

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

Arti dari kata desain secara literal adalah membuat atau merancang sesuatu, sedangkan menurut Landa (2014) arti dari desain grafis adalah bentuk dari komunikasi visual yang digunakan sebagai bentuk penyampaian sebuah pesan atau sebuah informasi kepada orang yang melihat atau spektator. Desain grafis sendiri merupakan representasi visual dari sebuah ide atau topik yang bergantung dengan pembuatan, pemilahan dan penyusunan dari elemen visual. Sebagai basis dalam menyusun desain grafis ada teori dasar yang harus diperhatikan seperti prinsip dan elemen desain (hlm. 1).

##### **2.1.1. Prinsip Desain**

Dalam proses pembuatan desain, diperlukan adanya pengetahuan dasar pembuat desain terhadap prinsip yang harus digunakan pada sebuah desain. Prinsip desain digunakan sebagai alat untuk mencapai hasil desain yang lebih teratur dan konsisten. Menurut Landa (2014) prinsip desain adalah sesuatu yang harus diperhatikan agar desain saling bergantung. Prinsip desain tersebut adalah sebagai berikut:

###### **2.1.1.1. Format**

Format sendiri memiliki bentuk arti berbeda-beda, tetapi pada prinsip desain arti format adalah suatu batasan atau limitasi berupa ketentuan desain yang menjadi alat penentu media dari suatu unsur atau elemen desain seperti

ukuran kertas, jenis *file* atau jenis media seperti *phone screen*, kertas atau buku. Terlepas dari bentuk atau tipe format desain yang berbeda, komponen-komponen visual harus menyesuaikan dengan batas dan limitasi dari format atau ketentuan tersebut (hlm. 29).



Gambar 2.1. Ilustrasi format media  
(neilpatel.com)

### 2.1.1.1 *Balance*

*Balance* atau keseimbangan adalah kestabilan desain yang tercipta akibat adanya pembagian bobot-bobot visual secara merata di tiap-tiap sisi objek visual utama sebagai visual informasi, yang dibagikan secara bersamaan dengan pembagian tersebut dilakukan secara merata kepada seluruh elemen komposisi desain yang ada. Di saat sebuah desain seimbang, hasil komposisi visual desain cenderung dapat memberikan hasil yang harmonis (hlm. 30).



Gambar 2.2. Ilustrasi Contoh *Balance*  
(Design Central, 2016)

#### 2.1.1.2 *Emphasis*

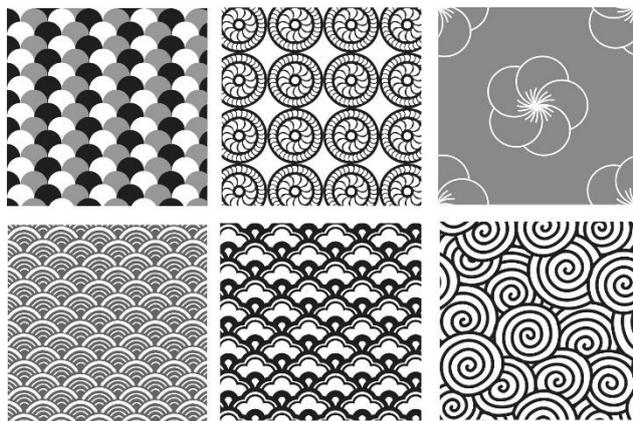
*Emphasis* atau penekanan adalah bentuk aransemen dari peletakan suatu elemen visual sesuai dengan kepentingan yang dibutuhkan dari desain yang dibuat, *emphasis* memiliki ciri khas adanya penekanan beberapa elemen visual yang lebih jelas dibandingkan dengan elemen visual lainnya dengan membuat elemen tertentu tersebut lebih dominan dan melemahkan unsur visual bagian lainnya sehingga ada area unsur visual yang terlihat lebih mencolok dan diutamakan (hlm. 33).



Gambar 2.3 Ilustrasi contoh emphasis pada visual hierachy (Design Central, 2016)

### 2.1.1.3 Rhythm

Pengertian *Rhythm* atau ritme sebagai prinsip desain adalah ritme merupakan sebuah bentuk *pattern* yang diilustrasikan secara berulang-ulang pada elemen desain (hlm. 35).



