

Efektivitas Sign System Dan Intensitas Informasi Petunjuk Arah Sebagai Media Komunikasi Visual Kota Lama Semarang

The Effectiveness of the Sign System and the Intensity of Directional Information as Visual Communication Media in the Kota Lama Semarang

Muh Hasan Basori¹, Mukaromah², Muh Noor Hidayat³

^{1,2,3}Universitas Dian Nuswantoro, Indonesia

Article Info

Genesis Artikel:

Diterima 14 Maret, 2022

Direvisi, 29 Maret, 2022

Disetujui, 05 April, 2022

Kata Kunci:

Efektifitas,
Sign system
Petunjuk Arah

ABSTRAK

Kota Semarang memiliki destinasi wisata unggulan dan ciri khas tersendiri yang menjadi kekuatannya, yaitu Wisata Sejarah Kota Lama yang memanfaatkan bangunan peninggalan era kolonial Belanda. Untuk mendukung wisata Kota Semarang dikenal oleh para wisatawan, diperlukan media informasi yang efektif dan komunikatif dengan penggunaan *sign system*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji seberapa efektif penggunaan *sign system* dan intensitas informasi petunjuk pada kawasan Kota Lama Semarang dengan menggunakan *Direct Rating Method* (DRM) melalui pendekatan metode penelitian kuantitatif. Adapun variabel yang digunakan adalah efektifitas *sign system*, intensitas petunjuk arah dan media komunikasi visual. Hasil penelitian menunjukkan 1) tidak terdapat hubungan antara efektivitas *sign system* dengan informasi petunjuk arah yang ada di Kota Lama Semarang, 2) tidak terdapat hubungan antara efektivitas *sign system* dengan media komunikasi visual yang ada di Kota Lama Semarang, dan 3) tidak terdapat hubungan antara informasi petunjuk arah dengan media komunikasi visual yang ada di Kota Lama Semarang. Ketiga hasil tersebut berarti tiga variabel tidak saling berhubungan satu dengan yang lain, hal tersebut bisa dikarenakan *sign system* yang ada di Kota Lama Semarang tidak berfungsi sebagai mana mestinya, karena seharusnya *sign system* yang dapat memberikan informasi yang baik kepada para pengunjung dan mempunyai visual yang menarik.

ABSTRACT

The city of Semarang has excellent tourist destinations and its own characteristics that become its strengths, namely the Old City History Tour which utilizes buildings from the Dutch colonial era. To support Semarang City tourism known by tourists, an effective and communicative information media is needed by using a sign system. This study aims to examine how effective the use of the sign system and the intensity of information directions in the Kota Lama Semarang is by using the Direct Rating Method (DRM) through a quantitative research method approach. The variables used are the effectiveness of the sign system, the intensity of directions and visual communication media. The results showed 1) there was no relationship between the effectiveness of the sign system and information on directions in the Old City of Semarang, 2) there was no relationship between the effectiveness of the sign system and the visual communication media in the Old City of Semarang, and 3) there was no relationship between information on directions using visual communication media in the Old City of Semarang. These three results mean that the three variables are not related to each other, this could be because the sign system in the Old City of Semarang does not function as it should, because it should be a sign system that can provide good information to visitors and have attractive visuals.

Keywords:

Effectiveness,
Sign system,
Directions

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Penulis Korespondensi:

Muhamad Hasan Basori,
Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Dian Nuswantoro,
hasan.basori@dsn.dinus.ac.id

1 PENDAHULUAN

Destinasi wisata yang menjadi salah satu tujuan wisata unggulan di Kota Semarang adalah Kawasan Kota Lama Semarang. Kawasan Kota Lama yang berlokasi di kota Semarang merupakan sebuah citra visual yang menyajikan keindahan kawasan dengan arsitektur bangunan-bangunan Eropa masa lalu. Pada kawasan tersebut terdapat bangunan-bangunan kuno, eksotis dan megah peninggalan era kolonial Belanda. Berdasarkan sejarah, terdapat perjanjian antara VOC (Belanda) dengan Amangkurat II pada 19-20 Oktober 1677 dan 15 Januari 1678, VOC mendapat izin untuk mendirikan kawasan koloni di lokasi yang dekat dengan rumah bupati dan di tepi Kali Semarang [1]. Di sekitar kawasan Kota Lama Semarang juga masih terdapat kanal-kanal air yang keberadaannya masih bisa disaksikan hingga kini. Hal inilah yang membuat kawasan Kota Lama dijuluki sebagai *Little Netherland*.

