BAB II

MEMBANGUN *SIGN SYSTEM* KAMPUNG GAJAH

II.1 *Sign system*

II.1.1 Pengertian *Sign system*

Menurut Sachari (2013: 45), *sign system* dapat kita artikan sebuah *system* yang mengatur alur informasi tertentu atau pesan tertentu dengan menggunakan media tanda sebagai sebuah pesan. *Sign system* erat kaitannya dengan elemen visual dan terkait dengan unsur arsitektural sebagai medium dari sistem rambu tersebut. Sistem rambu sendiri merupakan bagian dari sebuah istilah yang dikenal dengan *wayfinding*, yaitu sebuah metode yang mengatur atau mengarahkan orang melalui media sistem rambu, agar mengikuti sesuai dengan yang diinginkan. Sebuah system informasi yang terpadu dan mampu dikemas secara visual yang menarik dapat menjadi salah satu solusi dari berbagai masalah yang ada.

Sign System menurut Sumbo Tinarbuko (seperti dikutif Julianto, 2013) adalah rangkaian representasi visual dan symbol grafik yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik.

Raymound Boundon dalam *Sign In Use*, (seperti dikutip Fajar, 2013) *System* adalah suatu cara untuk melaksanakan sebuah perencanaan yang telah ada, s*ystem* juga dapat diartikan menjadi sebuah siasat atau cara untuk dapat menyampaikan sesuatu dengan baik dan mudah.

II.1.2 Kriteria *Sign system*

Menurut Julianto (seperti dikutif Fajar, 2013) dalam Pembuatan *Sign system* yang baik harus memenuhi empat kriteria berikut :

1. Mudah Dilihat

   Penempatan *sign system* juga harus dipikirkan secara tepat dan penempatan *sign system* yang baik yaitu ditempat yang mudah diakses orang.

2. Mudah Dibaca

   Bentuk huruf atau tipografi yang digunakan dalam *sign system* sebisa mungkin dapat terbaca dalam kondisi apapun baik siang atau malam.

3. Mudah Dimengerti

   Bentuk penulisan yang tertera pada *sign system* harus mudah untuk dipahami oleh banyak orang dari berbagai usia dan kalangan. Bentuk tulisannya sebisa mungkin juga harus singkat dan padat.

4. Dapat Dipercaya

   kebenaran informasi yang ditampilkan harus dapat dipercaya. Tidak ada informasi yang salah dan bisa menyesatkan bagi yang membacanya.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merancang desain untuk *sign system* menurut Sachari, (2013: 14) adalah berikut ini:

- Memahami institusi dan lingkungannya. Mengetahui kegiatan utama dari institusi tersebut.
- Mengidentifikasi fasilitas yang akan direpresentasikan. *Sign* harus dapat mengidentifikasikan fasilitas apa saja yang ada di institusi atau lingkungan serta bangunan tersebut.
- Menentukan lokasi penempatan. Lokasi harus mudah terlihat dan mudah diakses oleh orang banyak. Bisa mengimplementasi dan menentukan ekspresi yang akan digunakan, mulai dari segi warna, bentuk, tekstur desain. Selain desain, juga harus memperhatikan material dalam pembuatan *sign system*. Sekarang ini, desain yang menarik dan informasi yang benar saja tidaklah cukup. Dalam merancang *sign system* sekarang ini, pemilihan material juga dapat menentukan apakah *sign system* itu dapat menarik perhatian banyak orang atau tidak.

II.1.2 Jenis – Jenis *Sign*

Menurut Fajar (2013: 7) menjelaskan bahwa dalam sistem komunikasi visual tanda mengalami perkembangan dan terdapat lima macam dasar dari jenis – jenis tanda (*sign type*) yang mudah di ingat, kelima jenis dasar tersebut adalah :

1. Tanda petunjuk dan Informasi

   Tanda ini berupa tanda yang berguna untuk mengarahkan suatu objek sasaran dengan menginformasikan dimana suatu lokasi atau benda tersebut berada.
2. Tanda Penunjuk Arah (*Direction*)

   Tanda ini berupa tanda yang mencakup arah panah yang mampu mengarahkan objek sasaran menuju suatu tempat, seperti ruangan, jalan dan fasilitas lainya.



Gambar II.1 Contoh Rambu Penunjuk Arah

Sumber: http://bulletinmetropolis.com/home/?p=22660 (4 April 2013)

3. Tanda Pengenal (*Identification*)

   Tanda ini adalah suatu tanda untuk menunjukan suatu identitas, seperti : sebuah kantor, atau gedung.



