



## **Perancangan Sign System Pendakian Di Gunung Lawu 3265 MDPL Jalur Via Cemoro Sewu**

WAHIDHA YUONO

*e-mail: wahidha.yuono@gmail.com*

Evelyne Henny Lukitasari

Ahmad Khoirul Anwar

*Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Universitas Sahid Surakarta*

### **RINGKASAN**

Gunung Lawu merupakan gunung api tidur dan salah satu gunung sakral di pulau Jawa. Lawu adalah salah satu contoh gunung yang paling ramai dikunjungi dan orang-orang akan berhenti datang hanya ketika gunung tersebut ditutup. Terletak di antara dua provinsi yaitu Jawa Tengah dan Jawa Timur sehingga area wisata pendakiannya pun cukup luas. Hal tersebut merupakan salah satu potensi wisata akan tetapi jika tidak dibarengi dengan peraturan dan pemahaman tiap individu tentang keselamatan dan kelestarian lingkungan maka akan banyak sekali kerugian yang ditimbulkan. Mulai dari rusaknya lingkungan hingga kematian manusia. Hal tersebut terbukti dari beberapa kejadian yang ada, seperti masih adanya sampah, orang cidera, hilang, meninggal, dan kebakaran. Untuk menanggulangi hal tersebut maka perlu adanya sebuah gerakan bersama melalui program keselamatan pendakian. Jalur Cemoro Sewu dipilih sebagai objek perancangan karya. Perancangan kampanye ini termasuk dalam jenis kampanye Ideological or Cause-Oriented Campaigns yang merujuk pada keselamatan dan kelestarian lingkungan. Untuk mendukung program kampanye tersebut maka dirancanglah identitas visual kampanye, ikon, sign system sebagai media keamanan, infografis sebagai solusi dari permasalahan yang berpotensi terjadi saat melakukan pendakian, hingga media promosi dan pendukung gerakan keselamatan pendakian. Metode pengumpulan data menggunakan metode kualitatif, observasi, partisipatif, kepustakaan, dan dokumentasi. Sedangkan untuk media promosi dan pendukung menyesuaikan kebutuhan dari program yang dirancang. Hasil perancangan merupakan sebuah identitas visual gerakan keselamatan pendakian, desain media keamanan berupa sign system, infografis,

desain media promosi dan media pendukung yang ditujukan untuk event. Manfaat perancangan adalah untuk mengantisipasi agar tidak timbul korban jiwa dan kerusakan lingkungan di obyek wisata pendakian Gunung Lawu jalur Cemoro Sewu.

**Kata Kunci:** Gunung Lawu, Kampanye Ideologis atau Berorientasi Sebab, Gerakan Sign System, Infografis

### **ABSTRACT**

*Mount Lawu is a dormant volcano and one of the sacred mountains on the island of Java. Lawu is one of the most visited mountain examples and people will stop coming only when the mountain is closed. It is located between two provinces namely Central Java and East Java so the climbing tourism area is quite extensive. This is one of the tourism potentials, but if it is not accompanied by regulations and an understanding of each individual about safety and environmental sustainability, there will be a lot of losses incurred. Starting from the destruction of the environment to human death. This is evident from several incidents, such as the presence of trash, injured people, disappearances, deaths, and fires. To overcome this, it is necessary to have a joint movement through a climbing safety program. The Cemoro Sewu route was chosen as the object of the work design. The design of this campaign is included in the type of Ideological or Cause-Oriented Campaigns which refer to safety and environmental sustainability. To support the campaign program, visual identity campaigns, icons, sign systems are designed as safety media, infographics as a solution to problems that have the potential to occur when climbing, to promotional media and supporters of the climbing safety movement. Methods of data collection using qualitative methods, observation, participatory, literature, and documentation. Meanwhile, promotional and supporting media adjust to the needs of the designed program. The result of the design is a visual identity for the climbing safety movement, safety media designs in the form of sign systems, infographics, promotional media designs and supporting media intended for events. The benefit of the design is to anticipate that there will be no casualties and environmental damage at the tourist attraction of climbing Mount Lawu on the Cemoro Sewu route.*

**Keywords:** Mount Lawu, Ideological or Cause Oriented Campaigns, Sign System Movement, Infographics

## **Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki bentang alam cukup luas dan telah diakui oleh dunia. Terletak dalam jalur ring of fire, Indonesia memiliki jumlah gunung paling banyak di dunia. Oleh karena itu kegiatan outdoor khususnya mendaki gunung menjadi olah raga yang paling diminati oleh anak muda dan orang dewasa. Mendaki gunung merupakan salah satu aktivitas berpetualang di alam terbuka menuju tempat yang lebih tinggi yaitu menuju puncak gunung. Seperti yang diungkapkan Sumitro dkk bahwa : “Mendaki gunung adalah suatu kegiatan yang berorientasi pada alam terbuka dan mendaki ke tempat yang lebih tinggi merupakan tujuan utama aktivitas olahraga tersebut.”

