

PERANCANGAN SIGN SYSTEM PASAR BAWAH KOTA PEKANBARU

SIGN SYSTEM DESIGN OF PEKANBARU CITY PASAR BAWAH

Muhammad Al Ghiffari Hidayattullah¹, Fariha Eridani Naufalina² dan Taufiq Wahab³

^{1,2,3}S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
muhammadalghiffari@students.telkomuniversity.ac.id, farihaen@telkomuniversity.ac.id,
taufiqwahab@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Pekanbaru adalah kota dengan tingkat pertumbuhan urbanisasi yang tinggi. Dengan cepat kota ini berkembang dengan pesat dalam segi perdagangan dan multi-etnik. Salah satu faktor yang menyebabkan peningkatan tersebut yaitu pasar. Bagi masyarakat di perkotaan, kehadiran pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Wisata Pasar Bawah adalah salah satu pasar yang ramai dikunjungi sebagai pusat perdagangan di Kota Pekanbaru yang menyediakan berbagai macam produk seperti makanan, pakaian, aksesoris rumah, hingga barang kebutuhan sehari-hari. Namun pengunjung kerap kesulitan memahami alur navigasi dari pasar ini baik dalam mencari produk yang diinginkan maupun menggunakan fasilitas dikarenakan media informasi yang kurang memadai. Sehingga penelitian ini ingin memberi solusi berupa perancangan media informasi yang diterapkan ke dalam *signage* dan *wayfinding*. Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan yaitu metode pendekatan kualitatif. Tujuan dari perancangan ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengunjung mendapatkan informasi mengenai wisata Pasar Bawah Pekanbaru dan mengetahui bagaimana merancang media informasi yang baik dan tepat agar pengunjung dapat menggunakan fasilitas dengan maksimal dan dapat memahami detail Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

Kata kunci: media informasi, kota pekanbaru, pasar, signage, wayfinding

Abstract: Pekanbaru is a city with a high rate of urbanization growth. The city quickly developed rapidly in terms of trade and multi-ethnics. One of the factors that led to the increase was the market. For people in urban areas, the presence of traditional markets and modern markets has become an important part of daily life. Pasar Bawah Tourism is one of the markets that is crowded with visitors as a trading center in Pekanbaru City which provides a variety of products such as food, clothing, home accessories, to daily necessities. However, visitors often have difficulty understanding the navigation flow of this market both in finding the desired product and using facilities due to inadequate information media. So this study wants to provide a solution in the form of information media design that is applied to signage and wayfinding. In this study, the method to be used is a qualitative approach method. The purpose of this design is to find out how visitors get information about Pekanbaru City Pasar Bawah tourism and knowing how to design a good and correct information media so that visitors can use the facilities optimally and can understand the details of the Pekanbaru City Pasar Bawah.

Keywords: *information media, market, signage, wayfinding, pekanbaru city*

PENDAHULUAN

Sebagai ibukota provinsi dan kota terbesar di Provinsi Riau, Kota Pekanbaru juga merupakan kota dengan tingkat pertumbuhan, migrasi, dan urbanisasi yang tinggi sehingga kota ini dapat berkembang pesat dalam segi perdagangan dan multietnik. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Provinsi Riau mengatakan sektor perekonomian di Provinsi Riau tumbuh secara positif secara per tahun atau year on year (yoy) dalam triwulan kedua pada 2021 sebesar 5,13 persen, salah satu faktor yang memicu hal tersebut adalah kegiatan pasar.

Pasar merupakan salah satu tempat kegiatan komersial yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Dengan pesatnya perkembangan penduduk, maka permintaan pasar semakin banyak, baik dari aspek jumlah maupun kualitas. Bagi masyarakat di perkotaan, kehadiran pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi lain mengatakan dengan bertambah dan berkembangnya pasar modern, keberadaan pasar tradisional akan semakin terpinggirkan. (Djau dalam Andriani dan Ali, 2013: 253).