Gambar II.1 Contoh Rambu Pengenal (*Identification*)

Sumber: http://www.kaskus.co.id/thread/rambu-rambunya (4 April 2013)

4. Tanda Larangan dan Peringatan (*Regulation*)

   Tujuan dari tanda ini adalah untuk menginformasikan kepada objek sasaran apa yang dilarang dan menginformasikan bahwa objek sasaran harus hati – hati biasnya dinyatakn dengan simbol – symbol atau dikombinasikan dengan kata – kata.



Gambar II.1 Contoh Rambu Larangan

Sumber: http://www.herrydevi.com/archive.html (4 April 2013)

5. Tanda Pemberitahuan Resmi

   Tanda ini menunjukan informasi tentang pemberitahuan resmi dan agar tidak dikacaukan dengan tanda – tanda petunjuk.



Gambar II.1 Contoh Rambu Pemberitahuan Resmi

Sumber: http://www.jasaraharja.co.id/rambu-peringatan.html (4 April 2013)

II.2 Kampung Gajah Wonderland

II.2.1 Sejarah Kampung Gajah Wonderland

Gambar II.1 Logo Kampung Gajah

Sumber: http://www.kampunggajah.com/ (4 April 2013)

Kampung Gajah merupakan objek wisata alam buatan yang berada di Bandung utara tepatnya di jalan Sersan Bajuri KM 3,8 Bandung. Kampung Gajah Berada di atas ketinggian 900 meter dari permukaan laut dengan kemiringan 180 derajat. Mengusung konsep wisata, kuliner dan belanja, dapat dibilang Kampung Gajah tengah *hip* sebagai destinasi. Tak semata menyuguhkan keindahan alam terbuka dengan kesejukan udara pegunungan, Kampung Gajah juga meyediakan berbagai wahana permainan.

Di lahan seluas 60 hektare, terdapat sekitar 30 wahana yang bisa dijelajah satu per satu. Seperti Formula Kart, Sky View, Cross, Segway, 4D Rider, Delman Royal, Mini ATV, hingga permainan yang memacu adrenalin seperti ATV Adventure, Tubby Slide, Sky Rider, dan lainnya. Area Children Playground dan Rumah Teletubbies juga tersedia bagi pengunjung yang membawa serta anak-anaknya yang masih kecil. Sebagai *one stop recreation*, tempat wisata yang berdiri sejak 25 Desember 2010 ini terbilang cukup lengkap. Bagi pecinta kuliner, ada empat macam restoran yang tersaji mulai dari restoran ala Jepang, Western, Asia dan Indonesia. *Factory outlet* juga disediakan bagi pecinta *pashion* yang *up to date.*

Awalnya kawasan Kampung Gajah di kenal sebagai Century Hills yaitu kawasan hunian eksklusif dengan konsep *resort*. Kampung Gajah di dirikan oleh Jefry Kurniawan, presiden direktur PT. Cahaya Adipura Sentosa. Pada tahun 2004 Fery, Ayah dari Jefri mengambil alih kepemilikan Century Hills. Dalam perjalanannya Jefry lebih tertarik untuk mengembangkan kawasan Century Hills menjadi kawasan wisata terpadu, sehingga pada tahun 2009 tepatnya bulan Oktober, dibuatlah konsep wisata, kuliner dan belanja dengan nama Kampung Gajah. Semua idenya berawal dari Fery, kemudian mendiskusikan semua ide dan konsep untuk pembangunan Kampung Gajah, sehingga Fery pun menunjuk dan mempercayakan Jefry untuk mengeksekusi ide dan konsep tersebut.

Dengan dukungan staf senior yang telah berpengalaman sangat membantu dirinya dalam mengelola Kampung Gajah. Berbagai permasalahan – permasalahan

yang ditemui selama pembangunan Kampung Gajah tidak membuat Jefry mudah menyerah dan tetap berusaha keras untuk menjadikan Kampung Gajah sebagai salah satu objek wisata yang besar di kawasan Bandung utara dan mengusung konsep *one stop recreation.*

II.2.2 Sarana Kampung Gajah

Kampung Gajah memiliki sarana yang cukup lengkap yaitu sarana wisata, belanja dan kuliner dalam satu *spot* , antaralain :



Gambar II.2 *Aqua Boat*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.3 *Bumper Boat*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.4 *Trampoline*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.5 Rumah Spongebob

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.6 *Buggy Offroad*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



. Gambar II.7 Mini ATV

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.8 Mini Buggy

Sumber: http://alampriangan.wordpress.com/2010/10/13/kampung-gajah/ (4 April 2013)



Gambar II.9 Buggy

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.10 ATV *Adventure*

Sumber: http://alampriangan.wordpress.com/2010/10/13/kampung-gajah/ (4April 2013)



