

PERANCANGAN MAP DIRECTION DAN SIGNAGE DI PULAU UNTUNG JAWA GUNA MENFASILITASI WISATAWAN

Geggy Gamal Surya
Fakultas Desain & Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara, Tomang Tol, Kebon Jeruk, Jakarta Barat – 11510
geggy.gs@esaunggul.ac.id

Abstract

The Untung Jawa Island which located in the northern part of Jakarta and next to the Rambut island, is a residential island inhabited by local people. The island was then tilled by the local community into an excursion island that has natural attractions. The people there began to seek their livelihood in the traveling sector. There's a lot of inns, restaurants, tourist attractions, and so forth. Constraints in Untung Jawa Island is the lack of design aspects that attract tourists, one of those is the absence of directives manual map (map direction for public) and the absence of signs directives (signage). Untung Jawa Island requires manual maps of the island (map direction) and signs (signage) on the island that does not have the visual communication. The concept design of map direction and signage in Untung Jawa Island made in accordance with the local identity of the island, which is the island with a variety of offerings beautiful natural charm. Implementation of Map direction and signage will be held 3 days 2 nights in Untung Jawa Island. All the materials have been brought in from Jakarta and will be assembled in Untung Jawa Island. The materials have been prepared for already be observed by the team of the Faculty of Design and Creative Industries one month earlier. Through the creation of map direction and signage direction, it could indicate information Untung Jawa Island with the contents and the beauty of the island and can be identified information from the entire island to support the tourists who are visiting Untung Jawa Island.

Keywords : *Untung Jawa Island, Signage, Map Direction*

Abstrak

Pulau Untung Jawa yang terletak di bagian Utara Jakarta dan di sebelah pulau rambut, adalah pulau pemukiman yang ditinggali oleh masyarakat setempat. Pulau tersebut kemudian digarap oleh masyarakat setempat menjadi pulau yang memiliki wisata alam. Masyarakat disana mulai mencari mata pencaharian mereka di sektor wisata. Terdapat tempat losmen penginapan, restoran, tempat wisata, dan lain sebagainya. Kendala di Pulau Untung Jawa adalah kurangnya aspek desain yang menarik minat wisatawan, salah satunya adalah tidak adanya peta petunjuk arahan (*map direction for public*) dan tidak adanya papan petunjuk arahan (*signage*). Pulau Untung Jawa membutuhkan petunjuk peta pulau (*map direction*) dan papan tanda (*signage*) pada pulau yang belum memiliki komunikasi visual tersebut. Konsep perancangan *map direction* dan *signage* Pulau Untung Jawa dibuat sesuai dengan identitas dari pulau tersebut, yaitu pulau dengan berbagai sajian pesona alamnya yang indah. Pelaksanaan pembuatan *map direction* dan *signage* akan dilaksanakan 3 hari 2 malam di Pulau Untung Jawa. Semua bahan-bahan sudah dibawa dari Jakarta dan akan di *assemble* di Pulau Untung Jawa. Bahan-bahan sudah dipersiapkan karena sudah dilakukan observasi oleh tim Fakultas Desain dan Industri Kreatif 1 bulan sebelumnya. Melalui pembuatan *map direction* dan *signage* ini, dapat menunjukkan informasi Pulau Untung Jawa dengan isi dan keindahan pulau tersebut serta dapat teridentifikasi informasi dari seluruh isi pulau tersebut guna menunjang wisatawan yang sedang mendatangi Pulau Untung Jawa.

Kata Kunci : *Pulau Untung Jawa, Signage, Map Direction*

Pendahuluan

Komunikasi visual merupakan suatu kebutuhan manusia yang sangat diperlukan. Komunikasi visual dibutuhkan untuk memberi / memperoleh informasi dari atau kepada orang lain. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi visual semakin meningkat, sehingga manusia

membutuhkan alat komunikasi visual yang dapat digunakan kapan pun dan dimana pun mereka berada untuk memperoleh serta menyebarkan informasi. Sehingga dengan adanya media ini, dapat memudahkan melakukan navigasi direksi secara manual dan terorganisir. Banyak jenis komunikasi yang

digunakan di masyarakat. Jika berbicara masyarakat maka aspeknya adalah jumlah. Komunikasi berdasarkan jumlah ini terdiri dari komunikasi perseorangan dan komunikasi massa. Komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat adalah komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan suatu proses melalui komunikator-komunikator dimana menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan melalui media-media komunikasi. Sedangkan media komunikasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada orang lain dengan maksud tertentu. Media tersebut berbentuk media visual, audio, maupun audio visual yang sasarannya dapat ke nirmassa maupun massa.

Pulau Untung Jawa sendiri memiliki kendala dalam komunikasi visualnya. Masih minimnya informasi-informasi tersebut bahkan tidak adanya pembuatan informasi disana hanya dilakukan mulut ke mulut saja (tanya menanya). Satu bulan yang lalu, tim Fakultas Desain dan industri Kreatif (FDIK) melakukan observasi pada pulau tersebut guna apa saja yang dibutuhkan masyarakat setempat dengan metode wawancara. Seluruh tim FDIK telah membagi tugas apa yang masyarakat inginkan dan butuhkan. Masyarakat disana sangat antusias atas kedatangan tim FDIK karena mereka merasa sangat terbantu dalam aspek yang membangun dan mendorong perekonomian mereka di pulau Untung Jawa, khususnya di bidang desain dan industri kreatifnya. Masyarakat disana pun memiliki berbagai latar belakang usaha, ada yang buka penginapan, restoran, tempat wisata dan lain sebagainya. Bagi masyarakat yang membutuhkan untuk mendorong usaha mereka maka dibutuhkan komunikasi visual yang memadai sesuai konsep kearifan lokal disana. Dari data yang ada, komunikasi visual disana terbilang minim dan tidak memiliki konsep yang berarti. Maka dari itu, tim FDIK mengabdikan kepada masyarakat pulau Untung Jawa agar kualitas usaha dan wisata mereka meningkat dan maju. Fokus media yang dijalankan adalah berupa media visual secara massa.