Total jumlah bangunan di kawasan Kota Lama Semarang berdasarkan data dari Pratama dan Purwanto pada tahun 2021, terdapat 274 unit bangunan yang menunjukkan 157 unit bangunan berstatus sebagai bangunan hunian (baik digunakan untuk perumahan ataupun berfungsi sebagai perkantoran, maupun untuk kegiatan usaha lainnya), terdapat 87 unit bangunan sebagai bangunan kosong (baik masih terawat maupun yang sudah mangkrak atau rusak), 28 unit berstatus disewakan dan hanya 2 unit yang statusnya dijual[2].

Dalam rangka mengembangkan kepariwisataan Kota Semarang, pemerintah setempat melalui Badan Pengelola Kawasan Kota Lama (BPK2L) Semarang telah menetapkan beberapa hal penting, di antaranya adalah merevitalisasi bangunan-bangunan yang ada di kawasan Kota Lama dengan tetap berusaha mempertahankan keaslian bangunan peninggalan bersejarah dan ditetapkan sebagai bangunan cagar budaya, menguatkan pariwisata sebagai identitas Kota Semarang. Di dalam kawasan wisata Kota Lama Semarang terdapat beberapa objek yang menjadi daya tarik wisata, di antaranya Taman Srigunting, Gereja Blenduk, Galeri Seni, Museum dan lain-lain.

Jumlah pengunjung atau wisatawan mengalami peningkatan sejak adanya penataan dan revitalisasi Kota Lama yang dilakukan oleh pemerintah kota Semarang. Pada tahun 2019, terdapat 61 ribu wisatawan mancanegara dan 2,6 juta wisatawan domestik yang berkunjung ke kawasan Kota Lama [3]. Seiring dengan banyaknya pengunjung yang mendatangi Kota Lama membuat perlu adanya sarana atau perangkat untuk mempermudah wisatawan yang berkunjung dalam memperoleh informasi ketika berada di kawasan Kota Lama Semarang. Salah satu sarana yang sering digunakan dalam berkomunikasi dengan pengunjung adalah perangkat *sign system*.



Gambar 1. Gereja Blenduk salah satu bangunan cagar budaya di Kota Lama
Sumber : Dokumentasi pribadi penulis

Sign system merupakan media komunikasi visual yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan orang-orang yang ada di ruang publik. Berdasarkan buku *The Wayfinding Handbook (Information Design for Public Places)* oleh David Gibson (2009:49), *sign system* terbagi menjadi beberapa jenis yaitu 1) Sebagai tanda Identifikasi (*Identification*) [5].Tanda ini adalah penanda visual yang menunjukkan nama dan fungsi dari sebuah lokasi atau ruang. Papan penanda identifikasi digunakan untuk membedakan antara satu tempat dengan tempat lainnya, seperti identitas perusahaan, gedung, atau ruang yang ada dalam bangunan. 2) Tanda Direksional

(*Direction*).Tanda ini mengatur sistem sirkulasi dari sebuah rangkaian penunjuk arah, karena tanda-tanda direksional pada suatu tempat memberikan petunjuk yang dibutuhkan pengguna agar dapat terus bergerak setelah memasuki sebuah lokasi atau bangunan. 3) Tanda Orientasi. Tanda orientasi merupakan gambaran secara menyeluruh yang diwujudkan dalam gambaran sederhana dari lingkungan sekeliling pengunjung dalam bentuk gambar denah lokasi atau peta komprehensif beserta arahan jalannya. Tanda ini sangat berguna mengarahkan pengunjung dengan menginformasikan dimana suatu lokasi berada.4) Tanda Larangan atau Peringatan (*Regulation*).Tanda ini bertujuan untuk mendeskripsikan yang diperbolehkan dan tidak boleh dilakukan atau dilarang, juga menginformasikan unsur kehati-hatian.



