

DAFTAR ISI

COVER DALAM	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR GRAFIK	
DAFTAR TABEL	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Manfaat Perancangan.....	4
1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan data.....	4
1.6 Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Sistem Komunikasi Visual.....	7
2.2 <i>Environmental Graphic Design (EGD)</i>	8
2.2.1 Sejarah <i>Environmental Graphic Design</i>	8
2.2.2 Definisi <i>Environmental Graphic Design</i>	9
2.2.3 Komponen <i>Environmental Graphic Design</i>	10
2.3 Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	16
2.3.1 Segmentasi.....	16
2.3.2 <i>Targeting</i>	18
2.3.3 <i>Positioning</i>	18
2.4 <i>Color Harmony</i>	19
2.5 <i>Human Dimentions</i>	20
2.5.1 Teori Antropometri.....	20

2.5.2	Kesalahpahaman Tentang Pengertian "Manusia Rata-rata"	21
2.5.3	Dimensi Tinggi Kelompok Laki-laki dan Perempuan Kelompok Usia Remaja	21
BAB III DATA DAN ANALISI MASALAH		
3.1	Data dan Fakta	23
3.1.1	Profil Dinas Pekerjaan Umum Kota Tasikmalaya	23
3.1.2	Arena Olahraga Dadaha Tasikmalaya	25
3.1.3	Tinjauan Terhadap Proyek/ Persoalan Sejenis	33
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	35
3.2.1	Sistem Komunikasi Visual	36
3.2.2	<i>Environmental Graphic Design</i>	36
3.2.3	Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	37
3.2.4	<i>Color Harmony</i>	39
3.2.5	<i>Human Dimensions</i>	39
BAB IV PEMECAHAN MASALAH		
4.1	Konsep Komunikasi	41
4.2	Konsep Kreatif	42
4.3	Konsep Media	44
4.4	Hasil Karya	45
4.4.1	Logo Dadaha	45
4.4.2	<i>Icon</i> Fasilitas Olahraga dan Non Olahraga	47
4.4.3	<i>Mapping</i> Arena Olahraga Dadaha	48
4.4.4	<i>Signage</i> dan <i>Wayfinding</i>	48
4.5	<i>Budgeting</i>	58
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Kata Penutup	61
5.3	Saran Penulis	62
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR ISTILAH		
DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN		

SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI SIDANG TUGAS AKHIR
UCAPAN TERIMA KASIH
DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>signage</i> berperan penting dalam <i>wayfinding</i>	10
Gambar 2.2	huruf standar untuk <i>signage</i>	13
Gambar 2.3	perbandingan spasi antar huruf.....	13
Gambar 2.4	posisi panah pada bidang persegi.....	14
Gambar 2.5	ukuran huruf untuk huruf kedua.....	16
Gambar 3.1	arena olahraga dadaha tampak atas.....	26
Gambar 3.2	awal-awal pembangunan.....	27
Gambar 3.4	1. GOR sikapura (basket <i>indoor</i>), 2. GOR Susi Susanti (bulutangkis <i>indoor</i>), 3. Futsal, 4. Basket <i>outdoor</i> , 5. Lapangan tennis, 6. Lapangan voli, 7. Kolam renang, 8. Jalan batu kesehatan.....	28
Gambar 3.5	pengunjung area basket pada pukul 08:00 pada hari biasa....	29
Gambar 3.6	pengunjung area basket pada pukul 12:00 pada hari biasa....	29
Gambar 3.7	pengunjung area basket pada pukul 16:00 pada hari biasa....	29
Gambar 3.8	pengunjung area basket pada pukul 08:00 pada akhir pekan..	29
Gambar 3.9	pengunjung area basket pada pukul 12:00 pada akhir pekan..	29
Gambar 3.10	pengunjung area basket pada pukul 16:00 pada akhir peka...	29
Gambar 3.11	kelompok usia remaja pada area basket.....	30
Gambar 3.12	kelompok usia remaja pada area tennis.....	31
Gambar 3.13	kelompok usia remaja pada area sepakbola.....	31
Gambar 3.14	keadaan pada jalan utama dadaha.....	32
Gambar 3.15	keadaan saat diadakan <i>event</i> non olahraga.....	32
Gambar 3.16	salah satu <i>sign</i> yang terdapat di SOSFO Olympic Park.....	33
Gambar 3.17	<i>signage</i> untuk informasi lapangan (<i>mapping</i>).....	33
Gambar 3.18	<i>facility guide sign</i>	34
Gambar 3.19	<i>object sign</i>	34
Gambar 3.20	logo GBK.....	35
Gambar 3.21	<i>sign</i> pada GBK.....	35
Gambar 3.22	pengukuran sudut jarak pandang.....	40