Gambar 2.4 Contoh ilustrasi *pattern* (<http://more-sky.com/group/modern-pattern-wallpaper/>, 2017 )

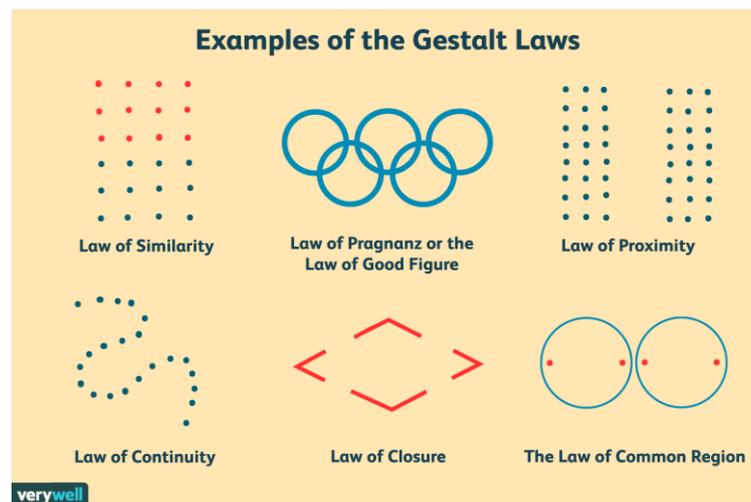
#### 2.1.1.4 *Unity*

Prinsip desain *Unity* atau satu kesatuan merupakan komposisi dari suatu desain di mana tiap-tiap elemen desain yang dipaparkan terlihat tertata secara utuh dan solid sehingga elemen desain tersebut dapat membentuk suatu bentuk visual yang menghasilkan hasil desain yang sempurna jika digabungkan. Di dalam prinsip desain *unity* ada komposisi yang dinamakan *gestalt*, sebagai alat untuk identifikasi satu kesatuan suatu elemen visual. Identifikasi *gestalt* pada desain adalah adanya semacam pola atau objek dari satu kesatuan visual yang menekankan persepsi seseorang pada salah satu *shape* atau bentuk dari elemen desain secara keseluruhan sehingga pemikiran orang yang melihat visual tersebut tertuju ke persepsi yang diinginkan (hlm. 36).

Ada *law of perceptual* atau hukum persepsi pada *gestalt*, yaitu:

1. *Similarity* yaitu di saat elemen visual dengan karakteristik yang sama atau mirip dianggap dan dikelompokkan sebagai grup yang sama.
2. *Proximity* atau kedekatan yaitu jika elemen visual terletak saling berdekatan atau berada dalam jarak *spatial* dibanding elemen visual lainnya, elemen tersebut dianggap sebagai grup yang sama.
3. *Continuity* yaitu di saat pada suatu desain ada jalur visual yang dapat terlihat membentuk sesuatu dengan persepsi seseorang terlepas jalur visual tersebut terdiri dari elemen yang berbeda. Elemen yang muncul sebagai kelanjutan dari elemen sebelumnya dapat dianggap berhubungan sehingga menciptakan gambaran visual yang utuh.

4. *Closure* yaitu di saat kecenderungan pikiran dari seseorang dapat menghubungkan satu elemen individual dengan elemen lainnya sehingga menghasilkan suatu grup, unit atau *pattern*.
5. *Common fate* atau *common region* adalah istilah yang diberikan saat sebuah elemen visual cenderung lebih dianggap sebagai unit atau dianggap sebagai grup yang sama jika elemen visual tersebut menuju atau menunjukkan ke arah direksi yang sama.
6. *Continuing Line* adalah saat garis atau titik selalu dianggap atau di persepsikan sebagai elemen visual yang sama jika garis atau titik tersebut mengikuti jalur visual yang sama, disebut juga garis tersirat.



Gambar 2.5 Contoh hukum *gestalt*  
(Verywell, 2019)

### 2.1.2. Elemen Desain

Elemen desain memiliki peranan penting pada proses pembuatan desain sebagai acuan dalam mengekspresikan dan menyampaikan informasi atau pesan yang ingin

diberikan dari desain yang dibuat dan sebagai penghubung komunikasi dari desain komunikasi visual.

