

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Desain Grafis

Menurut Lauer & Pentak (2011), sebuah kamus mengartikan desain sebagai rencana, susunan. Desain mencakup keseluruhan dari seni, baik karyanya berupa lukisan dan gambar, patung, foto, bahkan film dan video sekalipun. Secara virtual, seluruh hal yang berkuat dengan hasil produksi 2 dimensi maupun 3 dimensi menyangkut sebuah hal yang disebut desain.

Dari pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa ketika bicara mengenai desain grafis, tentu berarti membicarakan tentang sebuah konten visual yang telah direncanakan dengan baik. Seorang seniman atau desainer selalu merencanakan susunan konten karyanya sebelum memulai eksekusi untuk mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi. Lauer & Pentak (2011) menamai kegiatan tersebut sebagai ‘proses desain’.

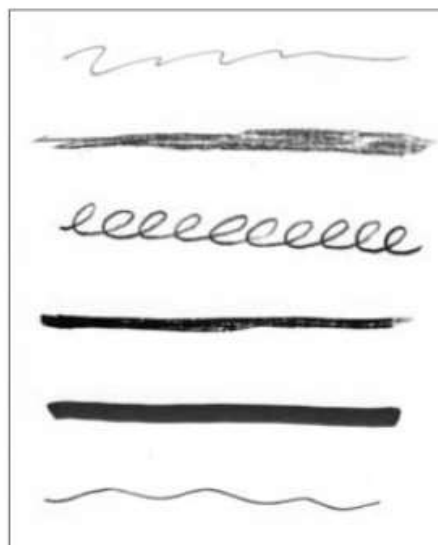
Dalam hal ini, desain grafis juga sering kali disebut sebagai bidang yang kreatif, dikarenakan tidak adanya jawaban absolut dan pasti dari permasalahan yang ada. Karena itulah seniman ataupun desainer dapat mengatur sendiri seberapa besar luas jangkauan yang ingin dibahas dalam karyanya. Namun, kesamaan yang dimiliki oleh seluruh masalah visual adalah bahwa solusi kreatif selalu diinginkan. Solusi ini dapat terbentuk dari dua aspek utama, yaitu bentuk dan konten. Bentuk adalah apa yang dapat terlihat secara visual, sebagai hasil dari manipulasi berbagai elemen dan prinsip desain. Sedangkan konten adalah pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat karyanya.

Menurut Landa (2010), desain grafis adalah sebuah bentuk komunikasi visual yang berfungsi untuk menyampaikan informasi atau pesan dari penciptanya kepada yang melihat karya tersebut. Desain grafis merupakan suatu rancangan atau susunan dari segala elemen visual yang mengikuti kaidah dan prinsip tertentu untuk menyampaikan informasi dari konten yang dimuatnya.

2.1.1. Elemen Desain

2.1.1.1. Garis

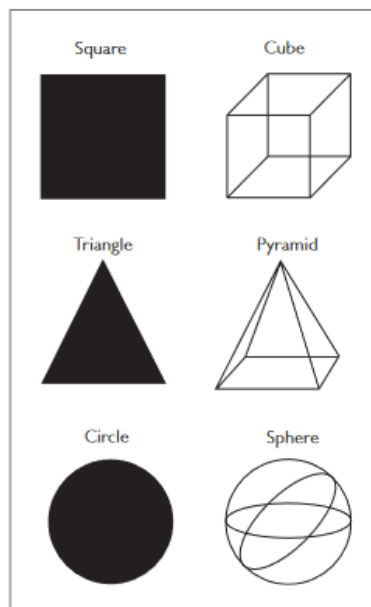
Poulin (2011) mengatakan bahwa garis merupakan elemen yang memiliki peran penting dalam desain. Garis tercipta dari titik yang ditarik memanjang. Garis dapat dibentuk menjadi sebuah objek dengan cara disatukan dari satu titik ke titik lainnya. Segala bentuk objek atau desain yang utuh terbentuk dari garis.



Gambar 2.1. Garis
(Landa, 2010)

2.1.1.2. Bentuk

Landa (2010) menyatakan bahwa bentuk adalah salah satu bagian dasar dari desain yang tercipta dari gabungan garis, sehingga terlihat seperti sebuah bidang permukaan dua dimensi yang dapat diukur melalui panjang dan lebar dari bentuk tersebut.

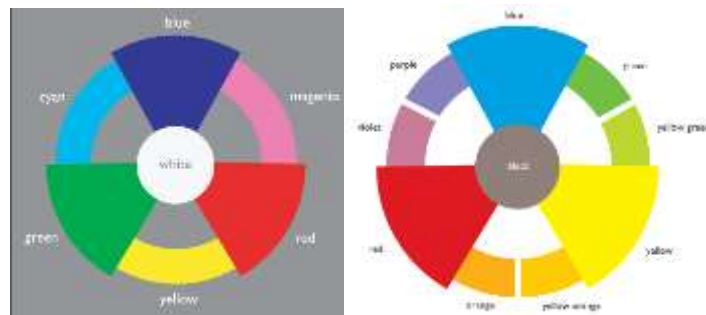


Gambar 2.2. Bentuk
(Landa, 2010)

2.1.1.3. Warna

Poulin (2011) berkata bahwa warna dalam desain memiliki peran sebagai pemberi informasi, sekaligus pemberi kesan yang terkandung dalam desain tersebut. Melalui daya tarik yang diciptakan oleh warna, maksud dari pesan yang ingin disampaikan dapat sampai pada para pengamatnya. Menurut Landa dkk (2010), warna memiliki pecahannya sendiri berupa *Hue* (spektrum warna yang dapat dilihat oleh mata), *Value* (tingkat keterangan dari warna tersebut), *Saturation* (tingkat saturasi atau kecerahan dari warna

tersebut), dan *Temperature* (pengaturan melalui bayangan dan imajinasi yang menentukan dingin atau panasnya sebuah warna). Poulin (2011) juga berpendapat bahwa warna terbagi menjadi tiga kategori, yaitu warna primer (kuning, merah, biru), sekunder (oranye, ungu, hijau), dan warna tersier (campuran dari satu warna primer dan satu warna sekunder).



Gambar 2.3. Warna
(Landa, 2010)

2.1.1.4. Tekstur

Menurut Poulin (2011), tekstur adalah tampak permukaan dari sebuah objek yang memiliki sensasi tertentu yang dapat dirasakan oleh indra peraba, menciptakan kesan unik pada yang merasakannya.



Gambar 2.4. Tekstur
(Landa, 2010)

2.1.2. Prinsip Desain

2.1.2.1. Keseimbangan (*Balance*)

Landa (2010) menyatakan bahwa keseimbangan bicara mengenai proporsi yang tepat pada karya secara keseluruhan, sehingga menciptakan stabilitas dengan titik pusat yang terbagi merata. Hal ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ukuran, bentuk, tekstur, dan warna dari setiap elemen yang ada pada karya desain. Keseimbangan terbagi menjadi 2, yaitu keseimbangan simetri, di mana penyebaran berat tampak seimbang dan stabil dari sisi kiri, kanan, atas, dan bawah, dan keseimbangan asimetri, di mana penyebaran berat tampak seimbang dengan komposisi yang lebih dinamis dan tidak disusun secara teratur.