Gambar 4.1	aksara sunda.....	42
Gambar 4.2	huruf SF teramin Gothic.....	43
Gambar 4.3	huruf mexicola.....	43
Gambar 4.4	proses pembuatan logo.....	45
Gambar 4.5	<i>logo guide</i>	46
Gambar 4.6	<i>icon</i> fasilitas olahraga dan non olahraga.....	47
Gambar 4.7	<i>mapping</i> arena olahraga dadaha.....	48
Gambar 4.8	<i>sign</i> petunjuk arah general.....	49
Gambar 4.9	penerapan <i>sign</i> petunjuk arah general.....	49
Gambar 4.10	<i>sign</i> untuk <i>mapping</i>	50
Gambar 4.11	penerapan <i>sign</i> untuk <i>mapping</i>	50
Gambar 4.12	<i>sign indoor</i> pada dinding.....	51
Gambar 4.13	penerapan <i>sign indoor</i> pada dinding.....	51
Gambar 4.14	<i>sign indoor</i> yang digantung.....	52
Gambar 4.15	penerapan <i>sign indoor</i> yang digantung.....	52
Gambar 4.16	<i>sign</i> nama fasilitas.....	53
Gambar 4.17	penerapan <i>sign</i> nama fasilitas.....	53
Gambar 4.18	<i>sign</i> keterangan fasilitas.....	54
Gambar 4.19	penerapan <i>sign</i> keterangan fasilitas.....	54
Gambar 4.20	<i>sign</i> pada pintu masuk stadion sepakbola.....	55
Gambar 4.21	penerapan <i>sign</i> pada pintu masuk stadion sepakbola.....	55
Gambar 4.22	gambar peletakan posisi <i>sign</i>	56
Gambar 4.23	<i>ambient sign</i>	56
Gambar 4.24	penerapan <i>ambient sign</i>	57
Gambar 4.25	<i>ambient</i> pada lapangan basket.....	57
Gambar 4.26	penerapan <i>ambient</i> pada lapangan basket.....	58

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Skema perancangan pemecahan masalah.....	6
Grafik 3.1 Perbandingan jumlah pengunjung dengan waktu pada hari-hari biasa.....	29
Grafik 3.2 Perbandingan jumlah pengunjung dengan waktu pada akhir pekan.....	30

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	tabel <i>viewing distance guide</i> untuk ukuran huruf pada eksterior <i>sign</i>	15
Tabel 2.2	tabel <i>viewing distance guide</i> untuk ukuran simbol pada eksterior <i>sign</i>	16
Tabel 2.3	tabel jenis- jenis aktifitas, minat, opini, dan demografi.....	18
Tabel 2.4	tabel perbandingan usia, jenis kelamin, dan tinggi badan pada persentil ke-5 dan ke-95.....	22

DAFTAR ISTILAH

1. *advertising* = periklanan: hal yang berhubungan dengan berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik dengan barang dan jasa yang ditawarkan.
2. *alignment* = penjajaran : proses, perbuatan, cara menjadikan sebaris, seleret.
3. *arrow* = panah: tanda petunjuk; tanda panah
4. *color hamony* = harmoni warna: keselarasan kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya.
5. *communicatus* = komunikasi: pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara 2 orang /lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.
6. *concertrated marketing* = strategi menentukan targetting dengan pemilihan satu segmentasi pasar sebagai target
7. *cooporate identity* = identitas usaha: ciri-ciri/ keadaan khusus; jati diri usaha.
8. *design* = desain: kerangka bentuk; rancangan
9. *differentiated marketing* = strategi menentukan targetting dengan pemilihan dua atau lebih segmentasi pasar sebagai target
10. *environmental graphic* = markah lingkungan: tanda pada daerah (kawasan dsb) yang termasuk didalamnya
11. *event* = acara: kegiatan yang dipertunjukkan, disiarkan, atau diperlombakan.
12. *finish* = finis : bagian terakhir (suatu perlombaan)
13. *human dimention* = dimensi manusia: ukuran (panjang, lebar, tinggi, luas dsb) manusia.
14. *icon* = ikon : berkaitan langsung dengan gambar/ lambang/ langsung menimbulkan pertalian dengan dbenda yang dilambangkannya.

15. *image* = kesan : apa yang terasa (terpikir) sesudah melihat (mendengar) sesuatu
16. *indoor* = dalam ruangan: bagian dari dalam bukan luar dari tempat yang lega.
17. *interline spacing* = jarak antar baris : spasi antar baris
18. *interpretation* = interpretasi : pemberian kesan, pendapat, atau pandangan teoritis terhadap sesuatu.
19. *landmark* = penunjuk ; alat untuk menunjukkan
20. *letterspacing* = jarak antar kata : spasi antar kata
21. *mapping* = memetakan: menggambarkan tanah menjadi peta.
22. *object sign* = tanda objek : petunjuk
23. *paragraph spacing* = jarak antar paragraf : spasi antar alinea
24. *positioning* = memosisikan: meletakkan kedudukan
25. segmentasi: pembagian dalam segmen
26. *sign* = tanda: petunjuk
27. *sign system* = sistem tanda: susunan yang teratur dari sudut pandang teori, asas dsb pada petunjuk
28. *softball* = kasti : permainan olahraga beregu dengan satu bola kecil dan satu alat pemukulnya.
29. *start* : memulai (melakukan sesuatu)
30. *targeting* = sasaran usaha: sesuatu yang menjadi sasaran usaha
31. *typeface* = jenis huruf : jenis tanda aksara dalam tata tulis yang merupakan anggota bajad yang melambangkan bunyi bahasa.
32. *undifferentiated marketing* = strategi menentukan targeting dengan pemilihan semua segmentasi pasar sebagai target
33. *x-tech* = salah satu kelompok yang berorientasi pada status, merupakan penggemar teknologi baru, tapi uangnya pas-pasan.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Hasil wawancara dengan Bpk. Nana

Lampiran B: Sketsa logo

Lampiran C: Sketsa sign

Lampiran D: Lembar Asistensi

Lampiran E: Lain-lain