

ABSTRAK

PERANCANGAN ULANG *SIGNAGE* DAN *WAYFINDING* OWABONG WATERPARK

Oleh
Anggis Rizky Wiyaringtyas
NPM : 109300007

Owabong Waterpark merupakan obyek wisata air yang terletak di kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Dengan predikat sebagai wisata air terlengkap di Jawa Tengah, menjadikan *brand* Owabong Waterpark cukup kuat di benak masyarakat. Namun, fenomena tersebut tidak didukung dengan keberadaan *signage* dan *wayfinding* sebagai salah satu identitas visual dan media informasi. Kurang terlihatnya *signage* dan *wayfinding* sebagai media penunjuk arah, minimnya perancangan desain, serta ketidakkonsistenan desain *signage* dan *wayfinding* menyebabkan pengunjung kesulitan mencari informasi dan kurang terlihatnya identitas Owabong Waterpark.

Saat ini keberadaan *signage* dan *wayfinding* bukan hanya berfungsi sebagai penunjuk arah yang hanya dapat diapresiasi atau dilihat saja, lebih dari itu, bagi internal perusahaan sendiri inovasi dari sebuah *signage* dan *wayfinding* juga dapat berfungsi sebagai salah satu media bisnis yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Dari segi inilah akan digali keunikan perancangan *signage* dengan inovasi bisnis dengan menggunakan metode bisnis model canvas.

Pada perancangan ulang *signage* dan *wayfinding* Owabong Waterpark dilakukan penelitian dengan metode literatur, wawancara narasumber, observasi obyek pembandingan, dan kuesioner untuk mempertajam data dan analisa yang hasilnya digunakan sebagai acuan dalam pembuatan konsep desain *signage* dan *wayfinding*. Dari hasil penelitian, maka dirumuskan konsep kreatif dengan pendekatan maskot sebagai wujud representasi dari identitas Owabong Waterpark secara keseluruhan. Dengan dilakukannya perancangan *signage* dan *wayfinding* *Owabong Waterpark* diharapkan menjadi solusi yang tepat bagi Owabong Waterpark untuk lebih menonjolkan identitasnya di mata masyarakat.

Kata Kunci : *Signage, Wayfinding, Owabong, Waterpark*

ABSTRACT

RE-DESIGN SIGNAGES AND WAYFINDINGS OF OWABONG WATERPARK

By :

Anggis Rizky W.

109300007

Owabong Waterpark is a water attractions located in Purbalingga Regency, Central Java. With the title as the most comprehensive water attraction in Central Java, making Owabong Waterpark strong brand in the minds of the public. However, this phenomenon is not supported by the presence of signages and wayfindings as one of visual identities and media informations. Lack of presence of signages and wayfinding as direction media, the lack of design plannings, as well as signages and wayfindings' design inconsistencies cause trouble visitor in finding information and lack of presence of Owabong Waterpark's identity.

Current existence of signages and wayfindings does not only serve as a signpost that can only be appreciated or seen, more than that, for the company's internal, innovation of signages and wayfindings can also serves as a business media that can increase its income. This will be explored in terms of the uniqueness of the design of the signage design business innovation with method of business models using canvas.

In the redesign of the signages and wayfindings of Owabong Waterpark was done using the methods of literature research, informant interviews, observation of comparison objects, and questionnaires to refine the data and analysis whose results are used as a reference in making signage and wayfinding design concept. From the research, it is formulated with a creative concept approach as a form of representation mascot of Waterpark Owabong identity as a whole. By doing the re-design signages and wayfindings of Owabong Waterpark, it is expected to be the perfect solution for Owabong Waterpark to further highlight their identities in the eyes of public.

Keywords: Signage, Wayfinding, Owabong, Waterpark