Batasan Perancangan

Fokus masalah dapat ditentukan sebagai berikut: Bagaimanakah merancang sebuah desain komunikasi visual dalam bentuk *map direction* dan *signage* yang memvisualisasikan keindahan denah atau peta Pulau Untung Jawa sehingga masyarakat luar pulau atau masyarakat yang berada di Ibu Kota Jakarta mengetahui seluk-beluk pulau tersebut?

Tujuan Perancangan

Perancangan *map direction* dan *signage* memiliki tujuan untuk:

1. Agar wisatawan dapat dengan mudah mengenal isi keseluruhan dari Pulau Untung Jawa
2. Untuk mempromosikan dan menaikkan identitas Pulau Untung Jawa sehingga mengundang minat pengunjung untuk berwisata.

Manfaat perancangan

Perancangan ini memiliki manfaat, yaitu :

- a) Manfaat sebagai mahasiswa/i:
 - 1) Sebagai latihan menyusun untuk mempersiapkan laporan tugas akhir
 - 2) Menambah wawasan penulis
- b) Manfaat bagi masyarakat tinggal:
 - 1) Memajukan perekonomian pulau Untung Jawa
 - 2) Menumbuhkan kinerja masyarakat pulau Untung Jawa
 - 3) Menambah wawasan akan ilmu desain komunikasi visual
- c) Manfaat bagi masyarakat umum:
 - 1) Promosi pulau Untung Jawa sebagai pulau wisata alam
 - 2) Masyarakat mengenal informasi pulau Untung Jawa melalui petunjuk informasi map pulau dan tanda arah lokasi
- d) Manfaat sebagai profesional
 - 1) Sebagai acuan untuk membuat perancangan *map direction* dan *signage* yang lebih baik
 - 2) Sebagai perancangan lanjutan apabila ingin dikembangkan

Tinjauan Pustaka

Dalam pembuatan karya tulis, sangat perlu ditunjang oleh teori-teori yang dapat menunjang dan berkaitan dengan topik pembahasan. Maka dari itu, penulis mengumpulkan data-data berupa teori yang berkaitan dengan topik permasalahan yang diulas. Segala macam teori terkait tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

Komunikasi

Kata komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin "*communis*" yang berarti "*common*": umum;bersama.

Beberapa pengertian komunikasi :

- a. Komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadi antara dua pihak.
- b. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang terjadi antara dua pihak, untuk mendapatkan pengertian yang sama mengenai hal yang sama.
- c. Komunikasi adalah suatu network, atau jaringan sistem-sistem pertukaran tanda, isyarat serta lambang yang punya arti, yang terjadi didalam suatu masyarakat dalam pemasaran, komunikasi sebagai suatu proses yang mana individu-individu sama-sama mengartikan dan membentuk pemikiran secara umum (*commonness*) atau perorangan (*oneness*).
- d. Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada yang lain.
- e. Komunikasi adalah pertukaran informasi, ide, sikap, pikiran dan pendapat.
- f. Komunikasi adalah kegiatan mendorong orang-orang lain untuk menafsirkan suatu ide dengan cara yang diinginkan oleh si pengirim pesan.
- g. Komunikasi adalah penyampai informasi atau pesan diantara dua orang atau lebih.
- h. Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara dua orang atau lebih melalui suatu sistem tanda, simbol, isyarat dan perilaku yang sudah lazim.
- i. Komunikasi adalah esensi dan dasar dari hal-hal persuasi, perubahan sikap dan

tingkah laku serta sosialisasi melalui transmisi informasi.

Komunikasi merupakan penyampaian pikiran atau gagasan yang dilakukan oleh seseorang yang mengandung pesan tertentu dengan bantuan media, sehingga orang yang menerimanya dapat memahami isi di dalamnya dan diharapkan memberikan umpan balik.

Dalam hal ini terjadi komunikasi antar objek wisata dengan konsumen. Dimana objek wisata sebagai produsen (komunikator) ingin mempromosikan pesan melalui media visual maupun audio visual (media cetak/display/digital). terhadap para target /konsumen (komunikan) agar target/konsumen mengenal efek dan diharapkan dapat mengetahui objek wisata tersebut (umpan balik/reaksi).

Komunikasi Massa

Komunikasi masa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada publik. Dalam hal ini komunikasi massa terjadi antara objek wisata dengan target audiens/konsumen

Media Massa

Media massa adalah channel, media/medium. Saluran, sarana atau alat yang dieprgunakan dalam komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada banyak orang. Dalam hal ini objek wisata menggunakan media display dan cetak sebagai media massa dalam mempromosikan objek wisatanya.

Visual

Visual berhubungan erat dengan mata atau penglihatan. Menurut beberapa ahli, visual juga merupakan salah satu bagian dari aktivitas belajar. Dimana aktivitas belajar itu sendiri terdiri dari: somatic (belajar dengan bergerak dan berbuat), auditori (belajar dengan berbicara dan mendengar), intelektual (belajar dengan memecahkan masalah dan merenung), dan visual (belajar dengan cara melihat, mengamati, dan menggambarkan). Keempat aktivitas belajar tersebut harus dikuasai supaya proses belajar dapat berlangsung secara optimal.

