

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Teori Desain**

Landa (2013), menyatakan bahwa desain grafis merupakan sebuah wadah untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada *audience* melalui media visual. Dalam merepresentasikan visual tersebut, desain mengandalkan tiga hal, yaitu kreasi (*creation*), seleksi (*selection*), dan elemen visual.

##### **2.1.1. Elemen Desain**

Menurut Landa (2013), elemen desain meliputi garis, bentuk, ruang, warna, dan tekstur.

#### **1. Garis**

Garis merupakan elemen desain paling dasar yang terdiri dari titik-titik memanjang dan memiliki macam-macam bentuk seperti garis lurus, garis lengkung, dan bersudut. Sedangkan berdasarkan jenisnya, garis dibagi menjadi garis halus-tegas, bersambung-putus, tebal-tipis, teratur-tidak beraturan, dan sebagainya.

#### **2. Bentuk**

Bentuk merupakan wujud dasar dari sebuah objek dua dimensi yang terdiri dari garis. Sebuah objek dapat disebut sebagai bentuk jika memiliki panjang dan lebar yang dapat dihitung. Pada dasarnya bentuk berasal dari tiga bentuk (persegi, segitiga, dan lingkaran). Masing-masing bentuk tersebut juga memiliki wujud tiga dimensi (kubus, piramida, dan bola).

### 3. Ruang

Ruang terdiri dari dua unsur, yaitu *figure and ground*. *Figure and ground* merupakan persepsi visual yang berhubungan dengan bentuk pada permukaan dua dimensi. Tujuan persepsi ini adalah untuk membedakan *foreground* dan *background* sehingga memunculkan perspektif yang baru.

### 4. Warna

Warna merupakan elemen desain yang paling dominan. Menurut Adams (2017), warna adalah sesuatu yang subjektif dan bersifat emosional.

#### a) Elemen Warna

Elemen warna tergolong menjadi tiga, yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* adalah identitas atau sebutan dari sebuah warna, misalnya warna merah, biru, kuning, dan sebagainya. *Value* adalah level gelap terangnya suatu warna, misalnya biru muda, merah tua, dan sebagainya. Sedangkan *saturation* adalah level cerah atau kusam suatu warna. Semakin tinggi level warna, maka warna akan semakin cerah dan sebaliknya semakin rendah level warna, maka warna akan semakin kusam. *Saturation* juga biasa disebut dengan istilah *chroma* dan *intensity*.

#### b) Psikologi Warna

Menurut Samara (2014), psikologi warna muncul dari berbagai macam pesan yang dapat digunakan untuk mempengaruhi konten, baik secara verbal maupun nonverbal. Warna terdiri dari berbagai komponen yang masing-masing memberikan efek yang berbeda pada sistem saraf otonom manusia. *Warm color* yang terdiri dari merah, kuning, oranye, dan ungu

memerlukan energi yang lebih banyak untuk diproses ketika memasuki mata dan otak karena bersifat seperti gairah. Sedangkan *cool color* yang terdiri dari biru dan hijau memerlukan energi yang lebih sedikit karena bersifat lebih tenang.

### c) Jenis Warna

Berdasarkan jenisnya, warna terbagi menjadi *warm colors*, *cool colors*, dan *neutral colors*.

#### 1. *Warm Colors*



Gambar 2.1. *Warm Colors*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

- Merah

Merah adalah warna cerah yang dapat memacu adrenalin, menyebabkan rasa lapar dan impulsif, serta meningkatkan gairah.

- Kuning

Kuning adalah warna yang berkaitan dengan matahari yang memberikan kesan hangat. Kuning juga memberikan kesan kebahagiaan sehingga sering digunakan untuk mencerahkan suasana. Kuning juga dapat mendorong pikiran yang jernih dan retensi memori. Perbedaan *hue* dan *value* dari warna kuning dapat memberikan kesan yang berbeda-beda. Kuning yang cerah

kehijauan memiliki arti kecemasan, sedangkan kuning yang lebih gelap digunakan untuk simbol kekayaan.

- Oranye

Oranye merupakan warna gabungan dari merah dan kuning yang berarti gairah dan hangat. Kesan yang diperoleh dari warna oranye adalah ramah, suka berpetualang, dan kurang bertanggung jawab. Perbedaan *hue* dan *value* dari warna oranye dapat memberikan kesan yang berbeda-beda. Oranye yang lebih cerah digunakan untuk menggambarkan kesehatan, kesegaran, kualitas, dan kekuatan, sedangkan oranye yang netral berarti aktivitas menurun, canggih dan eksotis.

- Ungu

Ungu terlihat seperti sesuatu yang dapat diajak kompromi, tetapi terkadang juga terlihat misterius dan sulit dipahami. Perbedaan *hue* dan *value* dari warna ungu dapat memberikan kesan yang berbeda-beda. Ungu tua yang mendekati hitam memiliki simbol sebagai kematian, sedangkan ungu yang pucat seperti lavender memiliki simbol sebagai mimpi dan nostalgia.

## 2. *Cool Colors*



Gambar 2.2. *Cool Colors*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

- Biru

Biru memberikan kesan ketenangan dan menciptakan rasa perlindungan, oleh karena itu biru sering digambarkan dengan laut dan langit sebagai sesuatu yang dapat diandalkan. Biru juga merupakan warna yang paling banyak disukai.

- Hijau

Hijau merupakan warna yang paling tenang karena sering digambarkan dengan tumbuh-tumbuhan dan alam. Perbedaan *hue* dan *value* dari warna hijau dapat memberikan kesan yang berbeda-beda. Hijau yang cerah memberikan kesan energik, hijau yang lebih dalam memiliki simbol sebagai pertumbuhan ekonomi, dan hijau yang netral memiliki simbol sebagai kebangkitan duniawi. Dalam beberapa konteks, hijau juga digunakan sebagai simbol penyakit atau kerusakan.

### 3. *Neutral Colors*



Gambar 2.3. *Neutral Colors*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

- Putih

Dalam warna subtraktif, putih merupakan sebuah warna. Tetapi, dalam warna adiktif, putih tidak termasuk sebuah warna. Namun,

walaupun begitu putih sama-sama memiliki kesan tenang, megah, dan murni.

- Abu-abu

Abu-abu merupakan warna netral yang dianggap tidak berkomitmen, tetapi abu-abu juga dapat memberikan kesan bermartabat, berwibawa, dan formal. Abu-abu juga sering dikaitkan dengan teknologi, yaitu sebagai perak yang berhubungan dengan teknologi dan industri.

- Coklat

Coklat sering digambarkan dengan kayu dan bumi yang menciptakan rasa aman dan nyaman. Coklat yang berkaitan dengan organik juga dapat membangkitkan nilai yang abadi. Kesan yang diperoleh dari coklat adalah kasar, ekologis, kerja keras, dapat dipercaya, dan daya tahan.

- Hitam

Hitam merupakan warna yang paling kuat. Dengan kontras yang dominan, hitam memberikan kesan yang kosong, luar angkasa, dan kematian di budaya Barat. Kesan lain yang diperoleh dari hitam adalah formal, eksklusif, otoritas, dan martabat.

#### d) Penggunaan Warna

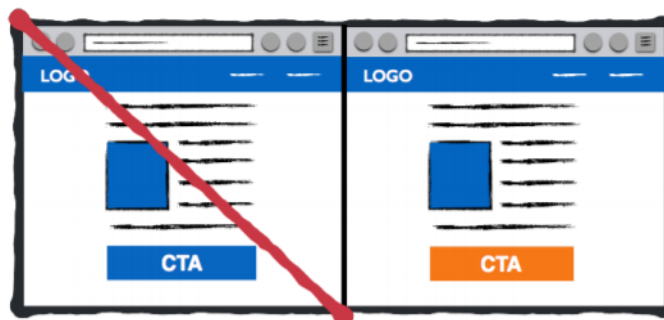
Menurut Kolenda (2016), penggunaan warna dapat disesuaikan dengan tujuan yang akan dicapai (*intended goal*) yang terdiri dari:

		HUE										VALUE		CHROMA	
		Red	Orange	Yellow	Green	Blue	Purple	Pink	Brown	Black	White	Low	High	Low	High
INTENDED GOAL	Attention	✓	✓	✓									✓	✓	
	Action	✓	✓	✓								✓		✓	
	Liking				✓	✓							✓		

Gambar 2.4. Penggunaan Warna  
(Color Psychology, 2016)

### 1. Attention

Warna yang dapat digunakan untuk menarik perhatian adalah warna yang kontras. Dibandingkan menggunakan warna yang sama dalam satu konteks (kiri), akan lebih baik menggunakan warna yang berbeda (kanan).



