

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tegal adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Bagian utara wilayah Kabupaten Tegal merupakan dataran rendah. Tegal terletak 165 km sebelah barat Kota Semarang, atau 329 km sebelah timur Jakarta. Kota Tegal mempunyai posisi geografis yang sangat strategis karena berada pada jalur lintas transportasi utara Jawa yaitu antara Surabaya - Semarang – Jakarta dan persimpangan jalur selatan yaitu Tegal-Purwokerto. Kondisi demikian sangat menguntungkan bagi perkembangan perekonomian kota Tegal

Jika diukur dengan jarak tempuh antara Jakarta dan Surabaya, kota Tegal kira-kira berada di tengah-tengahnya. Posisi strategis yang didukung dengan infrastruktur yang memadai menjadikan kota Tegal sebagai kota transit. Hal tersebut berdampak pada hidupnya usaha di bidang jasa pariwisata, terutama perhotelan.

Luas Tanah dari kabupaten Tegal adalah 901,52 km persegi, dengan jumlah penduduk sebanyak 1.432.000 jiwa, dengan laju pertumbuhan penduduk 1,2 % / tahun, diproyeksikan tahun 2011 berjumlah 1.538.546 jiwa.

Di Kabupaten Tegal banyak sekali industri rumah tangga, diantaranya: pengecoran dan pengerjaan logam, tekstile (konveksi & tenun tradisional), *suttle chock, furniture*, dan gerabah (barang pecah belah). Selain itu warga Tegal banyak juga yang berusaha di sektor pertanian (padi, palawija, bawang, cabe, dan tebu). Di sektor kelautan dan perikanan, nelayan Tegal yang mencari ikan di laut Jawa sampai ke Laut Tiongkok Selatan (kepulauan Riau). Hasilnya tangkapan mereka jual ke pelabuhan perikanan (pelelangan ikan) Jakarta, Cirebon, Pekalongan dan Tegal sendiri. Masih disektor ini, masyarakat Tegal (khususnya daerah pesisir) kebanyakan membuka usaha tambak ikan bandeng dan udang windu. Mereka juga menjual nener/benur (bibit ikan bandeng). Di sektor peternakan, masyarakat Tegal banyak mengusahakan peternakan ayam (pedaging & petelur), Itik Tegal (jenis *Indian Runner*) untuk suplai industri telur asin di Brebes.

Perdagangan dan jasa merupakan sektor utama perekonomian kota Tegal. Kota ini menjadi tempat pengolahan akhir dan pemasaran berbagai produk dari kawasan

Jawa Tengah bagian barat. Usaha kecil dan menengah yang cukup pesat kemajuannya adalah industri logam rumahan di kawasan Jalan Cempaka, dan kerajinan batik Tegal di kelurahan Kalinyamat. Untuk mendukung denyut perekonomian, pemerintah Kota Tegal telah membangun Pusat Promosi dan Informasi Bisnis (PPIB).

Iklim investasi yang cukup sejuk mengundang banyak investor luar daerah menanamkan modalnya di kota ini. Maka tak mengherankan, dalam kurun waktu 5 tahun sejak 2001, telah berdiri beberapa pusat perbelanjaan antara lain Pacific Mall, Rita Mall, Dedy Jaya Plaza, Marina Plaza, dan Pusat grosir Moro.

Kota seperti Tegal, Jawa Tengah di Indonesia mempunyai magnet dan potensi yang dapat dikembangkan dalam hal kepariwisataan, potensi ekonomi, potensi seni budaya, dan potensi komponen arsitektur kawasan. Pembangunan di Tegal pun cukup berkembang dengan adanya beberapa pusat perbelanjaan seperti Pacific Mall dan Rita Mall, tempat perbelanjaan terbesar di Tegal. Tetapi dengan adanya persaingan yang ketat, fasilitas lengkap (tenant-tenant yang cukup banyak tersedia) dan lokasi yang cukup strategis yaitu di jantung kota Tegal maka Pacific Mall lebih memiliki potensi dan kesempatan untuk berkembang.

Disamping itu, komunikasi adalah sebuah proses biologi dan psikologi yang berbelit-belit dan menyentuh beberapa aspek kehidupan. Komunikasi adalah sebuah sarana untuk berinteraksi dan berekspresi antar individu. Komunikasi adalah inisiatif pribadi dan cara spontan untuk merubah pemikiran, emosi dan pengertian bersama. Seperti komunikasi melebihi bahasa, demikian juga bahasa melebihi cara berbicara. Tanda bahasa biasanya digunakan oleh tunarungu. Sekarang ini sistem tanda lebih dan lebih sering lagi digunakan sebagai arti dari ekspresi bahasa. Bagi beberapa orang, tanda lebih mudah dipelajari daripada bahasa percakapan. Tanda juga lebih dapat dibaca daripada kata-kata dalam percakapana pada saat individu tidak berbicara.