Tujuan Informasi

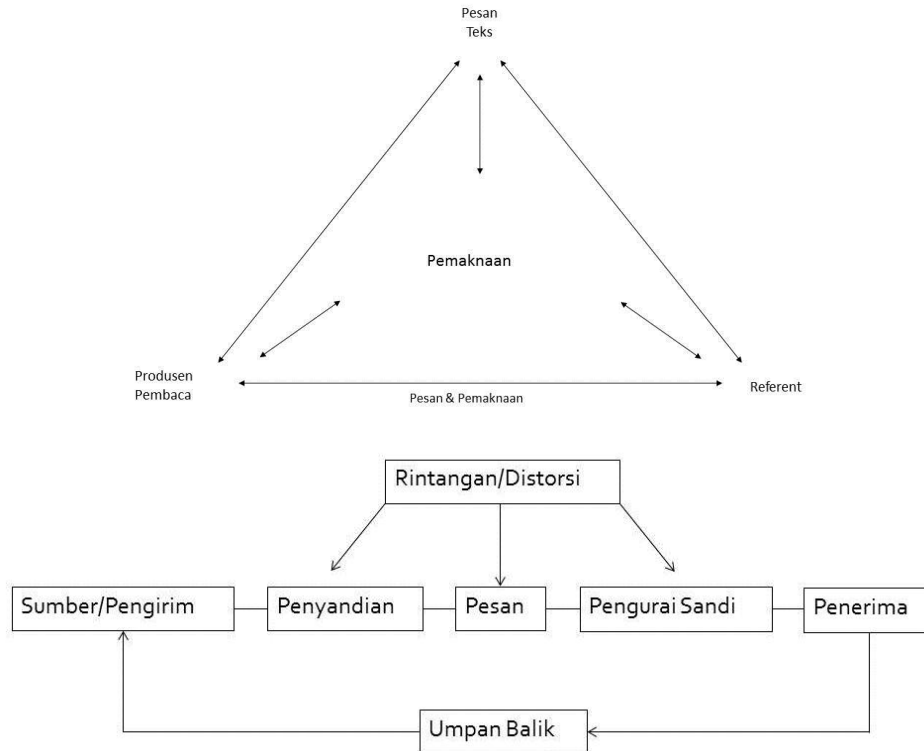
Tujuan komunikasi dapat dibedakan menurut maksud dan caranya menjadi :

1. Identifikasi

2. Informasi

3. Promosi (provokasi, persuasi, propaganda, dsb)

4. *Ambience* (penggarapan lingkungan)



Gambar 1
Diagram Pemaknaan

- Sumber / Pembuat Sandi (*source / encoder*)**
Sumber atau pembuat kode adalah orang atau kelompok yang mengirim pesan. Sumber atau pembuat sandi adalah desainer, sumber dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti nilai kultural, kreativitas, pengetahuan, pendidikan, sikap, keterampilan penyandian visual dan asosiasi.
- Pesan (*Message*)**
Pesan disini adalah pernyataan yang dituju, ide atau perasaan komunikasi, kode pesan adalah figur fisik atau bentuk pesan yang dipakai secara individu atau kelompok.
- Saluran (*Channel*)**
Saluran disini adalah cara/alat mengirim pesan ke penerima, dalam kata lain memakai panca indera yang dipengaruhi oleh media cetak dan media elektronik.
- Penerima / Pengurai Sandi (*Receiver / Decoder*)**

Orang atau kelompok yang menerima pesan penerima. Penerima sebuah komunikasi visual adalah khalayak atau kelompok masyarakat yang biasa atau khusus, dengan karakteristik dan pengetahuan tertentu.

Jenis-Jenis Model Komunikasi

Model yang terkadang disebut facsimiles atau architypes, mengkomunikasikan teori-teori, proses, analogi, peristiwa, teknik, ide-ide dan konsep. Model tersebut dapat tertulis, verbal, matematis, non verbal atau gabungan. Model berkenaan dengan fungsional atau deskriptif.

Fungsi Komunikasi

Berkenaan dengan jenis yang berperan secara individu atau dikombinasikan sebagai informasi, hiburan, intruksi atau persuasi. Konsep fungsi komunikasi membantu kita untuk menerangkan jenis-jenis pesan dan hubungan dengan motivasi dan kepuasan dalam komunikasi.

Bagaimana Kita Melihat

Proses visual tahapannya adalah :

1. Untuk merasakan
2. Untuk menseleksi
3. Untuk memahami

Merasakan + penseleksian + pemahaman = penglihatan. Aldous Huxley mengemukakan bahwa dengan proses mental unsur tertentu dapat diisolasi, menganalisa pesan visual untuk mencari makna gambar. Bila gambar menjadi bermakna, maka akan menjadi bagian dari daya ingat jangka panjang kita. Selain itu, proses tersebut memerlukan aktifitas mental yang lebih tajam. Pengalaman yang lalu dengan pesan visual yang spesifik adalah kunci untuk melihat secara jelas dan jernih.

Mengapa Kita Melihat

Mengapa kita melihat dikarenakan adanya unsur warna, bentuk, kedalaman dan gerak. Warna berkaitan dengan cahaya, tekstur, ukuran, proporsi, material dan temperatur. Bentuk berkaitan dengan unsur titik, garis, bidang, volume, ukuran, posisi, arah dan ruang. Kedalaman berkaitan dengan ruang, ukuran, warna, pencahayaan, tekstur, waktu dan perspektif. Gerak berkaitan dengan warna, bentuk, dan kedalaman.

Semiotika

Signifikasi semiotika tidak saja sebagai metoda kajian (decoding), akan tetapi juga sebagai metoda penciptaan (encoding). Sebagai metode kajian, semiotika memperlihatkan kekuatannya di dalam berbagai bidang, seperti antropologi, sosiologi, politik, kajian keagamaan, media studies dan cultural studies. Sebagai metode penciptaan semiotika mempunyai pengaruh pula pada bidang-bidang seni rupa, seni tari, seni film, desain produk, desain industri, arsitektur, desain interior, termasuk desain komunikasi visual. Sebagai sebuah disiplin keilmuan, yaitu 'ilmu tentang tanda' (the science of sign) semiotika mempunyai prinsip, sistem, aturan dan prosedur-prosedur keilmuan yang khusus dan baku.

Tipografi Kurir Komunikasi Visual

Huruf dan tipografi dalam perkembangannya menjadi ujung tombak guna menyampaikan pesan verbal dan pesan visual kepada seseorang, sekumpulan orang, bahkan masyarakat luas yang dijadikan tujuan akhir proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan atau target sasaran. Huruf dan tipografi merupakan soko guru tunggal yang tidak bisa dipisahkan antara satu dengan lainnya. Banyak orang sudah meleak huruf, sudah pasti mengenal lambang bunyi tersebut. Huruf dan tipografi diyakini sebagai saudara kembar yang tidak bisa dipisahkan secara genetik. Dalam hubungannya dengan komunikasi visual, huruf dan tipografi adalah elemen penting yang sangat diperlukan guna mendukung proses penyampaian pesan verbal maupun visual.