Gambar 2.5. Penggunaan Warna untuk Attention  
(Color Psychology, 2016)

### 2. Action

Warna yang dapat digunakan untuk memicu seseorang dalam berperilaku adalah warna-warna yang dapat meningkatkan gairah seperti *warm colors* dengan tingkat saturasi yang tinggi dan tingkat kecerahan yang rendah.

e) Skema Warna

Menurut Kolenda (2016), kombinasi warna yang benar dapat ditentukan dengan skema warna yang terdiri dari *monochromatic*, *analogous*, *triadic*, dan *complementary*.

1. *Monochromatic*

Skema warna yang terdiri dari warna yang berbeda tetapi masih memiliki identitas (*hue*) yang sama pada *color wheel*.



Gambar 2.6. Monochromatic  
(*Color Pyschology*, 2016)

2. *Analogous*

Skema warna yang terdiri dari 3 warna dengan identitas (*hue*) yang sama dan posisi yang berdekatan pada *color wheel*.



Gambar 2.7. Analogous  
(*Color Pyschology*, 2016)



### 3. *Triadic*

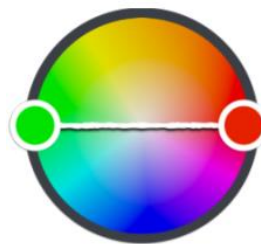
Skema warna yang terdiri dari 3 warna yang masing-masing terletak di titik 120 derajat pada *color wheel*, sehingga ketika dihubungkan satu sama lain akan membentuk segitiga. *Triadic* juga merupakan skema warna paling baik karena kombinasi dari ketiga warna yang berbeda jauh sehingga salah satu warna sering digunakan sebagai *background*, dan kedua warna lainnya digunakan untuk konteks atau *highlight*.



Gambar 2.8. *Triadic*  
(*Color Pyschology*, 2016)

### 4. *Complementary*

Skema warna yang terdiri dari 2 warna yang saling berlawanan pada *color wheel*. *Complementary* sering digunakan untuk meningkatkan kontras antara *background* dan *foreground*. *Complementary* juga dapat digunakan untuk menarik perhatian pada elemen tertentu.

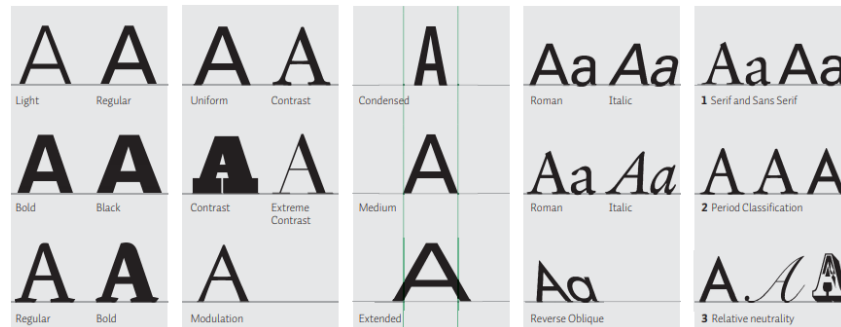


Gambar 2.9. *Complementary*  
(*Color Pyschology*, 2016)

## 5. Tipografi

### a) Aspek *Typefaces*

Menurut Samara (2014), terdapat 5 aspek dalam *typefaces*, yaitu *weight*, *contrast*, *width*, *posture*, dan *style*.



Gambar 2.10. Aspek *Typefaces*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

#### 1. *Weight* (ketebalan)

Ketebalan garis pada setiap *typefaces* dapat berubah karena disesuaikan dengan tinggi dari huruf besar. Level ketebalan garis terdiri dari *light*, *regular*, *bold*, dan *black*. Fungsi dari ketebalan garis adalah untuk memberikan kontras visual sehingga dapat membedakan antara hirarki dengan informasi pendukung.

#### 2. *Contrast* (kontras)

Ketebalan garis pada setiap huruf umumnya seragam, tetapi yang membedakannya adalah kontras yang berfungsi untuk menonjolkan suatu huruf tertentu. Kontras terdiri dari *uniform*, *contrast*, *extreme contrast*, dan *modulation*.

3. *Width* (lebar)

Lebar proporsional suatu huruf dilihat dari lebar huruf besar “M”. Huruf yang memiliki proporsi yang sempit disebut *condensed*, sedangkan huruf yang memiliki proporsi lebar disebut *extended*.

4. *Posture* (*postur*)

Huruf romawi merupakan huruf tegak yang memiliki sumbu vertikal 90 derajat. Sedangkan huruf miring (*italic*) memiliki sumbu 12 derajat sampai 15 derajat ke kanan.

5. *Style*

Berdasarkan tipenya, *typefaces* terdiri dari dua tipe utama, yaitu *serif* dan *sans serif*. Sedangkan berdasarkan karakteristiknya, *typefaces* terdiri dari tulisan yang netral dan dekoratif.

b) Klasifikasi *Typefaces*

Berdasarkan klasifikasinya, *typefaces* dibagi menjadi beberapa klasifikasi, yaitu:



Gambar 2.11. Klasifikasi *Typefaces*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

1. *Oldstyle*

Ditandai dengan perbedaan tebal pada goresan (*strokes*) yang sangat kontras, tinggi *x-height* yang mendefinisikan *lower case* (huruf kecil), serta bentuk terminal yang menyerupai buah pir dan lubang pada huruf kecil.

2. *Transitional*

Ditandai dengan perbedaan kontras pada goresan yang meningkat, ritme jelas, tinggi *x-height* lebih besar, sumbu lebih tegak, serif lebih tajam dan tegas, serta kurung yang melengkung ke arah batang.

3. *Modern*

Ditandai dengan kontras goresan yang ekstrim. Goresan tipis seperti helai rambut, sumbu lengkungan tegak sempurna, tidak ada lagi kurung yang terhubung dengan serif (terminal) dan batang yang membuat kesan tajam dan tegas, serta karakter *lower case* yang berbentuk bulat (*rounded*).

4. *Sans Serif*

Ditandai dengan tidak adanya serif, tebal goresan yang seragam, serta sumbu yang tegak. *Sans serif* sering digunakan untuk teks panjang karena mudah dibaca walaupun pada ukuran yang kecil.

5. *Slab Serif*

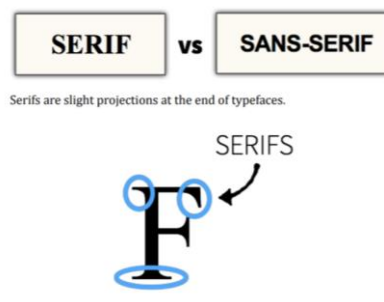
Ditandai dengan tebal goresan yang konsisten dan serif yang tebalnya sama dengan batang sehingga membuat *slab serif* lebih lebar daripada tipe lain.

### c) Penggunaan *Typefaces*

Menurut Kolenda (2016), masing-masing *typefaces* memiliki ciri yang berbeda sehingga penggunaannya harus disesuaikan.

#### 1. *Serif* atau *Sans Serif*

Penggunaan *serif* dan *sans serif* sering kali menjadi perdebatan bagi desainer. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Kolenda, dapat disimpulkan bahwa *serif* lebih mudah terbaca pada media cetak, sedangkan *sans serif* lebih mudah terbaca pada media digital. Selain itu, ditemukan juga bahwa *serif* lebih efektif digunakan untuk konteks formal dan ilmiah, sedangkan *sans serif* untuk konteks informal dan inovatif.



Gambar 2.12. *Serif & Sans-serif*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

#### 2. Tipis atau Tebal

Berdasarkan ketebalannya, *typefaces* terdiri dari beberapa jenis yaitu *light* (tipis) yang memberikan kesan feminim dan cantik, *medium* (sedang) yang paling mudah dibaca, dan *bold* (tebal) yang memberikan kesan kuat dan maskulin.



Gambar 2.13. *Light & Bold*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

Berdasarkan keterbacaannya, seperti yang sudah disebutkan di atas *typefaces* dengan ketebalan *medium* merupakan yang paling mudah dibaca. Kemudian disusul dengan *bold*, *light*, dan *extra bold*.



Gambar 2.14. Macam-macam Ketebalan Font  
(*The Psychology of Font*, 2016)

### 3. Bulat atau Kaku

Dalam jurnal yang dibuat oleh Bar dan Neta (2006) dengan judul “*Humans Prefer Visual Curved Objects*” ditemukan bahwa manusia lebih menyukai bentuk yang bulat daripada bentuk tajam yang kaku karena memberikan kesan berupa ancaman. Namun, dalam penggunaan *typefaces* tidak dapat disamakan karena baik *rounded* dan *angular* memiliki karakteristiknya masing-masing sehingga dalam penggunaannya harus disesuaikan dengan konteks. *Rounded* sering digunakan untuk memberikan kesan kenyamanan atau kelembutan, dan

feminisme atau kecantikan. Sedangkan, angular sering digunakan untuk memberikan kesan formal atau sesuatu yang bersifat resmi, serta maskulinitas dan daya tahan.