Gambar 2.5. Keseimbangan
(Poulin, 2011)

2.1.2.2. Penekanan (*Emphasis*)

Landa (2010) menyatakan bahwa penekanan bersinggungan berat dengan hirarki pada desain. Penekanan berarti mengatur bagian mana yang menjadi titik fokus utama dari desain ketika dilihat secara keseluruhan, dan dapat dicapai melalui penyusunan konten dengan terstruktur agar informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan terkontrol.



Gambar 2.6. Penekanan
(Landa, 2010)

2.1.2.3. Irama (*Rhythm*)

Landa (2010) mengatakan bahwa irama tercipta dari adanya pengulangan elemen desain yang membentuk sebuah pola. Irama juga dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara menarik melalui tata letaknya.



Gambar 2.7. Irama
(Poulin, 2011)

2.1.2.4. Kesatuan (*Unity*)

Landa (2010) menjelaskan bahwa kesatuan bicara mengenai adanya perpaduan antar struktur dan elemen pada desain yang baik dan jelas. Titik berat dari kesatuan adalah pengetahuan sang desainer dalam menata komposisi desain, dengan mengacu pada elemen dan prinsip desain lainnya.



Gambar 2.8. Kesatuan
(Landa, 2010)

2.1.3. Tipografi

Tipografi bicara mengenai bentuk dan penggunaan huruf dalam sebuah karya desain. Tipografi sendiri berfungsi untuk mendukung penyusunan dan pengaturan tiap kata-kata ke dalam bentuk tulisan, sehingga konten dari desain dapat tersampaikan dengan baik kepada yang melihat (Squire, 2006). Lupton (2010) berkata bahwa tipografi merupakan aset penting yang dimiliki oleh seorang desainer grafis.

Sistem klasifikasi dari sebuah tipografi muncul pada abad ke-19. Sistem klasifikasi ini tumbuh seiring dengan evolusi tipografi. Klasifikasi tipografi tersebut adalah:

- A. *Humanist/Old Style* memiliki bentuk yang masih mencerminkan kaligrafi klasik dengan penggunaan serif dan aksan-aksan dekoratif lainnya.
- B. *Transitional* memiliki bentuk serif dan sudut yang lebih tajam dibanding tipe *humanist*.
- C. *Modern* memiliki serif yang kurus dan tegas, dan kontras yang jelas antara garis tebal dan tipis.
- D. *Slab Serif* memiliki bentuk serif dan tubuh huruf yang tebal dan terkesan berat.
- E. *Humanist Sans Serif* memiliki bentuk huruf yang lebih organik, namun tanpa serif.
- F. *Transitional Sans Serif* memiliki bentuk yang tegas dan tegak.
- G. *Geometric Sans Serif* memiliki bentuk yang menyerupai bidang geometris seperti segitiga, lingkaran, dan sebagainya, dengan sudut yang tajam dan presisi.



Gambar 2.9. Klasifikasi Tipografi (Lupton, 2010)

2.1.4. Tata Letak (*Layout*)

Tata letak atau *layout* merupakan konfigurasi dari peletakan aset dan elemen desain pada suatu bidang karya yang diterapkan pada medianya. Peran layout sendiri adalah sebagai suatu unsur yang memberikan kejelasan informasi agar informasi yang disediakan atau diberikan pada suatu karya tersusun dengan rapi dan terstruktur, tidak bertumpuk. Bagi seorang desainer grafis, tata letak atau *layout* sudah menjadi bagian dari proses pengerjaan yang mengemban nilai presisi, keteraturan, dan kejelasan (Samara, 2003).



Gambar 2.10. Tata Letak
(Landa, 2010)

2.1.5. *Grid*

Grid adalah sebuah struktur atau kerangka yang terdiri dari garis vertical dan horizontal. *Grid* berfungsi sebagai panduan untuk menata letak objek dalam sebuah perancangan. Menurut Tondreau (2019), sebuah *grid* terdiri beberapa komponen, dan memiliki beberapa variasi struktur.

2.1.5.1. Komponen *Grid*

Tondreau (2019) menyatakan bahwa komponen *grid* terdiri dari:

A. *Columns*

Ruang vertikal tempat teks atau gambar ditampung.

B. *Modules*

Sebagian ruang satuan yang terbagi oleh jarak yang konsisten.

C. *Margins*

Jarak ruang dari sisi ruang halaman.

D. *Spatial Zone*

Sekelompok *module* atau *column* yang membentuk ruang untuk konten.

E. *Flowlines*

'Garis' yang mengarahkan alur pembaca.

F. *Markers*

Penanda yang dapat membantu pembaca menavigasi antar halaman.

2.1.5.2. Struktur *Grid*

Tondreau (2019) menyatakan bahwa variasi dari struktur *grid* terbagi menjadi:

A. *Single Column Grid*

Umumnya digunakan untuk konten yang banyak dan menerus, seperti *essay*, buku, laporan, dan sebagainya.

B. *Two Column Grid*

Dapat digunakan untuk mengontrol teks yang berjumlah banyak, atau untuk menampilkan informasi yang beragam. *Grid* jenis ini dapat diatur sedemikian rupa, tidak harus selalu berukuran sama.

C. *Multi-Column Grid*

Multi-column grid memberikan fleksibilitas yang lebih tinggi dibanding *single* maupun *two column grid*. *Grid* jenis ini umumnya digunakan pada majalah atau *website*.

D. *Modular Grid*

Grid jenis ini merupakan jenis *grid* terbaik untuk mengontrol informasi yang kompleks seperti yang ada di koran, kalender, tabel, dan grafik. Pada variasi *grid* ini, kolom vertikal dan horizontal digabung sehingga menyediakan ruang yang lebih kecil namun lebih presisi dan fleksibel.

E. *Hierachical Grid*

Variasi ini membagi sebuah halaman menjadi per area. Umumnya, pembagian dilakukan secara horizontal.

2.1.6. Ilustrasi

Menurut William (2019), ilustrasi adalah sebuah bentuk grafis yang umumnya digunakan untuk menjelaskan sebuah konsep atau proses kepada target audiens. Ilustrasi merupakan sebuah hal yang dapat diaplikasikan ke berbagai hal dan media, seperti buku, materi pembelajaran, animasi, poster, dan lainnya. Melalui

ilustrasi, sebuah konsep atau ide dapat dijelaskan dengan lebih menarik. Ilustrasi terbagi menjadi dua kategori, yaitu ilustrasi tradisional dan ilustrasi modern.

2.1.6.1. Ilustrasi Tradisional

Menurut William (2019), ilustrasi tradisional adalah sebuah ilustrasi yang terbentuk melalui proses manual atau dibuat (digambar) langsung menggunakan tangan pada medianya. Beberapa jenis ilustrasi tradisional adalah:

A. *Woodcutting*, teknik ilustrasi menggunakan pahatan pada kayu.



Gambar 2.11. *Woodcutting*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

- B. *Pencil Illustration*, teknik ilustrasi menggambarkan bayangan, efek, dan ketebalan garis menggunakan pensil.



Gambar 2.12. *Pencil Illustration*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

- C. *Charcoal Illustration*, teknik ilustrasi serupa dengan *pencil illustration*, hanya menggunakan arang sebagai medianya.



Gambar 2.13. *Charcoal Illustration*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

- D. *Lithography Illustration*, teknik ilustrasi untuk percetakan yang umumnya dilakukan di atas permukaan licin seperti batu.