Pendakian gunung di Indonesia mulai dikenal masyarakat

luas yaitu pada tahun 1964. Saat itu pendaki Indonesia dan Jepang berhasil mencapai puncak Soekarno di pegunungan Jayawijaya yang terletak di Papua. Lalu seiring berjalannya waktu berdirilah perkumpulan atau komunitas pendaki gunung di Indonesia. Dimulai dari Wanadri yang hingga sekarang masih aktif dan telah diakui negara serta para penggiat alam bebas di Indonesia. Lalu di ikuti Mapala yang kemudian disusul oleh perkumpulan lainnya di berbagai kampus dan kota di Indonesia.

Gunung Lawu dengan ketinggian 3265 mdpl terletak di Pulau Jawa. tepatnya di perbatasan Provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur, di antara dua kabupaten yaitu kabupaten Karanganyar dan Magetan. Status gunung ini adalah gunung api istirahat dan diperkirakan terakhir

meletus pada tahun 1885. Rapatnya vegetasi serta puncaknya yang tererosi membuktikan bahwa Gunung Lawu sudah lama tidak aktif. Lerengnya terdapat kepundan kecil yang masih mengeluarkan uap air dan belerang. Gunung Lawu memiliki tiga puncak yaitu puncak Hargo Dalem, Hargo Dumiling dan Hargo Dumilah. Gunung Lawu menyimpan misteri pada masing-masing dari tiga puncak utamanya dan dipercaya sebagai tempat sakral di Tanah Jawa.

Sering terdengar terjadi kebakaran di gunung. Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya kebakaran di hutan dan gunung. Seperti gesekan daun kering saat siang hari ketika cuaca sedang panas dan angin, ketidak sengajaan membuang puntung rokok, api unggun yang belum dipastikan padam, dan kesengajaan manusia

untuk membuka lahan baru. Pada akhir tahun 2015 terjadi kemarau yang cukup panjang sehingga menyebabkan kebakaran di beberapa gunung di Indonesia. Provinsi Jawa Tengah yaitu Merbabu, Ungaran, Sindoro, Sumbing, dan salah satunya Lawu. Kebakaran di Lawu saat itu terjadi cukup lama, sekitar seminggu dan menelan korban jiwa cukup banyak. Kebanyakan korban adalah orang luar kota seperti Jakarta dan Bandung. Dari informasi yang didapat kebakaran tersebut terjadi di jalur Cemoro Sewu di sekitar pos 3, saat itu cuaca begitu panas disertai angin kering. Selain kebakaran yang kerap terjadi adalah pendaki yang kelelahan dan cidera. Selain itu kemungkinan terburuk lainnya adalah hipotermia, tersesat, hilang, dan kematian.

Jalur Cemoro Sewu merupakan jalur tercepat daripada kedua jalur lainnya. Meskipun cepat jalur yang terbuat dari batu tersebut membuat pendaki cepat lelah karena tumpuan pada kaki yang keras. Selain itu pendaki yang melewati jalur Cemoro Sewu juga lebih banyak. Ada dua jenis pendaki yang melewati jalur ini, yaitu pendaki pemula dan pendaki religi. Sedangkan untuk jalur Candi Cetho dan Cemoro Kandang umumnya adalah pendaki profesional yaitu orang yang cukup sering melakukan kegiatan pendakian dan memahami manajemen pendakian. Pendaki pemula dan pendaki religi yang melewati jalur Cemoro Sewu adalah orang-orang yang berpotensi akan mengalami kelelahan, cedera dan kemungkinan lainnya karena belum begitu memahami standarisasi pendakian.

Lewat kejadian tersebut munculah sebuah ide perancangan kampanye keselamatan pendakian lewat gerakan Sign System. Diharapkan lewat gerakan tersebut bisa menjadi alternatif untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di obyek wisata pendakian khususnya di Gunung Lawu jalur Cemoro Sewu. Kampanye tersebut bertujuan untuk mengajak masyarakat yang berkegiatan di alam bebas khususnya mendaki untuk selalu menjaga keselamatan dan mentaati peraturan pendakian. Konsep yang dibuat tidak hanya sebatas slogan dan poster tetapi juga menyeluruh dan memaksimalkan media yang ada saat ini, mulai dari media cetak hingga media digital. Melalui proses komunikasi yang berkesan, dapat memberikan hasil penyerapan informasi yang efektif dan bertahan lama. Hal tersebut juga

didukung dengan metode komunikasi visual yang realisasinya dirancang sesuai dengan fakta yang ada yakni terdapat sebuah permasalahan yang timbul di masyarakat kemudian masalah tersebut diselesaikan dengan metode desain yang ada yakni menggunakan media desain komunikasi visual yang nantinya bisa sebagai media kampanye sosial untuk keselamatan pendakian di Gunung Lawu. Tanda gambar (picture mark) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi.

Keselamatan pendakian dipilih sebagai tema perancangan karena untuk menghimbau, mengingatkan, dan mencegah terjadinya korban jiwa saat melakukan pendakian di Gunung Lawu jalur Cemoro Sewu.