Komunikasi visual sebagai suatu sistem pemenuhan kebutuhan manusia di bidang informasi visual melalui lambang-lambang kasat mata, dewasa ini mengalami perkembangan sangat pesat. Hampir di segala sektor kegiatan, lambang-lambang atau simbol-simbol visual hadir dalam bentuk gambar, sistem tanda, *corporate*

*identity*, sampai berbagai display produk di berbagai pusat pertokoan dengan aneka daya tarik

Sejak berabad-abad tahun yang lalu, tanda di kenal sebagai alat komunikasi interlingual, seperti rambu-rambu lalu lintas dan tanda pengenalan bangunan. Dapat dibayangkan betapa sukarnya bila lalu lintas tidak dilengkapi dengan rambu-rambu dan demikian juga halnya bila semua bangunan tidak mempunyai nama dan alamat. Dengan semakin berkembangnya kota dan bertambahnya penduduk sistem tanda sekarang ini dirasa penting dan tidak hanya digunakan untuk lalu lintas dan tanda bangunan, namun berkembang menjadi tanda interior yang sering digunakan terutama di tempat-tempat umum seperti mal, tempat wisata, gedung perkantoran dan rumah sakit.

Seiring dengan kemajuan jaman, sedikit banyak pola hidup masyarakat kota Tegal mengalami perkembangan kearah yang lebih praktis dan efisien. Salah satunya dapat dilihat dengan adanya sistem komunikasi visual (*sign system*) yang ada sudah mengalami banyak perkembangan yang ada di beberapa tempat seperti perkantoran, mal, plaza dan tempat bermain. Dengan berbagai bentuk dan jenis yang dibuat untuk kebutuhan penyampaian informasi. Karena itu di Pacific Mall juga terdapat beberapa *sign system*.

Pacific Mall, sebuah tempat perbelanjaan yang cukup besar dengan bangunan 4 tingkat, hadir sebagai salah satu alternatif ruang publik dengan konsep yang berbeda di Kota Tegal. Pacific Mall menawarkan sebuah konsep yang modern dan bernuansa kelautan/pantai yang berkaitan erat dengan kota Tegal sebagaimana kota Tegal sangat dekat dengan laut. Dengan konsep yang berbeda dan unik menjadikan penduduk kota Tegal ramai mengunjungi mal ini, dari semua kalangan baik yang menengah keatas maupun masyarakat lainnya, tetapi lambat laun dikarenakan tidak adanya pembaharuan dan renovasi menjadikan Pacific Mall kurang tertata rapih dan terkesan tidak seperti mal, salah satu akibatnya adalah kurang ada sistem yang dapat menginformasikan dengan baik yaitu yang dinamakan *sign system* yang di rancang secara profesional. Akibatnya terjadi ketidaknyamanan bagi pengunjung Pacific Mall. Selain itu karena tidak ada aturan yang jelas tentang penempatan-penempatan media promosi untuk *tenant* yang ada di mal, dengan penempatan media promosi yang tidak pada tempatnya, seperti pemasangan spanduk pada fasade dalam gedung

mal, yang terkesan sangat berantakan dan sangat merusak keindahan mal. Sehingga dibutuhkan sebuah sistem yang mengatur bagaimana membuat dan menempatkan media promosi yang sesuai dengan aturan

Dengan keberadaan Pacific Mall yang ada di persilangan jalur pantura, banyak pendatang dari luar kota berdatangan. Dalam hal ini untuk menciptakan *image* Pacific Mall yang baik dimata masyarakat luas, dibutuhkan sebuah sistem komunikasi visual (*sign system*) yang efektif yang mampu menginformasikan, mengidentifikasi, mengarahkan dan menghimbau setiap pengunjung yang ada, serta sesuai dengan konsep yang dimiliki oleh Pacific Mall supaya tercipta dan tertanam sebuah *image* yang kuat di mata pengunjung mal baik masyarakat Tegal maupun masyarakat luas.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

- a. *Sign system* Pacific Mall kurang informatif, efektif dan efisien.
- b. Visual *sign system* Pacific Mall kurang menarik karena tidak ditangani secara profesional.
- c. Tidak adanya sistem informasi (aturan) yang jelas tentang penempatan media promosi untuk tenant yang berada di Pacific Mall, seperti banner, neon box, dan sebagainya.
- d. Tidak ada *image* yang kuat dikarenakan tidak adanya kesatuan konsep visual antara interior dan eksterior dengan *sign system*.
- e. Penempatan media promosi yang tidak pada tempatnya sehingga terkesan berantakan.