Gambar 2.15. *Rounded & Angular*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

#### 4. Sederhana atau Rumit

Ketika pesan yang ingin disampaikan bersifat langsung (*to the point*), *typefaces* yang dapat digunakan adalah yang *simple* karena akan menyatu dengan konteks secara alami yang membuat pesan dapat diterima dengan baik. Sedangkan, jika pesan yang ingin disampaikan bersifat unik, *font* yang dapat digunakan adalah yang *complex*.



Gambar 2.16. *Simple & Complex*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

#### 5. Miring atau lurus

*Typefaces* yang miring akan memberikan kesan adanya pergerakan dan kecepatan, sedangkan *typefaces* yang lurus memberikan kesan stabilitas.



Gambar 2.17. *Slanted & Straight*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

## 6. Huruf kecil atau huruf kapital

*Typefaces* dengan huruf kecil efektif digunakan untuk mempromosikan suatu organisasi tertentu karena memberikan kesan kebahagiaan dan inovasi, sedangkan *typefaces* dengan huruf kapital memberikan kesan kekuatan, keberanian, dan energi yang identik dengan sosok pahlawan. Namun, berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Garvey, Pietucha, dan Meeker (1997), *typefaces* akan lebih mudah dibaca jika terdiri dari kombinasi antara huruf kecil dan huruf kapital.



Gambar 2.18. *Lowercase & Uppercase*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

## 7. Terpisah atau Menyambung

*Typefaces* yang terpisah memberikan kesan individualis, sedangkan *typefaces* yang menyambung memberikan kesan kedekatan dan kesatuan.



Gambar 2.19. *Separated & Connected*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

## 8. Rapat atau Memanjang

*Typefaces* yang rapat memanfaatkan ruang yang terbatas dengan maksimal sehingga memberikan kesan yang ekonomis, sedangkan



*typefaces* yang memanjang menyediakan ruangan untuk bernapas dan bergerak sehingga memberikan kesan relaksasi.



Gambar 2.20. *Condensed & Extended*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

#### 9. Pendek atau Panjang

*Typefaces* yang pendek memberikan kesan stabil dan berat, tetapi juga dapat memberikan kesan kepuasan diri, sedangkan *typefaces* yang tinggi memberikan kesan ringan dan cepat.



Gambar 2.21. *Short & Tall*  
(*The Psychology of Font*, 2016)

#### 6. *Grid*

Menurut Samara (2014), semua pekerjaan desain berhubungan dengan visual dan penyusunan. Dimulai dari gambar, teks, judul, dan konten yang digabung menjadi satu untuk dapat menyampaikan suatu pesan. *Grid* adalah kerangka dasar yang terdiri dari garis vertikal dan horizontal. *Grid* digunakan untuk mengatur elemen-elemen visual agar selaras dan enak dilihat. *Grid* dapat dilakukan secara bebas maupun secara mekanik. Bagi desainer, *grid* sangat membantu terutama pada penyusunan tata letak desain agar informasi yang disampaikan jelas dan efisien. Selain itu, *grid* juga dapat digunakan bagi

desainer untuk berkolaborasi pada proyek yang sama tanpa mengurangi kualitas visual.



Gambar 2.22. *Grid*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

*Grid* menciptakan kesatuan dan fleksibilitas di antara gambar, tipografi, dan elemen grafis lainnya dengan penyusunan yang bervariasi sehingga tidak monoton. Dengan menggunakan *grid* ruang kosong, gambar di atas terlihat menyatu dengan konten karena menggunakan proporsi yang sama.

a) *Grid Anatomy*

Setiap *grid* berfungsi sebagai panduan untuk mendistribusikan elemen visual di seluruh format. *Grid* terdiri dari beberapa bagian yang dapat digabungkan atau dihilangkan sesuai kebutuhan desainer.

1. *Margins*

Jarak antara tepi format dengan konten yang menentukan posisi gambar dan teks diletakkan. *Margins* dapat digunakan untuk menarik perhatian pembaca dan juga sebagai tempat istirahat untuk mata.

## 2. *Flowlines*

Garis horizontal yang membantu memandu mata dalam melihat suatu format dan dapat digunakan sebagai titik fokus terhadap suatu teks atau gambar.

## 3. *Modules*

Ruang individual yang digunakan untuk membentuk kolom dan baris.

## 4. *Spatial Zones*

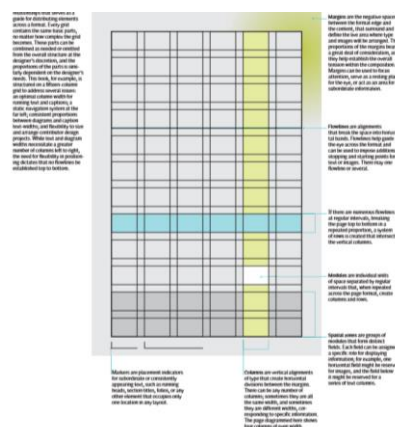
Kelompok *modules* yang berfungsi sebagai perantara antara bidang berupa gambar dengan bidang berupa teks.

## 5. *Columns*

Pembentukan vertikal yang membuat bagian horizontal di antara margin.

## 6. *Markers*

Penempatan teks bagian bawah agar konsisten dan terdapat hanya di satu lokasi dalam tata letak apapun.

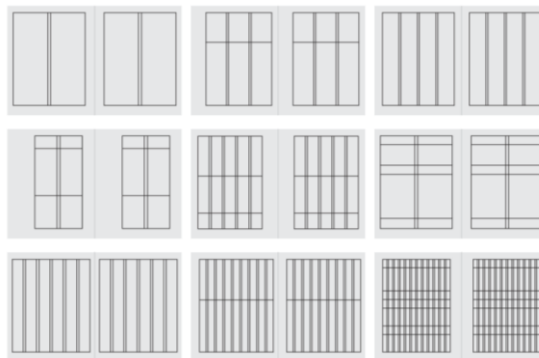


Gambar 2.23. *Grid Anatomy*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

## b) Macam-macam *Grid*

### 1. *Column Grid*

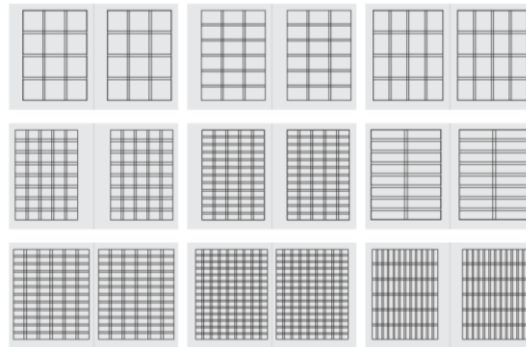
*Grid* yang digunakan untuk menyusun informasi secara vertikal. *Column grid* sangat fleksibel karena dapat melebar menyesuaikan teks yang ada. Dengan mempelajari tentang ukuran *typefaces*, *leading*, dan *spacing*, seorang desainer dapat menentukan lebar *column grid* sesuai yang dibutuhkan.



Gambar 2.24. *Column Grid*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

### 2. *Modular Grid*

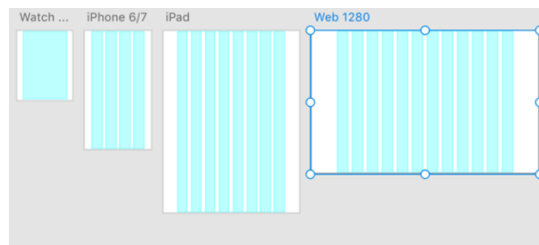
*Modular grid* adalah kolom yang berjumlah banyak dengan garis horizontal yang membagi kolom menjadi baris sehingga menciptakan matriks sel yang disebut modul. Kolom ini biasa digunakan untuk proyek yang kompleks dimana tingkat kontrol *grid* disesuaikan dengan ukuran modul. Semakin kecil modul, maka fleksibilitas dan presisi yang diberikan lebih besar, tetapi informasi yang didapat dapat membingungkan dan berlebihan.



Gambar 2.25. *Modular Grid*  
(*Design Elements: A Graphic Style Manual*, 2014)

c) *Grid dalam Interaction Design*

Menurut Babich (2017), berbeda dengan *grid* pada umumnya, *grid* dalam *interaction design* tidak memiliki ukuran yang pasti karena dalam berinteraksi setiap pengguna menggunakan perangkat yang berbeda. Walaupun begitu, seorang desainer tetap harus dapat mengatur konten dengan cara yang intuitif dan mudah dipahami. Dalam mencapai hal tersebut, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan *layout grid system*. *Layout grid* ini sering digunakan dalam *interaction design* karena mampu menentukan struktur dasar dari sebuah desain dan bagaimana setiap komponen menanggapi *breakpoint* yang berbeda.