Perancangan ditujukan untuk masyarakat umum yang tertarik dengan kegiatan pendakian dan pendaki terutama pendaki pemula dan pendaki religi. Media desain komunikasi visual merupakan solusi alternatif, selebihnya adalah partisipasi masyarakat khususnya pendaki yang menjadi elemen utama keberhasilan kampanye ini. Media desain komunikasi visual yang dikerjakan yaitu membuat identitas visual kampanye yang meliputi ikon, sign system, infografis, dan media pendukung kampanye.

Lewat media komunikasi visual tersebut diharapkan mampu menjadi solusi alternatif dalam kampanye keselamatan pendakian dan memberikan informasi yang mudah dipahami. Sehingga para pendaki atau wisatawan mengetahui serta memahami standarisasi aturan

dari pendakian, entah peraturan dari dinas Perhutani ataupun kebiasaan warga setempat. Selain itu media komunikasi visual yang diciptakan diharapkan juga mampu mengedukasi dan mengajak untuk menjaga kelestarian Gunung Lawu.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Konsep Perancangan Sign System Pendakian Gunung Lawu 3265 MDPL Jalur Via Cemoro Sewu?
2. Bagaimana Visualisasi Rancangan 3265 MDPL Jalur Via Cemoro Sewu?

### **Tujuan**

Tujuan dari program keselamatan ini adalah untuk menjaga keselamatan dan keamanan para pendaki terutama pemula dan yang akan melakukan ritual di Gunung Lawu. Selain itu juga mengajak dan

mengedukasi masyarakat untuk menjaga kelestarian Gunung Lawu. Lewat program kampanye dan perancangan media komunikasi visual diharapkan mampu mengingatkan masyarakat khususnya para pendaki untuk selalu mentaati peraturan yang ada, adapun tujuan khusus dari perancangan ini adalah :

1. Menyusun konsep sign system di Gunung Lawu 3265 MDPL jalur via Cemoro Sewu.
2. Visualisasi sign system di Gunung Lawu jalur via Cemoro Sewu.

### **Manfaat**

Sebuah karya dapat menjadi penelitian yang mampu menambah ilmu tentang kampanye terkait keselamatan pendakian. Penulisan tentang perancangan gerakan “Sign System” diharapkan mampu memberi

kontribusi bagi pengelola jalur Cemoro Sewu, pendaki, masyarakat umum, dan pembuat desain yang ingin mengembangkan masalah serupa. Adapun manfaat dari penciptaan atau pembuatan karya ini adalah :

#### 1. Manfaat Teoritis

Penciptaan karya ini diharapkan mampu menjadi pedoman atau sumber data bagi pembuatan karya desain komunikasi visual lain, serta berguna untuk tinjauan teoritis bidang desain komunikasi visual pada umumnya, khususnya tentang gerakan kampanye sosial agar peduli terhadap keselamatan pendakian atau kegiatan alam bebas lainnya

#### 2. Manfaat Praktis

Penciptaan karya ini diharapkan mampu mencegah kemungkinan terburuk saat melakukan pendakian di Gunung Lawu khususnya di jalur Cemoro Sewu. Melalui media kamanan yang dirancang yaitu sign system diharapkan mampu membantu perhutani dan organisasi peduli lingkungan Paguyuban Giri Lawu dalam mengelola dan menjaga kawasan wisata pendakian di Gunung Lawu. Untuk masyarakat khususnya pendaki pemula dan pendaki religidiharapkan melalui infografis yang dirancang mampu menyadarkan dan lebih memahami tentang pentingnya manajemen pendakian agar terhindar dari



potensi yang mungkin di alami seperti kelelahan, cidera, hipotermia hingga tersesat. Bersama-sama menjaga kelestarian Gunung Lawu agar terhindar dari sampah, kebakaran dan kerusakan alam lainnya.

### **Tinjauan Pustaka**

Proses perancangan Sign System di Gunung Lawu ini menggunakan beberapa referensi tinjauan yang relevan untuk menunjang penciptaan ide dan konsep. Ada beberapa referensi yang digunakan sebagai acuan. Untuk memberikan gambaran berbagai studi penciptaan yang menunjang dengan topik perancangan sebagai kerangka penciptaan yang terkait langsung dengan topik penciptaan terdahulu (penciptaan karya yang pernah dilakukan). Berikut beberapa

referensi tulisan sebagai studi penciptaan.

Tugas akhir dari Ikhwan Idris Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom dengan judul “*Kampanye Tanggap Hipotermia Bagi Pendaki di Kawasan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango*”. Kampanye Tanggap Hipotermia yang dirintis pada tahun 2015 ditujukan bagi para pendaki di kawasan taman nasional Gunung Gede Pangrango. Kampanye sosial ini bertujuan untuk menghimbau dan mengingatkan para pendaki di gunung gede pangrango betapa berbahayanya hipotermia jika tidak ditanggulangi dengan benar. Lewat media komunikasi visual cetak yang menarik diharapkan mampu menjadi alternatif bagi para pendaki. Konsep kreatif yang digunakan untuk kampanyenya adalah AISAS. AISAS

merupakan ketika *attention* menimbulkan *interest* yang kemudian target *audience* akan melakukan *search* dan selanjutnya akan langsung melakukan *action* sesudahnya akan di *share* kepada orang lain. Konsep kreatif ini sangat efektif karena dampaknya sangat cepat dan terasa bagi para pendaki itu sendiri. Pengaplikasian media sosial dan media cetak yang dilakukan “*Kampanye Tanggap Hipotermia*” menjadi rujukan dalam perancangan gerakan kampanye keselamatan pendakian yang juga menggunakan promosi kampanye melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Perbedaanya adalah gerakan tidak hanya terfokus pada satu masalah seperti hipotermia namun lebih ke mengantisipasi dan mencegah terjadinya kecelakaan.