Gambar 2.14. *Lithography Illustration*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

- E. *Watercolor Illustration*, teknik ilustrasi menggunakan air untuk menampilkan efek bayangan dan transparansi dari sebuah pigmen.



Gambar 2.15. *Watercolor Illustration*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

- F. *Acrylic Illustration*, teknik ilustrasi menggunakan bahan akrilik pada permukaan medianya, dan tahan air ketika sudah mengering.



Gambar 2.16. *Acrylic Illustration*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

- G. *Pen & Ink Illustration*, teknik ilustrasi menggunakan pena dan tinta untuk menggambarkan karakter dengan detail melalui ketebalan titik dan garis.



Gambar 2.17. *Pen & Ink Illustration*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

2.1.6.2. Ilustrasi Modern

Menurut William (2019), ilustrasi modern adalah sebuah ilustrasi yang dibuat (digambar) menggunakan media digital menggunakan sebuah aplikasi pengolah gambar. Beberapa jenis ilustrasi modern adalah:

- A. *Freehand Digital Illustration*, teknik ilustrasi serupa dengan yang dilakukan di media kertas, kanvas, atau media tradisional lainnya. Perbedaannya terletak pada proses pembuatannya, dimana pada ilustrasi digital umumnya hanya menggunakan satu *stylus* atau *pen tool*. Selain itu, warna, efek, dan *tools* digital dapat mempercepat proses pembuatan karya secara efektif.



Gambar 2.18. *Freehand Digital Illustration*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

B. *Vector Illustration*, teknik ilustrasi menggunakan titik spesifik pada aksis kordinat dari bidang kerja yang kemudian menciptakan berbagai poligon dan bentuk. Bentuk ilustrasi *vector* cenderung lebih jelas dan terdefinisi dibandingkan dengan *freehand digital illustration*. Teknik ilustrasi ini umumnya menggunakan *shading* yang rata (2 dimensi) dan tidak banyak memakai gradasi warna. Hal ini membuat *vector illustration* ideal untuk digunakan dalam sebuah *website* maupun media cetak.



Gambar 2.19. *Vector Illustration*
(<https://www.thejigsaw.in/blog/types-of-illustration-styles-techniques>, 2019)

2.1.7. Flat Design

Menurut Kramer (2019), *flat design* adalah salah satu gaya ilustrasi yang bertumbuh di masyarakat. Ciri khas *flat design* adalah tampilannya yang bersifat 2 dimensi, tidak ada bagian yang terang dan gelap untuk mengindikasikan *shading*. *Flat design* tidak mengejar kesan 3 dimensi pada sebuah objek, melainkan berfokus pada *style* 2 dimensi agar dapat menyampaikan informasi dengan cepat,

namun tetap terkesan bersih dan terolah. Gaya visual ini melakukan pendekatan yang berbeda dibanding saudaranya, *skeumorphic design*. Di mana *skeumorphic design* menggunakan indikator visual dan auditorial untuk memberikan informasi kepada audiensnya dengan cara membandingkannya dengan objek analog yang memiliki fungsi serupa, sedangkan *flat design* memberikan informasi dengan cara memandu audiensnya melalui *icon*, bentuk simplifikasi, dan kombinasi warna, sehingga memiliki nilai intuitif dan imersif.

2.1.7.1. Sejarah Flat Design

Kramer (2019) berkata bahwa *flat design* muncul sebagai respon dari *skeumorphic design*. *Flat design* juga banyak terinspirasi dari beberapa tren desain lainnya, seperti *Swiss Style*, *Modernism*, dan *Bauhaus*. Beberapa kemiripan elemen desain yang dimiliki oleh *flat design* dengan sumber inspirasinya adalah kontras yang tinggi, minimalisme, penggunaan warna dan kontras untuk mengindikasikan kedalaman, efisiensi ruang, dan penggunaan simbol dibanding objek asli untuk menggambarkan sesuatu.



Gambar 2.20. Gaya Visual *Bauhaus*
(<https://99designs.com/blog/design-history-movements/flat-design-and-semi-flat-design/>, 2019)



Gambar 2.21. Gaya Visual *Modernism*
(<https://99designs.com/blog/design-history-movements/flat-design-and-semi-flat-design/>, 2019)



Gambar 2.22. *Skeuomorphic Design & Flat Design*
(<https://99designs.com/blog/design-history-movements/flat-design-and-semi-flat-design/>, 2019)

Gaya *skeuomorphic design* muncul untuk mempermudah generasi yang bertumbuh di era analog bernavigasi di dunia digital. Namun, pada sekitar tahun 2010, sebagian besar orang telah menggunakan komputer selama lebih dari 20 tahun. Awalnya, gaya *skeuomorphic design* dikuasai oleh *brand* Apple, yang menyebabkan Microsoft harus mencari ciri khas desainnya sendiri. Pada masa *launching* Windows 8 yang menampilkan gaya desain *flat* secara keseluruhan, tren tersebut mulai menjalar ke *brand* lain. Pada tahun 2013, Apple pun turut serta dalam arus tren *flat design* dengan dirilisnya iOS 7. Secara intrinsik, *flat*

design terhubung dengan konsep minimalisme. Hal tersebut membuat gaya desain ini memiliki keunggulan di beberapa kebutuhan desain grafis dan *branding*.

2.1.7.2. Evolusi *Flat Design*

Kramer (2019) berkata *semi-flat design* merupakan evolusi dari gaya *flat design*. Beberapa unsur utama dari *semi-flat design* adalah kehadiran ‘sentuhan realistis’ seperti efek bayangan. Evolusi ini terlahir dari kebutuhan untuk mencari jalan keluar dari halangan gaya *flat design* untuk menampilkan informasi yang ingin dikomunikasikan akibat keterbatasan tampilannya. Selain itu, *semi-flat design* memberikan ketertarikan visual terhadap gambar. Hal ini dikarenakan gaya tersebut dapat menampilkan efek serupa dengan *flat design* tanpa harus mengorbankan detail-detail kecil dan sentuhan khas yang dapat memberikan *style* kepada gambar, dan membuat para desainer dapat bereksplorasi dengan tren visual lainnya seperti transisi warna atau gradien.



Gambar 2.23. *Semi-flat Design*

(<https://99designs.com/blog/design-history-movements/flat-design-and-semi-flat-design/>, 2019)

2.2. Perancangan

Perancangan adalah suatu bentuk penyusunan rangkaian atau aspek-aspek fundamental secara sistematis guna mencapai tujuan akhir. Dalam perancangan, penjabaran setiap langkah atau proses perlu dilakukan dengan jelas. Menurut *National Council of Architectural Registration Boards (NCARB)*, perancangan berfokus pada tahap desain skematik.

Menurut Calori & Eynden (2015), fokus dari tahap perancangan atau desain skematik adalah menciptakan sebanyak mungkin ide, konsep, dan pendekatan kepada masalah desain, yang kemudian nantinya akan dievaluasi dan diseleksi. Pembentukan dan finalisasi pada perancangan kemudian akan berjalan seiring dengan proses desain. Tujuan dari perancangan sendiri adalah menciptakan pendekatan informatif dan konsep visual, yang kemudian nantinya akan ditinjau kembali, diseleksi, dan disetujui. Tujuan lainnya adalah untuk mendapatkan masukan dan saran.