Gambar 2. *Sign system* berupa petunjuk lokasi (tanda orientasi)

Sumber : Dokumentasi pribadi penulis

Rambu-rambu yang ada di kawasan Kota Lama Semarang tentu saja merupakan salah satu *sign system* yang harus ada dengan luasnya kawasan tersebut untuk mengkomunikasikan informasi bagi para pengunjung. Sebagai media komunikasi di Kawasan Kota Lama Semarang, *sign system* tersebut tidak hanya memberikan informasi yang tempat, namun tampilannya diharapkan juga memenuhi unsur estetika atau menarik dan menciptakan *public image* bagi pengunjung yang datang di kawasan tersebut.

Penelitian yang berkaitan dengan pengujian sejauhmana efektifitas dari pemasangan *sign system* dan penunjuk arah pada Kawasan Kota Lama Semarang menjadi penting untuk diangkat karena selama ini penelitian yang berkaitan dengan kawasan Kota Lama Semarang berdasarkan hasil *literature review* pustaka jarang yang mengangkat perihal *sign system* sebagai bagian informasi dan kenyamanan dalam berwisata. Penelitian yang ada berkaitan dengan persoalan pelestarian bangunan kawasan tersebut sebagai bagian cagar budaya, arsitektur bangunan [6][7], dampak adanya revitalisasi kawasan kota lama, penataan kotalama Semarang sebagai bagian identitas kota, *citybranding* kota Semarang, maupun melalui pengemasan pesan wisata pada media [8][9][10].

Penelitian terkait penggunaan tanda, rambu-rambu, *sign system* pada kawasan pariwisata secara masih terbatas pada salah satu bagian destinasi saja seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Erysyad dan Fitrianti (2020) yang mengamati identitas visual dalam Kawasan Srigunting, kemudian terkait desain *sign system* sebagai media informasi oleh Akrom & Haryadi (2021) hanya saja di kawasan Simpang Lima Semarang dan bukan di kawasan Kota Lama. Sementara belum ada penelitian yang mengupas terkait efektifitas *sign system* dan informasi penunjuk arah sebagai media komunikasi Visual Kawasan Kota Lama Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif pemasangan *sign system* dan informasi penunjuk arah dalam membantu pengunjung selama berada di Kawasan Kota Lama Semarang.

2 METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, bertujuan dalam menentukan hubungan antar variabel, hubungan tersebut digambarkan atas suatu masalah dalam penelitian ini mengenai efektivitas dari *sign system* dan penunjuk arah sebagai media komunikasi visual. Hasil data penelitian ini beraspek luas yang nantinya merepresentasikan seluruh populasi pada sebuah lokasi penelitian yaitu Kota Lama Semarang. Metode survey yang diaplikasikan pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument dalam mengumpulkan data, tujuannya memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap sebagai perwakilan pada populasi tersebut.

Pada penelitian ini variabel terkait efektifitas *sign system* dan intensitas informasi penunjuk arah akan diukur dengan konsep *sign* dari Duriyanto (2003) yang menyampaikan bahwa konsep DRM (*Direct Rating Method*), dengan 5 aspek yaitu aspek perhatian (*attention*), pemahaman, efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral. Aspek-aspek tersebut untuk mengevaluasi kekuatan sebuah media (dalam hal ini adalah *sign* sebagai sebuah media)

yang baik bila dapat menarik perhatian, keterbacaan pesan atau tanda dilihat oleh khalayak, kemampuan tanda tersebut untuk menggugah perasaan, dan kemampuan suatu tanda/pesan untuk mempengaruhi perilaku [11]. Sifat metodologi pada penelitian ini adalah asosiatif, untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan antar 2 variabel atau lebih.

Terdapat dua jenis data: yaitu a). Data Primer, merupakan data yang diperoleh dari sumber utama berasal dari responden (sampel dari populasi). Populasi adalah adalah bidang generalisasi yang terdiri dari objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, peneliti menentukan populasi yang perlu dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan [12]. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke Kota Lama Semarang.