Gambar 2.26. *Grid in Interaction Design*  
(<https://www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/>, 2017)

## 1. *Grid System*

Dengan adanya *grid system* dapat meningkatkan kualitas desain baik secara fungsional maupun estetis, serta membantu proses desain menjadi lebih efektif. *Grid system* terdiri dari:

### a) Jelas dan konsisten

*Grid* adalah fondasi yang mengatur karakteristik desain mulai dari proporsi, ritme, ruang kosong, dan hierarki. *Grid* juga membuat elemen-elemen tersebut konsisten pada seluruh tampilan *interface*. *Grid* yang jelas dan konsisten akan membuat mata lebih mudah dalam mendeteksi objek yang ada di layar. Hal ini juga berlaku untuk produk digital yang mengharuskan pengguna dalam menyelesaikan tugas tertentu.

### b) Meningkatkan pemahaman desain

Seluruh elemen desain yang dijadikan satu akan memberikan kesan kurang dapat dipercaya dan kurang bermanfaat. Maka dari itu, dibutuhkan pemahaman untuk menentukan hierarki visual dari suatu desain yang menjadi titik fokus dengan bantuan *grid*.

### c) Membuat sistem yang *responsive*

Sebuah aplikasi atau *website* dapat digunakan di setiap perangkat digital yang masing-masing memiliki layar berbeda. Oleh karena itu, desainer tidak hanya fokus pada satu perangkat saja tetapi juga beberapa perangkat yang memaksa desainer untuk berpikir tentang *grid system* yang lebih dinamis. Dengan bantuan *grid*, walaupun

perangkat yang digunakan berbeda tetapi pengalaman yang didapatkan akan sama.

d) Mempercepat proses desain

Dengan bantuan *grid* akan membantu desainer dalam menentukan spasi dan margin yang sesuai untuk mencegah pengerjaan ulang karena penyesuaian yang salah.

e) Membuat desain lebih mudah untuk diubah

Produk digital adalah produk yang terus berkembang dan selalu memiliki perubahan. Namun, walaupun terdapat perubahan desain, *grid* yang digunakan akan tetap sama.

f) Memfasilitasi kolaborasi

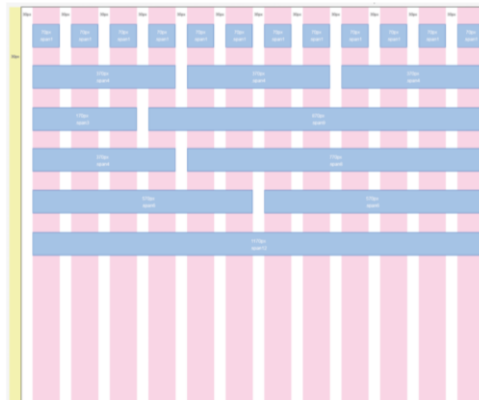
*Grid* memudahkan desainer dalam berkolaborasi dalam desain khususnya pada desain *interface* karena masing-masing desainer dapat mengerjakan tugas dengan tetap konsisten.

## 2. Desain *Layout Grids*

Menurut Babich (2017), ada beberapa hal yang harus diingat dalam mendesain suatu *layout grid*, yaitu:

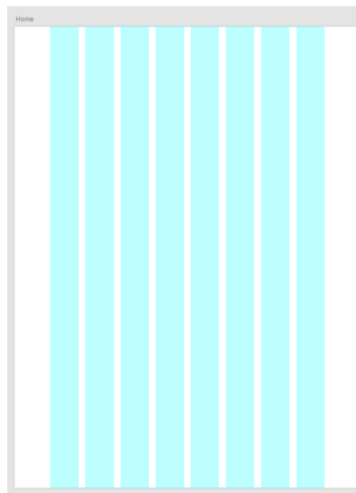
a) Pilih jumlah *grid*

Hal pertama yang dilakukan adalah memilih jumlah *grid* untuk *layout*. *Grid* yang paling banyak digunakan adalah *column grid* 12, karena angka 12 merupakan angka yang mudah dibagi dengan bilangan kecil lainnya dengan jarak yang sama sehingga desainer lebih fleksibel dalam mengatur *layout*.



Gambar 2.27. Pemilihan Jumlah *Grid*  
(<https://www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/>, 2017)

Namun, *column grid 12* bukan satu-satunya solusi dalam desain *layout* walaupun sudah sering digunakan oleh desainer. Maka dari itu, penentuan jumlah *grid* harus disesuaikan dengan kebutuhan.

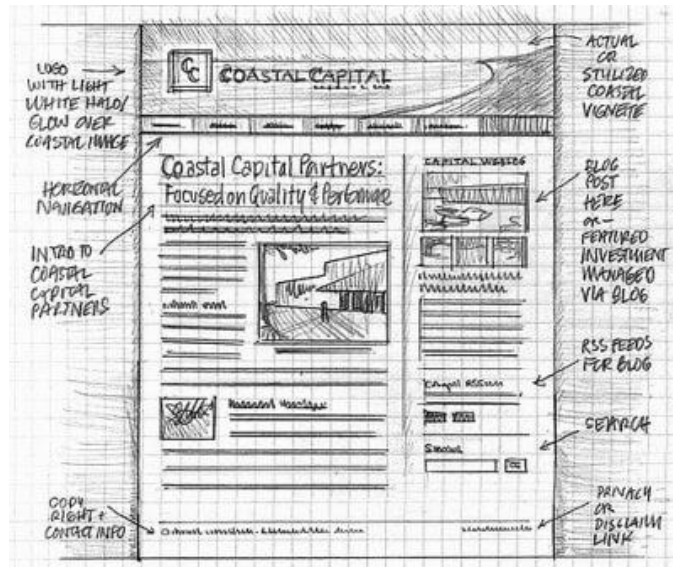


Gambar 2.28. *Grid* dengan 8 Kolom  
(<https://www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/>, 2017)

Salah satu cara untuk mengetahui jumlah *grid* yang dibutuhkan adalah dengan membuat sketsa, baik manual maupun



digital. Hal ini penting dilakukan agar desainer memiliki gambaran mengenai konten yang akan disajikan pada layar.



Gambar 2.29. Sketsa Grid

(<https://www.smashingmagazine.com/2017/12/building-better-ui-designs-layout-grids/>, 2017)

## 7. Tekstur

Tekstur merupakan kualitas dari suatu permukaan benda. Berdasarkan seni visual, tekstur tergolong menjadi dua, yaitu taktil dan visual. Tekstur taktil atau *actual texture* adalah tekstur yang dapat disentuh dan dirasakan secara nyata. Sedangkan tekstur visual adalah tekstur nyata yang dibuat dengan tangan.

### 2.1.2. Prinsip Desain

Menurut Landa (2013), prinsip desain terdiri dari 4 hal, yaitu keseimbangan, penekanan, ritme dan kesatuan.

## 1. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan hal yang diciptakan karena adanya kesetaraan antara elemen visual dengan setiap sisi dari suatu komposisi desain. Desain yang baik adalah desain yang memiliki keseimbangan yang baik. Dalam memahami keseimbangan yang baik, dibutuhkan beberapa faktor seperti, bobot visual (*visual weight*), posisi (*position*), dan penyusunan (*arrangement*).

Berdasarkan jenisnya, keseimbangan tergolong menjadi tiga, yaitu simetris, asimetris, dan radial. Simetris atau yang biasa disebut simetri refleksi adalah ketika elemen visual berada di kedua sisi yang sama. Asimetris adalah ketika elemen berada di sisi yang berbeda secara bentuk, tetapi secara visual tetap sama. Sedangkan, radial adalah ketika elemen berada di titik pusat dan membentuk lingkaran.

## 2. Penekanan

Penekanan merupakan pengaturan elemen visual berdasarkan hierarki sehingga objek dapat dilihat dengan cepat dan mudah. Seorang desainer harus mengetahui cara menentukan objek yang akan menjadi titik fokus agar tidak terjadi kekacauan visual. Adapun cara untuk menentukan emphasis sebagai berikut:

- a) Pemisahan objek yang menjadi pusat perhatian dengan objek lainnya.
- b) Menempatkan objek utama di tempat tertentu seperti di sudut kiri atas atau di tengah.
- c) Memperbesar dan memperkecil ukuran objek utama

- d) Membuat objek utama berbeda dengan objek lain dari segi warna, bentuk, ukuran, dan sebagainya.
- e) Menggunakan bantuan arah untuk membuat mata *audience* tertuju pada suatu objek tertentu.
- f) Meletakkan objek dalam bentuk diagram

### **3. Ritme**

Ritme merupakan proses pengulangan elemen visual untuk menarik perhatian *audience*. Seperti halnya dalam musik, ritme dalam desain juga dapat dipercepat dan diperlambat dengan mengatur ukuran, bentuk, dan posisi. Tujuan adanya ritme dalam perancangan desain adalah sebagai alur bagi *audience* dalam menikmati suatu karya desain.