Menurut Pearce & Robinson (2009), dalam sebuah perancangan dibutuhkan proses analisis untuk mencari strategi yang tepat. Salah satu metode tradisional untuk menganalisis perancangan adalah dengan mencari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats*. Metode ini berdasar pada asumsi bahwa sebuah strategi yang tepat adalah strategi yang memiliki takaran yang 'pas' antara sumber daya internal (*Strength & Weakness*) dan situasi eksternal (*Opportunity & Threats*). Strategi yang baik adalah strategi yang memaksimalkan *Strength & Opportunity* sembari meminimalisir *Weakness & Threats*.

2.2.1. Komponen SWOT

Menurut Pearce & Robinson (2009), SWOT terbagi menjadi 4 komponen utama, yaitu:

- A. *Strength*, yaitu sumber daya atau kapabilitas milik pihak internal yang menjadi keunggulan dibanding kompetitornya dalam hal menyediakan produk atau jasa kepada konsumennya.
- B. *Weakness*, yaitu batasan atau kekurangan yang dimiliki oleh pihak internal yang menjadi kekurangan dibanding competitor dalam hal menyediakan produk atau jasa kepada konsumennya.
- C. *Opportunity*, yaitu situasi atau kondisi dari pihak eksternal yang berkonteks positif dan memberikan peluang bagi pihak internal untuk berkembang atau mengalami kemajuan.
- D. *Threats*, yaitu situasi atau kondisi dari pihak eksternal yang berkonteks negatif dan berpotensi membuat pihak internal mengalami kemunduran atau kerugian.

2.2.2. Manfaat SWOT

Menurut Utami (2019), manfaat dari analisis SWOT adalah mempermudah perwujudan visi dan misi suatu perusahaan atau pihak internal. Hal ini dapat tercapai melalui pengaplikasian analisis tersebut, di mana analisis dapat menemukan poin-poin penting. Beberapa poin tersebut antara lain adalah bagaimana suatu kekuatan atau keunggulan (*Strength*) dapat mengambil keuntungan dari peluang (*Opportunities*) yang tersedia dan melindungi dari

ancaman (*Threats*) yang ada, bagaimana cara mencegah kelemahan (*Weakness*) agar tidak menimbulkan kerugian atau ancaman baru (*Threats*).

2.3. Media Informasi

Kata media dapat didefinisikan sebagai sebuah perantara, sebuah alat untuk mengantarkan atau menghubungkan sesuatu yang dapat memicu komunikasi (Heinich, 2002). Sedangkan jika ditelaah secara umum, informasi berarti sebuah data atau pengetahuan yang telah diolah menjadi bentuk yang lebih bermanfaat, dan bersifat memberi pengetahuan tentang suatu hal, yang kemudian dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan sesuatu di hidupnya, baik di masa lalu, sekarang, maupun masa depan (Davis, 1990).

Sobur (2006) mengartikan media informasi sebagai segala bentuk alat, baik grafis, fotografis, maupun elektronis, yang dapat digunakan untuk mengantarkan pesan, berita, ataupun pengetahuan tentang suatu hal, memproses, dan menyusun kembali informasi tersebut.

2.3.1. Jenis Media Informasi

Dalam pengkategorian jenis media informasi, terbagi menjadi:

2.3.1.1. Media Informasi Berdasarkan Wujudnya

Heinich dan Molenda (2009) mengkategorikan media menjadi 6 jenis berdasarkan wujud dari media tersebut, yaitu:

A. Teks

Elemen paling dasar dalam proses penyampaian informasi. Teks menyediakan banyak sekali alternative bentuk tulisan dengan upaya menyesuaikan daya tariknya dengan selera target penerima informasi.

B. Audio

Pemberian informasi berdasarkan rangsangan suara seperti suara latar, musik, rekaman suara, dan sejenisnya.

C. Visual

Pemberian informasi berdasarkan rangsangan visual seperti gambar/foto, sketsa, diagram, bagan, grafik, dan sebagainya.

D. Proyeksi Gerak

Pemberian informasi berdasarkan rangsangan visual yang dinamis atau bergerak, seperti film, program TV, dan sebagainya.

E. Benda Tiruan

Pemberian informasi berdasarkan tiruan dari benda aslinya untuk memberikan kebebasan dari keterbatasan penerimaan informasi dari suatu objek (contoh: miniatur, patung, dll).

F. Manusia

Pemberian informasi melalui komunikasi dan interaksi langsung dengan sesama manusia (contoh: guru mengajar murid, peneliti/pakar, dll).

2.3.1.2. Media Informasi Berdasarkan Produksinya

Setyowati (2006) mengkategorikan media informasi menjadi 2 jenis berdasarkan hasil produk akhir dari media tersebut, yaitu:

A. Media Cetak

Segala media yang memiliki bentuk fisik dan diproduksi menggunakan teknik cetak (contoh: buku, surat kabar, majalah, poster, spanduk, dll).

B. Media Non-Cetak

Segala media yang tidak memiliki bentuk fisik dan diproduksi tanpa perlu teknik cetak (contoh: rekaman, siaran televisi, siaran radio, internet, dll).

2.3.1.3. Media Informasi Berdasarkan Jangkauannya

Media informasi juga terbagi menjadi 2 jenis berdasarkan luas jangkauan media tersebut, yaitu:

A. Media Lini Atas (*Above The Line*)

Media yang tidak bersentuhan secara langsung dengan target audiens dan jumlahnya sangat terbatas, namun jangkauan targetnya luas (contoh: baliho, *billboard*, iklan televisi, iklan radio, papan reklame, *website*, dll)

B. Media Lini Bawah (*Below The Line*)

Media yang tidak disiarkan secara luas, hanya mencakup sejumlah area tertentu, dan jangkauannya hanya berfokus pada satu titik/daerah saja (contoh: brosur, *flyer*, *sign system* jalanan, dll)

2.3.2. Fungsi Media Informasi

Mengacu pada pengertian yang telah dijabarkan diatas, maka Heinich dkk (1989) berpendapat bahwa media informasi dapat berfungsi untuk:

- Menunjang informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- Memperbaharui informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.
- Membangkitkan gagasan dan ide yang bersifat konseptual.
- Mengurangi kesalahpahaman yang terdapat di masyarakat.
- Mengembangkan jalan pikiran secara berkelanjutan.
- Menyediakan materi pengalaman yang dapat dijadikan pembelajaran lebih mendalam dan beragam.

2.3.3. Website

Menurut Riyadi (2020), *website* adalah sebuah halaman elektronik berisi kumpulan informasi yang dapat diakses melalui *public internet protocol* dalam sebuah jaringan internet. Umumnya, sebuah *website* terhubung pada alamat penunjuk bernama *domain* yang spesifik.

2.3.3.1. Kategori Website

Website juga terbagi menjadi 2 kategori berdasarkan cara penampilan atau penyampaian informasinya, yaitu:

A. *Static Website*

Website kategori ini umumnya menyampaikan informasi yang disimpan dalam servernya dengan format tertentu, dan menampilkan informasi tersebut secara sama persis atau identik kepada seluruh pengguna yang mengakses *website* tersebut.

