

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Tua Jakarta merupakan kawasan yang memiliki nilai sejarah sebagai cerminan tata cara hidup, budaya, dan peradaban masyarakat Jakarta yang memiliki tiga periode sejarah, yaitu Hindu/Budha, Islam, dan Kolonial yang dibuktikan secara arkeologis berupa bangunan, struktur, dan situs. Kawasan Kota Tua sebagai Kawasan Cagar Budaya memiliki luas \pm 334 ha yang berada di wilayah Kota Administrasi Jakarta Utara dan Kota Administrasi Jakarta Barat dan terbagi atas dua area pengendalian, yaitu Area Dalam Tembok Kota dan Area Luar Tembok Kota (Keputusan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 1766 Tahun 2015 tentang Penetapan Kawasan Kota Tua Jakarta sebagai Kawasan Cagar Budaya). Area Dalam Tembok Kota atau zona inti merupakan area yang memiliki nilai sejarah yang lebih bernilai dan terbagi menjadi lima zona, yaitu kawasan Fatahillah, kawasan Sunda Kelapa, kawasan Pekojan, kawasan Pecinan, dan kawasan Peremajaan (Dinas Kebudayaan dan Permuseuman, 2007).

Berdasarkan Peraturan Gubernur No. 36 Tahun 2014, kawasan Kota Tua mengandung nilai historis dan cikal bakal dari budaya dan peradaban Jakarta sehingga perlu dilestarikan secara berkesinambung. Oleh demikian, sebagai kawasan wisata sejarah dan budaya terpadu yang ramah bagi pejalan kaki serta memiliki nilai ekonomi tinggi, pemerintah DKI Jakarta menugaskan badan usaha milik daerah untuk bekerja sama dengan badan usaha milik negara dalam pengelolaan kawasan kota tua untuk mengoptimalkan karakteristik nilai

sejarah dan potensi pariwisata serta mengembangkan kawasan yang terintegrasi dengan fasilitas transit intermoda di Kota Tua (Peraturan Gubernur No. 76 Tahun 2021).

Pelestarian kawasan Kota Tua sebagai Kawasan Cagar Budaya diwujudkan dengan dilakukannya revitalisasi yang berpusat di kawasan Fatahillah dengan wajah barunya sebagai Batavia Kota Tua. Revitalisasi ditujukan bukan hanya menjadikan Kota Tua sebagai Kawasan Cagar Budaya yang lestari, melainkan juga bertujuan menghidupkan kembali menjadi kawasan yang dinamis, ramah pedestrian, dan *low emission zone* dengan tetap menonjolkan sisi historisnya. Dengan adanya revitalisasi, terdapat pengembangan dan penyesuaian fungsi ruang baru sehingga adanya perubahan khususnya dalam jalur sirkulasi dan titik transit (Guci, komunikasi pribadi, 29 September 2022).

Rancang kota dan arsitektur mengarahkan sirkulasi manusia, tetapi tidak secara eksplisit memberi informasi yang dapat dipahami penggunaannya. Maka dari itu, *wayfinding* berperan sebagai media informasi dan pengatur alur aktivitas manusia dalam suatu kawasan (ITDP & FDTJ, 2021). *Wayfinding* dirancang berdasarkan perilaku manusia untuk membantu manusia mencapai destinasi yang diinginkan secepat mungkin tanpa kebingungan dan disorientasi (Anna, Tristan et al., 2012). Aspek *wayfinding* dalam *environmental graphic design* dikenal sebagai kontributor utama dalam menumbuhkan rasa kesejahteraan, keselamatan, dan keamanan dalam diri seseorang ketika berada di lingkungan yang asing terutama di lingkungan yang padat. Selain itu, *environmental graphic design* mampu menumbuhkan rasa dari suatu tempat dan memperkuat pembangunan citra mereknya (Calori & Vanden-Eynden, 2015).

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan Pasal 97, ayat (3) *Undang-Undang No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya* (Indonesia), pengelolaan Kawasan Cagar Budaya dilakukan oleh badan pengelola yang dibentuk oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau masyarakat hukum adat. Akan tetapi, kawasan Kota Tua tidak dikelola oleh badan pengelola melainkan oleh berbagai dinas terkait. Banyaknya pihak yang terlibat menyebabkan tidak adanya satu kesatuan sistem yang mengikat di kawasan Batavia Kota Tua, khususnya pada *wayfinding* sebagai salah satu media informasi di kawasan (Guci, komunikasi pribadi, 29 September 2022).

Untuk membangun *branding* yang ideal, *signage* pada suatu kawasan perlu berpadu dengan media informasi lainnya untuk menguatkan ekspresi merek (Calori & Vanden-Eynden, 2015). Dikarenakan Batavia Kota Tua memiliki dinas berbeda yang bertanggung jawab atas berbagai saluran komunikasi, maka tidak mudah untuk mencapai ekspresi merek yang kuat pada tiap saluran komunikasinya. Ditambah lagi dengan setiap dinas mungkin memiliki prosedur pengadaan yang berbeda sehingga sulit untuk menerapkan persona merek yang terpadu pada seluruh saluran komunikasi.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang teridentifikasi, perumusan masalah dalam topik karya tulis ini dirumuskan dalam satu kalimat tanya, “Bagaimana perancangan sistem *wayfinding* pada kawasan Batavia Kota Tua?”

1.4. Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan dari perancangan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan sistem untuk pengguna memahami posisinya terhadap suatu lokasi atau dalam suatu kawasan.
2. Memberikan sistem untuk pengguna memilih rute menuju destinasi atau titik transit yang diinginkan.

1.5. Manfaat Perancangan

Berdasarkan tujuan perancangan yang ada, manfaat dari perancangan karya ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, menjadi sarana pembelajaran dan pengaplikasian ilmu yang diperoleh selama menempuh studi desain grafis.
2. Bagi entitas, menjadi sarana memperkuat citra merek yang ingin disampaikan terhadap audiens.
3. Bagi masyarakat, menjadi sarana informasi dan pengatur alur aktivitas masyarakat dalam suatu kawasan.
4. Bagi Universitas Pelita Harapan, menjadi referensi atau acuan pembelajaran tentang *wayfinding* dalam *environmental graphic design*.