Fungsi Desain Komunikasi Visual

Empat fungsi desain komunikasi visual / desain grafis:

1. Untuk memberitahu atau memberi informasi (*to inform*), mencakup : menjelaskan, menerangkan dan mengenalkan.
2. Untuk memberi penerangan (*to enlighten*), mencakup : membuka pikiran dan menguraikan.
3. Untuk membujuk (*to persuade*), mencakup: menganjurkan, komponennya termasuk kepercayaan, logika dan daya tarik.
4. Untuk melindungi (*to protect*), fungsi khusus untuk desain kemasan dan kantong belanja.

Peran Teori Desain Komunikasi Visual

Teori berfungsi untuk membantu kita mengerti dan menginterpretasi sebuah observasi sebelum data objektif memastikannya. Sebagai fakta atau eksperimen intuitif menentukan apakah berguna atau tidak. Teori berdasarkan dari suatu keyakinan yang berakar dalam observasi, analisis, evaluasi dan informasi faktual dan kadang-kadang dalam perasaan, pengalaman masa lalu atau firasat.

Banyak sekali teori dalam disiplin desain, humaniora dan ilmu pengetahuan telah mempengaruhi kreasi dan pengertian bentuk visual. Teori-teori tersebut umumnya terdapat dibawah tema moderenisme atau pasca-moderenisme.

Moderenisme dan aplikasinya pada bentuk visual, telah dilanjutkan melalui pendidikan Bauhaus (sekolah desain yang berpengaruh di Jerman 1919-1933, merumuskan suatu fondasi mata pelajaran dan pendekatan). Para modernis mencari kebenaran universal yang dapat diterapkan secara luas, seperti arti bentuk atau warna.

Pasca-Moderenisme, sebuah gerakan yang lebih baru, banyak berpijak pada tulisan Jacques Derrida (1930-2004), menurutnya, bahasa dan bentuk tidak netral, tetapi mengandung asumsi kultural, makna dapat berubah-ubah, tidak stabil dan harus ditemukan oleh tiap pembaca. Nama Jacques Derrida identik dengan wacana Poststrukturalisme, sebuah aliran filsafat yang menampik adanya kestabilan makna kata, bahwa sebuah kata senantiasa berada dalam proses, serta dengan demikian tidak memiliki makna yang baku dan permanen.

Signage

Signage mengacu pada desain atau penggunaan tanda dan simbol untuk mengkomunikasikan pesan kepada manusia. Sebuah *signage* juga berarti tanda-tanda secara kolektif atau yang dianggap sebagai pengelompokkan. *signage* istilah didokumentasikan telah dipopulerkan pada tahun 1975 hingga 1980.

Tanda adalah komunikasi visual yang dibuat untuk menampilkan informasi kepada manusia yang melihatnya. Hal ini biasanya diwujudkan dalam bentuk *Wayfinding information* di tempat-tempat seperti jalan-jalan atau di dalam dan di luar bangunan. Tanda-tanda bervariasi dalam bentuk dan ukuran berdasarkan lokasi dan niat, dari spanduk lebih luas, billboard, dan mural, untuk tanda-tanda jalan yang lebih kecil, papan roti dan tanda-tanda rumput. Tanda-tanda yang lebih baru juga dapat menggunakan display digital atau elektronik.

Cagar Alam

Pulau Untung Jawa mempunyai empat pantai yang indah sebagai objek wisata, antara lain adalah :

1. Pantai Pasir Putih
2. Pantai Amiterdam
3. Pantai Mangrove/ bakau
4. Pantai ASRA
5. Hutan bakau

Metode Pelaksanaan

Sejarah Objek Wisata

Pada tahun 1930-an, penduduk dari Pulau Kherkor mengalami kondisi daratan pulau yang abrasi (terkikis oleh air laut) lalu mereka pindah ke Pulau Untung Jawa. Pada tahun 1940-an, penduduk Untung Jawa tertimpa kemalangan, yaitu datangnya serangan nyamuk besar-besaran. Akhirnya penduduk setempat bermukim ke Pulau Ubi Besar untuk menghindari bencana serangan nyamuk. Namun demikian Pulau Ubi pun tak luput dari abrasi. Akhirnya para penduduk pun pindah untuk kedua kali ke Pulau Untung Jawa demi keselamatan merek untuk keberlangsungan hidup.

Pada awalnya Pulau Untung Jawa ini pernah dikelola oleh seseorang pengusaha dan menjadikan Pulau Untung Jawa sebagai tempat wisata seperti Pulau Sepa, Pulau Marina, Pulau Macan dan pulau lainnya yang lokasinya dekat dengan Ancol. Seiring dengan waktu, pengusaha tersebut mempunyai sisi negatif yaitu memiliki sikap berkuasa terhadap lingkup Pulau Untung Jawa. Hal ini membuat dirinya tidak mau mengikuti peraturan pemerintah setempat. Walau sudah dikelola oleh pengusaha tersebut, Pulau Untung Jawa bukan sepenuhnya miliknya. Pengusaha tersebut hanya mempunyai kedudukan sebagai pengelola wisata saja. Akhirnya pemerintah setempat pun mencabut kedudukannya sebagai pengelola objek wisata Pulau Untung Jawa. Hal itu terlihat dari adanya loket Untung Jawa yang tidak aktif lagi sampai sekarang dan hanya berupa bangunan usang, karena tidak ada yang mengelolanya lagi.

Manajemen Wisata

Manajemen Pulau Untung Jawa masih belum jelas sampai saat ini, karena setelah kejadian pengelolaannya yang dulu membuat

para penduduk tidak mengambil keputusan lain untuk mengelola Pulau Untung Jawa sebagai objek wisata yang lebih menarik dan baik lagi. Manajemen Pulau Untung Jawa pun pada akhirnya dikelola oleh individu (yang juga penduduk setempat) seperti : penginapan/*homestay*, restoran, transportasi, maupun *watersport*.

