



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

**ANALISIS PENGGUNAAN *OUTDOOR SIGN* DI KAWASAN
BANJOEMAS KOTA LAMA**

**Indah Puspitasari^{1*}, Lely Tri Wijayanti², Kristianto Setiawan³, Gigih Ariastuti
Purwandari⁴**

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman

*Corresponding Author: indah.puspitasari@unsoed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi persebaran *outdoor signs* di kawasan Banjoemas Kota Lama, (2) mengkategorikan persebarannya, dan (3) menganalisis fungsi penggunaan bahasa pada *outdoor signs*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimulai dengan pengumpulan data, analisis, dan interpretasi. Data dikumpulkan melalui: (1) survei lapangan (identifikasi, dan kategorisasi *outdoor signs*) serta dokumentasi foto dan video, (2) wawancara dan kuesioner dengan pemangku kepentingan, termasuk pelaku usaha, pemerintah daerah, dan wisatawan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap penggunaan *outdoor signs* di Banjoemas Kota Lama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Segmen I (area permukiman) dijumpai ada 69 *outdoor signs* berupa informasi nama toko, promosi, petunjuk arah, dan larangan, dengan fungsi bahasa yang dominan adalah komersial atau promosi. Segmen ini sebaiknya dioptimalkan untuk memperkuat identitas lokal (*sense of place*) guna meningkatkan daya tarik, vitalitas, dan citra kawasan cagar budaya. Pada Segmen II (kompleks Pendopo Lama/Kantor Kecamatan Banyumas) dijumpai ada 12 *outdoor signs*. Fungsi bahasa yang ada di segmen ini adalah sebagai informasi, dan identifikasi tempat. Area ini menekankan area cagar budaya sebagai daya tarik wisata serta kualitas ruang terbuka sebagai wadah ekspresi dan apresiasi budaya. Pada Segmen III (Alun-alun Banyumas) dijumpai ada 18 *outdoor signs*. Fungsi bahasa pada area ini sebagai promosi, informasi arah, dan larangan. Segmen ini diharapkan dapat mempertegas karakter sejarah dan budaya kawasan sekaligus menyesuaikan fungsi utama sebagai ruang terbuka hijau publik. Kesimpulannya, penggunaan *outdoor signs* di Banjoemas Kota Lama sangat beragam, dan didominasi dengan fungsi promosi. Pengalaman berkunjung wisatawan akan meningkat jika pemerintah mampu menyediakan sistem informasi wisata yang baik, tertata dan disesuaikan dengan identitas kota lama.

Kata kunci: linguistik lanskap, *outdoor signs*, penanda luar ruangan, Banyumas Kota Lama

ABSTRACT

This research aims to (1) identify the distribution of outdoor signs in the Banjoemas Old Town area, (2) categorize their distribution, and (3) analyze the language function used on the outdoor signs. The method used is descriptive qualitative, starting with data collection, analysis, and interpretation. Data was collected through: (1) field surveys (identification and categorization of outdoor signs) and photo and video documentation, and (2) interviews



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"
8 Oktober 2025
Purwokerto

and questionnaires with stakeholders, including business owners, local government, and tourists, to determine their perceptions of the use of outdoor signs in Banjoemas Old Town. The results of the study show that in Segment I (the residential area), there were 69 outdoor signs found, which included store names, promotions, directions, and prohibitions. The dominant language function is for commercial or promotional. This segment should be optimized to strengthen the local identity (sense of place) to enhance the appeal, vitality, and image of the cultural heritage area. In Segment II (the old "Pendopo" / Banyumas sub-district office), 12 outdoor signs were found. The language functions in this segment are for information and place identification. This area emphasizes the cultural heritage area as a tourist attraction and the quality of the open space as a venue for cultural expression and appreciation. In Segment III (Banyumas Town Square), 18 outdoor signs were found. The language functions in this area are for promotion, directional information, and prohibitions. This segment is expected to reinforce the area's historical and cultural character while also adapting its main function as a public green open space. In conclusion, the use of outdoor signs in Banjoemas Old Town is highly diverse and dominated by promotional functions. The tourist experience will be enhanced if the government can provide a well-organized tourist information system that is tailored to the identity of the old town.