Gambar II.11 *Horse Riding*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.12 Delman *Royal*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.13 *Skyrider*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.14 *Formula Kart*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.15 *Futuristic Train*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.16 *Tubby*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.17 *Octopus Racer*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.18 *Wave pool*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.19 *Kiddy Pool*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.20 Tornado

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.21 *Skyview*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II. 22 *Segway*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)



Gambar II.23 4D *Rider*

Sumber: Data Pribadi (4 April 2013)

II.2.3 Harga tiket Kampung Gajah

- Harga tiket masuk Kampung Gajah

  Hari biasa : Rp 10.000 / orang

  Weekend / hari libur Nasional : Rp 20.000 / orang

- Harga tiket terusan

  Hari biasa : Rp 150.000 / orang

  Weekend / hari libur Nasional : Rp 200.000 / orang

- Harga tiket terusan tidak termasuk untuk beberapa wahana, yaitu :

  1. 4D Rider : Rp 40.000 / orang
  2. Segway : Rp100.000 / orang
  3. Skyview : Rp125.000 / orang

II.2.4 Jam Buka Kampung Gajah

- *Park & Attractions*

  Hari biasa : 09:00-18:00 wib

  Weekend / hari libur: 08:00-18:00
- *Food Stands*

  Hari biasa : 09:00-18:00 wib

  Weekend / hari libur: 08:00-20:00
- *Resto & Cafe*

  Hari biasa 09:00-20:00 wib

  Weekend / hari libur: 09:00-20:00
- *Bar & Lounge*

  Hari biasa : 18:00-20:00 wib

  Weekend / hari libur:18:00 - *till drop*
- *Japanese Restaurant*

  Buka setiap hari : 10:00 - 20:00
- *Sundanese Restaurant*

  Buka setiap hari: 10:00 - 20:00
- Kampung Gajah *Noodles District*

  Buka setiap hari: 09:00 - 18:00

II.2.5 Kontak Kampung Gajah

- *Phone* :

  +62 22 8888 4011

  +62 22 8888 4012
- *Marketing* :

  Erma : +6282120718542

  Ferdy : +6281220109955

Priatna : +6285860444177

Eryk : +6282119339201

- Mail :
  info@kampunggajah.com
  reservation@kampunggajah.com
- *Social Networks* :
  Facebook : Kampung Gajah Wonderland
  Twitter : @kampunggajah

II.3 Analisis

II.3.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk memperjelas kelebihan dan kekurangan produk yang ditawarkan agar dapat memaksimalkan potensi – potensi yang ada pada objek wisata Kampung Gajah. Freddy Rangkuti (seperti dikutip Fajar, 2013 h. 187) analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*stengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat melemahkan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

a. Strengths

- Alami
- Memiliki lebih dari 20 wahana
- Terdapat 4 macam restoran (ala jepang, *western*, asia, dan Indonesia)
- Terdapat *Factory outlet* yang cukup lengkap

b. Weakness

- Harga tiket relatif mahal
- Sulit membedakan mana pengunjung dan mana pegawai karena pegawai tidak memakai seragam.

c. *Opportunities*
    - Fasilitas cukup lengkap
    - Cocok dijadikan sebagai liburan keluarga
    - Mampu bersaing dengan objek wisata lain di Bandung
d. *Threat*
    - Banyak objek wisata lain yang menawarkan harga tiket yang jauh lebih murah

II.3.2 Objek Permasalahan

Dilihat dari tinjauan permasalahannya, maka dapat ditarik kesimpulan beberapa pokok masalah yang menjadi objek permasalahan pada Objek Wisata Kampung Gajah, diantaranya:

- Sebagai salah satu objek wisata yang besar di Bandung, Kampung Gajah memerlukan suatu bentuk informasi yang terarah.
- Media informasi yang diberikan pengelola sangat terbatas.

II.3.2 Penyelesaian Masalah

Solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang ada adalah dengan membuat *sign system* berupa tanda petunjuk arah (*Direction*), tanda pengenal/identitas (*Identification*) dan tanda larangan/peringatan (*Regulation*) agar memudahkan pengunjung untuk menikmati berbagai wahana atau fasilitas yang ada di Kampung Gajah Wonderland.

III. Target Audience

1. Demografis:
    - Gender : Laki laki dan Wanita
    - Usia : 18 – 30 tahun
    - S.E.S : B dan A (menengah keatas)
    - Status : Belum Menikah, Menikah, Janda dan Duda
    - Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, PNS (Pegawai Negri Sipil).
2. Geografis:

    Wisatawan yang berada di Kabupaten dan Kota Bandung, maupun wisatawan yang diluar Bandung.

3. Psikografis:
    - Orang yang senang melakukan wisata/mencari tempat berlibur
    - Wisatawan yang menyukai pemandangan pegunungan
    - Wisatawan yang mencari tempat wisata keluarga