Pekanbaru terkenal dengan objek wisata buatanya salah satu yang menarik perhatian wisatawan adalah Pasar Bawah. Objek wisata ini adalah pasar tradisional tertua di Kota Pekanbaru. Berdasarkan sejarah yang ada, pasar ini diperkirakan sudah ada sejak tahun 1700-an, namun sudah sangat populer di kalangan masyarakat. Sementara pemerintah provinsi setempat mengubahnya menjadi pasar wisata. Pasar tradisional ini didirikan oleh raja ke-4 dari dinasti Siak Sri Indrapura. Rajanya bernama Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah. Kerajaan ini terletak di wilayah Senapelan, yang merupakan nama sebelumnya dari kota Pekanbaru. Terletak di bagian utara dari pusat kota, pasar ini merupakan sentral perbelanjaan yang banyak menyediakan buah tangan seperti aksesoris dan dekorasi rumah tangga yang memiliki kualitas ekspor maupun impor. Pasar Bawah Kota Pekanbaru adalah salah satu tempat belanja yang digemari wisatawan yang

setidaknya harus dikunjungi saat berada di Kota Pekanbaru, Pemerintah meresmikan pasar ini sebagai Pasar Wisata. Dengan diresmikannya, wisatawan dari dalam maupun luar kota ramai berkunjung. (Afifi dalam Wardhani, 2017: 2). Namun masih banyak pengunjung yang kesulitan mengakses informasi tentang alur dan informasi pasar ini dikarenakan penataan dan pengelolaan informasi yang kurang memadai sehingga fasilitas yang ada di sekitar pasar tidak digunakan secara maksimal seperti pengunjung yang kesulitan memarkirkan kendaraan dikarenakan kurangnya penunjuk arah jalan dan parkir, pengunjung yang kesulitan dan berputar-putar untuk menemukan toko yang ingin dikunjungi, dan pengunjung yang kesulitan mencari fasilitas pendukung seperti musala, toilet, dan ATM.

Selain itu dengan masuknya wabah COVID 19 sejak tahun 2020 lalu menyebabkan destinasi wisata pasar ini sempat mengalami penurunan jumlah pengunjung dan kondisi pasar ini juga sempat terabaikan. (Sumber: antarariau.com)

Maka dari itu diperlukan perancangan media informasi agar pengunjung dapat mengetahui identitas, informasi, dan juga dapat menggunakan fasilitas yang ada di Pasar Bawah Kota Pekanbaru dengan maksimal. Dengan adanya media informasi ini diharapkan dapat meningkatkan lagi minat masyarakat untuk berkunjung ke Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

KAJIAN TEORI

Identitas visual adalah identitas yang terkait dengan satu atau lebih elemen visual yang dikelola oleh suatu perusahaan atau organisasi sebagai jembatan untuk menyatukan visi dan misi, kepada audiens. Identitas visual diciptakan melalui proses tata letak, dibentuk oleh elemen visual yang dapat berupa logo, teks, warna, maupun kombinasi dari semuanya yang membentuk citra dari sebuah *brand*. (Akbar Hafidzan, 2020).

Media informasi adalah media yang memiliki kemampuan untuk mengolah informasi visual sehingga dapat ditujukan dan diterima kepada pembacanya. (Sobur

dalam Hafidzan, 2020: 22-23) Media informasi terbagi menjadi dua yaitu pertama, media lini atas yang mana interaksi informasi dengan penerimanya terjadi secara tak langsung, tetapi memiliki jangkauan target yang luas. Dan kedua yaitu Lini Bawah yaitu media informasi yang memiliki jangkauan target yang sempit dan spesifik serta tidak tersampaikan melalui media massa. Namun penerima dapat berinteraksi dengannya secara langsung.

Environmental Graphic Design atau EGD adalah susunan elemen grafis sebagai media komunikasi yang terpadu dan dirancang melalui elemen visual yang sesuai dengan lingkungan disekitarnya. (Chris Calori dan David Vanden, 2007). Dalam cakupan *Environmental Graphic Design*, perbedaan *signage* dan *wayfinding* yaitu *wayfinding* adalah media penuntun untuk menuju tempat yang ingin dikunjungi dalam bentuk penunjuk arah. *Signage* adalah media grafis yang dibuat untuk menyampaikan keterangan atau informasi dari suatu objek maupun tempat dalam bentuk papan informasi fisik maupun visual. (Ahmad Zakiyy Maymun, Wirania Swasty, 2018: 52).