Sampel adalah adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari banyaknya populasi [13]. Sampel ditentukan merupakan perwakilan dari obyek dan karakteristik dari populasi, pada penelitian ini metode sampling yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling* sehingga peneliti memilih responden berdasarkan yang paling mudah ditemui atau didapatkan. Adapun kriteria yang dimiliki oleh sampel : a). Orang yang pernah datang ke Kota Lama Semarang, b). Orang yang mampu baca-tulis, c). Orang yang telah melihat *sign system* yang ada di area Kota Lama Semarang. Jumlah sampel yang representatif ditentukan tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10 [14]. Dalam menghitung Jumlah sampel minimum untuk penelitian ini jika dihitung adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel minimum} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 20 \times 5 \\ &= 100 \text{ reponden} \end{aligned}$$

Sehingga, jumlah sampel yang dicari minimal adalah 100 responden. b). Data sekunder, peneliti menggunakan data yang berasal dari sumber lainnya seperti jurnal atau artikel penelitian, serta sumber lainnya yang dapat mendukung penelitian.

Metode pengumpulan data adalah sebagai berikut: a). Kuesioner, yang dilakukan pada penelitian ini merupakan kuesioner tertutup, yang berarti responden sudah diberikan alternatif jawaban. Responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan realitas yang dialaminya. Tingkat efektifitas sign system dan intensitas informasi petunjuk arah sebagai media komunikasi visual didasarkan pada hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, berdasarkan pada penentuan jumlah sampel dari populasi. Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui tingkat perhatian (*attention*), pemahaman, tingkat kognitif, tingkat afektif, dan tingkat behavioral. Penelitian ini menggunakan tipe skala Likert yang bertujuan untuk mengukur sikap seseorang tentan suatu obyek, setiap pertanyaan dalam kuesioner akan dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap dan diungkapkan dalam kata-kata [15]. Dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) kategori jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (ST) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STJ) dengan skor 1. b). Observasi, peneliti mengamati secara langsung perangkat *sign system* yang ada di kawasan Kota Lama Semarang, dimana observasi juga sudah dilakukan sebelum penelitian berlangsung. c). Dokumentasi, bertujuan untuk memperoleh informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data, berupa dokumen dari artikel, buku-buku, dan halaman *website* dinas kebudayaan dan pariwisata kota Semarang.

3 HASIL DAN ANALISIS

Penelitian kuantitatif ini mempunyai 3 variabel yaitu X1 (efektivitas *sign system*), X2 (Informasi petunjuk arah), dan Y (media komunikasi visual). Dari ketiga variable tersebut kemudian diturunkan ke dalam indikator. Indikator yang digunakan untuk menjadi pertanyaan-pertanyaan dalam instrumen penelitian pada kuesioner berjumlah 20 pertanyaan.

Sebelum kuesioner digunakan untuk pengumpulan data, maka terlebih dahulu diuji melalui validitas dan reabilitas menggunakan metode korelasi *Product Moment* dan *Cronbach's Alpha*. Setelah mendapatkan data dari hasil kuesioner, selanjutnya peneliti akan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu sendiri. Uji validitas ditunjukkan dengan nilai *corrected item total correlation*. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel, dimana apabila nilai r hitung > r tabel, maka item pernyataan dikatakan valid dan apabila nilai r hitung < r tabel, maka item pernyataan dikatakan valid. Adapun hasil pengujian validitas untuk variabel-variabel dalam penelitian ini adalah terdapat empat item yang tidak valid karena memiliki nilai r-hitung <0,300. Item yang tidak valid tersebut tidak digunakan untuk pengambilan data penelitian. Pada kuesioner Efektivitas *Sign System* Dan Informasi Petunjuk Arah Sebagai Media Komunikasi Visual, kesemua item valid karena memiliki nilai r-hitung >0,300.