Kedudukan pemerintah Pulau Untung Jawa adalah mengawasi aktivitas bisnis penduduk di Pulau Untung Jawa, sesuai dengan peraturan yang ada. Alasan pemerintah tidak menjadikan Pulau Untung Jawa sebagai pulau objek wisata lagi karena memang pulau tersebut bukan pulau yang dijadikan sebagai objek wisata, melainkan pulau sebagai tempat tinggal penduduk. Di samping alasan itu, pada kenyataannya, penduduk setempat pun mayoritas mengandalkan wisatawan atau pengunjung yang datang ke Pulau Untung Jawa sebagai mata pencahariannya. Maka dari itu, tidak ada salahnya, jika pemerintah setempat

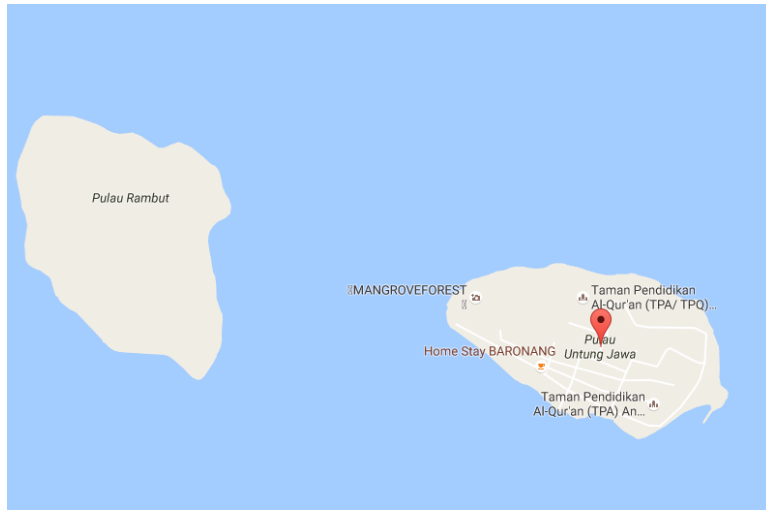
merancang ulang atau memperbaiki fasilitas pulau yang telah usang, karena masyarakat setempat pun akan mendapat efek dari perancangan ulang tersebut. Pengunjung pun lebih tertarik untuk datang ke Pulau Untung Jawa dan pendapatan penduduk setempat pun pasti naik.

Objek Lokasi

Lokasi kegiatan ini berada di Wilayah Pulau Untung Jawa, kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, Kabupaten Kepulauan Seribu. Lokasi dilaksanakannya pengabdian pada masyarakat terletak di pulau Untung Jawa di Barat-Utara dari ibukota DKI Jakarta dan di sebelah kanan pulau Rambut. Pulau Untung Jawa adalah pulau yang dimukimi masyarakat jawa sehingga pulau tersebut memiliki kehidupan yang layak dan memiliki aset wisata yang baik. Objek lokasi ini terpilih didasari permintaan dari masyarakat setempat sejak tim FDIK berkunjung ke pulau Untung Jawa.



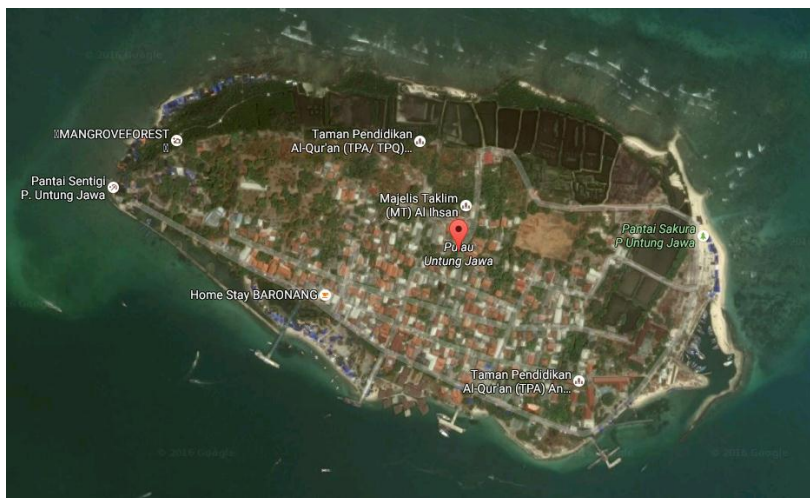
Gambar 2
Objek lokasi pelaksanaan



Gambar 3
Objek lokasi pelaksanaan P2M samping pulau Rambut



Gambar 3
Pulau Untung Jawa (Map)

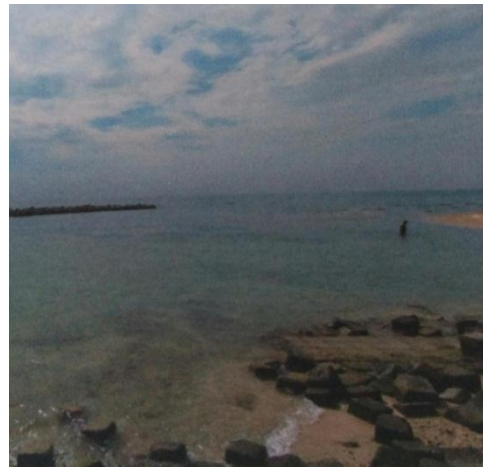


Gambar 4
Pulau Untung Jawa (Satelit)

Foto Objek Wisata



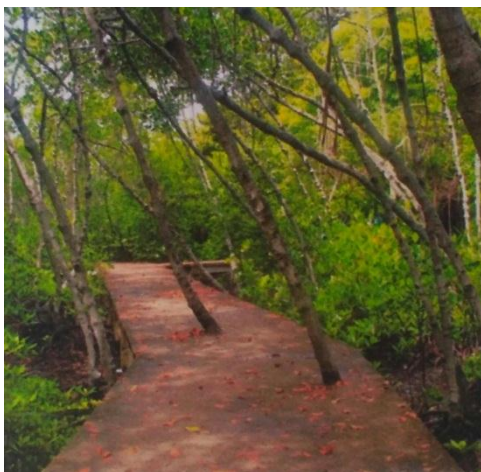
Gambar 5
Pantai Pasir Putih



Gambar 8
Pantai Amterdam



Gambar 6.
Pantai Mangrove



Gambar 7
Hutan Bakau

Waktu Pelaksanaan

Waktu yang dilaksanakan oleh tim FDIK atas P2M ini dilakukan pada tanggal 07 April 2015 sampai dengan tanggal 01 Juli 2015. Untuk pelaksanaan observasi dan wawancara masyarakat pulau Untung Jawa dilaksanakan pada tanggal 07 April 2015 yang jatuh pada hari Selasa. Lokasi kegiatan ini berada di Wilayah Pulau Untung Jawa, kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta dengan sistem pengumpulan dan perancangan pada tanggal 7 April – 1 Juli 2015. Kegiatan ini melibatkan pemerintah Kel. Pulau Untung Jawa dan 4 mahasiswa FDIK-UEU dalam merancang *map direction* dan *signage*.