### **4. Kesatuan**

Kesatuan merupakan gabungan dari elemen visual berdasarkan kemiripan, bentuk, atau warna sehingga menjadi satu kesatuan. Menurut hukum persepsi, ada beberapa kunci untuk mencapai kesatuan dalam desain, yaitu *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, dan *continuing line*.

## **2.2. Aplikasi**

Menurut Salz dan Moranz (2013), aplikasi adalah sebuah perangkat lunak yang digunakan secara khusus dalam sebuah perangkat seluler. Umumnya, sebuah aplikasi diunduh oleh pengguna dan setelah berhasil diunduh aplikasi akan beroperasi sesuai dengan sistem operasi (OS) yang dimiliki pengguna, sehingga tidak jarang aplikasi juga memanfaatkan beberapa fitur yang ada di perangkat seluler.

### 2.2.1 Jenis Aplikasi

Jenis aplikasi menurut Cuello & Vittone (2013) terdiri dari tiga jenis, yaitu:

#### 1. *Web Apps*

Jenis aplikasi yang berbasis pada HTML, JavaScript dan CSS yang merupakan bahasa pemrograman web. *Web Apps* dapat digunakan pada setiap platform tanpa perlu diunduh karena sudah tersedia pada situs web seperti google chrome, mozilla firefox, dan sebagainya. Dalam menggunakan *web apps*, pengguna tidak perlu mengubah ke versi baru karena sudah otomatis diubah oleh web. Kekurangan jenis aplikasi ini adalah harus menggunakan internet dalam penggunaannya dan memiliki manajemen memori yang terbatas. Dari segi desain, *web apps* menggunakan tampilan umum yang dapat diidentifikasi oleh pengguna dengan mudah.



Gambar 2.30. Web Apps  
(*Designing Mobile Apps*, 2013)

## 2. *Native Apps*

Jenis aplikasi hanya dapat diunduh melalui toko aplikasi seperti Play Store dan App Store. *Native apps* sering mengalami perubahan (*update*), sehingga untuk mendapatkan versi terbaru pengguna harus mengunduh ulang secara manual. Sedangkan karakteristik *native apps* adalah dapat menggunakan sistem operasi seperti IOS atau Android yang ada pada perangkat pengguna. Contohnya ketika pengguna mengunduh aplikasi WhatsApp, maka notifikasi dari aplikasi tersebut akan muncul di layar walaupun pengguna sedang tidak membuka WhatsApp. Dari segi desain, *native apps* akan menyesuaikan dengan sistem operasi yang digunakan pada masing-masing pengguna.



Gambar 2.31. *Native Apps*  
(*Designing Mobile Apps, 2013*)

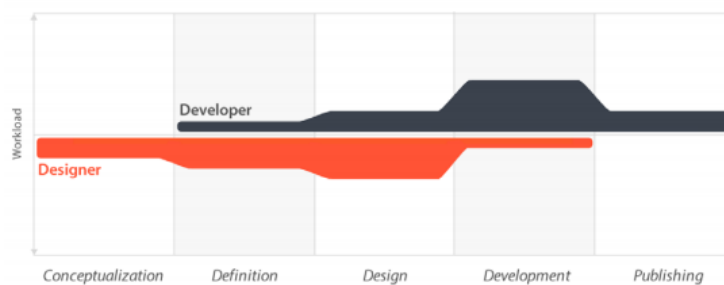
## 3. *Hybrid Apps*

Jenis aplikasi yang merupakan gabungan dari *web apps* dari segi pengembangan dan *native apps* dari segi tampilan. *Hybrid apps* memungkinkan developer dalam menggunakan kode yang hampir sama pada

aplikasi yang berbeda. Contohnya aplikasi untuk IOS dan Android yang didistribusikan di toko yang berbeda. Dari segi desain, *hybrid apps* tidak memiliki desain yang signifikan terhadap sistem operasi.

### 2.2.2 Proses Desain dan Pengembangan Aplikasi

Menurut Cuello & Vittone (2013), setiap proses desain dan pengembangan aplikasi dimulai dari tahapan pembuatan ide sampai tahapan analisis. Pada proses ini, desainer dan *developer* bekerja pada tahapan yang berbeda, tetapi mereka tetap bekerja sama dan saling berhubungan.



Gambar 2.32. Proses Desain dan Pengembangan Aplikasi  
(*Designing Mobile Apps*, 2013)

#### 1. Konsep

Tahap pertama adalah pembuatan konsep aplikasi yang dilakukan dengan mempertimbangkan masalah dan kebutuhan pengguna. Pembuatan konsep dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu ideasi, penelitian, dan formalisasi.

#### 2. Definisi

Tahap kedua adalah tahap memahami pengguna yang menghasilkan persona dan *journey map*. Pada tahap ini, fungsi aplikasi mulai terlihat sehingga indikator desain dan pengembangan aplikasi dapat diperkirakan.

### **3. Desain**

Tahap selanjutnya setelah pembuatan konsep dan persona atau *journey map* adalah desain yang terdiri dari *wireframing*, *prototyping*, dan *user test*. Setelah melewati ketiga proses tersebut, hasil desain yang final dikirimkan kepada *developer* dan *programmer* secara terpisah.

### **4. Pengembangan**

Tahap selanjutnya adalah pengembangan aplikasi yang menjadi tanggung jawab dari *programmer* untuk pembuatan *code* dan perbaikan masalah pada aplikasi.

### **5. Publikasi**

Tahap terakhir adalah perilisan aplikasi yang sudah dirancang melalui toko aplikasi seperti Play Store dan App Store agar dapat digunakan oleh pengguna. Aplikasi yang sudah dirilis akan ditinjau melalui data statistik dan komentar pengguna sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan di versi selanjutnya.

#### **2.2.3 Kategori Aplikasi**

Kategori aplikasi menurut Cuello & Vittone (2013) adalah:

##### **1. Hiburan**

Aplikasi yang memiliki unsur kesenangan bagi pengguna yang didukung oleh grafik, suara, dan animasi. Umumnya memiliki desain yang tidak terikat dengan peraturan dari suatu platform. Contohnya adalah Angry Bird.

## 2. Sosial

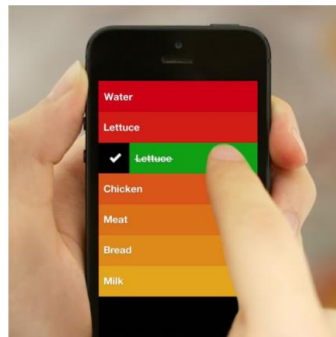
Aplikasi yang berhubungan dengan sosial seperti komunikasi, jaringan kontak, dan interaksi. Salah satu aplikasi sosial yang populer adalah Facebook, Path, Twitter, dan Instagram.



Gambar 2.33. Kategori Aplikasi untuk Sosial  
(*Designing Mobile Apps*, 2013)

## 3. Utilitas dan Produktivitas

Aplikasi ini sering dikaitkan dengan bisnis sehingga yang menjadi latar belakang aplikasi ini dibuat adalah untuk memecahkan masalah pengguna yang berhubungan dengan produktivitas. Contohnya adalah aplikasi *to-do list* untuk memecahkan masalah pengguna yang suka lupa.



Gambar 2.34. Kategori Aplikasi untuk Produktivitas  
(*Designing Mobile Apps*, 2013)



#### 4. Pendidikan dan Informatif

Aplikasi yang berfungsi untuk menambah pengetahuan dan memberikan informasi. Oleh karena itu, akses untuk aplikasi ini merupakan faktor terpenting karena dari segi keterbacaan, kemudahan navigasi, dan kemudahan alat untuk mencari harus diperhatikan.



Gambar 2.35. Kategori Aplikasi untuk Informatif  
(*Designing Mobile Apps*, 2013)

#### 5. Kreasi

Aplikasi yang mendorong pengguna untuk mengasah kreativitas. Contohnya, seperti aplikasi edit foto, edit video, dan sebagainya. Umumnya, aplikasi ini dapat diunduh secara gratis, tetapi jika ingin menikmati fitur tambahan pengguna harus membelinya terlebih dahulu.