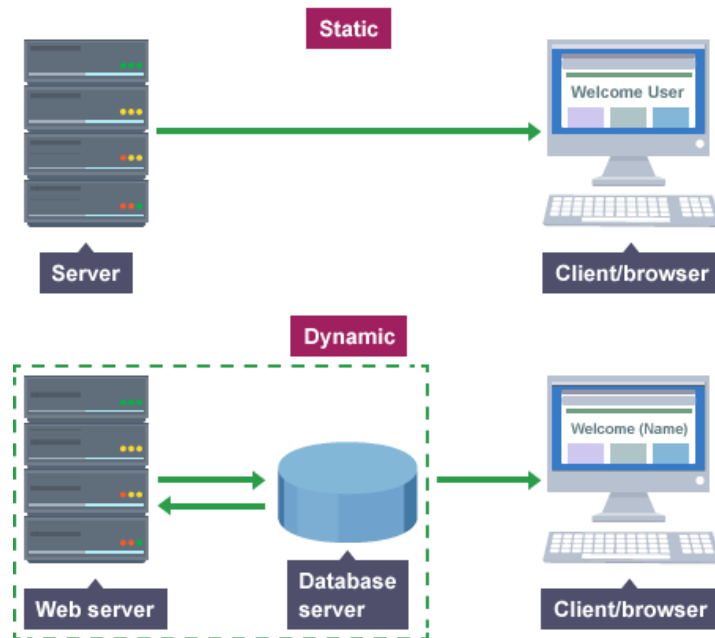
Website dengan kategori ini umumnya menggunakan bahasa pemrograman *Hypertext Markup Language (HTML)* atau *Cascading Style Sheets (CSS)*. Interaksi pada *static website* juga dapat dibatasi, dalam hal ini tidak ada interaksi yang fleksibel antar pengunjung dengan *website* itu sendiri.

B. *Dynamic Website*

Website dengan kategori ini memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan keadaan ketika pengguna mengakses halaman tersebut dengan memanfaatkan *database* yang dimilikinya.

Website yang tergolong dalam kategori *dynamic website* cenderung lebih banyak menggunakan bahasa pemrograman seperti Perl, PHP, Javascript, Python, dan lainnya. Hal ini dikarenakan bahasa pemrograman tersebut memungkinkan *developer* dari *website* tersebut untuk membuat halaman *website* menjadi lebih interaktif (seperti

mengadakan fitur *live chat*, kolom komentar, dan sebagainya) dan dapat dibuat sesuai dengan konsep visual yang telah dirancang.



Gambar 2.24. Perbandingan *Static Website & Dynamic Website* (<https://www.nesabamedia.com/pengertian-website/>, 2019)

2.3.3.2. Jenis Website

Menurut Riyadi (2020), ada 5 jenis *website* yang paling umum digunakan di Indonesia, yaitu:

- A. *Website* Pribadi, umumnya digunakan untuk menampilkan biografi yang berisi tentang profesi, pengalaman, dan hal lain yang memuat tentang dirinya.



Gambar 2.25. Contoh *Website* Pribadi
(<https://www.nesabamedia.com/pengertian-website/>, 2019)

- B. *Website* Berbagi Foto, umumnya digunakan untuk membagikan foto-foto seperti momen menarik, atau gambar lainnya.



Gambar 2.26. Contoh *Website* Berbagi Foto Instagram
(<https://www.instagram.com/>)

- C. *Website* Media Sosial, umumnya digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain ataupun untuk mengekspresikan diri sendiri di dunia maya.



Gambar 2.27. Contoh *Website* Media Sosial Facebook
(<https://www.facebook.com/>)

- D. *Website* Komunitas/Forum, umumnya digunakan untuk berdiskusi dengan orang lain terkait topik yang spesifik.



Gambar 2.28. Contoh *Website* Komunitas/Forum Kaskus (<https://www.kaskus.co.id/>)

- E. *Website E-Commerce*, umumnya digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa yang diproduksi untuk keperluan bisnis.



Gambar 2.29. Contoh *Website E-Commerce* PT. Mitra Kreasidharma (<https://www.pt-mkd.com/>)

2.3.3.3. Manfaat *Website*

Menurut Riyadi (2020), manfaat yang dimiliki oleh *website* utamanya adalah untuk memberikan, menjabarkan, dan menyebarkan informasi melalui jaringan internet dan menciptakan arus pertukaran informasi yang bersifat internasional dan tidak terbatas. Selain itu, *website* juga dapat

diunakan sebagai media promosi, bisnis, ruang ekspresi diri, sosial, dan komunitas.

2.3.3.4. Prinsip Desain Website

Menurut Ta'eed (2007), ada 9 prinsip yang harus diperhatikan untuk mendesain sebuah *website* yang baik. Prinsip tersebut adalah:

1. *Precedence*

Inti dari poin ini adalah bagaimana sebuah desain pada *website* mengarahkan fokus dari konten dan alur keterbacaan isi dari halaman tersebut. Prinsip ini juga bisa disebut sebagai hirarki. Untuk mencapai hirarki yang baik, beberapa hal yang harus diperhatikan adalah posisi, warna, kontras, ukuran, dan elemen desain.

2. *Spacing*

Pemberian jarak menciptakan kejelasan. Ada tiga aspek jarak yang harus diperhatikan. Pertama, *Line Spacing*, yaitu jarak antar garis. Garis yang terlalu berdempetan dapat membuat tulisan tercampur, sedangkan garis yang terlalu jauh dapat membuat tulisan berantakan.

Kedua, *Padding*. Mudahnya, segala bentuk teks tidak boleh bersentuhan dengan elemen lain, seperti gambar, garis tabel, dan lainnya. *Padding* merupakan jarak yang ada diantara elemen dan teks. Ketiga, *White Space*, yaitu bagian 'kosong' pada halaman yang berfungsi sebagai penyeimbang dan pemberi kontras dalam halaman.

3. *Navigation*

Navigasi berbicara tentang bagaimana cara berpindah antar satu halaman *website* ke halaman lainnya. Tombol navigasi harus mudah ditemukan, umumnya terletak di bagian atas dan mudah dikenali. Selain itu, teks dan bentuk juga harus dapat menyampaikan pesan dengan baik.

4. *Design to Build*

Beberapa hal yang harus dipertanyakan ketika merancang sebuah desain dari *website* adalah:

- **Apakah memungkinkan?**

Pertanyaan ini harus diajukan ketika awal perancangan. Hal ini guna mengecek apakah desain yang telah dirancang memungkinkan untuk dibuat sesuai dengan teknis yang ada, seperti perancangan *coding*, penyesuaian ukuran dengan konten, dan sebagainya.

- **Apa yang terjadi jika layar berubah ukuran?**

Perancangan *website* yang baik adalah responsivitas yang sesuai ketika ada perubahan ukuran, seperti penyesuaian tata letak objek, latar belakang, dan sebagainya.

- **Apakah ada yang sulit secara teknis?**

Beberapa hal yang sulit seperti penyesuaian tata letak secara vertikal lebih baik dihindari guna mempermudah perancangan.

- **Apakah ada perubahan kecil yang dapat mempermudah perancangan?**

Perancangan *website* harus memperhatikan keseimbangan antara apa yang terlihat ‘bagus’ dengan apa yang dapat dibuat dengan mudah.

- **Untuk *website* yang besar, apakah dapat disimplifikasi?**

Simplifikasi elemen pada *website* dengan menggunakan *coding* dapat mengurangi beban pengerjaan dan produksi *asset*, yang kemudian mengurangi waktu perancangan.