Pasar adalah pelanggan yang berpotensi yang memiliki kesamaan akan kebutuhan dan keinginannya, dan berpeluang bersedia serta mampu melakukan pertukaran agar kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. (Kotler, 1997). Sedangkan dalam arti luas, pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan interaksi pertukaran barang atau jasa. Patokan dari kerelaan dalam pertukaran atas barang atau jasa adalah tingkat harga (Ehrenberg dan Smith 2003). Pasar tidak hanya terbatas pada suatu lokasi saja, namun sesuatu bisa disebut pasar apabila disana terjadi proses pertemuan hingga proses kesepakatan, tidak peduli tempat atau jenis barang yang dijual (Rasyaf, 1996). Kemudian pasar secara fisik adalah tempat sentral dimana adanya penjual tetap dan tidak tetap dalam kawasan terbuka atau tertutup atau disisi badan jalan, lalu para pedagang dikelompokkan dengan menempati bangunan-bangunan baik temporer, semi-permanen maupun permanen (Sujarto dalam Sulistyowati, 1999).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk merancang dan menghasilkan identitas visual dan media yang dapat menyediakan akses informasi mengenai Pasar Bawah Kota Pekanbaru. Diantara pasar-pasar yang ada di Kota Pekanbaru, Pasar Bawah diangkat sebagai objek penelitian ini karena memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Penelitian ini memiliki target sasaran yaitu pengunjung Pasar Bawah Kota Pekanbaru sedangkan target narasumbernya yaitu pihak yang sedang atau yang pernah mengelola Pasar Bawah Kota Pekanbaru atau masyarakat yang pernah atau sedang mengunjungi Pasar Bawah Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Pekanbaru. Rentang waktu dilakukannya penelitian ini mulai dari Maret 2022 sampai Agustus 2022. Metode digunakan untuk penelitian ini yaitu metode pendekatan kualitatif.

Kemudian penulis juga melakukan berbagai metode pengumpulan data diantaranya pertama yaitu studi pustaka, penulis mengumpulkan data yang akan dibutuhkan berupa informasi dari berbagai sumber seperti artikel, buku, dan jurnal sejenis yang berhubungan dengan penelitian ini diantaranya tentang EGD (Environmental Graphic Design), Kaidah dan Prinsip Desain, serta tentang Pasar Bawah itu sendiri. Kedua yaitu observasi, dimana penulis mengamati objek penelitian yaitu Pasar Bawah Kota Pekanbaru dengan mendatangi langsung lokasi pasar dan melakukan dokumentasi dalam bentuk gambar terhadap lokasi dan suasana objek penelitian. Ketiga yaitu wawancara dengan berbagai pihak yang berhubungan dengan topik penelitian ini, yaitu PT. Dalena Pratama Indah sebagai pihak yang sebelumnya pernah mengelola Pasar Bawah Kota Pekanbaru, lalu Dinas Perdagangan dan Perindustrian sebagai pihak yang mengelola pasar sementara, kemudian dosen dengan ahli akademik desain grafis yang mengajar desain dan tata letak EGD, serta pengunjung Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

HASIL DAN DISKUSI

Metode yang digunakan untuk analisis data dari penelitian ini yaitu analisis SWOT. Dengan menggunakan analisis ini penulis dapat mengamati aspek kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) terhadap pengerjaan dan perancangan dari penelitian ini sehingga menemukan solusi yang tepat untuk permasalahannya diantaranya *strength*; Media EGD memiliki jenis yang beragam dan dapat diakses dengan cepat sehingga dipercaya efektif dalam menyampaikan pesan. *Weakness*; Media EGD hanya dilihat sekilas oleh orang yang lewat dan hanya dapat diakses dengan mengunjungi tempat tersebut. *Opportunity*; Pasar Bawah Kota Pekanbaru belum memiliki perangkat EGD dan lingkungan pasar terkesan ramai dan banyak dilalui oleh pengunjung memperbesar peluang EGD untuk dilihat. *Threat*; pada beberapa titik, EGD dapat berbaur dengan spanduk *merk* atau *brand* produk yang saling mendominasi sehingga terkesan banyak dan ramai.