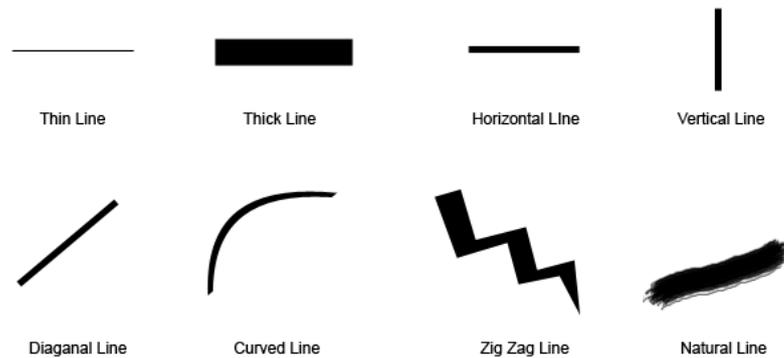
#### **2.1.2.1 Garis**

Garis atau *line* dianggap sebagai visualisasi dari titik berjalan yang terilustrasi menjadi sebuah jalur. Garis sebagai tanda dari sesuatu dapat terwujud dengan alat visualisasi saat garis digambarkan di permukaan. Alat visualisasi tersebut dapat berupa pensil, kuas, perangkat lunak maupun *stylus*. Garis biasanya lebih dikenali spektator oleh panjangnya dan bukan lebarnya. Garis memiliki peran yang penting pada proses komposisi dan komunikasi suatu desain, garis dapat berupa garis lurus, melengkung ataupun bersudut. Garis dapat digambarkan dengan gaya yang berbeda-beda seperti tebal atau tipis, halus atau kasar, rapuh atau tegas, stabil atau berubah-ubah dan sebagainya. Dengan adanya garis, arah penglihatan seseorang dapat dipandu ke arah yang diinginkan dalam suatu informasi.

Menurut Landa (2014) garis memiliki kategori yaitu sebagai berikut:

1. *Solid line* atau garis padat merupakan garis utuh yang digambar pada suatu permukaan.
2. *Implied line* atau garis tersirat adalah garis yang digambarkan tidak menyatu tetapi justru memberikan persepsi pada orang yang melihat menjadi garis yang menyatu (hlm. 19).
3. *Edges* atau sudut adalah tempat pertemuannya antara bentuk dan nada dari suatu garis.

4. *Line of Vision* atau garis penglihatan adalah pergerakan persepsi mata seseorang saat melihat sebuah komposisi, bisa disebut juga sebagai garis direksi atau garis pergerakan (hlm. 20).



Gambar 2.6 Ilustrasi garis  
(<https://lonewolfonline.net/graphic-design-elements>, 2016)

#### 2.1.2.2 *Shape*

Garis besar umum dari elemen adalah *shape* atau bentuk. Landa (2014) menyatakan bentuk dapat didefinisikan sebagai area atau bagian yang tertutup, *shape* merupakan bentuk yang telah ditentukan dan digambarkan pada permukaan dua dimensi yang dibuat secara sebagian maupun secara keseluruhan dengan menggunakan garis (*outline* atau *contours*), warna, nada atau tekstur. Suatu bentuk atau *shape* pada dasarnya datar atau *flat*, maksudnya datar adalah bentuk bersifat dua dimensi dan dapat diukur tinggi dan lebarnya (hlm. 20).

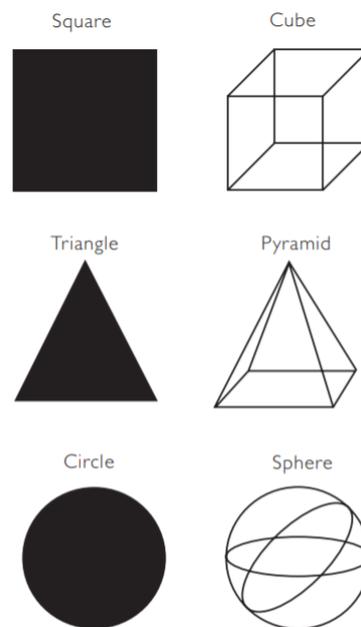
Bagaimana suatu bentuk digambarkan pada sebuah karya visual dapat menjadi penentu kualitas karya visual sehingga memiliki hasil yang berbeda-beda, bentuk atau *shape* memiliki 3 format dasar yaitu persegi, lingkaran dan segitiga. Ketiga format dasar dari bentuk atau *shape* yang

merupakan bentuk datar tersebut memiliki bangunan volumetrik yang tidak datar dan lebih memiliki dimensi yaitu kubus, limas dan bola. *Shape* atau bentuk memiliki delapan klasifikasi bentuk, yaitu:

1. Bentuk geometris dibuat dengan sudut yang lurus dan solid, sudut cenderung tetap, dapat diukur dan memiliki lengkungan yang akurat, bentuk geometris bisa juga dikatakan sebagai bentuk yang kaku.
2. Bentuk lengkung, organik atau biomorfik adalah bentuk yang terbuat dari adanya lengkungan yang terasa memiliki nuansa natural, bentuk ini bisa digambar secara presisi atau sebaliknya.
3. Bentuk bujursangkar terdiri dari garis lurus atau sudut yang memiliki ukuran sudut dan garis yang sama.
4. Bentuk *irregular* atau bentuk tidak teratur merupakan bentuk yang terbuat dari kombinasi antara garis lurus dan garis melengkung dan digambarkan secara tidak konsisten.
5. Bentuk *accidental* atau bentuk yang tidak disengaja adalah bentuk yang terjadi akibat hasil dari material, proses atau kecelakaan yang terjadi secara kebetulan.
6. Bentuk *nonobjective* atau non-objektif adalah bentuk murni yang tercipta secara alami dan bukan terbentuk akibat adanya persepsi visual. Bentuk non-objektif biasanya tidak memberikan delegasi seseorang, tempat ataupun benda.
7. Bentuk abstrak merupakan bentuk yang lebih mengarah kepada penataan atau perencanaan ulang yang awalnya sederhana maupun

kompleks, bentuk abstrak dibuat dengan adanya distorsi dari bentuk yang alami sebagai tujuan gaya artistik atau tujuan komunikasi.

8. Bentuk *representational* dapat membuat seseorang mengenal atau mengingat objek yang sebenarnya (hlm. 21).

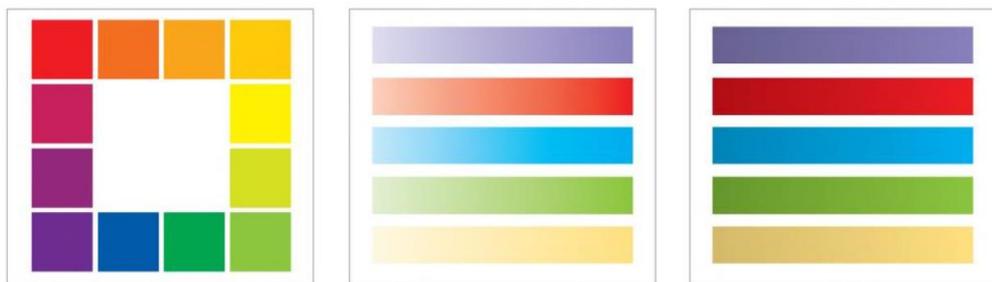


Gambar 2.7. Ilustrasi klasifikasi shape  
(Landa, 2014)

### 2.1.2.3 Warna

Menurut Landa (2014) warna adalah salah satu elemen desain yang provokatif, hanya dengan adanya cahaya seseorang dapat melihat warna. Di saat objek terkena cahaya, sebagian dari cahaya teresap dan sebagian lainnya tercermin, cahaya yang tercermin tersebutlah yang dapat manusia lihat sebagai warna. Warna dapat dibagi menjadi 3 kategori elemen yaitu:

1. *Hue* adalah elemen warna yang membedakan satu warna dengan warna lainnya. *Hue* adalah kategori nama generik atau nama umum dari suatu warna seperti merah, biru atau kuning (hlm. 23).
2. *Value* atau *Tone* berhubungan dengan gelap terangnya suatu warna saat warna tersebut dicampur dengan *hue* hitam dan putih. Warna yang ditambahkan putih disebut *tint*, sedangkan warna dengan tambahan hitam disebut *shade* (hlm. 26).
3. *Saturation* atau *chroma* dapat dideskripsikan sebagai *brightness* atau tingkat kecerahan warna. Warna dengan garis intensitas cahaya yang tinggi disebut warna cerah, sedangkan sebaliknya warna dengan intensitas cahaya yang rendah disebut *dull color* atau warna kusam. Dua warna dapat memiliki garis yang sama tetapi memiliki intensitas yang berbeda (hlm. 27).