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret oleh Fiki Aristantie dengan judul “*Perancangan Sign System Taman Satwa Taru Jurug*”. Perancangan tersebut bertujuan untuk menciptakan suatu *sign system* yang informatif, memiliki daya tarik visual tinggi, bertema, bentuk komunikasi, dan gaya pendekatan yang menarik, efektif, dan jelas kepada pengunjung agar dapat memanfaatkan semua fasilitas yang diberikan oleh Taman Satwa Jurug pada tahun 2011. Secara desain grafis, visual yang digunakan yaitu menggunakan teknik *vector* dan secara budaya mengangkat karakter Solo lewat visual *blankon* yang diterapkan melalui maskot utama. Pengaplikasian material menggunakan *allucomb* dan stiker *frontlite*. Persamaan perancangan

tersebut dengan perancangan yang akan dilakukan adalah merancang *sign system* pada suatu objek wisata. Perbedaanya adalah pengaplikasian *sign system* pada objek wisata pendakian.

Nur Cahyo Ariwibowo dari Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Prodi DKV dengan judul “*Perancangan Identitas Visual Sebagai Media Branding Watu Gunung Ungaran*” pada tahun 2017. Penciptaan karya ini lebih ke merancang ulang identitas visual Watu Gunung Ungaran, karena Identitas visual Watu Gunung saat itu masih belum menampilkan citra atau kesan yang jelas. Logo sebagai identitas visual utama dalam mencerminkan karakteristik objek wisata, yang kemudian diaplikasikan pada berbagai media seperti *office stationery*, *signage*, tiket masuk,

*merchandise*, seragam, dan *ID card* bertujuan untuk memperkenalkan Watu Gunung kepada masyarakat luas. Karena perusahaan yang mempunyai identitas visual yang baik, dengan sendirinya akan mendapat perhatian lebih dan nilai positif dimata masyarakat. Hal tersebut menjadikan referensi adalah alur penciptaan hingga tercipta identitas visual yang berkarakter. Persamaan dari karya tersebut dengan karya yang akan diciptakan adalah merancang sebuah identitas visual untuk suatu objek wisata dipegunungan. Sedangkan pembedanya adalah penciptaan identitas visual gerakan kampanye di Objek Wisata Pendakian Gunung Lawu akan diterapkan di media keamanan program kampanye keselamatan pendakian.

“Perancangan Buku Panduan Mendaki Gunung Untuk Pemula” oleh Reza Adhi Pramudya dari Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom Bandung pada tahun 2017. Tugas akhir perancangan karya lebih menekankan pada pembuatan buku mulai dari sampul, isi hingga promosi pemasaran melalui media cetak seperti *merchandise*, poster, dan Roll-banner. Sesuai dengan bidang ilmu yang dipelajari, perancangan tersebut menggunakan media komunikasi visual sebagai solusi alternatif supaya masyarakat tertarik. Media buku dipilih berdasarkan karakteristik sebuah buku yang dapat menyimpan informasi dan pesan yang tidak mudah hilang, dapat dibaca kapan saja dan dimana saja, tidak seperti saat menggunakan perangkat elektronik yang membutuhkan

jaringan *signal* dan daya baterai dalam menggunakannya. Persamaan dari karya tersebut dengan karya yang akan diciptakan adalah peneliti juga akan membuat buku saku sebagai media pendukung dalam gerakan kampanye ini. Buku saku tersebut berisi informasi tentang peraturan pendakian di jalur Cemoro Sewu di beberapa lembar halaman depan dan selebihnya adalah halaman kosong untuk catat mencatat.

Berdasarkan beberapa tinjauan sumber penciptaan yang sudah dilakukan di atas. Kekaryaan ini akan membuat sebuah rancangan program kampanye keselamatan pendakian di objek wisata pendakian Gunung Lawu jalur Cemoro Sewu. Konsep kreatif program akan didukung dengan identitas visual yang meliputi ikon maskot kampanye, *Sign System*, Infografis, properti foto, media

promosi dan media pendukung kampanye. Ikon yang dirancang mengacu pada referensi visual objek tersebut. Maskot dibuat sebagai karakter pendukung dalam gerakan kampanye. *Sign system* dirancang menyesuaikan konsep kampanye dan kebutuhan dari objek wisata Gunung Lawu jalur Cemoro Sewu. Infografis dibuat untuk menjawab permasalahan yang sering terjadi dilapangan, yaitu kelelahan, cidera, hingga kebakaran. Properti foto dibuat untuk merespon replika puncak Gunung Lawu yang berada di Taman Cemoro Sewu. Perbedaan dari perancangan terdahulu adalah perancangan ini membuat sebuah program kampanye dengan memaksimalkan serta mengaplikasikan dengan tepat dan efisien peran dari media digital dan cetak untuk menyebarkan informasi

tentang gerakan kampanye keselamatan pendakian.