Wawancara dilakukan dengan bapak Wan Muhammad sebagai Manajer Personalia dari PT. Dalena Pratama Indah dan juga perwakilan dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian sebagai narasumber. Menurut beliau selama menjadi bagian dari pengelola Pasar Bawah, media informasi yang tersedia sangat terbatas seperti papan mading dan untuk pengumuman informasi biasanya menggunakan media pengeras suara atau *megaphone*. Media informasi lainnya seperti papan penunjuk arah dan fasilitas ada di beberapa titik namun dibuat dengan seadanya saja. Fasilitas seperti mushola di lantai paling atas dan elevator pun ada namun belakangan cenderung digunakan oleh karyawan dan pengunjung tidak banyak yang mengetahuinya. Pak Wan juga menceritakan belum pernah mendengar keluhan dari pengunjung terkait fasilitas yang ada di pasar ini dan untuk mencari tahu, pengunjung kerap berkeliling terlebih dahulu sambil mencari barang yang diinginkan kemudian bertanya kepada penjual terdekat atau bertanya ke satpam.

Konsep kreatif dari perancangan ini pertama yaitu identitas visual sebagai wajah dan media utama yang terdiri dari logo, tipografi, dan tagline. Elemen visual dari logo ini diambil dari beberapa motif dan simbol yang melekat dengan kebudayaan melayu sehingga dapat digambarkan dan dibayangkan oleh pengunjung. Kedua yaitu perangkat EGD sebagai media utama yang dirancang mengikuti ciri khas dari desain konstruksi dan warna pasar dengan kesan kebudayaan melayu. Lalu media pendukung berfokus sebagai pendukung media utama dalam menyampaikan informasi pasar diantaranya *mock up* dari perangkat EGD pada foto pasar untuk membantu penggambaran dari pemasangan EGD agar terlihat lebih jelas, buku panduan GSM (Graphic Standard Manual) yang berisi detail dari logo dan identitas tentang Pasar Bawah Pekanbaru, atribut seperti pakaian khusus yang dapat dikenakan oleh karyawan dan penjual, dan merchandise seperti tas belanja botol minuman dan untuk kebutuhan promosi yang juga didesain dengan memasukan elemen-elemen visual yang ada pada logo.

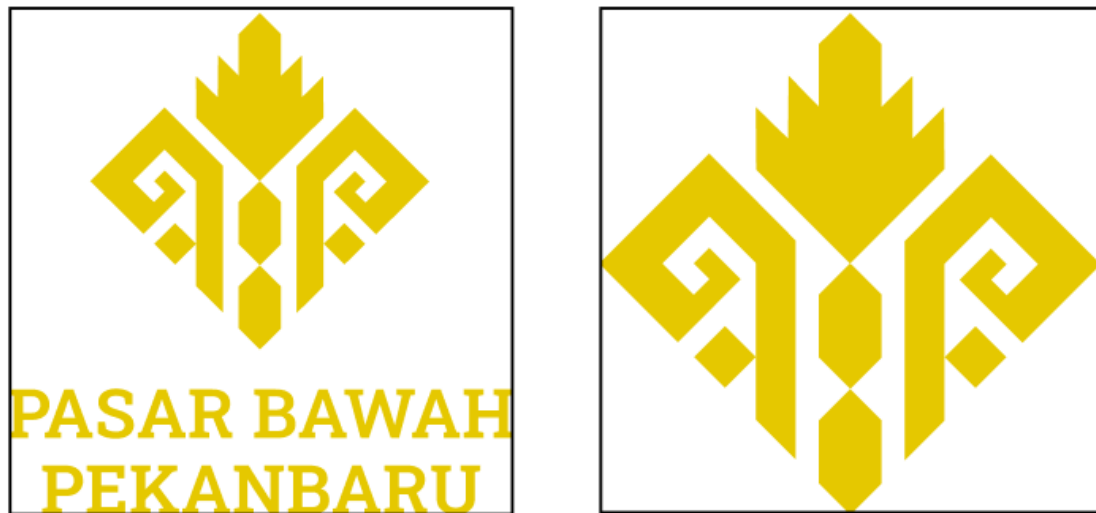
Konsep brand dan logo yang digunakan yaitu pasar identik dengan suasana yang ramai dan penuh kegiatan dengan nuansa menyambut pengunjung, menawarkan dagangannya, dan mengajak berbelanja, maka itulah dibuat *tagline* "Selamat Datang, Selamat Belanja" dengan kesan seperti pedagang yang menyambut pengunjung untuk datang ke kiosnya. Penamaan pasar juga diubah yang awalnya "Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru" menjadi "PASAR BAWAH PEKANBARU", tujuan diubahnya penamaan ini agar memiliki kesan efektif, mudah diucapkan, mudah diingat dengan ciri khasnya yaitu memiliki 2 kawasan pasar yakni pasar wisata di lantai atas dan lantai *basement* dengan area pasar basah.