Gambar 2.8. Ilustrasi *value*, *hue* dan *saturation*  
(Dabner, Stewart, Zempol, 2013)

Pada layar, warna primer merupakan warna dasar yaitu merah, hijau dan biru dengan warna sekunder sebagai warna campurannya (hlm. 24) sedangkan menurut Spradlin (2020) sistem warna pada *user interface* adalah warna primer sebagai warna yang paling sering diperlihatkan pada

layar maupun komponen, warna sekunder untuk memberikan aksent dan membedakan produk maupun elemen.

#### **2.1.2.4 Tekstur**

Menurut Landa (2014) kualitas raba suatu permukaan atau simulasi dan perwakilan dari kualitas permukaan adalah tekstur. Pada seni visual ada dua kategori tekstur yaitu taktil dan visual (hlm. 28).



Gambar 2.9. Ilustrasi contoh tekstur  
(Lughofer, 2015)

#### **2.1.3. Tipografi**

Landa (2014) menganggap bahwa penggunaan huruf pada suatu desain penting bukan hanya sebagai konten tetapi juga sebagai komponen mendasar pada sebuah desain.

##### **2.1.3.1. Klasifikasi Huruf**

Huruf sendiri memiliki banyak jenis yang dapat diklasifikasikan dari jenisnya baik dari sejarah maupun gaya nya sebagai berikut (hlm. 49):

Humanists/Venetians (Schneidler)	Geraldes/Old Face (Caslon)	Transitionals (Baskerville)	Didones/Modern (Bodoni)	Slab-serifs/Egyptians (Rockwell)
e	e	d	d	n
Lineales/Sans-serifs (Syntax)	Glyphics (Amerigo)	Scripts (Kuenstler Script)	Graphics (Brush)	Gothic (Cloister Black)
k	b	z	l	f

Gambar 2.10 Klasifikasi huruf  
(<https://letterfountain.com/classification.html>, 2016)

### 1. *Old style*

Tipografi roman yang diperkenalkan pada abad ke 15 dan terbentuk dengan gaya penulisan menggunakan pena yang berujung lebar, karakteristiknya adalah ditandai dengan sudut dan tanda kurung *serif* dan adanya sebuah tekanan pada gaya nya.

### 2. Transisi

Tipografi *serif*, dari abad kedelapan belas dan gaya nya merupakan transisi dari gaya lama ke gaya modern.

### 3. Modern

Tipografi bentuk *serif*, dikembangkan pada akhir abad ke-18 menuju ke awal abad 19. Pada gaya ini huruf banyak berbentuk geometris, berbeda dengan tipografi gaya lama atau *old style* yang cenderung *cursive*..

### 4. *Slab serif*

Tipografi *serif*, ditandai dengan bentuk *serif* yang terkesan berat, seperti namanya mirip dengan sebuah *slab*, digunakan sejak awal abad ke-19.

#### 5. *Sans serif*

Seperti namanya karakteristik tipografi ini terletak dari tidak adanya *serif* pada hurufnya dan adanya tipografi ini dimulai pada abad ke-19

#### 6. *Black letter*

Tipografi ini didasarkan pada bentuk manuskrip pada pertengahan abad ke-15 dan biasa disebut juga dengan *Gothic*, fitur tipografi ini termasuk kepada goresannya yang terkesan berat dan huruf nya yang terlihat sedikit melengkung.

#### 7. *Script*

Bentuk tipografi yang terlihat mirip seperti tulisan tangan. Pada surat biasanya terlihat miring dan sering dibuat berimpitan. Tipografi ini dapat menyimulasikan huruf yang ditulis dengan ujung pena yang tajam ataupun pena yang fleksibel, pensil ataupun juga kuas.

#### 8. *Display*

Bentuk tipografi ini di buat untuk menggunakan ukuran huruf yang besar untuk sebuah judul atau *headlines* dan justru sulit untuk dibaca pada *body text* dan biasa nya tipografi ini terlihat lebih terdekorasi dan kompleks.