Demikian halnya dengan hasil uji reliabilitas, yang menunjukkan hasil yang reliabel dimana nilai koefisien reliabilitas yang didapat sebesar 0,914 lebih besar dari 0,70 [16]. Dengan demikian instrumen penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Reliabilitas

<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Sig.</i>	<i>N of Items</i>	<i>Kriteria</i>
0,914	0,7	20	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah 2022

Penelitian ini mempunyai hipotesis yaitu : Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Informasi Petunjuk Arah yang ada di Kota Lama Semarang. Terdapat Hubungan antara Efektivitas *Sign System* dengan Informasi Petunjuk Arah yang ada di Kota Lama Semarang baik, secara simultan maupun parsial. Semakin tinggi Efektivitas *Sign System* maka akan meningkatkan Informasi Petunjuk Arah yang diterima oleh masyarakat yang mengunjungi Kota Lama Semarang.

Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang. Terdapat Hubungan antara Efektivitas *Sign System* dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang. Semakin tinggi Efektivitas *Sign System* maka media Komunikasi Visual sebagai alat menyampaikan pesan kepada masyarakat yang mengunjungi Kota Lama Semarang juga semakin efektif.

Hubungan Antara informasi petunjuk arah dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang. Terdapat Hubungan antara informasi petunjuk arah dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang. Semakin tinggi informasi yang diterima oleh masyarakat maka media Komunikasi Visual juga semakin efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat yang berkunjung ke Kota Lama Semarang.

Syarat dari hipotesis tersebut adalah memenuhi nilai signifikansi : Jika nilai signifikansi nya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_A ditolak Jika nilai signifikansi nya $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_A diterima.

H_1 :

Hipotesis Nol (H_0) : Tidak terdapat Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Informasi Petunjuk Arah yang ada di Kota Lama Semarang

Hipotesis Alternatif (H_A) : Terdapat Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Informasi Petunjuk Arah yang ada di Kota Lama Semarang

H_2 :

Hipotesis Nol (H_0) : tidak terdapat Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang

Hipotesis Alternatif (H_A) : terdapat Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang

H_3 :

Hipotesis Nol (H_0) : Tidak terdapat Hubungan Antara informasi petunjuk arah dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang

Hipotesis Alternatif (H_A) : Terdapat Hubungan Antara informasi petunjuk arah dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang

Penelitian Ini Menggunakan Uji T Untuk Mengukur Efektivitas *Sign System* Dan Informasi Petunjuk Arah Sebagai Media Komunikasi Visual Di Kota Lama Semarang Dengan Hasil:

Tabel 2. Paired Samples Correlations

	<i>N</i>	<i>Correlation</i>	<i>Sig.</i>
<i>Pair 1 efektifitas & informasi</i>	8	-.547	.160
<i>Pair 2 efektifitas & media</i>	8	.361	.379
<i>Pair 3 informasi & media</i>	8	-.383	.349

Sumber : data primer yang diolah 2022

H_1 : Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Informasi Petunjuk Arah yang ada di Kota Lama Semarang, dari hasil tersebut diatas dapat diketahui bahwa nilai korelasi antara Efektivitas *Sign System* dengan Informasi Petunjuk Arah adalah 0,160 yang berarti Jika nilai signifikansi nya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_A

ditolak, maka Tidak terdapat Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Informasi Petunjuk Arah yang ada di Kota Lama Semarang.

H₂: Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang, dari hasil penghitungan dapat diketahui bahwa nilai korelasi antara Efektivitas *Sign System* dengan Media Komunikasi Visual adalah 0,379 yang berarti Jika nilai signifikansi nya $> 0,05$ maka H₀ diterima dan H_A ditolak, sehingga tidak terdapat Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang.

H₃: Hubungan Antara informasi petunjuk arah dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang. Hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai korelasi antara informasi petunjuk arah dengan Media Komunikasi Visual adalah 0,349 yang berarti Jika nilai signifikansi nya $> 0,05$ maka H₀ diterima dan H_A ditolak, maka Tidak terdapat Hubungan Antara informasi petunjuk arah dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang.