Untuk logo memiliki jenis logo utama dan *responsive* logo atau logo variasi yang terdiri dari kombinasi logogram dengan logotype orientasi *portrait* dan logogram ikon. Logo dirancang dengan mengambil elemen-elemen visual berdasarkan motif dan simbol yang terkenal dari Kota Pekanbaru dan dikemas menjadi bentuk geometris dengan kesan sederhana dan minimalis diantaranya Pucuk Rebung diambil dari motif tumbuhan yaitu rebung atau tunas bambu, simbol ini sering digunakan masyarakat Kota Pekanbaru

sebagai dekorasi pada bidang segitiga di atap bangunan yang melambangkan kesejahteraan dan masa depan yang cerah. Kemudian Buih Selari diambil dari motif geometris lingkaran atau lengkungan yang menyerupai buih, melambangkan sikap yang adil dalam bertindak. Lalu Siku-Siku diambil dari beberapa variasi motif yaitu Siku Awan, Siku Keluang, dan Siku Tunggal yang sering diterapkan kedalam kain batik. Melambangkan sikap sopan santun, ramah tamah, mengayomi dan menerima pendatang dengan tulus. Terakhir Wajik atau bentuk geometris belah ketupat yang melambangkan melambangkan solidaritas baik sesama pedagang maupun pengunjung, juga simbol sebagai mensyukuri nikmat dan rezeki yang diberikan oleh tuhan.



*Gambar 1 Logo utama pasar bawah pekanbaru
sumber: muhammad al ghiffari, 2022*



*Gambar 2 Logo responsive pasar bawah pekanbaru
sumber: muhammad al ghiffari, 2022*



Pucuk Rebung melambangkan kesejahteraan dan masa depan pasar yang cerah.



Buih Selari melambangkan sikap yang adil dalam bertindak.



Siku-Siku melambangkan sopan santun, ramah, mengayomi dan menerima pendatang dengan tulus.



Wajik melambangkan solidaritas baik sesama pedagang maupun pengunjung, juga simbol sebagai mensyukuri nikmat dan rezeki yang diberikan oleh tuhan.

Gambar 3 Filosofi logo pasar bawah pekanbaru

sumber: muhammad al ghiffari, 2022

Konsep ikon dirancang dengan teknik vektor. Menurut Adobe dari situs adobe.com, seni vektor adalah metode mengolah gambar yang menerapkan prinsip rumus matematis untuk menciptakan garis, kurva, maupun bentuk. Keunggulan dari teknik ini yaitu gambar tidak akan pecah apabila diubah skala atau ukurannya. Ikon juga dibuat dengan pengggayaan *flat* yang dikombinasikan dengan bentuk-bentuk geometris agar memiliki kesan sederhana dan minimalis. Ini juga bertujuan agar simbol dari ikon dapat ditangkap dan diterjemahkan dengan cepat.