Keywords: landskap linguistik, outdoor signs, signage, Banyumas Kota Lama

PENDAHULUAN

Revitalisasi kawasan kota lama merupakan salah satu strategi yang kerap diadopsi oleh pemerintah daerah dalam menghidupkan kembali kawasan bersejarah yang memiliki nilai ekonomi, sosial, dan budaya. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperbaiki kondisi fisik bangunan dan infrastruktur, tetapi juga untuk membangun kembali identitas kawasan, memperkuat keterlibatan masyarakat, serta mengembangkan daya tarik wisata berbasis warisan budaya (*heritage tourism*) (Sutikno & Rahmawati, 2023).

Di Kabupaten Banyumas, Pemerintah Daerah bekerja sama dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) melakukan revitalisasi kawasan Kota Lama Banyumas pada 20 Juni 2023 hingga 28 Desember 2023. Proyek revitalisasi ini mencakup area seluas kurang lebih 3,5 hektar yang dipusatkan pada tiga segmen utama: (1) segmen I, area permukiman seluas 0,66 hektar; (2) segmen II, kompleks Pendopo Lama/Kecamatan Banyumas seluas 0,66 hektar; dan (3) segmen III, kawasan Alun-alun Banyumas seluas 2,5 hektar (Pemerintah Kabupaten Banyumas, 2023).

Tujuan utama dari revitalisasi ini adalah untuk memperkuat dan melestarikan identitas sejarah dan budaya kawasan, sekaligus menjadikannya pusat ruang publik, kegiatan budaya, dan pariwisata heritage (Kementerian PUPR, 2023). Revitalisasi ini dibiayai melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Tahun Anggaran 2023 senilai Rp13,2 miliar, yang digunakan untuk pembangunan pedestrian, peningkatan jalan dan drainase, penyediaan *street furniture*, serta fasilitas *mechanical electrical*.

Setelah revitalisasi fisik selesai, dilakukan observasi awal, wawancara, dan survei terhadap warga lokal, pelaku UMKM, pemerintah daerah, akademisi, dan praktisi wisata maupun sejarah, termasuk staf Museum Wayang, pemandu wisata Sumur Mas, serta komunitas Banjoemas Heritage & History Community (BHHC). Hasil observasi awal menunjukkan



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"
8 Oktober 2025
Purwokerto

bahwa: (1) Jumlah kunjungan wisata meningkat sekitar 50% pada *weekdays* dan mencapai 100% pada *weekends* serta acara khusus. (2) Wisatawan mengalami kesulitan navigasi di area revitalisasi karena tidak tersedianya sistem penunjuk arah (*wayfinding system*) yang efektif. (3) Persebaran *outdoor signs* belum merata dan belum tertata dengan baik. (4) Belum ada sistem informasi visual terpadu, seperti *city map*, papan informasi, dan sistem arah. (5) Belum ada kajian mengenai penggunaan bahasa pada *outdoor signs* di kawasan tersebut. (6) Belum ada penelitian tentang kesesuaian identitas kawasan dengan penggunaan elemen bahasa dan visual dalam *outdoor signs*.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara revitalisasi fisik dan revitalisasi komunikasi ruang publik. Padahal, keberadaan sistem penanda visual (*signage system*) berperan penting dalam memperkuat identitas kawasan serta memberikan pengalaman ruang yang informatif dan menarik bagi pengunjung (Ababneh, 2016; Ma et al., 2025).

Menurut Ababneh (2016), *signage system* di kawasan heritage berfungsi tidak hanya sebagai alat navigasi, tetapi juga sebagai media interpretatif yang membantu pengunjung memahami makna sejarah, konteks budaya, serta karakter kawasan. Sementara itu, penelitian oleh Ma et al. (2025) menegaskan bahwa desain *signage* di kawasan bersejarah harus mengadopsi elemen budaya lokal seperti ornamen arsitektur, warna, dan pola yang khas, sehingga mampu mencerminkan identitas urban yang otentik.

Dalam konteks Indonesia, penelitian tentang *linguistic landscape* (LL) atau lanskap linguistik menjadi pendekatan yang relevan untuk mengkaji penggunaan bahasa pada tanda-tanda publik. Mahayana (2022) dalam penelitiannya di kawasan heritage Denpasar menemukan bahwa 61,8% papan tanda publik belum menerapkan aksara Bali sebagaimana diamanatkan oleh regulasi pemerintah daerah. Hasil ini menunjukkan bahwa *signage* bukan hanya persoalan desain, tetapi juga representasi identitas budaya.

