan arah adalah media informasi yang sangat penting disuatu kawasan. Pada kawasan Museum Sri Baduga, masih kurangnya Signage yang sesuai dengan kaidah The Spectrum EGD yang membuat terjadinya kebingungan dan terhabatnya mobilitas terhadap wisatawan dan orang orang yang datang ke kawasan Museum Sri Baduga Bandung. Dengan adanya perancangan Environmental Graphic Design kawasa Museum Sri Baduga ini diharapkan dapat membantu mobilitas bagi para pengunjung/wisatawan saat memasuki kawasan Museum Sri baduga. Selain itu, perancangan ini pun diharapkan bisa menjadi salah satu contoh museum museum lainnya yang masih sama.

DAFTAR PUSAKA

- Langer, Arthur M. 2008. Analysis and Design of Information Systems 3rd edition. Springer
- Dikmas Yanfayunus Putera. 2017. Perancangan Identias Visual dan Media Promosi Museum Sri Baduga. Bandung
- Fathara Rhamadian. 2018.Redesain Museum Sri Baduga, Bandung
- Nur Aulina Putri R. 2016. Perancangan Signage pada Museum Sri Baduga, Bandung
- Rifqi Fakhruddin. 2019. Perancangan Signage Untuk Sekolah Luar Biasa di Bandung. Bandung
- Chris Calori. 2015, hlm 7. Signage and Wayfinding Design. United States Of America: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Agung Pratama H. 2021. Perancangan Siteplan & Signage untuk Kampung Cibunut Berwarna, Bandung
- Mollerup, P. (2005). Wayshowing : A Guide to Environmental Signage Principles & Practices. Amsterdam: Muller.
- Nisha Karlina (2021, 1 September). Mengenal Kota Bandung Dari Museum Sri Baduga Bandung. Diakses pada 28 Oktober 2021, dari <https://ngetripkemana.com/museum-sri-baduga/>
- Symonds, Paul. Brown. 2017. "Finding the Way as a Manifest Sociocultural Experience". Online Sociological Research. Lo Iacono, Valeri