Gambar 4 Set ikon EGD pasar bawah pekanbaru
sumber: muhammad al ghiffari, 2022

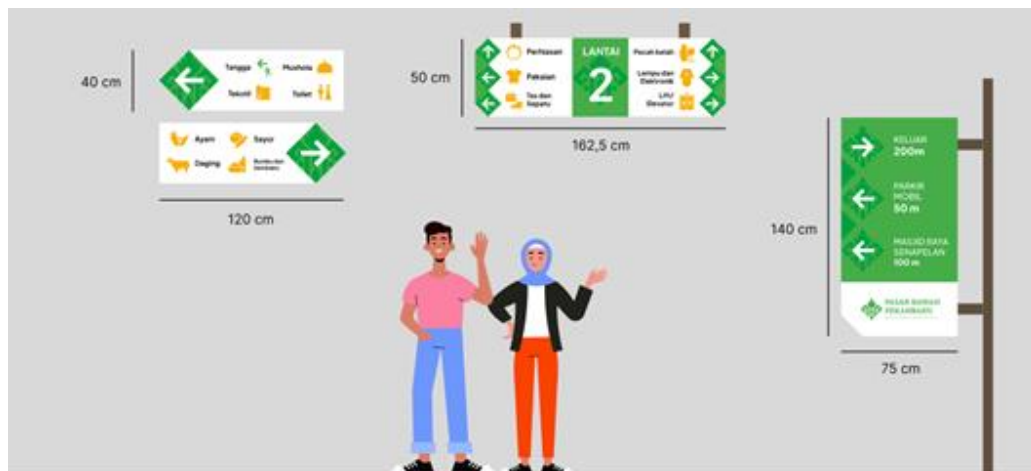
Media utama yaitu perangkat EGD yang terdiri dari beberapa jenis, pertama yaitu identification signage yang berfungsi sebagai memberi gambaran dari fasilitas yang ada di pasar maupun mendeskripsikan nama dan produk yang dijual dari sebuah kios. Signage terbuat dari material akrilik dan untuk beberapa signage seperti papan nama kios akan ditambahkan berupa kotak lampu atau *neon box* untuk memberikan kesan penerangan.

Kedua yaitu directional signage yang berfungsi sebagai penunjuk arah dan jalan menuju suatu lokasi, signage ini terbuat dari kombinasi dari akrilik, aluminium, dan *stainless steel* di beberapa bagian seperti tiang dan kaki-kaki agar signage tetap kokoh dan lebih tahan terhadap suhu dan cuaca. Signage jenis ini ditempatkan baik di dalam pasar maupun diluar disekitar jalan pasar.

Ketiga yaitu operational signage yang berfungsi sebagai petunjuk operasional dari Pasar Bawah seperti tarif parkir, lokasi parkir, dan tempat sampah. Signage terbuat dari kombinasi dari akrilik, aluminium, dan *stainless steel* di beberapa bagian seperti tiang dan kaki-kaki agar signage tetap kokoh dan lebih tahan terhadap suhu dan cuaca. Signage jenis ini ditempatkan pada bagian luar pasar tepatnya di pinggir jalan disekitar pasar.



Gambar 4 Set identification signage
sumber: muhammad al ghiffari, 2022



Gambar 6 Set direction signage
sumber: muhammad al ghiffari, 2022



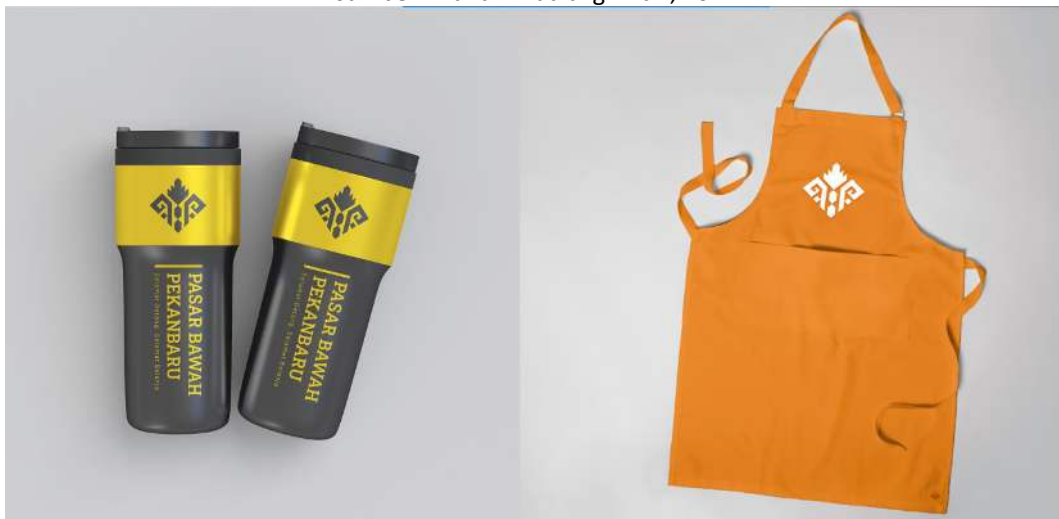
Gambar 6 Set operational signage
sumber: muhammad al ghiffari, 2022