Tabel 1

Jadwal Pelaksanaan dan Bahan Materi Ajar Hari Pertama, 7 April 2015

| Waktu | Nama Kegiatan |
|---------|-------------------------------------|
| 08.30 – | Perjalanan menuju ke Pelabuhan |
| 09.00 | Tanjung Pasir dari kampus UEU |
| 09.00 – | Perjalanan menuju Pulau Untung Jawa |
| 09.30 | |
| 09.30 – | Sampai di Pulau Untung Jawa dan |
| 11.30 | melakukan <i>briefing</i> |
| 11.30 – | Istirahat dan Sholat |
| 13.00 | |
| 13.00 – | Survei lapangan |
| 17.30 | |

| Hari Kedua, 8 April 2015 | | Hari Keempat. 1 Juli 2015 | |
|---------------------------|--|---------------------------|--|
| Waktu | Nama Kegiatan | Waktu | Nama Kegiatan |
| 08.30 – 11.30 | Survei Lapangan dan presentasi | 08.30 | Kembali menuju ke Pulau Untung Jawa dan memasang hasil perancangan ulang |
| 11.30 – 13.00 | Istirahat dan Sholat | – | <i>map direction & signage</i> di sekitar |
| 13.00 – 17.30 | Pencarian data informasi wisata dan peta Pulau Untung Jawa | 11.30 | dermaga dan <i>welcoming area</i> pulau Untung Jawa |
| | | 11.30 | Istirahat dan Sholat |
| | | – | |
| | | 13.00 | |
| Hari Ketiga, 9 April 2015 | | 13.00 | Presentasi kepada pemerintah Kel. Pulau Untung Jawa |
| Waktu | Nama Kegiatan | – | |
| 08.30 – 11.30 | Pencarian data informasi wisata dan peta Pulau Untung Jawa | 17.30 | |
| 11.30 – 13.00 | Istirahat dan Sholat | | |
| – | | | |
| 13.00 – 17.30 | Pencarian data informasi wisata dan peta Pulau Untung Jawa serta kembali menuju Tanjung Pasir dan pulang ke kampus UEU | | |

Tempat Pelaksanaan P2M



Lokasi P2M untuk perancangan *map direction* dan *signage*

Gambar 9. Peta Untung Jawa

(Sumber :

http://pkspil.ipb.ac.id/redaktur/editor/gambar/Image/Berita/wisata/pulau_untung_jawa_1.gif.
September 2016. 14.00 WIB)

Metode Perancangan

Metode perancangan merupakan teknik atau cara yang digunakan dalam merancang sebuah *map direction* dan *signage*, metode yang dilakukan pada perancangan ini antara lain:

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Beberapa cara yang dipakai dalam mengumpulkan data perancangan *map direction* dan *signage* adalah sebagai berikut:

a. Metode observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap responden (wawancara dan angket), namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi atau kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Pengumpulan data dengan metode ini dilakukan secara langsung dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar. Dalam hal ini, penulis melakukan observasi terhadap bahan-bahan yang tersusun pada produk jasa, agar nantinya dapat divisualisasikan. Juga terhadap unsur-unsur desain yang nantinya menyesuaikan dengan produk jasa.

b. Metode acuan karya

Metode acuan karya adalah metode pengumpulan data yang didasarkan pada karya-karya yang telah ada, dengan melihat unsur-unsur yang ada di dalamnya. Perancangan produk ini akan mengacu pada unsur-unsur karya yang telah dihasilkan sebelumnya. Juga mengacu pada buku-buku teori yang digunakan untuk merancang sebuah *map direction* dan *signage*.

2. Metode Analisa Data

Dengan melakukan teknik analisa yang sistematis dan mengikuti konsep-konsep ilmiah yang berupa pengumpulan data yang digunakan sebagai salah satu cara untuk mencari

penyelesaian masalah dengan memperhatikan berbagai macam segi. Salah satunya adalah analisis SWOT (*Strength, weakness, Opportunities, dan Threats*). Dengan SWOT maka suatu permasalahan dapat dilihat lebih jelas dan menyeluruh. Analisa ini melihat dari segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang tentunya juga diselaraskan dengan karakter *brand* dan *target audiences*, sehingga pada akhirnya perancangan ini mampu menonjolkan apa yang ingin divisualisasikan dari kebutuhannya. Berikut analisa SWOT untuk memecahkan masalah perancangan *map direction* dan *signage* ini.

a) *Strength* (kekuatan)

Situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan/keunggulan dari Pulau Untung Jawa saat ini. *Strength* ini bersifat internal dari perusahaan. Berikut keunggulan yang menjadi kekuatan dari Pulau Untung Jawa:

- 1) Merupakan salah satu bagian dari Kepulauan Seribu yang mempunyai lokasi destinasi yang cukup mudah dijangkau oleh wisatawan/pengunjung
- 2) Biaya akomodasi yang paling terjangkau
- 3) Memiliki cagar alam andalan seperti hutan *mangrove*/bakau sebagai alternatif destinasi di Pulau Untung Jawa
- 4) Melayani para wisatawan/pengunjung pada saat *weekdays* maupun *weekends*

b) *Weakness* (kelemahan)

Keadaan dari usaha yang tidak berjalan dengan baik dapat menjadi kelemahan tersendiri sehingga kadang tidak menguntungkan dan tidak dapat memajukan kegiatan usaha. Tidak hanya pada kegiatan namun juga bisa pada produknya. Berikut kelemahan dari Pulau Untung Jawa saat ini:

- 1) Desain media promosi pulau Untung Jawa kurang terancang dengan baik sehingga komposisi rancangannya tidak dinamis dan kegunaannya pun tidak maksimal
- 2) Desain arah petunjuk jalan serta peta denah Pulau Untung Jawa kurang

terancang dengan baik sehingga komposisi rancangannya tidak dinamis dan kegunaannya pun tidak maksimal.