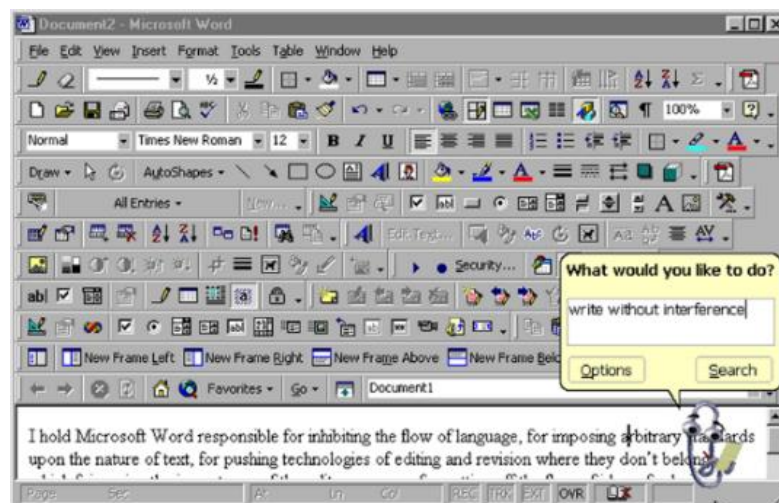
Gambar 2.36. Kategori Aplikasi untuk Kreasi  
(*Designing Mobile Apps*, 2013)

## 2.2.4 Prinsip Perancangan Aplikasi

Menurut Babich (2016), hal terpenting dalam merancang sebuah aplikasi adalah dengan memastikan bahwa aplikasi tersebut berguna. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui prinsip-prinsip dasar dalam merancang aplikasi yang terdiri dari:

### 1. Hindari Kekacauan Visual

Hindari penggunaan elemen visual seperti teks, tombol, dan gambar yang terlalu banyak karena akan membuat pengguna kebingungan dalam mengolah informasi.



Gambar 2.37. Contoh Kekacauan Visual  
(<https://uxplanet.org/mobile-ux-design-key-principles-dee1a632f9e6>, 2019)

### 2. Membuat Navigasi yang Baik

Navigasi yang baik adalah prioritas utama dari setiap aplikasi. Dalam membuat navigasi yang baik terdiri dari tiga prinsip, yaitu:

#### a) Jelas

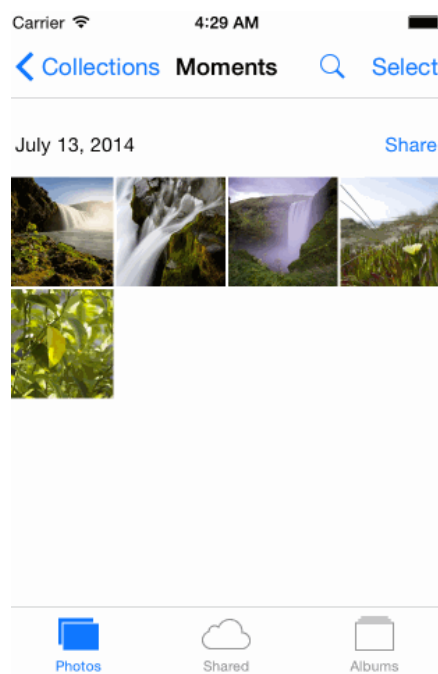
Menggunakan navigasi yang umum dan jelas sehingga pengguna dapat mencapai tujuannya dengan cepat dan tepat.

b) Konsisten

Kontrol pada navigasi berada di area yang sama walaupun aplikasinya berbeda.

c) Terlihat

Suatu navigasi dikatakan berhasil ketika pengguna dapat menemukan navigasi tersebut dengan mudah. Oleh karena itu, diperlukan navigasi yang terlihat atau yang tidak tersembunyi.



Gambar 2.38. Contoh Navigasi  
(<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

### 3. Menciptakan user experience (UX)

Di era yang modern ini, perangkat digital semakin berkembang mulai dari layar besar hingga layar yang kecil yang tentu memiliki ukuran layar yang berbeda. Maka dari itu, sebagai desainer penting untuk menciptakan UX pada perangkat digital yang berbeda seperti Apple Music contohnya.



Gambar 2.39. Contoh UX  
(<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

#### 4. Mendesain tap yang *finger-friendly*

Tombol yang kecil akan susah digunakan jika dibandingkan dengan tombol yang besar. Tetapi, akan lebih baik lagi jika tombol yang dibuat disesuaikan dengan ukuran jari pengguna agar memberikan rasa yang nyaman.

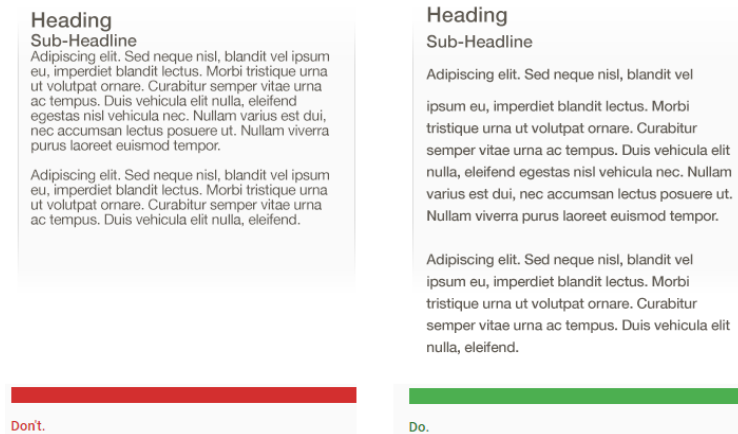


Gambar 2.40. *Do & Don't* dalam Mendesain Tap  
(<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

#### 5. Teks harus terbaca

Memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan karena masing-masing perangkat digital memiliki ukuran layar yang berbeda. Keterbacaan teks dapat

ditingkatkan dengan menambah tinggi garis (*line height*) dan jarak huruf (*letter spacing*).



Gambar 2.41. *Do & Don't* dalam Mengatur Teks (<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

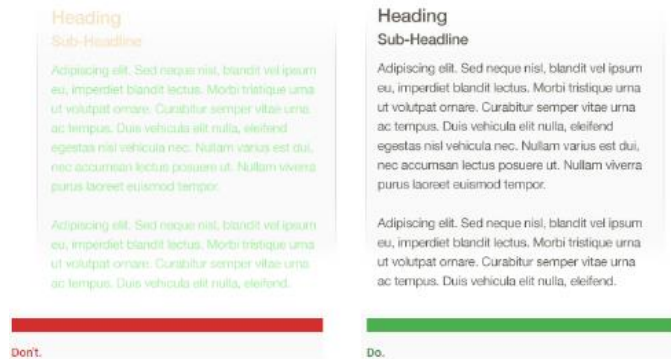
## 6. Membuat Elemen UI terlihat jelas

Cahaya dari luar dan dalam ruangan tentu saja berbeda. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan kontras warna yang sesuai agar UI dapat terlihat dengan jelas, baik di dalam maupun luar ruangan.



Gambar 2.42. Contoh Kontras Warna pada UI (<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

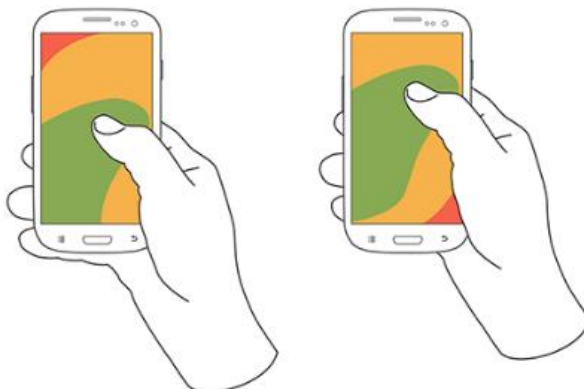
Sama halnya dengan teks dan ikon, pastikan ada kontras antara warna teks dan ikon dengan latar belakang.



Gambar 2.43. Contoh Kontras Warna pada Teks (<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

## 7. Desain kontrol bergantung pada posisi tangan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Steven Hooper, 49% orang menggunakan jempol untuk menyelesaikan berbagai hal di ponselnya. Berikut ini adalah perkiraan jangkauan pada layar ponsel tersebut:



Gambar 2.44. Diagram Jangkauan pada Layar Ponsel (<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

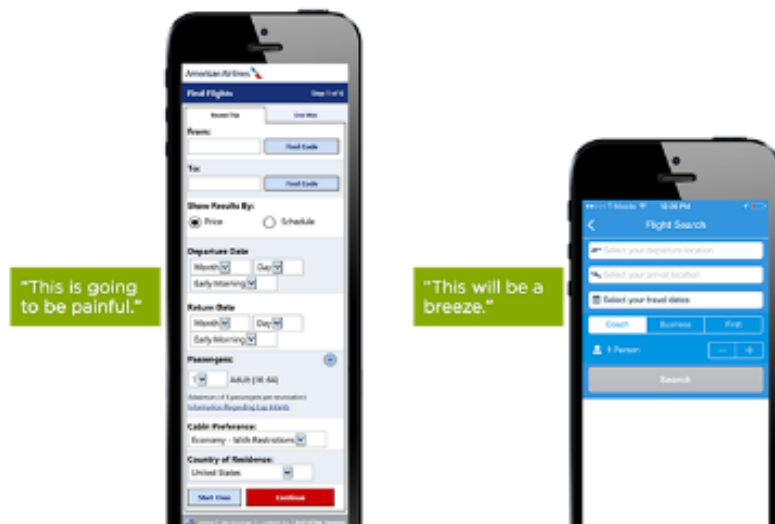
Warna hijau merupakan area yang dapat dicapai dengan mudah, warna kuning merupakan area yang membutuhkan celah, dan warna merah merupakan area yang mengharuskan pengguna untuk mengubah cara memegang ponsel.