### **Metode Perancangan**

Perancangan ini memiliki urutan ataupun proses dalam pembuatannya diantaranya adalah :

#### **1. Ide**

Ide merupakan sebuah gagasan dari pemikiran atas suatu fenomena yang ada dan nantinya akan dikembangkan atau direalisasikan sebagai acuan selanjutan. Ide dalam perancangan ini dimulai dari munculnya permasalahan berupa kondisi pada objek penelitian, yaitu wisata pendakian di Gunung Lawu yang belum kenal secara luas dan kurangnya media promosi untuk memperkenalkan obyek wisata pendakian tersebut. Oleh karena itu diperlukan adanya suatu konsep dasar sebagai suatu landasan untuk

merancang media promosi dalam buku direktori.

## **2. Observasi**

Observasi dilakukan dengan mengamati Objek Wisata Pendakian Gunung Lawu untuk mengetahui keadaan sebenarnya. Observasi atau pengamatan dapat didefinisikan sebagai perhatian yang terfokus terhadap kejadian, gejala, atau sesuatu (Emzir, 201:37).

Pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan karakteristik Objek Wisata Pendakian Gunung Lawu, keadaan alam atau lingkungan, dan ciri khas yang dapat menjadi referensi visual untuk perancangan identitas visual.

## **3. Brief**

Brief adalah kumpulan laporan yang telah di dapat, lalu diolah sedemikian rupa hingga menjadi laporan yang lebih sesuai dan

baik mengenai permasalahan yang di dapat.

## **4. Brainstorming**

Berdasarkan brief dilakukan pengembangan ide dengan cara berkonsultasi ke dosen pembimbing dan berdiskusi dengan teman. Hal tersebut bertujuan agar memperoleh masukan dan referensi yang dapat menjadikan konsep desain semakin baik.

## **5. Creative Brief**

Creative brief atau konsep kreatif yang perancangan kampanye sosial ini menggunakan pendekatan secara rasional atau pendekatan dengan mencoba membangkitkan minat seseorang. Pendekatan-pendekatan tersebut dapat dilakukan dengan unsur tertentu melalui konsep kreatif yang akan berpengaruh ke konsep visual. Identitas visual merupakan salah satu unsur yang

digunakan dalam perancangan kampanye keselamatan pendakian. Untuk mendapatkan perhatian dari khalayak, maka dibutuhkan pendekatan-pendekatan yang sesuai dengan tujuan, prinsip, dan karakter dari objek wisata pendakian Gunung Lawu. Sebagaimana identitas visual yang dirancang mampu mewakili karakteristik objek. Hal ini digunakan agar dapat menarik perhatian target khalayak sasaran.

## **6. Final Design**

Desain yaitu usaha yang berkaitan dengan perancangan estetika, citra rasa, dan kreativitas. Desain tidak hanya mencakup eksplorasi visual namun mencakup pula dengan aspek-aspek seperti kultural-sosial, filosofis, teknis dan bisnis. Dalam tugas akhir ini, nantinya desain berisi eksekusi perancangan karya berdasarkan

struktur rancangan konsep yang disusun di tahap sebelumnya.

## **7. Evaluasi**

Evaluasi yaitu menyimpulkan hasil karya yang telah dirancang pada tugas akhir, apakah sudah sesuai dengan harapan dan memberi solusi untuk permasalahan yang dibahas.

### **Analisa Data**

#### **Segmentasi**

##### **Geografis**

Letak Wilayah : Jawa Timur Ukuran wilayah: Kabupaten dan Desa. Demografis. Jenis kelamin: Laki laki-Perempuan. Usia: 15-35 Tahun. Ekonomi: Menengah. Agama: Semua Agama. Pendidikan:SMP-Perguruan Tinggi.

##### **Psikologis**

Seseorang dengan rentang usia 15-35 tahun. Suka olahraga outdoor (Pendakian) serta tantangan. Akan tetapi kurangnya pemahaman tentang prosedur pendakian khususnya pendakian Gunung Lawu.

##### **Behavior**

Pendakian gunung lawu sebagai media informasi pendaki

adalah masyarakat dengan rentang usia 15-35 tahun yang mulai memiliki keterarikan kegiatan outdoor dan akan melakukan pendakian ke Gunung Lawu.