- 3) Kurangnya *merchandise* atau cendramata sebagai media promosi lain yang dapat dipergunakan
- 4) Lokasi yang kurang steril, khususnya pada lokasi hutan *mangrove* / bakau

c) Opportunities (peluang)

Faktor positif dari luar yang memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkan kesempatan yang ada

- 1) Pulau Untung Jawa merupakan pulau yang lokasinya paling mudah dijangkau dari perkotaan diantara pulau bagian lain dari Kepulauan Seribu.
- 2) Pulau Untung Jawa ini merupakan salah satu pulau yang dihiasi oleh hutan *mangrove*/ bakau yang paling rimbun dan indah serta telah tersedia jembatan khusus untuk menikmati pesona alamnya
- 3) Adanya peninggalan sejarah yang terabadikan dalam bentuk sebuah tugu yang berkaitan dengan populasi pulau Untung Jawa tersebut.
- 4) Banyaknya paket wisata yang terdiri dari penginapan, kuliner, *water sport* dengan harga terjangkau.

d) Threats (ancaman)

Faktor negatif yang berupa ancaman dari lingkungan yang memberi hambatan bagi berkembangnya atau berlanjutan perusahaan

- 1) Terdapat pulau lain yang keadaannya lebih steril jika dibandingkan dengan Pulau Untung Jawa
- 2) Terdapat juga pulau lain yang memiliki rancangan media promosi lebih menarik, dan tentunya mempunyai kegunaan atau manfaat yang maksimal (informasi tersampaikan jelas untuk para konsumen)
- 3) Pembangunan yang belum merata dari segi fasilitas wisata kuliner, maupun penginapan.

3. Metode Analisa Kualitatif

Metode analisa kualitatif adalah bentuk metode penganalisa data dengan menggunakan penelitian kualitatif, penelitian deskriptif, penelitian histori dan penelitian filosofis. Sehingga dalam penyajiannya, metode kualitatif biasanya bersifat verbal yang berupa uraian kalimat. Data analisa yang telah terkumpul melalui metode penelitian pustaka dan metode wawancara, akan dijabarkan dalam bentuk metode kualitatif. Dalam Perancangan *map direction* dan *signage* Pulau Untung Jawa ini perlu adanya informan dengan teknik wawancara mendalam guna mengetahui kebutuhan akan pulau ini. Informasi ini diperlukan dengan teknik wawancara untuk mendukung data-data yang diperlukan dalam perancangan *map direction* dan *signage* Pulau Untung Jawa.

**Hasil dan Pembahasan
Konsep Perancangan**

Konsep perancangan merupakan hasil karya berupa pemikiran yang menentukan tujuan-tujuan dari perancangan sebuah desain. Dalam konsep perancangan ini akan dijabarkan tentang konsep perancangan dari Pulau Untung Jawa ini.

Perancangan Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata Latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harafiah, kata tersebut mempunyai arti pengantara atau pengantar, yaitu perantara sumber pesan dengan penerima pesan. Jadi dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media dibagi menjadi tiga yaitu, media audio, media visual, dan media audio visual.

Media audio adalah bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk suara. Media jenis ini memungkinkan bagi para komunikan hanya mendengar informasi tanpa melihat kejadian yang sebenarnya, sehingga komunikan hanya menerka-nerka suatu kejadian dari informasi yang mereka dengar.

Media visual adalah bentuk saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar. Media ini menampilkan informasi dalam bentuk gambar dan tulisan. Media audio visual merupakan bentuk saluran informasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar dan

suara. Media ini memberikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar yang bergerak dan suara seperti televisi.

Dari kajian diatas, maka dibuatlah perancangan media *signage*, untuk Pulau Untung Jawa dalam bentuk media visual.



Gambar 10

Media cetak yang ditempel ke pelang papan petunjuk

Tujuan Perancangan Media

Tujuan perancangan media adalah menentukan sasaran media. Media sangat penting dalam proses komunikasi sebagai penyampaian pesan. Media yang digunakan dalam perancangan *signage* Pulau Untung Jawa adalah media cetak dan media display.

Adapun tujuan dari media perancangan *signage* Pulau Untung Jawa ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempromosikan Pulau Untung Jawa
2. Menarik minat wisatawan Pulau Untung Jawa terhadap Pulau Untung Jawa
3. Membangun citra dari Pulau Untung Jawa dari nilai petanda-petanda yang lengkap

Strategi media

Strategi media merupakan cara untuk mencapai tujuan media yang ditetapkan, yaitu dengan pemilihan dan prioritas media. Dalam strategi media harus sesuai dengan arah tindakan yang akan diambil dengan media tersebut.

Adapun strategi media perancangan *signage* Pulau Untung Jawa ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi media yang digunakan yaitu media cetak seperti banner, brosur, leaflet, dan lain-lain. Memilih media cetak agar mudah dibawa kemana saja dan informasinya akan selalu ada karena dapat disimpan
2. Strategi media display yaitu plang *map direction* (pada pintu masuk dermaga ke pulau dan papan petunjuk pulau (*signage*). Memilih media display supaya menarik perhatian wisatawan ketika berkunjung ke Pulau Untung Jawa dan dapat tertarik untuk mengunjungi Pulau Untung Jawa

Program Media

Program Media yang akan dibuat antara lain:

a. Map Direction

Map direction adalah suatu gambar peta atau denah yang menunjukkan keberadaan suatu lokasi objek dan sebagai petunjuk arah. *Map Direction* merupakan bagian dari *signage*, sehingga desainnya ditentukan dari ide konsep komunikasi visual. Pulau Untung Jawa masih belum memiliki peta objek wisata (sesuai sejarahnya pulau tersebut hanya dijadikan pemukiman), maka dari itu dibuatlah peta/denah

tersebut di pintu masuk antara garis dermaga kapal dan *welcome area*.