Temuan serupa diperkuat oleh Mulyawan (2019) yang mengkaji *vernacular outdoor signs* di kawasan Ubud, Bali. Ia menemukan bahwa tekanan pariwisata global berpengaruh pada penggunaan bahasa dan bentuk visual papan tanda lokal. Penelitian-penelitian tersebut menegaskan pentingnya mengkaji *signage* sebagai representasi identitas kawasan, tidak hanya dari aspek visual tetapi juga linguistik.

Penelitian tentang *signage system* dan *linguistic landscape* di kawasan heritage telah banyak dilakukan di berbagai negara. Namun, penerapannya pada konteks revitalisasi kota kecil di Indonesia masih terbatas. Studi oleh Ma et al. (2024) dalam *Nature Scientific Reports* menunjukkan pentingnya desain *universal signage* yang mempertimbangkan keberagaman latar belakang pengguna. Desain yang efektif tidak hanya memudahkan navigasi tetapi juga merefleksikan identitas budaya lokal. Zhou (2024) menambahkan bahwa persepsi pengguna terhadap desain *signage* berbeda antara desainer dan non-desainer, sehingga proses perancangan harus mempertimbangkan persepsi pengguna umum.

Sementara itu, di Indonesia, penelitian tentang *public signs* di kawasan heritage masih terbatas. Penelitian Mahayana (2022) di Denpasar dan Mulyawan (2019) di Ubud merupakan contoh awal yang menelusuri hubungan antara bahasa, kebijakan, dan identitas budaya. Oda et al. (2025) dalam kajiannya di Baubau juga menyoroti pergeseran fungsi bahasa pada papan publik dari fungsi informatif menjadi fungsi simbolik.



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

Selain aspek linguistik, sistem *wayfinding* juga menjadi fokus penelitian desain perkotaan global. Studi "Way to Go! Automatic Optimization of Wayfinding Design" oleh Huang et al. (2017) memperkenalkan pendekatan algoritmik dalam penempatan tanda arah berdasarkan simulasi perilaku pengguna. Pendekatan serupa digunakan oleh Schrom-Feiertag et al. (2016) untuk mengevaluasi efektivitas *wayfinding* berdasarkan persepsi visual manusia.

Dalam konteks Eropa, program seperti *Legible London* dan *Bristol Legible City* menjadi contoh praktik baik penerapan sistem *signage* yang terintegrasi dengan peta kota dan aplikasi digital (Transport for London, 2015). Sistem tersebut tidak hanya berfungsi sebagai navigasi, tetapi juga sebagai identitas visual kota. Dengan meninjau berbagai literatur tersebut, penelitian ini menempati posisi unik dalam mengintegrasikan pendekatan *linguistic landscape*, pemetaan spasial, dan analisis desain visual *signage* dalam konteks revitalisasi heritage di kota kecil Indonesia.

Penelitian ini menawarkan beberapa aspek kebaruan, yaitu: (1) Konteks lokal revitalisasi heritage di tingkat kabupaten. Sebagian besar penelitian *signage* di Indonesia berfokus pada kawasan metropolitan atau destinasi internasional seperti Yogyakarta, Bandung, dan Bali. Studi ini menempatkan Banyumas sebagai studi kasus revitalisasi heritage skala kabupaten, yang belum banyak diteliti. (2) Integrasi pendekatan spasial, linguistik, dan visual. Penelitian ini menggabungkan analisis persebaran *outdoor signs* (spasial), fungsi bahasa (linguistik) dalam satu kerangka analisis. Berdasarkan latar belakang dan kondisi lapangan, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan utama:

1. Bagaimana persebaran *outdoor signs* di kawasan wisata Banjoemas Kota Lama?
2. Bagaimana klasifikasi atau kategori *outdoor signs* di kawasan tersebut berdasarkan fungsi dan bentuknya?
3. Bagaimana fungsi penggunaan bahasa pada *outdoor signs* di kawasan wisata Banjoemas Kota Lama?

Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi teoretis pada kajian *linguistic landscape* dan *heritage signage*, serta kontribusi praktis bagi pengembangan sistem informasi wisata yang efektif dan berkarakter lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di wilayah Banjoemas Kota Lama dari bulan Mei sampai September 2025. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tiga tahapan utama:

1. Tahap pemetaan spasial (spatial mapping)
Observasi lapangan dilakukan untuk memetakan persebaran *outdoor signs* di seluruh area Kota Lama Banyumas. Data dikumpulkan melalui dokumentasi foto, video dan drone, dan analisis posisi bangunan bersejarah, area publik, serta jalur wisata.
2. Tahap klasifikasi (categorization):
Outdoor signs diklasifikasikan berdasarkan fungsi (informasi, komersial, arah, interpretatif), ukuran, lokasi, serta penggunaan bahasa (Indonesia, Inggris, Jawa, atau kombinasi). Pendekatan ini mengikuti model klasifikasi signage oleh Ababneh (2016) dan Purnawati (2025).



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"
8 Oktober 2025
Purwokerto

3. Tahap analisis linguistik

Analisis bahasa dilakukan dengan pendekatan *Linguistic Landscape* (Shohamy & Gorter, 2009), yang menelaah bagaimana teks dan visual pada papan tanda merepresentasikan identitas sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat setempat. Pendekatan semiotik juga digunakan untuk menginterpretasikan makna simbolik dari warna, bentuk, dan tipografi yang digunakan dalam *outdoor signs*.

Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan hasil wawancara dengan masyarakat dan pemangku kepentingan untuk memahami persepsi terhadap fungsi dan efektivitas *outdoor signs* (tanda luar ruangan/TLR). Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan analisis komprehensif, baik secara visual, linguistik, maupun sosial-budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di tiga segmen utama kawasan Banjoemas Kota Lama, yaitu Segmen I (area permukiman), Segmen II (kompleks Pendopo Lama/Kecamatan Banyumas), dan Segmen III (area Alun-alun Banyumas). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dilakukan untuk memetakan persebaran *outdoor signs* di seluruh area Kota Lama Banyumas. Data dikumpulkan melalui dokumentasi foto, video, dan analisis posisi bangunan bersejarah, area publik, serta jalur wisata. Wawancara juga dilakukan untuk wawancara dengan pemangku kepentingan seperti warga lokal, pelaku UMKM, pemerintah daerah, akademisi, dan praktisi wisata. Berikut adalah video area Banjoemas Kota Lama <https://www.youtube.com/watch?v=lfOPJfStguE>

Revitalisasi kawasan Banjoemas Kota Lama yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyumas dan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) pada tahun 2023 telah membawa perubahan signifikan pada kondisi fisik kawasan, termasuk penataan jalan, drainase, pedestrian, dan *street furniture*. Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek *linguistic landscape* berupa *outdoor signs* masih belum dikelola secara optimal sebagai bagian dari sistem informasi wisata dan identitas kawasan heritage.

Segmen I – Area Permukiman (0,66 Ha)

Tim peneliti mengidentifikasi sebanyak 69 outdoor signs atau tanda luar ruangan (TLR) di Segmen I. Sebagian besar outdoor signs di area ini digunakan untuk nama toko, papan promosi, dan reklame komersial. Fungsi bahasa yang dominan dari TLR di segmen ini adalah fungsi komersial karena menyampaikan nama usaha, serta mempromosikan produk, atau jasa, dan simboliknya juga merepresentasikan aktivitas ekonomi dan dinamika sosial masyarakat.



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"
8 Oktober 2025

Purwokerto

Table 1. Persebaran TLR di segmen 1 area pemukiman

No	Kategorisasi Tanda Luar Ruang	Jumlah	Fungsi Bahasa	Bahasa yang digunakan	Kesesuaian Identitas Lokal
1.	Nama Toko dan bangunan	28	Memberikan informasi nama toko	Bahasa Indonesia	
2.	Promosi komersial	29	Mempromosikan produk atau jasa	Bahasa Indonesia(BI) =23 BI dan Bahasa Jawa = 1 BI dan Bahasa Inggris = 5	
3.	Petunjuk arah	5	Memberikan informasi navigasi terkait	Bahasa Indonesia	
4.	Informasi peraturan lingkungan	7	Memberikan informasi peraturan lingkungan	Bahasa Indonesia	
Total		69			Sesuai : 24 Belum sesuai/perlu dikaji: 45

Selain itu, bentuk dan tata letak tanda-tanda tersebut sangat beragam, mulai dari banner, spanduk, papan besi/alumunium sederhana, 3D Graphics hingga papan reklame bercahaya. Namun, dari segi estetika dan konsistensi desain, sebagian besar belum menunjukkan kesatuan visual yang menggambarkan identitas kawasan heritage. Segmen ini sebaiknya dioptimalkan untuk memperkuat identitas lokal (*sense of place*) guna meningkatkan daya tarik, dan citra kawasan kota lama.