5. *Typography*

Dalam pemilihan teks dalam sebuah *website*, beberapa hal yang harus diperhatikan adalah tampak/bentuk dari font itu sendiri, ukuran yang ditampilkan pada halaman, jarak, ukuran garis, warna, dan penyesuaian paragraf.

6. *Usability*

Dengan banyaknya informasi yang disajikan dalam sebuah halaman *website*, standar yang sudah ada wajib diperhatikan guna mengurangi kebingungan ketika ada pengguna yang mengakses halaman tersebut.

Contoh paling mudahnya adalah ketika ada tulisan yang memiliki garis bawah, tulisan tersebut cenderung dikira sebagai sebuah tautan.

Selain itu, perancangan juga harus memikirkan apa yang para pengguna akan lakukan. Hal ini dapat dicapai melalui tahap uji coba menggunakan *prototype*. Selain itu, menjabarkan apa saja yang dapat

dan akan dilakukan di setiap halaman *website* juga menjadi cara untuk mengetahui cara terbaik untuk menampilkan fitur tersebut.

7. *Alignment*

Penyusunan halaman *website* baiknya dilakukan secara konsisten guna menampilkan dengan jelas konten dari *website* tersebut. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan *grid*.

8. *Clarity*

Menjaga kualitas desain juga dapat dicapai melalui letak setiap elemen yang terdapat dalam halaman *website*. Beberapa hal yang dapat diperhatikan adalah bagian ujung objek terpasang dengan baik ke *pixel* yang sesuai, teks yang ada pada halaman menggunakan pengaturan *anti-aliasing* yang sesuai, dan kontras tinggi antar konten dengan elemen lain pada halaman *website*.

9. *Consistency*

Konsistensi dapat dijaga dengan menggunakan format ukuran yang sesuai, baik pada *heading*, font yang digunakan, warna, gaya elemen dan objek, jarak, gaya ilustrasi, gaya/pemilihan foto, dan lainnya. Penyesuaian yang dilakukan sesuai dengan konsep juga dapat menjaga konsistensi dari halaman *website* yang dirancang.

2.3.4. Rekaman (Video)

Menurut Thompson & Bowen (2009), ada beberapa tata cara dan aturan terstruktur yang harus diperhatikan ketika melakukan sebuah rekaman, yaitu:

2.3.4.1. Aspect Ratio

Aspect Ratio adalah dimensi dari *frame* kamera, atau rasio perbandingan ukuran panjang dan lebar dari gambar yang terekam dalam kamera. Pengukuran rasio aspek menggunakan angka perbandingan untuk membandingkan antara lebar dengan tingginya sesuai satuan masing-masing. Contohnya, jika rasio aspek dari sebuah video adalah 4:3 (lebar:tinggi), maka jika lebar dari video tersebut adalah 800 pixel, maka tingginya adalah 600 pixel. *Aspect Ratio* bergantung kepada format dari media yang digunakan dalam proses perekaman, dan memiliki beberapa variasi, antara lain:

- A. 1:1 (*Box/Square*)
- B. 1.33:1 atau 4:3 (*Standard Definition*)
- C. 1.66:1 (*European*)
- D. 1.78:1 atau 16:9 (*High Definition*)
- E. 1.85:1 (*Widescreen Theatre*)
- F. 2.40:1 (*Anamorphic*)

2.3.4.2. Shot Type

Shot type memiliki beberapa variasi, dan masing-masing variasi ini dapat digunakan untuk merepresentasikan konteks dari setiap adegan. *Shot type* pada dasarnya terbagi menjadi tiga, yaitu:

A. *Close-Up*

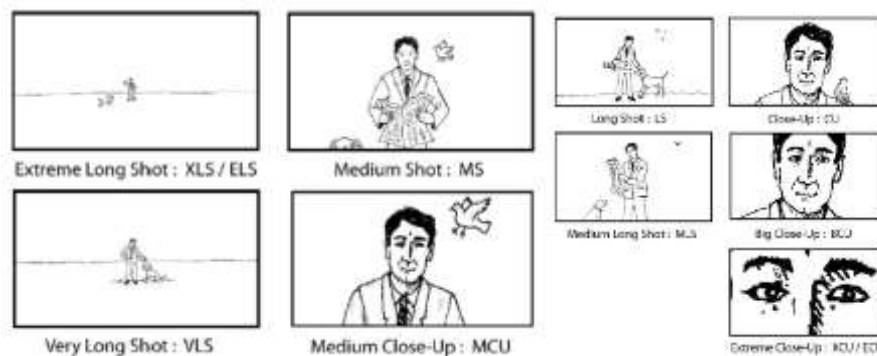
Tipe rekaman ini menunjukkan objek dengan jarak yang sangat dekat dan dapat menampilkan hal-hal yang detail dan spesifik yang ada pada kondisi saat itu. Rekaman tipe ini cenderung memenuhi sebagian besar layar dengan objek yang difokuskan.

B. *Medium Shot*

Tipe rekaman ini menunjukkan tampilan yang kurang lebih serupa dengan apa yang kita sebagai manusia pada umumnya lihat. Jarak yang sedang antara objek dengan kamera merupakan salah satu aspek *medium shot*.

C. *Long Shot*

Tipe rekaman ini menunjukkan tampilan yang lebih luas dari *medium shot*. Pada rekaman tipe ini, lingkungan sekitar objek utama pun dapat terlihat jelas sehingga dapat menggambarkan hubungan atau relasi antara objek utama dengan objek atau subjek sekitarnya.



Gambar 2.30. *Shot Type*
(Thompson & Bowen, 2009)

Dari ketiga *shot* dasar tersebut, kemudian terbagi lagi menjadi beberapa cabang terusan, yaitu:

- Extreme Long Shot
- Very Long Shot
- Long Shot/Wide Shot
- Medium Long Shot
- Medium Shot
- Medium Close-up
- Close-up
- Big Close-up
- Extreme Close-up

2.3.4.3. *Rule of Thirds*

Rule of Thirds berfungsi sebagai alat panduan untuk membantu fotografer atau videographer menangkap gambar dengan komposisi yang baik dan dinamis. Panduan ini menggunakan garis bantu yang membagi keseluruhan tampilan menjadi tiga bagian secara horizontal dan vertikal.

2.3.4.4. *Camera Angle*

Sudut pandang kamera membantu pembentukan pembawaan dan karakter dari setiap *shot*. Sudut pandang terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

A. Horizontal

Secara horizontal, sudut pandang kamera terbagi ke dalam ruang pandang 360 derajat. Hal ini kemudian mengarah ke sudut pandang depan, samping, belakang, dan sudut pandang $\frac{3}{4}$.

B. Vertikal

Secara vertikal, sudut pandang terbagi menjadi *high angle shot* (sudut pandang tinggi), *eye-level* (setara dengan mata), dan *low angle shot* (sudut pandang rendah).

2.3.4.5. Depth

Kedalaman dalam sebuah komposisi foto atau video dapat membantu mengarahkan fokus kepada objek yang dituju. Kedalaman dalam sebuah komposisi foto atau video terbagi menjadi tiga titik, yaitu:

- A. *Foreground*, daerah antara lensa kamera dengan objek utama.
- B. *Middle Ground*, daerah tempat objek utama.
- C. *Background*, latar belakang dengan jarak dari *middle ground* hingga tembok atau tak terbatas.