Media pendukung berfungsi sebagai pendamping dari media utama dan sebagai sarana promosi dari Pasar Bawah Pekanbaru. Media ini terdiri dari atribut yang khusus dikenakan oleh karyawan yang berada di Pasar Bawah Pekanbaru seperti kaos polo, topi, dan pin enamel. Kemudian juga apron dengan logo Pasar Bawah yang dapat digunakan oleh pedagang khususnya pedagang kawasan pasar basah, tas belanja, dan botol minum yang bisa didapatkan baik karyawan, pedagang, maupun pengunjung dengan mengikuti suatu kegiatan atau promosi. Terakhir Buku Panduan Desain (*Guide*

Standard Manual) sebagai buku referensi dalam mengelola elemen-elemen desain dari Pasar Bawah Kota Pekanbaru.



Gambar 7 Media pendukung topi dan kaos polo
sumber: muhammad al ghiffari, 2022



Gambar 8 Media pendukung botol minum dan apron
sumber: muhammad al ghiffari, 2022



*Gambar 9 Media pendukung totebag, buku manual dan pin enamel
sumber: muhammad al ghiffari, 2022*

DISKUSI

Perancangan identitas visual dan desain EGD ini menciptakan sebuah nuansa dari Pasar Bawah dengan mengambil konsep simbol dan filosofi kebudayaan Melayu serta desain dan tema konstruksi dari bangunan Pasar Bawah yang sebelumnya, sehingga dengan adanya media ini dipercaya dapat memunculkan kesan dan pengalaman baru tanpa menghilangkan unsur yang sudah lama melekat di masyarakat. Selain itu dengan

adanya media ini diharapkan juga dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dalam menelusuri Pasar Bawah serta dapat menggunakan fasilitas yang ada dengan maksimal.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari penelitian dan perancangan ini adalah dengan adanya perancangan dari identitas visual dan perangkat EGD ini, diharapkan dapat membuat pengunjung lebih memahami alur navigasi pasar, dapat dengan mudah dalam menelusuri pasar, dan menemukan produk-produk yang diinginkan. Kemudian diharapkan juga dapat menimbulkan dorongan pengunjung untuk terus mengunjungi Pasar Bawah dan mendukung berbagai UMKM yang ada disana, karena pasar adalah salah satu tempat yang dapat menggerakkan roda perekonomian dari suatu kota. Begitu juga kepada penjual, diharapkan dapat menjaga kondisi pasar agar tetap bersih, sehat, dan damai juga menjaga solidaritas dan keramahan baik antar sesama pedagang maupun ke pengunjung. Selain itu, Pasar Bawah Pekanbaru memiliki segudang ciri khas dan nilai sejarah tersendiri yang mana harus tetap dilestarikan.

Saran Kepada pihak pengelola Pasar Bawah yang baru, melalui penelitian dan perancangan ini diharapkan agar dapat terus meningkatkan kualitas dan daya tarik dari Pasar Bawah. Serta dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk terus berinovasi kedepannya. Kemudian kepada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Pekanbaru, dengan adanya penelitian dan perancangan ini diharapkan agar dapat menjaga dan mengelola kondisi pasar dengan baik, agar terciptanya lingkungan perekonomian dan wisata yang sehat dan berkualitas. Tidak hanya untuk kawasan Pasar Bawah saja, diharapkan juga berlaku untuk seluruh pasar yang ada di Kota Pekanbaru. Terakhir kepada Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, dengan adanya penelitian dan perancangan ini, diharapkan untuk dapat terus memperbaharui kearsipan dari objek wisata yang ada di Kota Pekanbaru baik dari buku, media sosial, maupun website, media

ini sangat penting karena dapat digunakan untuk mencari data tentang objek wisata yang ada di Kota Pekanbaru sebagai bahan referensi.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada PT. Dalena Pratama Indah dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian karena telah bersedia menjadi narasumber untuk penulis dalam penelitian terhadap wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Baines, P., & Haslam, A. (2005). Type & typography. Laurence King Publishing.
- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems. John Wiley & Sons.
- Rizky, Soetam. (2011). Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak. Jakarta:Prestasi Pustaka.
- Said, A. A. (2006). Unsur-Unsur Desain: Dasar Desain Dwimatra.