Segmen 1 Pemukiman



Gambar 1. Penggunaan *outdoor signs* atau tanda luar ruangan di area segmen 1



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

Segmen II – Kompleks Pendopo Lama/Kecamatan Banyumas (0,66 Ha)

Pada Segmen II, peneliti menemukan 12 outdoor signs. Sebagian besar tanda digunakan untuk identifikasi instansi pemerintah, papan informasi kegiatan, serta informasi larangan dan peraturan lingkungan. Fungsi utama TLR di segmen ini adalah sebagai identificational signage yang mendukung fungsi administratif kawasan pemerintahan.

Tabel 2. Persebaran TLR di segmen 2 area pendopo dan kecamatan

No	Kategorisasi Tanda Luar Ruangan	Jumlah	Fungsi Bahasa	Bahasa yang digunakan	Kesesuaian Identitas
1.	Nama Bangunan/ tempat/objek	4	Memberikan informasi nama toko	Bahasa Indonesia	
2.	Promosi	2	Mempromosikan produk atau jasa	Bahasa Indonesia	—
3.	Petunjuk arah	3	Memberikan informasi terkait navigasi	Bahasa Indonesia	—
4.	Informasi peraturan lingkungan	3	Memberikan informasi peraturan lingkungan	Bahasa Indonesia	
Total		12			Sesuai : 6 Belum Sesuai/perlu dikaji: 6

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Segmen II (kompleks Pendopo Lama/Kantor Kecamatan Banyumas), *outdoor signs* berfungsi terutama sebagai media informasi, dan identifikasi tempat. Informasi terkait peraturan lingkungan dijumpai di beberapa titik yang diletakkan di bawah pohon. Area ini sebaiknya menekankan komplek cagar budaya sebagai daya tarik wisata serta meningkatkan kualitas ruang terbuka sebagai wadah ekspresi dan apresiasi budaya.



Gambar 2. Penggunaan tanda luar ruangan di area segmen 2



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"
8 Oktober 2025

Purwokerto

Dari segi desain dan penempatan, beberapa papan informasi tampak tidak seragam dan kurang menyesuaikan karakter bangunan bersejarah di sekitarnya. Peneliti mencatat bahwa sebagian tanda informasi diletakkan secara acak, misalnya di bawah pohon atau di dinding bangunan tua tanpa mempertimbangkan estetika visual. Hal ini menunjukkan perlunya sistem tata kelola *signage* yang mempertimbangkan aspek heritage dan tata ruang visual.

Segmen III – Area Alun-alun Banyumas (2,5 Ha)

Segmen III merupakan area publik yang paling ramai dikunjungi wisatawan dan masyarakat lokal. Tim peneliti mengidentifikasi 18 outdoor signs di area ini. Fungsi TLR di Segmen III cukup beragam, mencakup informasi arah, nama bangunan publik (sekolah, masjid, rutan), larangan, dan promosi acara masyarakat.



Gambar 3. Penggunaan tanda luar ruangan di area segmen 3

Tabel 3. Persebaran TLR di segmen 3 area alun-alun Banyumas

No	Kategorisasi Tanda Luar Ruang	Jumlah	Tujuan dan Fungsi Bahasa	Bahasa yang digunakan	Kesesuaian Identitas
1.	Nama Tempat/Bangunan	10	Memberikan informasi nama toko	Bahasa Indonesia	
2.	Promosi	1	Mempromosikan produk atau jasa	Bahasa Indonesia	—
3.	Petunjuk arah	2	Memberikan informasi terkait navigasi	Bahasa Indonesia	—
4.	Informasi peraturan lingkungan	4	Memberikan informasi peraturan lingkungan	Bahasa Indonesia	—
Total		17			Sesuai : 11 Belum Sesuai/perlu dikaji: 7



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"