2.4. Bahasa Isyarat

Baker (2016) berkata bahwa bahasa isyarat atau *sign language* adalah sebuah komunikasi non-verbal, melainkan visual-spatial, di mana komunikasi dilakukan dengan mengartikulasikan bagian tubuh agar pesan dapat terlihat secara visual. Bahasa isyarat adalah sebuah bahasa yang dalam komunikasinya menggunakan

gerak tubuh, termasuk gerak bibir, ekspresi wajah, pandangan mata, dan gestur. Dalam kebahasaannya, gestur dalam bahasa isyarat merupakan gerakan-gerakan yang sudah disepakati dan disetujui arti/maknanya.



Gambar 2.31. Bahasa Isyarat

(<https://www.kompasiana.com/kusumardanar/5d0b185a097f3661957627d2/teman-tuli-lebih-memilih-bisindo>, 2019)

Bahasa isyarat muncul secara alami dan disesuaikan dengan budaya dan norma yang berlaku di tempat munculnya bahasa isyarat tersebut. Karena bahasa isyarat belum memiliki standar internasionalnya sendiri, maka setiap negara memiliki bahasa isyaratnya masing-masing yang sudah disetujui pengertiannya.

2.4.1. Fungsi Bahasa Isyarat

Fajrina, mantan ketua Akar Tuli, berkata bahwa jika dilihat dari sisi kesehatan, bahasa isyarat berfungsi untuk menstabilkan motorik dari tubuh, terutama jari tangan, dan kesinambungannya dengan kinerja otak penggunaannya. Ia juga menambahkan bahwa kode isyarat sangat penting untuk diketahui dalam kasus bertahan hidup.

Hal ini dikarenakan bahasa isyarat dapat dengan mudah digunakan di tempat tanpa fasilitas teknologi, seperti di *outdoor* atau tempat lainnya yang memerlukan kontak jarak jauh. Hal ini didukung pula oleh M. Wahyu, Ketua

Lawang Rescue, yang mengatakan bahwa dalam upaya pengurangan resiko bencana dan hal yang tidak diinginkan lainnya, seluruh anggota tim penyelamat harus mampu berkomunikasi dengan semua orang termasuk tuli.

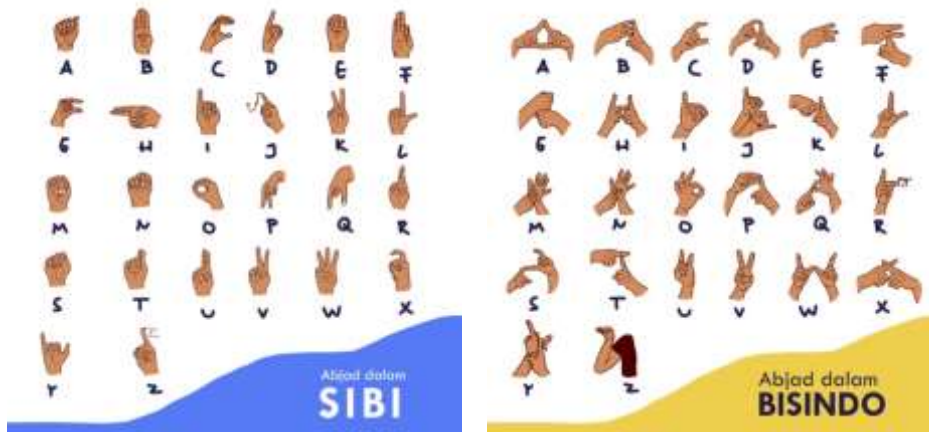
2.4.2. Manfaat Bahasa Isyarat

Leach (1990) menyatakan semakin banyak bahasa yang seseorang kuasai, semakin cepat proses berpikir seseorang terjadi. Tetapi, semakin orang itu memproses dan berpikir, semakin banyak bahasa yang orang itu gunakan. Ketika seseorang diajarkan bahasa verbal dan bahasa isyarat, mereka memproses bahasa tersebut menggunakan kedua sisi otak mereka.

Daniels (2001) juga mendukung hal tersebut melalui kajiannya dengan 16 anak prasekolah yang memahami bahasa isyarat. Daniels mendapati bahwa anak-anak tersebut mendapatkan nilai lebih tinggi 17% daripada anak-anak yang tidak mengetahui/memahami bahasa isyarat. Kajian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar juga membuahkan hasil serupa.

2.4.3. Jenis Bahasa Isyarat di Indonesia

Menurut Mursita (2015), dalam perkembangan kebahasaan isyarat di kalangan tunarungu Indonesia, bahasa tersebut terbagi menjadi dua, yaitu Sistem Isyarat Bahasa Indonesia (SIBI) dan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO).



Gambar 2.32. SIBI dan BISINDO
 (<https://www.ypedulikasihabk.org/2018/11/09/mengenal-bahasa-isyarat/>, 2018)

SIBI merupakan sistem berbahasa isyarat yang disepakati oleh pemerintah untuk diimplementasikan dalam pengajaran bahasa pada Sekolah Luar Biasa untuk Tunarungu. Sedangkan BISINDO adalah bahasa isyarat yang tumbuh secara alami dalam budaya Indonesia dan menyesuaikan dengan norma yang berlaku di daerah itu, sehingga melahirkan beberapa variasi di tiap daerah bahasa tersebut digunakan.

2.4.4. Elemen Bahasa Isyarat

Menurut Gracia (2020), dalam berbahasa isyarat ada 3 elemen yang harus diperhatikan agar informasi dan komunikasi dapat berlangsung dengan baik dan benar. Elemen tersebut adalah:

2.4.4.1. Gestur Tubuh

Dalam hal ini, gestur tubuh merupakan gerakan paling penting, karena menjadi alat komunikasi utama. Karena itu, gestur tubuh harus dilakukan dengan jelas agar tidak membuat salah pengertian.

2.4.4.2. Mimik Wajah/Ekspresi

Mimik wajah membantu dalam menyampaikan emosi yang terkandung dalam informasi. Maka dari itu mimik wajah merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada komunikasi non-verbal.

2.4.4.3. Gestur Mulut

Gestur mulut yang membacakan kata-kata dapat membantu memperjelas informasi yang ingin disampaikan ketika berkomunikasi secara non-verbal. Gestur mulut dan ekspresi sama-sama memiliki pengaruh yang sangat besar dalam berpengaruh non-verbal.

2.4.5. Struktur Bahasa Isyarat

Bharoto (2020), Peneliti Bahasa Isyarat di Laboratorium Riset Bahasa Isyarat milik Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia, menyatakan bahwa terdapat beberapa struktur pada BISINDO. Yang paling utama adalah fonologi (kajian ‘bunyi’ dari sebuah bahasa). Seperti halnya konsonan dan vokal, fonologi bahasa isyarat terbagi menjadi 5 parameter, yaitu:

- Bentuk Tangan
- Orientasi
- Lokasi
- Gerakan
- Non-manual

Kelima parameter ini sangat penting, karena jika berbeda sedikit saja, dapat mempengaruhi makna. Hal ini dipandang sama seperti kata-kata pada bahasa Indonesia yang memiliki ‘bunyi’ yang mirip atau serupa (contoh: “salah”, “salak”, “salam”, “salat”, dll).