## 8. Meminimalkan kebutuhan mengetik

Layar pada perangkat digital sangat terbatas sehingga penting untuk meminimalkan kebutuhan pengguna dalam mengetik dengan cara di bawah ini:

- a) Membuat formulir yang singkat dan sederhana

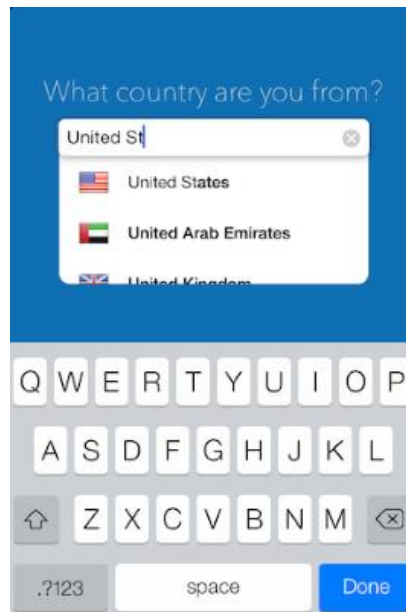
Dibandingkan membuat formulir dalam satu halaman sekaligus, akan lebih jika hanya menampilkan sebagian karena formulir yang panjang membuat pengguna malas untuk mengisi.



Gambar 2.45. Contoh Formulir yang Salah dan Benar (<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

b) Menggunakan data yang dapat dilengkapi secara otomatis

Cara kedua adalah dengan membuat data yang dapat dilengkapi secara otomatis, sehingga pengguna tidak perlu menghabiskan waktu untuk mengetik.



Gambar 2.46. Contoh Pengisian Data Otomatis  
(<http://babich.biz/mobile-ux-design-key-principles-2/>, 2016)

## 9. Mengoptimalkan penggunaan UX

Dalam penggunaan seluler, pengguna berharap dapat menyelesaikan tugasnya dengan waktu yang singkat sehingga penting untuk membuat UX dengan interaksi yang minim agar pengguna dapat mencapai tujuannya dengan cepat.

## 10. Mencoba Desain

Sangat penting untuk mencoba desain kepada pengguna secara langsung dengan perangkat yang berbeda untuk membuktikan keberhasilan dari suatu desain.



### **2.3. User Experience (UX) dan User Interface (UI)**

Menurut Lamprecht (2019), *user experience* (UX) dan *user interface* (UI) merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah produk dan sering dikaitkan bersama. Namun, keduanya memiliki peran yang sangat berbeda karena UX lebih berhubungan dengan proses analisis, sedangkan UI berhubungan dengan desain secara grafis.

#### **2.3.1. User Experience (UX)**

Menurut Experience (2017), *user experience* adalah tingkat kepuasan pengguna pada saat berinteraksi dengan suatu sistem atau produk. Kemudian Lamprecht (2019) juga menambahkan bahwa UX desain bukan tentang visual, melainkan tentang pengalaman yang didapatkan oleh pengguna.

Sedangkan menurut Lam (2016), terdiri beberapa tahapan dalam proses mendesain UX, yaitu:

##### **1. Riset Pengguna**

Riset pengguna merupakan tahap pertama dalam setiap proses desain. Pada tahap ini desainer harus memahami tentang kebutuhan calon penggunanya. Selain dengan menyiapkan daftar pertanyaan, desainer juga dapat menggunakan metode lain seperti survei, wawancara, serta pengumpulan ide dari pengguna.

##### **2. Pembuatan Persona**

Setelah memahami apa yang pengguna butuhkan dengan melakukan riset, tahap selanjutnya adalah pembuatan persona. Persona adalah representasi dari pengguna dengan menggabungkan tujuan, kebutuhan, dan minat. Dalam proses desain UX, persona sangat dibutuhkan karena suatu aplikasi dibuat berdasarkan

persona dari calon pengguna tersebut. Dengan adanya persona akan memudahkan desainer untuk memiliki gambaran tentang aplikasi yang dirancang sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pengguna.

### **3. Pembuatan *Sitemap***

Sama seperti *website*, setiap aplikasi juga membutuhkan *sitemap*. *Sitemap* dibuat dengan tujuan untuk mencegah kesulitan pengguna pada saat menggunakan aplikasi. Pembuatan *sitemap* dapat dilakukan dengan membuat alur aplikasi dan skenario untuk mencapai tujuan tertentu.

### **4. *Wireframing* dan *Prototyping***

Tahapan *wireframing* dan *prototyping* akan membantu desainer agar memiliki gambaran tentang aplikasi yang dirancang. Oleh sebab itu, pada tahap *wireframing* yang menjadi fokus desainer adalah eksplorasi desain untuk menemukan solusi yang terbaik, bukan tentang seberapa besar atau kecil suatu teks. Poin penting dari *wireframing* adalah untuk mendapatkan umpan balik dari orang lain sehingga jika ada hal yang kurang dapat diperbaiki sebelum melanjutkan ke tahap selanjutnya. Jika proses *wireframing* selesai maka dapat melanjutkan ke proses *prototyping*.

### **5. Pembuatan UI**

Setelah proses *wireframing* dan *prototyping*, pembuatan elemen visual (UI) yang terdiri dari tipografi, warna, dan sebagainya dibuat. Pada tahapan ini desainer tidak boleh melupakan UX karena setiap proses pembuatan UI didasari dengan proses UX yang telah dilakukan.

## 6. Validasi dan Analisis

Tahapan terakhir dalam proses UX adalah validasi yang dilakukan dengan melakukan uji coba kepada pengguna. Berhasil atau tidaknya suatu aplikasi dapat dilihat dari bagaimana cara pengguna berinteraksi dan apakah tujuan mereka tercapai. Dengan melakukan uji coba, desainer dapat menganalisis apa yang harus diperbaiki.

### 2.3.2. User Interface (UI)

Menurut Usability.Gov (2021), *user interface* (UI) adalah tampilan yang dilihat pengguna pada saat berinteraksi dengan suatu sistem atau produk, sehingga tampilan UI harus memiliki elemen yang mudah dipahami dan mudah diakses. UI terdiri dari konsep desain, desain visual, dan arsitektur informasi.

#### 1. Memilih Elemen UI

Pengguna akan lebih mudah paham pada tampilan UI yang sudah umum, sehingga penting untuk memilih elemen UI yang konsisten dan mudah diprediksi. Hal ini dapat membantu pengguna agar lebih puas dan efisien dalam mencapai tujuannya.

Berikut ini adalah dasar-dasar dari elemen UI:

- *Input Control*

Terdiri dari elemen yang digunakan untuk memasukkan data seperti *buttons*, *text fields*, *checkboxes*, *radio buttons*, *dropdown lists*, *list boxes*, *toggles*, dan *date field*.

- *Navigational Components*

Terdiri dari elemen yang bersifat sebagai navigasi seperti *breadcrumb*, *slider*, *search bar*, *pagination*, *slider*, *tags*, dan *icons*.

- *Informational Components*

Terdiri dari elemen yang bersifat sebagai pemberi informasi seperti *tooltips*, *icons*, *progress bar*, *notifications*, *message boxes*, dan *modal windows*.

## 2. Mendesain UI

Sama seperti UX, mendesain UI juga harus memperhatikan pengguna, mulai dari mengetahui tujuan (*goal*), kemampuan (*skill*), preferensi, hingga tingkah laku pengguna. Maka dari itu, penting untuk mengetahui prinsip dasar dalam mendesain UI.

### a) Membuat tampilan UI yang sederhana

Tampilan UI yang baik adalah tampilan yang hampir tidak terlihat oleh pengguna karena hanya terdiri dari elemen yang benar-benar dibutuhkan (fungsional).

### b) Menggunakan elemen UI yang umum dan konsisten

Dengan menggunakan elemen UI yang sudah umum dan konsisten, pengguna akan merasa lebih nyaman karena dapat menyelesaikan tujuannya dengan cepat karena sudah lebih paham.