8 Oktober 2025

Purwokerto

Meskipun fungsinya variatif, penataan dan desain masih belum menunjukkan kesatuan sistem. Sebagai pusat kegiatan publik dan wisata, area ini seharusnya memiliki sistem informasi terpadu yang meliputi *wayfinding signage*, *information board*, dan *city map* (Calori & Vanden-Eynden, 2015). Tanpa sistem tersebut, pengunjung masih mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi dan bernavigasi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persebaran dan fungsi outdoor signs di kawasan Banjoemas Kota Lama masih belum terintegrasi secara sistematis. Segmen I didominasi fungsi komersial, Segmen II fungsi administratif, dan Segmen III fungsi publik. Ketidakteraturan desain dan ketimpangan persebaran mengindikasikan perlunya sistem tata kelola signage yang berbasis identitas kawasan dan fungsi ruang.

Pendekatan *linguistic landscape* memberikan pemahaman baru tentang bagaimana bahasa dan tanda visual berkontribusi terhadap pembentukan identitas kawasan heritage. Dengan pengelolaan yang baik, outdoor signs tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga sarana edukasi, promosi wisata, dan pelestarian nilai budaya.

Oleh karena itu, disarankan agar Pemerintah Kabupaten Banyumas mengembangkan heritage signage system dengan melibatkan komunitas lokal dan akademisi, serta memperkuat aspek multibahasa agar kawasan Banjoemas Kota Lama dapat lebih mudah diakses dan dikenali oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemenristek Dikti melalui dana BLU Universitas Jenderal Soedirman atas pembiayaan penelitian ini melalui Hibah Penelitian skema Riset Peningkatan Kompetensi tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Ababneh, A. (2016). *Heritage interpretation: Analysis study of the signage system used at the archaeological site of Umm Qais*. *Mediterranean Archaeology and Archaeometry*, 16(3), 57–66.
- Huang, H., Gartner, G., & Krisp, J. M. (2017). *Way to Go! Automatic Optimization of Wayfinding Design*. *arXiv preprint arXiv:1706.08891*.
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. (2023). *Revitalisasi Kawasan Kota Lama Banyumas rampung, wujudkan ruang publik bersejarah*. Jakarta: PUPR Press Release.
- Ma, X., Li, Y., Wang, H., & Wang, S. (2025). *Applied research on the design of signage and wayfinding system of historic blocks from the perspective of urban culture*. *Journal of Urban Design Studies*, 14(1), 45–59. <https://doi.org/10.1016/j.juds.2025.01.004>



Seminar Nasional LPPM UNSOED 2025

"Pengembangan Sumberdaya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan"
8 Oktober 2025
Purwokerto

- Mahayana, N. (2022). *Public signs in heritage area of Denpasar City: A linguistic landscape study. Proceeding of the International Conference on Language, Culture, and Communication*, 2(1), 45–54.
- Mulyawan, I. W. (2019). *Impact of tourism on vernacular outdoor signs in Ubud, Bali. ISVS e-Journal*, 6(1), 85–94.
- Oda, R., Syamsuddin, R., & Rahman, S. (2025). *The linguistic landscape of Baubau City: Between identity and tourism. Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 741, 101–110.
- Pemerintah Kabupaten Banyumas. (2023). *Laporan Revitalisasi Kawasan Kota Lama Banyumas Tahun Anggaran 2023*. Banyumas: Dinas PUPR Banyumas.
- Purnawati, D. (2025). *Linguistic landscape and cultural representation in tourism signage: A study of Yogyakarta heritage sites. Cogent Education*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2444045>
- Schrom-Feiertag, H., et al. (2016). *Evaluation of wayfinding systems based on agent-based simulations. arXiv preprint arXiv:1611.02459*.
- Shohamy, E., & Gorter, D. (Eds.). (2009). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. New York: Routledge.
- Sutikno, F., & Rahmawati, D. (2023). *Revitalisasi kawasan heritage sebagai strategi pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata berkelanjutan. Jurnal Tata Kota dan Pariwisata*, 9(2), 134–148.
- Transport for London. (2015). *Legible London design standards: Wayfinding strategy for an inclusive city*. London: TfL Press.
- Zhou, H. (2024). *Designers vs. non-designers in urban wayfinding: Visual perception and signage design. Sustainability*, 16(22), 9653. <https://doi.org/10.3390/su16229653>