#### **USP (Unique Selling Proposition)**

USP atau Unique Selling Proposition adalah faktor dari sebuah produk yang membedakan produk tersebut dengan pesaing. Faktor ini tidak selalu merupakan sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing, bisa jadi pesaing memiliki faktor tersebut namun tidak dikelola dengan maksimal. Wisata Kabupaten Karanganyar sendiri mempunyai beberapa keunikan yang ditonjolkan. Lokasi Karanganyar yang terletak di lereng gunung Lawu menjadikannya penuh dengan potensi wisata alam, seperti air terjun, pekebunan, hutan perkemahan, pendakian, mata air, dan sebagainya. Selain itu terdapat pula situs bersejarah di lereng gunung Lawu yaitu Candi Sukuh, Candi Cetho, Candi Planggatan, Situs Menggung, dan Situs Watu kandang. Oleh karena itu wisatawan tidak hanya menikmati obyek wisata tujuan saja, namun juga dapat menikmati

pemandangan alam yang indah dalam satu perjalanan wisata.

#### **ESP (Emotional Selling Proposition)**

Manusia mempunyai kondisi kejiwaan yang berbeda antara satu dengan lainnya, terutama ketika seseorang berada di alam bebas melakukan pendakian gunung atau penjelelahan alam. Kondisi kejiwaan yang ada padanya sangat mempengaruhi sikap dan tindakannya, karena kondisi alam bebas yang jauh berbeda dari lingkungan kehidupan masyarakat, maka berbagai sikap seseorang yang semula tak tampak dalam hidup sehari-hari akan muncul. Misalnya seseorang yang semula tampak berani dalam pergaulan, mungkin saja ia berubah menjadi penakut di alam bebas, demikian juga seseorang yang tampak stabil emosinya, mungkin saja akan menjadi labil ketika di alam bebas.

Lantas bagaimana kondisi psikologis yang memungkinkan seseorang melakukan kegiatan penjelajahan alam maupun mendaki gunung sebagai suatu upaya meningkatkan kecerdasan emosional?



Pertama kita kenali tentang perasaan (afeksi) yang terkait dengan masalah emosi ketika seseorang melakukan pendakian dalam kelompok kecil yang merupakan bagian dari proses kesiapan mental.

Perasaan positif, seperti rasa tenteram, damai, riang, atau perasaan solid terhadap kelompok, dan sebagainya.

Perasaan negatif, misalnya rasa takut yang berlebihan karena kondisi alam yang belum dikenal, putus asa, terlalu mengasihani diri sendiri, nekat, egois dan sebagainya.

### **Positioning**

Perancangan ini gaya visual yang digunakan adalah flat design. Gaya visual tersebut lebih mengutamakan bentuk visual yang lebih minimalis, serta memanfaatkan ruang negatif, sehingga pesan yang ingin disampaikan melalui visual tersebut dapat dengan mudah dipahami. Visual dalam media utama berupa sistem tanda ini akan lebih memfokuskan informasi utama yaitu jarak, waktu tempuh, serta lokasi jalan bercabang yang berada pada jalur Cemoro Sewu. Teknis yang digunakan adalah vektor dengan

menggunakan warna kontras dengan lingkungan yang berada di gunung. Tujuannya agar informasi mudah dilihat ataupun ditemukan dalam kejauhan sehingga hal tersebut dapat mempermudah audien untuk mencari informasi mengenai jalur Cemoro Sewu ketika melakukan pendakian.

Gaya desain yang dipilih adalah gaya desain modern. Gaya desain ini dipilih karena informasi yang disajikan harus dapat dipahami dengan cepat dan tepat. Ditambah dengan format ukuran buku yang kecil membuat tiap elemen desain yang dipakai di dalam buku harus memiliki fungsi agar buku dapat memberikan informasi yang baik. Perancangan sign system anda menggunakan gaya visual modern.

### **Strategi Kreatif**

Identitas Visual dari Gerakan Keselamatan Pendakian ini dirancang secara kreatif dan komunikatif sehingga pesan yang ingin disampaikan mampu dipahami dan diterapkan oleh siapapun yang melakukan kegiatan mendaki.

Adapun proses kreatif yang dilakukan yaitu merancang ikon untuk gerakan kampanye. Ikon tersebut menampilkan karakteristik dari objek wisata pendakian dan tentu saja juga mampu menggambarkan maksud dan tujuan dari gerakan kampanye ini. Maskot juga dibuat sebagai karakter pendukung dalam program keselamatan pendakian sebagai daya tarik. Infografis dirancang menyesuaikan target audience. Kemudian merancang material desain cetak dan digital sebagai pendukung dari program kampanye ini. yaitu meliputi sign system, infografis, visual post, poster, baliho, roll banner, bendera dan merchandise.