### c) Menyusun tata letak (*layout*) dengan baik

Susun informasi atau konten berdasarkan kepentingannya untuk membantu menarik perhatian pengguna agar fokus terlebih dahulu pada informasi atau konten tertentu.

d) Menggunakan warna dan tekstur untuk menarik perhatian

Salah satu cara untuk menarik perhatian pengguna adalah dengan menggunakan warna ataupun tekstur.

e) Menggunakan tipografi

Selain warna dan tekstur, penggunaan tipografi juga dapat menarik perhatian pengguna, yaitu dengan menggunakan ukuran atau jenis tipografi yang berbeda, maupun pengaturan letaknya.

f) Menggunakan *default*

*Default* atau pengisian otomatis juga dibutuhkan dalam elemen UI karena dapat memudahkan tugas pengguna. Umumnya, penggunaan *default* digunakan dalam pengisian data.

## **2.4. Wisata**

### **2.4.1. Objek Daya Tarik Wisata (ODTW)**

Menurut BPS RI (2019) dalam buku Statistik Wisatawan Nusantara 2018, objek daya tarik wisata (ODTW) menurut UU No 9 tahun 2009 tentang pariwisata adalah keunikan dari suatu objek wisata berupa kekayaan alam dan budaya yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung. Objek daya tarik wisata terdiri dari beberapa kelompok, yaitu:

#### **1. Daya tarik wisata alam**

Objek wisata yang memiliki keunikan berupa kekayaan alam.

#### **2. Daya tarik wisata bahari**

Objek wisata yang memiliki keunikan pada pantai atau laut.

### **3. Daya tarik wisata alam**

Objek wisata yang memiliki keunikan berupa budaya.

### **4. Daya tarik buatan**

Objek wisata hasil buatan manusia yang memiliki keunikan tertentu.

#### **2.4.2. Kegiatan Wisata**

Menurut BPS RI (2019), berdasarkan *Passenger Exit Survey* (PES) yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata pada tahun 2016, kegiatan wisata terdiri dari beberapa kelompok, yaitu:

##### **1. Wisata bahari**

Wisata yang berhubungan dengan pantai dengan kegiatan berselancar, berjemur, *parasailing*, memancing, dan menyelam.

##### **2. Ekowisata**

Wisata yang berhubungan dengan ekosistem dengan kegiatan bertani, berkebun, *birdwatching*, susur sungai, dan bersepeda gunung.

##### **3. Wisata petualangan**

Wisata yang berhubungan dengan petualangan dengan kegiatan berkemah, berburu, menjelajahi gua, dan *skydiving*.

##### **4. Wisata sejarah atau religi**

Wisata yang berhubungan dengan sejarah dan keagamaan dengan kegiatan mengunjungi museum atau tempat suci.

##### **5. Wisata kuliner**

Wisata yang berhubungan dengan kuliner dengan kegiatan mencoba berbagai makanan yang ada di suatu daerah.

## **6. Wisata kota dan pedesaan**

Wisata yang berhubungan dengan aktivitas yang dapat dilakukan di kota atau desa dengan kegiatan belanja, menikmati hiburan, dan berkunjung ke pasar tradisional.

## **7. Wisata MICE**

Wisata yang berhubungan dengan acara, kongres, bisnis, dan sebagainya dengan kegiatan menghadiri *meeting*, melakukan *incentive*, serta menghadiri *convention* dan *exhibition*.

## **8. Wisata olahraga atau kesehatan**

Wisata yang berhubungan dengan olahraga dan kesehatan jasmani dengan kegiatan olahraga, senam, serta menonton acara yang berhubungan dengan olahraga tersebut.

### **2.4.3. Unsur Wisata**

Menurut Setiyadi (2019), dalam dunia pariwisata, terdapat istilah 3A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas) yang mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan, lama tinggal wisatawan, dan minat wisatawan untuk kembali. Oleh sebab itu, setiap destinasi wisata harus memiliki 3A yang terdiri dari:

#### **1. Atraksi**

Atraksi merupakan daya tarik suatu destinasi wisata terhadap sesuatu yang dapat dinikmati, dilihat, didengar, dan dirasakan. Tetapi, atraksi wisata yang baik juga harus bisa memberikan kesan dan pengalaman kepada setiap wisatawan.

## **2. Amenitas**

Amenitas adalah layanan pendukung dari suatu destinasi wisata berdasarkan kebutuhan wisatawan seperti toilet, tempat ibadah, tempat parkir, hotel atau penginapan, restoran, dan sebagainya. Amenitas yang lengkap dan nyaman akan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi wisata.

## **3. Aksesibilitas**

Aksesibilitas adalah kemudahan wisatawan dalam mengakses suatu informasi atau transportasi pada saat berwisata. Akses informasi berkaitan dengan informasi mengenai suatu destinasi wisata beserta fasilitas dan akomodasi yang ditawarkan. Sedangkan akses transportasi berkaitan dengan transportasi yang dibutuhkan wisatawan untuk mencapai suatu tempat ketika sedang berwisata.

### **2.5. Batam**

Dilansir dari situs resmi [iteba.ac.id](http://iteba.ac.id), Batam adalah salah satu kota terbesar di Provinsi Kepulauan Riau. Wilayah Batam terdiri dari Pulau Batam, Pulau Rempang, dan Pulau Galang yang ketiganya dihubungkan oleh Jembatan Barelang. Dilihat dari segi geografis, Batam memiliki lokasi yang strategis karena berada di jalur pelayaran internasional dan berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia. Sedangkan dari segi demografis, Batam terdiri dari banyak suku. Suku yang paling banyak ditemukan di Batam adalah Melayu, Jawa, Batak, Minangkabau, dan Tionghoa.

Batam terkenal sebagai kota industri yang ditandai dengan banyaknya PT besar yang ada di Batam. Berbagai macam industri dapat ditemukan di Batam,



mulai dari galangan kapal, logam, baja, elektronika, plastik, pakaian jadi (garmen), dan sebagainya. Sedangkan untuk pariwisata, Batam memiliki hotel dan *resort* mewah yang dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan ketika berkunjung ke Batam.

Menurut Rizki (2016), selain hotel dan *resort* mewah, Batam juga memiliki atraksi menarik dan aksesibilitas yang mudah. Hal ini menjadi alasan Batam ditunjuk sebagai salah satu kota MICE di Indonesia. Selain itu, banyak juga kegiatan pariwisata berupa pameran yang diadakan di Batam dengan mengundang wisatawan-wisatawan dari luar yang secara tidak langsung membantu perekonomian Batam di bidang sektor pariwisata.

## **2.6. MICE**

Istilah MICE di Indonesia menurut Desthiani & Suwandi (2019), adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan berupa jasa bagi sekelompok orang yang memiliki kepentingan yang sama. Umumnya, MICE diselenggarakan oleh suatu asosiasi, organisasi, dan korporasi. Dalam pelaksanaannya, MICE berkaitan dengan sektor usaha lain seperti transportasi, akomodasi, hiburan, dan perjalanan insentif. Dengan bekerjasama dengan pengelolaan profesional tersebut maka akan tercipta MICE yang sukses.

### **2.6.1. Pengertian MICE**

MICE (*meeting, incentive, convention, exhibition*) menurut Desthiani & Suwandi (2019), adalah sebuah kegiatan dalam pariwisata yang sudah direncanakan secara matang dengan melibatkan sekelompok orang yang memiliki tujuan yang sama.

Sedangkan menurut Kesrul, MICE adalah kegiatan pariwisata yang aktivitasnya merupakan gabungan antara waktu senggang (*leisure*) dan waktu kerja (*business*) dengan melibatkan sekelompok orang yang memiliki tujuan sama dalam mengikuti rangkaian kegiatan berupa *meetings, incentive, conventions, dan exhibition*.

### **2.6.2. Bentuk-bentuk MICE**

Bentuk-bentuk MICE menurut Desthiani & Suwandi (2019) terdiri dari:

#### **1. *Meeting***

Sebuah pertemuan yang umumnya digunakan oleh sekelompok orang untuk mengembangkan usaha atau bisnisnya. Pembahasan *meeting* dapat berupa peningkatan SDM, kerjasama, peningkatan profesionalisme, dan sebagainya.

#### **2. *Incentive***

Sebuah program yang umumnya berupa perjalanan gratis yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan sebagai bentuk motivasi untuk bekerja lebih giat, serta memiliki niat untuk berkontribusi lebih dalam perusahaan.

#### **3. *Convention***

Berbeda dengan *meeting, convention* adalah sebuah pertemuan yang melibatkan sekelompok orang untuk bertukar pikiran dan pengalaman serta berdiskusi untuk membahas topik-topik tertentu secara terbuka.

#### **4. *Exhibition***

Sebuah kegiatan yang umumnya berbentuk pameran yang dilakukan oleh suatu kelompok atau organisasi untuk memasarkan produknya dalam bentuk *display* kepada calon pembeli.