Penelitian ini menggunakan metode DRM (*Direct Rating Method*) digunakan untuk mengetahui efektivitas media yaitu untuk mengevaluasi kekuatan sebuah media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media yang digunakan tidak efektif baik dalam memberikan informasi maupun sebagai media komunikasi. Media komunikasi yang seharusnya, mudah dilihat dengan baik, mudah terbaca secara baik, mudah dipahami, ternyata belum banyak membantu para pengunjung yang ada di kota lama Semarang untuk memahami Kota Lama Semarang dengan baik, sehingga masih perlu adanya penjelasan yang lebih detail tentang kondisi yang ada di Kota Lama Semarang.

Media informasi yang efektif seharusnya mampu menarik perhatian terutama perhatian dari para pengunjung di Kota Lama Semarang, namun petunjuk arah yang memuat informasi tentang kota lama Semarang kurang menarik dari segi visual, sehingga walaupun dalam media tersebut banyak informasi, namun hanya sedikit yang mengetahui informasi tersebut, sebab sedikit pula yang mengunjungi papan informasi sebelum mengunjungi Kota Lama Semarang.

Media informasi juga seharusnya mampu mempengaruhi perilaku dan mampu mendidik pengunjung, karena harusnya dalam media tersebut mempunyai informasi tentang apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan selama pengunjung berada di Kota Lama Semarang, namun dalam kenyataannya informasi tersebut cenderung kurang detail, sehingga media tersebut kurang memberikan informasi dan kurang mendidik bagi pengunjung Kota Lama Semarang.

Sign system yang seharusnya memberikan informasi kepada para pengunjung di Kota Lama Semarang, sesuai dengan hasil dari penelitian diatas, tidak efektif dalam memberikan informasi kepada pengunjung di Kota Lama Semarang. *Sign system* yang baik adalah dapat mengidentifikasi lokasi yang benar, mudah ditemukan, jumlahnya yang mencukupi, pemasangan yang tepat, tidak membingungkan, kondisinya baik, memberikan gambaran yang komprehensif dari denah lokasi, dan informasi yang jelas pada pengunjung. *Sign system* di Kota Lama Semarang kurang memberikan informasi sehingga kadang masih membingungkan para pengunjung yang ada di Kota Lama Semarang.

Informasi yang diberikan oleh *sign system* harus didukung dengan visual yang menarik, sehingga semua pengunjung akan mengunjungi *sign system* tersebut sebelum berwisata ke kota lama Semarang, visual yang baik adalah dari segi bentuk dapat dipahami dengan baik, dari segi ukuran sesuai dengan standart. Gambar yang ada di *sign system* juga dapat menarik perhatian pengunjung Kota Lama, selain itu komposisi warna dari *sign system*, tatanan huruf yang terbaca jelas oleh pengunjung, dan layout dari *sign system* tersebut yang menarik perhatian pengunjung.

Sign system yang memuat informasi yang lengkap dan mempunyai visual yang menarik dapat menambah kenyamanan dari pengunjung sebuah kawasan wisata yang areanya luas, keberadaan *sign system* sangat membantu untuk mempermudah pengunjung dalam mencari tempat-tempat tertentu, atau dapat membantu pada saat pengunjung sedang ingin bertemu dengan pengunjung yang lain. Informasi yang lengkap dengan visual yang menarik mempermudah mencapai komunikasi yang efektif, sebab komunikasi lewat visual yang merupakan bentuk komunikasi nonverbal juga sangat membantu efektivitas dari sebuah komunikasi.

4 KESIMPULAN

Sign system adalah sebuah sarana yang digunakan oleh pengelola tempat wisata di Kota Lama Semarang dalam berkomunikasi dengan pengunjung yang ada di Kota Lama Semarang. Penelitian dengan menggunakan metode

DRM (*Direct Rating Method*) adalah untuk mengetahui efektivitas media yaitu dalam mengevaluasi kekuatan sebuah media.