### **Konsep Estetis Visual**

#### **1. Layout**

Menurut Hendratman (seperti dikutip Rahma Yusfarani, 2016) Layout merupakan sebuah tata letak

yang disusun berdasarkan unsur-unsur grafis terhadap suatu bidang dalam sebuah media tertentu agar mendukung pesan yang akan disampaikan. Layout memiliki beberapa jenis seperti Mondrian Layout, Multi Panel Layout, Frame Layout, Silhouette Layout, dan sebagainya. Berdasarkan pengertian diatas, perancangan informasi ini akan menggunakan Silhouette Layout yang dimana jenis tata letak seperti ini akan didominasi oleh bentuk-bentuk ilustrasi yang menggunakan siluet atau bayangan. Diharapkan dengan menggunakan jenis tata letak tersebut, pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah dimengerti oleh pendaki, sehingga tidak ada lagi kekeliruan yang terjadi dalam menangkap sebuah pesan yang dapat menyebabkan pendak. Dalam tata letak media utama ini, penempatan

informasi utama berada di tengah, berguna agar dapat dengan mudah dilihat oleh khalayak, untuk tulisan berada pada bagian atas dan bawah, pada bagian bawah adalah penjelasan dari informasi utama yang dimana pada bagian ini menjelaskan beberapa informasi pada gambar utama, sehingga pendaki akan lebih mudah menangkap pesan yang akan diberikan, untuk bagian atas lebih didominasi penjelasan-penjelasan mengenai ikon yang terdapat pada informasi utama menjadi tersesat.



## 2. Warna

Buku yang berjudul Pengantar  
Desain Komunikasi Visual

mengatakan bahwa warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan, sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood, atau semangat, dan lain-lain. Teori ini menyederhanakan warna-warna yang ada di alam menjadi empat kelompok warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral. Palet warna modern set swatch. Sampel katalog warna yang trendi. Ilustrasi vektor.



## 3. Ilustrasi

Ilustrasi pada awalnya berfungsi sebagai pelengkap sebuah teks. Interaksi antarteks dan gambar menciptakan sebuah harmoni. Sejalan dengan perkembangan, ilustrasi berkembang dan memiliki peran yang lebih luas dari sekedar pelengkap. Ilustrasi saat ini mengalami perkembangan, ilustrasi tidak lagi hanya terbatas pada gambar yang mengiringi teks akan tetapi telah berkembang ke dalam makna yang lebih luas. Ilustrasi merupakan alat bantu yang membuat sesuatu menjadi lebih jelas, lebih bermanfaat atau menarik. Berbagai macam ilustrasi yang diadopsi oleh seniman-seniman sekarang juga lebih variatif. Pemilihan ilustrasi yang akan dipilih untuk menunjang keperluan unsur-unsur grafis juga akan berbeda. Zaman dahulu lebih dikenal dengan gaya klasik, desain yang

menampilkan gambar dan foto ala kadarnya. Kini era modern banyak berkembang gaya-gaya baru yang lebih mudah dipahami dan sangat sederhana atau bisa juga disebut minimalis. Ilustrasi yang sangat populer saat ini adalah Flat Design. Ilustrasi tersebut menggunakan teknik dasar menghilangkan karakter gaya seakan-akan mengambang di tampilan gambar, yaitu menghilangkan teknik gambar seperti gradasi, tekstur dan karakter desain dimensi lain. Walaupun menghilangkan beberapa karakter dimensi, flat design tidak kalah menariknya dengan teknik desain yang lain, kelebihanannya terdapat pada pemilihan warna yang simple namun menarik, bentuk yang sederhana, tata letak dan pemilihan font yang khusus sehingga tidak terkesan tua atau retro. Di era sekarang ini banyak digunakan

untuk pembuatan tampilan aplikasi, mobile interface, ikon, dan ikon.



#### 4. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada menggunakan font jenis Sans Serif. Jenis font tersebut dipilih karena memiliki keterkacaan yang jelas dan karakter yang tegas. Selain itu secara visual juga terlihat modern. Untuk font yang akan diaplikasikan ke sebuah logo kampanye, font sans serif adalah pilihan yang tepat. Jenis huruf yang dipilih adalah huruf sans serif yaitu font Bebas Neue digunakan di keseluruhan infografik

karena bentuk typeface tersebut mendukung elemen grafis dan mood yang ada dan karena font ini hanya uppercase sehingga menimbulkan kesan serius di dalamnya.

“Bebas Neue” dengan ketebalan huruf yang berbeda-beda sesuai kebutuhan desainnya nanti.



#### Konsep Estetis Verbal

Estetis verbal merupakan konsep yang terlihat berdasarkan berbagai aspek antara lain-lain :

##### 1. Headline

Headline adalah unsur yang paling terlihat dari aspek lain karena

merupakan judul utama dan hendaknya bersifat to the point agar mudah dibaca dan dipahami. Headline dalam buku digital ini yaitu Sign System. Pemilihan judul tersebut karena buku digital ini berisi tentang informasi penting yang semuanya berkaitan dengan Gunung Lawu.

## 2. Bodycopy

Bodycopy merupakan aspek berupa tulisan yang menjelaskan isi dari buku atau konten yang ada. Bodycopy dalam buku digital ini berisi tentang informasi lainnya tentang Sign System Gunung Lawu yang disampaikan secara rinci namun singkat, padat, dan jelas.

## 3. Baseline

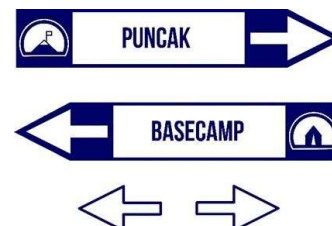
Baseline merupakan aspek yang biasanya ada untuk dibaca paling akhir sebagai informasi tambahan jika dibutuhkan. Media yang menggunakan baseline seperti

poster, roll banner, dan buku.