### **2.1.4. Komposisi**

Definisi komposisi pada desain menurut Landa (2014) adalah bentuk, keseluruhan ciri dan struktur yang dihasilkan oleh visualisasi dan susunan jenis dan citra elemen-elemen grafik yang saling terikat satu sama lain, dalam mengatur komposisi dibutuhkan *margin*. *Margin* merupakan jarak atau ruang kosong yang ada pada tepi setiap sudut sebuah format desain, *margin* pada dasarnya digunakan sebagai

bingkai di sekitar konten gambar atau tipografi sebagai pembatas agar konten dapat dilihat dan dibaca (hlm. 143).

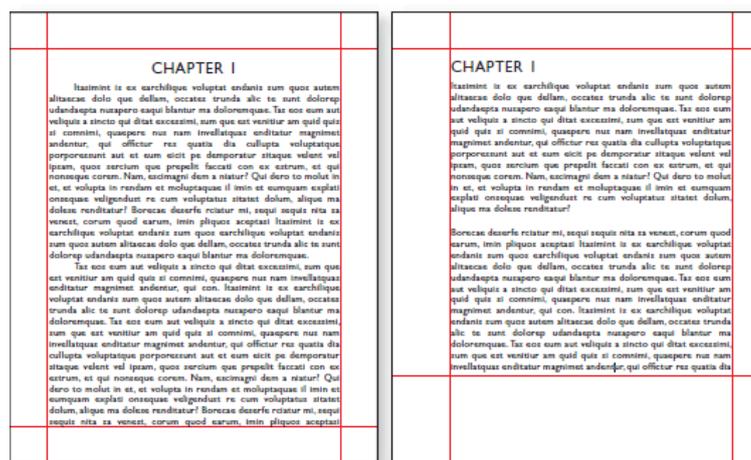
### 2.1.5. Grid

*Grid* adalah sebuah panduan pada desain yang merupakan struktur gabungan yang dari margin, kolom, baris, garis arus atau *flowline*, juga modul dan area spasial.

*Margin* yang digunakan pada *grid* diletakkan di kiri, kanan, atas, dan bawah desain.

Kolom adalah bagian area yang disusun secara vertikal, sedangkan sebaliknya baris adalah area sejajar yang disusun secara horizontal. *Flowline* atau garis arus adalah garis bantu horizontal kemudian modul merupakan sebuah elemen atau satu kesatuan yang terdiri dari perpotongan garis kolom yang tersusun secara vertikal dan garis baris yang tersusun secara horizontal. Area spasial sendiri merupakan suatu ruang yang terbentuk akibat adanya kombinasi dari beberapa modul. Landa (2014) mengklasifikasikan jenis *grid* sebagai berikut:

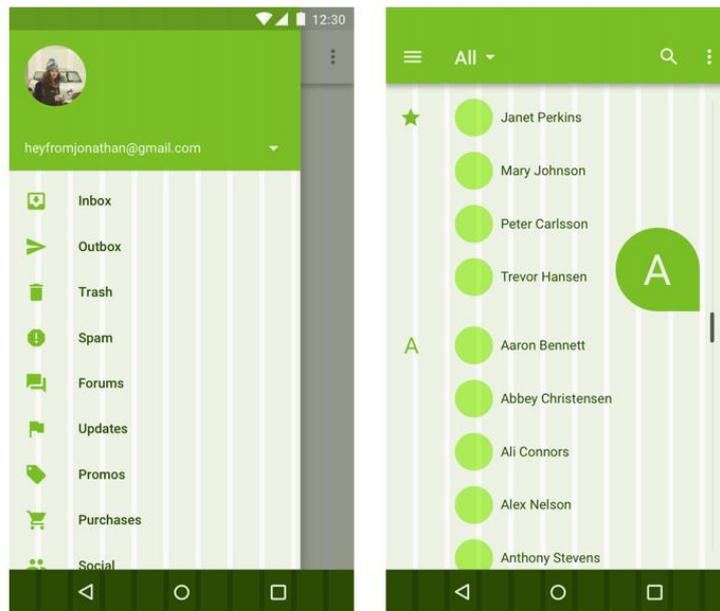
#### 2.1.5.1. Single column grid



Gambar 2.11 *Grid manuscript*  
(Landa, 2014)

*Grid* ini dapat banyak dilihat pada struktur *grid* buku novel atau dokumen yang berupa satu kolom *grid* dibanding pada struktur media digital, *grid* satu kolom adalah struktur halaman yang paling mendasar dan dapat disebut juga sebagai *manuscript grid*. Struktur ini ditentukan oleh satu kolom atau satu blok teks yang dikelilingi oleh *margin*, spasi putih atau *white space* di tepi kiri, kanan, atas, atau bawah halamannya (hlm. 175).