### **1.2.2 Permasalahan**

- a. Bagaimana merancang *sign system* Pacific Mall yang efisien dan informatif untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung Pacific Mall?

- b. Bagaimana merancang *sign system* Pacific Mall yang sesuai dengan konsep Pacific Mall sehingga dapat menciptakan suatu *image* yang kuat untuk Pacific Mall?
- c. Bagaimana menempatkan *sign system* yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung Pacific Mall?
- d. Bagaimana membuat sistem aturan yang baik dari segi penempatan media promosi dan produk, yang sesuai dengan proporsi sehingga efektif dan nyaman dipandang mata pengunjung mal?

### 1.2.3 Ruang Lingkup

- a. Objek yang diteliti : *sign system* yang berada di Pacific Mall, Tegal, Jawa Tengah.
- b. Ruang lingkup Perancangan dibatasi pada *sign system* yang berada diluar dan dalam Pacific Mall, mencakup *Wall Mount, Wayfinding Sign, Identification Sign, Regulatory Sign, Information Sign, Directory Map dan Post and Panels*. Serta sistem informasi (lokasi penempatan *sign system* dan media promosi) yang berupa buku panduan (*manual book*) untuk Pacific Mall dan para tenant tentang penempatan media promosi untuk produk mereka.
- c. Target market utama : Masyarakat kota Tegal dan pengunjung luar kota.
- d. Lokasi : Pacific Mall, Tegal- Jawa Tengah
- e. Waktu penelitian dan perancangan : Desember- Juni 2009

### 1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan yang hendak dicapai dari perancangan ulang *sign system* pada Pacific Mall dan perancangan untuk media promosi ini yaitu untuk menciptakan suatu tatanan sistem baru yang informatif, efektif dan efisien, agar pengunjung Pacific Mall dapat menggunakan layanan dengan mudah, sederhana, cepat, tepat, dan bermanfaat. Selain itu merancang suatu *sign system* yang mencerminkan ciri khas atau karakteristik yang dapat menciptakan *image* Pacific Mall yang kuat di mata masyarakat pengunjung mal.

Dengan ini, jenis *sign system* yang akan dirancang ulang adalah *interior sign* dan *exterior sign* (*Wall Mount, Wayfinding Sign, Identification Sign, Regulatory*

*Sign, Information Sign, Directory Map dan Post and Panels*) dan buku panduan sistem grafis pada Pacific Mall yang berfungsi untuk menginformasikan dan sesuai dengan konsep Pacific Mall yang menonjolkan kemoderenan lingkungannya dan konsep nuansa kelautan sehingga dapat menciptakan sebuah nilai estetik yang baik.

## **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1.4.1 Sumber Data**

Data primer yang penulis dapatkan berupa pengamatan terhadap sejumlah situs web, data literatur (buku-buku mengenai mal dan *sign system*), koran, majalah, dan hasil diskusi dengan beberapa pihak terkait.

### **1.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Metodologi perancangan yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif yang berupa observasi, wawancara, dan studi pustaka dan kuantitatif yang berupa kuesioner.

- a. Observasi, adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara meninjau dan mengamati. Ada empat jenis observasi, yaitu observasi tidak berperan, observasi berperan pasif, observasi berperan aktif dan observasi berperan penuh. Observasi yang dilakukan pada kasus ini adalah observasi berperan pasif, yaitu peneliti mendatangi suatu peristiwa atau tempat, diketahui oleh subjek yang diamati.
- b. Wawancara, adalah suatu percakapan antara peneliti dengan nara sumber. Ada dua jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur (wawancara mendalam) dilakukan dengan pertanyaan *open ended*. Disini peneliti melakukan wawancara tidak terstruktur.
- c. Studi Pustaka dilakukan untuk mencari data dari sumber tertulis dan gambar. Beberapa sumber diantaranya berupa buku, ensiklopedi, majalah dan situs web.

- d. Kuesioner, pembagian kuesioner kepada pengunjung mal dan masyarakat kota Tegal, dimaksudkan untuk mengetahui seberapa penting tanda atau petunjuk itu diperlukan di Pacific Mall.

### **1.4.3 Metode Analisis SWOT**

Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman. Sehingga dapat diketahui bagaimana langkah-langkah meredesain yang tepat. Dengan menggunakan metode SWOT yang menganalisa *Strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, *Treatment*. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan/peluang dan ancaman.

1.5 Skema perancangan