Sedangkan untuk merchandise hanya beberapa yang mencantumkan aspek ini.

## PERWUJUDAN KARYA

### A. Perancangan Sign System



## B. Perancangan Kaos



## C. Perancangan Stiker



## D. Perancangan Cangkir

Enamel



## E. Gantungan Kunci



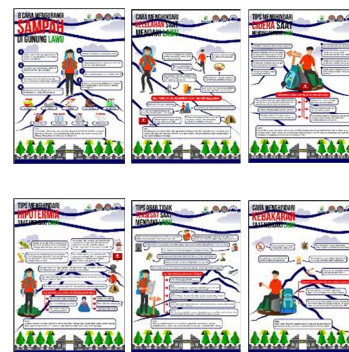
## F. Perancangan Roll Banner



## G. Perancangan Buku



## H. Perancangan Poster



## **Simpulan**

Perancangan program kampanye gerakan Sign System di obyek wisata pendakian Gunung Lawu jalur Cemoro Sewu bertujuan untuk menanggulangi permasalahan yang sering terjadi dalam kegiatan pendakian yaitu sampah, pendaki yang kelelahan, cidera, hipotermia, tersesat hingga kebakaran. Nama Sign System dipilih karena memiliki makna yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari gerakan kampanye ini. Gerakan Sign System termasuk dalam jenis Ideological or Cause - Oriented Campaigns yang merujuk pada keselamatan dan kelestarian lingkungan. Perancangan kampanye antara lain membuat identitas visual gerakan kampanye, media keamanan berupa sign system, poster infografis, dan event. Event merupakan salah satu strategi kreatif yang berfungsi sebagai

wadah bagi target audience dengan tujuan untuk mengenalkan materi terkait keselamatan pendakian, mulai dari manajemen pendakian, survival skill, dan pengenalan sign system. Selain itu juga sebagai wadah bertukar informasi dan pengalaman.

## **Saran**

Kegiatan pendakian dari tahun ke tahun semakin ramai terutama di Gunung Lawu sebagai objek kampanye. Hal tersebut tidak lepas dari peran sosial media dan keindahan alam serta budayanya. Sebagai objek wisata pendakian hal-hal mengenai bencana alam, kerusakan lingkungan dan kecelakaan memang tidak bisa dihindarkan. Seperti badai, cuaca dingin, kebakaran, cidera, tersesat, bahkan kematian adalah segala kemungkinan yang terjadi saat melakukan pendakian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Bramantyo, Senin 15 Oktober 2018 20:43 WIB. Kabarkan Dirinya Tersesat di Gunung Lawu, Salman Berhasil Diselamatkan Setelah WA Orangtuanya.  
<https://news.okezone.com/read/2018/10/15/512/1964424/kabarkan-dirinya-tersekat-di-gunung-lawu-salman-berhasil-diselamatkan-setelah-wa-orangtuanya>
- Jumat, 31 Juli 2015 09:00 WIB. Inilah Kisah Para Pendaki Gunung Lawu yang Sempat Tersesat.  
<https://nationalgeographic.grid.id/read/13300497/inilah-kisah-para-pendaki-gunung-lawu-yang-sempat-tersekat>
- Senin, 19 Oktober 2015 11:01 WIB. Ini Dugaan Penyebab Gunung Lawu Terbakar.  
<https://nasional.tempo.co/read/71078/0/ini-dugaan-penyebab-gunung-lawu-terbakar/full&view=ok>
- Sugeng Harianto, Rabu, 22 Agustus 2018 12:43 WIB Sempat Padam, Gunung Lawu Kembali Terbakar.  
<https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4177467/sempat-padam-gunung-lawu-kembali-terbakar>
- Bayu Ardi Isnanto, Selasa, 19 Jun 2018 23:19 WIB Puncak Lawu Terbakar, Jalur Pendakian Ditutup.  
<https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4073801/puncak-lawu-terbakar-jalur-pendakian-ditutup>
- Avirista Midaada, Jum'at 17 Agustus 2018. Puncak Gunung Lawu Terbakar, Ratusan Pendaki Dievakuasi.  
<https://news.okezone.com/read/2018/08/17/512/1937839/puncak-gunung-lawu-terbakar-ratusan-pendaki-dievakuasi>

Kisah Alvi Kurniawan,  
Pendaki Hilang di Gunung Lawu  
Sejak Januari 2019, Belum  
Ditemukan hingga Kini.  
<https://www.tribunnews.com/regiona/2020/07/08/kisah-alvi-kurniawan-pendaki-hilang-di-gunung-lawu-sejak-januari-2019-belum-ditemukan-hingga-kini>

Wahyu Adityo Prodjo ,  
Jum'at 13 Mei 2016 Sore. Pendaki  
Tunawicara Tewas di Puncak  
Gunung Lawu karena Hipotermia.  
<https://regional.kompas.com/read/2017/08/22/23132461/pendaki-tunawicara-tewas-di-puncak-gunung-lawu-karena-hipotermia>