Berikut adalah proses pembuatan *map direction* sesuai konsep objek wisata di pulau Untung Jawa :



Gambar 12

Penempelan media cetak peta ke papan tanda



Gambar 13

Pembuatan papan tanda



Gambar 14

Desain *map direction* Pulau Untung Jawa



Gambar 15

Arahan dan revisi pembuatan *map direction*



Gambar 16

Presentasi tentang *map direction* dengan kecamatan pulau untung jawa



Gambar 17

Hasil *map direction* yang diterima oleh pemerintah kel. Pulau untung jawa



Gambar 18
Berbagai lokasi yang diletakkan *map direction* (dekat *welcome area*)



Gambar 19
Lokasi kedua yang diletakkan dengan *map direction* (dekat *welcome area*)



Gambar 20
Lokasi ketiga yang diletakkan dengan *map direction* (dekat *welcome area*)

b. Signage

Signage merupakan identitas atau petunjuk objek wisata, berfungsi sebagai penanaman citra atau *image* yang bisa menjadi daya tarik. *Signage* objek wisata adalah berdasarkan filosofi organisasi yang terwujud dalam budaya yang ada. Tujuan utama dari tanda-tanda adalah untuk berkomunikasi, untuk menyampaikan informasi sehingga penerima dapat membuat keputusan kognitif didasarkan pada informasi yang diberikan. Secara umum, tanda-tanda dapat diklasifikasikan sesuai dengan fungsi-fungsi berikut:

1. Informasi: Tanda-tanda menyampaikan informasi tentang layanan dan fasilitas, seperti peta, direktori, atau tanda-tanda instruksional.
2. Arah: tanda-tanda yang menunjukkan lokasi layanan, fasilitas, ruang fungsional dan bidang utama, seperti posting tanda atau arah panah.
3. Identifikasi: tanda-tanda yang menunjukkan layanan dan fasilitas, seperti nama dan nomor kamar, tanda-tanda toilet, atau sebutan lantai.
4. Keselamatan dan Peraturan: tanda-tanda memberi peringatan atau petunjuk keselamatan, seperti tanda-tanda peringatan, rambu lalu lintas, tanda keluar, atau tanda-tanda menyampaikan aturan dan peraturan.

Dari hasil studi lapangan di Pulau Untung Jawa, poin nomor 1 dan poin nomor 2 adalah poin yang diutamakan dari grup *Signage*. Poin nomor 3 dan poin nomor 4 adalah kerjaan dari grup lainnya.

Berikut adalah hasil pembuatan *Signage* pada pulau Untung Jawa :



Gambar 21
Hasil model desain *signage*



Gambar 22

Hasil papan petunjuk (*signage*) di Pulau Untung Jawa



Gambar 24. Pemasangan *Signage* Pantai Amterdam di Pulau Untung Jawa

Hasil *Signage* diutamakan 4 area di Pulau Untung Jawa, yaitu :

- Pantai Amterdam;
- Pantai Pasir Putih;
- Pantai ARSA; dan
- Pantai Mangrove.

Dokumentasi Pulau Untung Jawa

Berikut adalah foto-foto pesona pulau Untung Jawa dan tim Pengabdian Pada Masyarakat Pulau Untung Jawa.



Gambar 23

Penerimaan *Signage* kepada Pemerintah Kel. Pulau Untung Jawa



Gambar 25

Menara Mini Pulau Untung Jawa



Gambar 26

Keindahan laut Pulau Untung Jawa



Gambar 27
Sunset Pulau Untung Jawa



Gambar 28
Tim Pengabdian Pada Masyarakat di Pulau
Untung Jawa



Gambar 29
Garis Cakrawala dari Pulau Untung Jawa

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Pulau Untung Jawa Khususnya progress perancangan *map direction* dan *signage* melalui identitas pulau Untung Jawa dapat disimpulkan bahwa pentingnya perancangan identitas pulau Untung Jawa karena merupakan salah satu

faktor potensial dalam industri pariwisata dan dapat meningkatkan *image* wisata pulau untung jawa. Merancang papan peta informasi dan papan tanda arah melibatkan beberapa aspek-aspek desain yang terkait dimulai aspek semiotika, elemen desain hingga konsep rancangan yang memiliki gaya desain sesuai kearifan lokal disana. Pemakaian gaya desain dilakukan sebagai bentuk kekhasan dan keunikan oleh sebuah karya desain *layout* yang dihasilkan. Untuk perancangan *map direction* dan *signage* Pemerintah Kel. Pulau Untung Jawa ini, gaya desain *layout* yang digunakan adalah gaya desain kearifan lokal pulau tersebut. Gaya desain ini dipertegas dengan kekhasan pulau Untung Jawa yaitu gaya kelokalan disana. Gaya desain kearifan lokal pulau Untung Jawa merupakan gaya desain yang memiliki karakter yang kuat, menggunakan warna-warna komplementer, cerah, dan terang yang mencolok.

Pengabdian kepada masyarakat di pulau Untung Jawa memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat pulau Untung Jawa sehingga pulau mereka dapat lebih dikenal wisatawan dan sebagai promosi kepada wisatawan lokal maupun internasional hanya melalui data peta informasi yang menarik (*map direction*) dan informasi petunjuk arah lokasi tempat (*signage*). Sehingga mata pencaharian masyarakat yang tinggal di pulau Untung Jawa bisa meningkat atas datangnya wisatawan yang lebih banyak.

Dengan adanya *map direction* dan *signage* yang sudah dirancang (yang sudah ada sekarang), diharapkan masyarakat pulau Untung Jawa dapat membuat dan merancang papan informasi yang lebih meluas dari setiap sudut pulau, mengikuti dari aspek desain yang dirancang tim P2M-FDIK atau dengan desain berbeda sesuai selera masyarakat tapi dengan standar ilmu desain komunikasi visual yang tim berikan terhadap masyarakat setempat.

Daftar Pustaka

Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Mono. (2005). *Branding: From Brief to Finished Solution*, Page One, Singapore.
- Rustan, Surianto. (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safanayong, Yongky. (2006), *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Buana Printing.
- Tinarbuko, Sumbo. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.