Jurnal

- Afira, K. D., Syafwandi, M. S., & Trinanda, R. (2019). Perancangan Sign System Pasar Bandar Buek Kota Padang. DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 9(1).
- Agustini, T. S. (2020). Perancangan Buku Cerita Interaktif Meneladani Sifat Abu Hurairah Terhadap Hewan Dalam Kehidupan Sehari-Hari. Triani Suhesti Agustini: 156010025 (Doctoral dissertation, Desain Komunikasi Visual).
- Andriani, Maritfa Nika, and Mohammad Mukti Ali. (2013) "Kajian eksistensi pasar tradisional Kota Surakarta." Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota) 2.2 : 252-269.
- Choirunnisa, A. (2020). Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera. IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain, 2(1), 27-34.

- Hafidzan, M. A., Apsari, D., & Wahab, T. (2020). Perancangan Identitas Visual Taman Kota 1 Tangerang Selatan Melalui Media Informasi. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- I Made, S. (2010). Unsur-Unsur Seni Rupa. *Artikel Bulan Mei 2010*, 8, 1-3.
- Lesmana, G. (2013). Perancangan Media kampanye Sosial free ears to hears (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Maymun, Ahmad Zakiyy; Wirania Swasty. (2018). Identitas Visual Dan Penerapannya Pada Signage Untuk Kawasan Wisata Edukasi. *Desain Komunikasi Visual*. Fakultas Industri Kreatif. Universitas Telkom. Bandung.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084-1096.
- Rahman, A., Wahab, T., & Apsari, D. (2020). Perancangan Sign System Di Stasiun Kereta Api Padang. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- Ramdhan, F., Rinaldi, R., & Pebriani, N. (2021, August). Analisis Penempatan Dan Design Bentuk Tata Informasi Di Kawasan Pasar Bawah Kec, Senapelan Kota Pekanbaru. In *SENKIM: Seminar Nasional Karya Ilmiah Multidisiplin* (Vol. 1, No. 1, pp. 78-84).
- Taufiq, S. A., & Wulandari, R. (2016). Efektivitas Lokasi Penempatan Papan Petunjuk (Signage System) pada Lobby Stasiun Kereta Api Bandung. *Idealog: Ide dan Dialog Desain Indonesia*, 1(1), 49-62.
- Tinarbuko, S. (2003). Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 5(1).
- Wardhani, Hilda Sari, and Musadad Musadad. (2017) Persepsi Pengunjung Terhadap Produk Di Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru. *Diss. Riau University*.
- Wedayanti, Made Devi, and Heni Susanti. (2019) "Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (CBT) Menggunakan Kontribusi Corporate Social Responsibility (CSR) Di Pekanbaru Provinsi Riau." *Wedana: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik dan Birokrasi* 5.2: 32-37.

Gunawan, Arif. (2020) Ekonomi Riau Tumbuh 5,13 Persen Triwulan II/2021. Diakses dari <https://sumatra.bisnis.com/read/20210805/534/1426502/ekonomi-riau-tumbuh-513-persen-triwulan-ii2021>.

Akmal. (2021) Pengelola Harus Kembalikan Fungsi Bangunan Pasar Bawah. Diakses dari <https://riau.harianhaluan.com/pekanbaru/pr-11386469/pengelola-harus-kembalikan-fungsi-bangunan-pasar-bawah>.

Pemerintah Kota Pekanbaru Riau. (2020) Mengenal Kota Pekanbaru. Diakses dari <https://www.pekanbaru.go.id/p/menu/profil-kota/mengenal-kota-pekanbaru>.