Struktur lainnya adalah morfologi. Morfologi dianggap sebagai struktur yang paling kompleks, karena bahasa isyarat bersifat stimulan. Maksudnya adalah 1 kata isyarat dapat diterjemahkan ke beberapa kosa kata atau kalimat. Hal ini dikarenakan isyarat itu dapat dimanipulasi dengan 2 tangan dan ekspresi yang beragam. Pola kalimat pada bahasa isyarat juga mirip dengan pola kalimat dalam bahasa Indonesia, yaitu Subjek-Predikat-Objek (SPO). Tetapi dalam konteks tertentu, pola tersebut juga dapat berubah. Ada 3 jenis Predikat dalam bahasa isyarat, yaitu:

- Predikat Persetujuan
- Predikat Polos
- Predikat Spatial/Lokatif

2.5. Kereta Rel Listrik (KRL)

Kereta Rel Listrik (KRL) adalah salah satu layanan transportasi umum dalam bentuk kereta listrik yang dioperasikan oleh PT Kereta Commuter Indonesia. KRL telah beroperasi sejak tahun 1925 dan memiliki 6 jalur *commuter* yang meliputi area DKI Jakarta, Depok, Bogor, Bekasi, Lebak, dan Tangerang.

2.5.1. Sejarah KRL

Awalnya, kereta listrik di Indonesia dibuat oleh bangsa Eropa. Untuk memudahkan proses pengiriman hasil perkebunan dan pertambangan Indonesia pada masa penjajahan, beberapa teknologi dari Eropa dibawa ke Indonesia. Salah satu teknologi itu adalah kereta listrik yang dibuat pada tahun 1923 di Jakarta. Rute pertama yang dibuat adalah Tanjung Priok – Jakarta.

Setelah masa kemerdekaan, pihak Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) memperbarui lokomotif Belanda karena dirasa sudah “tua”, dan mendatangkan lokomotif dengan teknologi Jepang pada sekitar tahun 1970-an. Kereta ini mulai mengantarkan penumpang mengitari area Jabodetabek (Jakarta, Tanjung Priok, Kemayoran, Pasar Senen, Jatinegara, Manggarai, Gambir, Tanah Abang).

Pembenahan kemudian dilakukan lagi pada tahun 2009, di mana PT Kereta Api Indonesia (KAI) membeli beberapa unit kereta yang dibentuk menjadi satu rangkaian KRL. Pada saat ini, KRL dikenal dengan nama Jalita (Jalan-jalan Lintas Jakarta). Anak perusahaan yang dibentuk oleh PT KAI kemudian dibentuk dengan nama PT KAI Commuter Jabodetabek atau KCJ. Pada tahun 2013, seluruhh wilayah wilayah Jabodetabek dilayani oleh KRL *Commuter Line*, dan pada tahun 2017 KCJ mengubah namanya menjadi PT KAI Commuter Indonesia (KCI).

2.5.2. Visi Misi KRL

Visi KRL adalah mewujudkan jasa angkutan kereta komuter sebagai pilihan utama dan terbaik, sedangkan misi KRL adalah menyelenggarakan jasa angkutan kereta komuter yang mengutamakan keselamatan, pelayanan, kenyamanan dan ketepatan waktu serta berwawasan lingkungan.

2.5.3. Rute KRL

Rute KRL Jabodetabek memiliki 6 jalur utama dan 7 stasiun transit, berikut adalah daftar rute KRL:

- **Tangerang – Duri**, dengan pemberhentian di stasiun Tanah Tinggi, Batu Ceper, Poris, Kali Deres, Rawa Buaya, Bojong Indah, Taman Kota, Pesing, dan Grogol.
- **Tanah Abang – Rangkasbitung**, dengan pemberhentian di stasiun Palmerah, Kebayoran, Pondok Ranji, Jurang Mangu, Sudimara, Rawa Buntu, Serpong, Cisauk, Cicayur, Parung Panjang, Cilejit, Daru, Tenjo, Tigaraksa, Cikoya, Maja, dan Citeras.
- **Jakarta Kota – Bogor**, dengan pemberhentian di stasiun Tebet, Cawang, Duren Kalibata, Pasar Minggu Baru, Pasar Minggu, Tanjung Barat, Lenteng Agung, Universitas Pancasila, Universitas Indonesia, Pondok Cina, Depok Baru, Depok, Citayam, Bojong Gede, dan Cilebut.
- **Jakarta Kota – Cikarang**, dengan pemberhentian di stasiun Jayakarta, Mangga Besar, Sawah Besar, Juanda, Gambir, Gondangdia, Cikini,

Mangarai, Jatinegara, Cipinang, Klender, Buaran, Klender Baru, Cakung, Kranji, Bekasi, Bekasi Timur, Tambun, Cibitung, dan Telaga Murni.

- **Jakarta Kota – Tanjung Priok**, dengan pemberhentian di stasiun Kampung Bandan dan Ancol.
- **Jatinegara – Bogor & Nambo**, dengan pemberhentian di stasiun Pondok Jati, Kramat, Gang Sentiong, Pasar Senen, Kemayoran, Rajawali, Kampung Bandan, Angke, Duri, Tanah Abang, Karet, Sudirman, Mampang, dan Bogor atau Pondok Rajeg, Cibinong, dan Gunung Putri (untuk Nambo).

2.5.4. Fasilitas di KRL

Pihak KRL juga menyediakan beberapa fasilitas untuk masyarakat agar dapat menunjang pengalamannya dalam menggunakan KRL. Fasilitas tersebut antara lain:

2.5.4.1. Pengoperasian KRL dengan formasi 12 Kereta

Armada KRL dilengkapi dengan formasi 12 kereta yang melayani masyarakat pada jalur Bogor – Jakarta Kota, Bekasi – Jakarta Kota, dan Tangerang – Duri.

2.5.4.2. Aplikasi KRL Access

Aplikasi gawai KRL *Access* yang bisa diunduh melalui *Playstore* dan *Appstore* digunakan untuk mendapatkan notifikasi langsung saat ada informasi terkini seputar kondisi lintas KRL.

2.5.4.3. *Vending Machine*

Beberapa stasiun KRL memberikan mesin otomatis yang dilengkapi dengan fitur layanan isi ulang kartu, pembelian tiket harian, dan layanan lainnya untuk memenuhi kebutuhan transaksi pengguna KRL.

2.5.4.4. *Kereta Khusus Wanita*

Gerbong pertama dan terakhir digunakan sebagai gerbong khusus wanita untuk memberikan keamanan dan kenyamanan bagi para wanita pengguna KRL.

2.5.4.5. *Announcer Stasiun*

Pemberian informasi terkait jadwal keberangkatan dan posisi kereta yang akan masuk stasiun melalui pengumuman audio.

2.5.4.6. *Tempat Duduk Prioritas*

Penyediaan tempat duduk prioritas yang ditujukan kepada lansia, ibu yang membawa balita, wanita hamil, dan pengguna dengan disabilitas.

2.5.4.7. *E-Ticketing*

Penggunaan tiket non-kertas guna mengurangi limbah kertas yang merusak lingkungan.

2.5.4.8. *Petugas Pelayanan KRL (PPK)*

Penyediaan petugas yang memberikan informasi selama perjalanan KRL, serta membantu masinis apabila terjadi gangguan teknis dalam perjalanan.