Efektivitas *Sign System* Dan Informasi Petunjuk Arah Sebagai Media Komunikasi Visual Di Kota Lama Semarang, dilakukan dengan menggunakan uji T yang mempunyai hasil bahwa : 1) Tidak terdapat Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Informasi Petunjuk Arah yang ada di Kota Lama Semarang, 2) tidak terdapat Hubungan Antara Efektivitas *Sign System* dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang, 3) Tidak terdapat Hubungan Antara informasi petunjuk arah dengan Media Komunikasi Visual yang ada di Kota Lama Semarang

Ketiga hasil tersebut berarti tiga variabel tidak saling berhubungan satu dengan yang lain, hal tersebut bisa dikarenakan memang *sign system* yang ada di Kota Lama Semarang tidak berfungsi sebagai mana mestinya, karena seharusnya *sign system* yang dapat memberikan informasi yang baik kepada para pengunjung dan mempunyai visual yang menarik, namun dalam kenyataannya tidak demikian yaitu bahwa *sign system* yang ada di kota Semarang, tidak atau kurang memberikan informasi kepada para pengunjung dan juga *sign system* tersebut tidak mempunyai visual yang baik sehingga kurang bisa menarik perhatian pengunjung yang ada di Kota Lama Semarang.

Saran yang mungkin bisa disampaikan adalah merubah atau memperbaiki *sign system* yang ada di Kota Lama Semarang menjadi lebih informatif yaitu memuat informasi yang sangat dibutuhkan oleh para pengunjung, dan membuat *sign system* yang ada di kota Semarang lebih menarik secara visual, agar pengunjung juga tertarik membaca *sign system* tersebut pada saat berkunjung ke Kota Lama Semarang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diucapkan kepada LPPM Universitas Dian Nuswantoro sebagai Lembaga yang menaungi penelitian ini.

REFERENSI

- [1] D. Yuliati, "Mengungkap Sejarah Kota Lama Semarang dan Pengembangannya Sebagai Asset Pariwisata Budaya," *Anuva*, vol. 3, no. 2, pp. 157–171, 2019.
- [2] S. Y. Pratama and E. Purwanto, "Kajian Terhadap Revitalisasi Kota Lama Semarang Tahun 2020," *J. Arsit. ARCADE*, vol. 5, no. 1, p. 25, 2021.
- [3] L. Wibisono, "Tahun 2019, Kunjungan Wisata Mancanegara di Kota Lama Semarang Capai 61 Ribu Wisatawan," 2020. [Online]. Available: <https://halosemarang.id/tahun-2019-kunjungan-wisata-mancanegara-di-kota-lama-semarang-capai-61-ribu-wisatawan>. [Accessed: 28-Sep-2021].
- [4] D. Gibson, *The Wayfinding Handbook*, First. New York: Princeton Architectural Press, 2009.
- [5] D. Gibson, *The Wayfinding Handbook (First; L. Lee, Ed.)*. New York: Princeton Architectural Press, 2009.
- [6] R. Puspitasari, "Masalah Dalam Pengelolaan Kota Lama Semarang Sebagai Nominasi Situs Warisan Dunia," *Planologi*, vol. 15, no. 1, 2018.
- [7] S. Purnomo, Sumaryoto, "Studi Pengaruh, Gaya Arsitektur Bangunan Terhadap Daya Tarik Kunjungan Wisata di Kota Lama Semarang," *Arsitektura*, vol. 08, no. 1, 2020.
- [8] S. Harianto, "Branding Analysis in Development Effort Kota Lama Semarang's Tourism Destinations. Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities," in *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 2021.
- [9] M. Yusriana, Rahmi, "Deconstructing Indonesian Film For Semarang's City Branding As A Cinematic City," *J. Masyarakat, Kebud. dan Polit.*, vol. 31, no. 1, 2018.
- [10] K. Mukaromah, "Identitas Bangunan Kota Lama Sebagai Bagian Komunikasi Persuasif Dalam Pariwisata," *Andharupa*, vol. 06, no. 2, 2020.
- [11] D. dkk Durianto, *Invasi pasar dengan Iklan yang Efektif (Strategi, Program dan Teknik Pengukuran)*.

- Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama., 2003.[12] Sugiyono, “Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods),” *Bandung Alf.*, vol. 28, pp. 1–12, 2015.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [14] F. Augusty Tae, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- [15] R. Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2007.
- [16] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, 5th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.