### 2.1.5.2. *Multi Column*



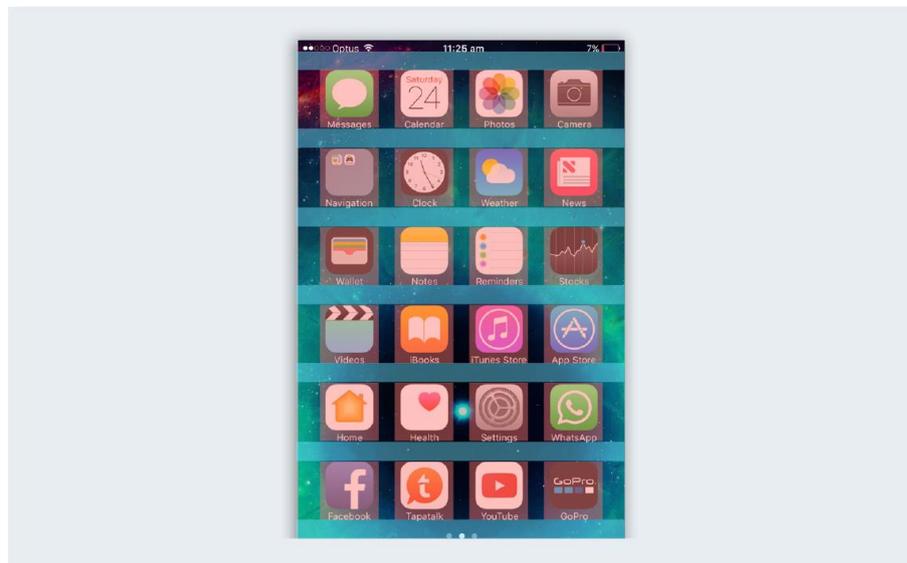
Gambar 2.12 *Multi column grid*

(<https://djangostars.com/blog/ui-ux-terms-everyone-should-know/>)

Seperti namanya *multi column* adalah *grid* dengan jumlah kolom yang lebih dari satu. Penentuan jumlah kolom dan kemungkinan dapat digabungkannya sebuah kolom untuk mengakomodasi judul dan ukuran media visual yang beragam maupun untuk membagikan gambar atau sebuah teks tergantung dengan ukuran dan proporsi format desain, jumlah kolom

yang lebih dari satu juga dapat tergantung dengan berbagai macam faktor seperti konsep, tujuan dan bagaimana seorang desainer ingin mempresentasikan konten desain mereka (hlm. 177). Berbeda dengan grid satu kolom yang cocok untuk buku novel atau dokumen, penggunaan multi column grid yang dapat memberi variasi cocok untuk menggunakan desain antarmuka seperti web design, table dan lainnya (hlm. 340).

### 2.1.5.3. *Modular*



Gambar 2.13 *Modular grid*  
(<https://visme.co/blog/layout-design/>)

*Modular grid* merupakan bentuk grid yang terdiri dari modul atau area yang setiap unit area nya terbuat dari titik potong persimpangan antara kolom dan streamline yang merupakan garis horizontal pada tataan grid, teks dan gambar dapat menempati satu ataupun lebih dari satu modul. Keuntungan grid modular adalah informasi dapat dibagi ke dalam satu atau lebih dari satu modul yang digabungkan menjadi satu zona. Zona atau area modul harus dibuat dengan visual hierarki yang jelas (hlm. 181).

### 2.1.6. Fotografi

Menurut Landa (2014) fotografi merupakan sebuah alat visual yang tercipta menggunakan kamera untuk mengambil atau merekam sebuah gambar dan merupakan bentuk gambar yang paling populer pada komunikasi visual. Fotografi jurnalistik adalah jenis fotografi yang dieksploitasi pada desain grafis (hlm.121).

#### 2.1.6.1. Aliran Fotografi Jurnalistik

Menurut Kedra (2016) aliran fotografi dapat di klasifikasi menjadi 4 aliran yaitu sebagai berikut:

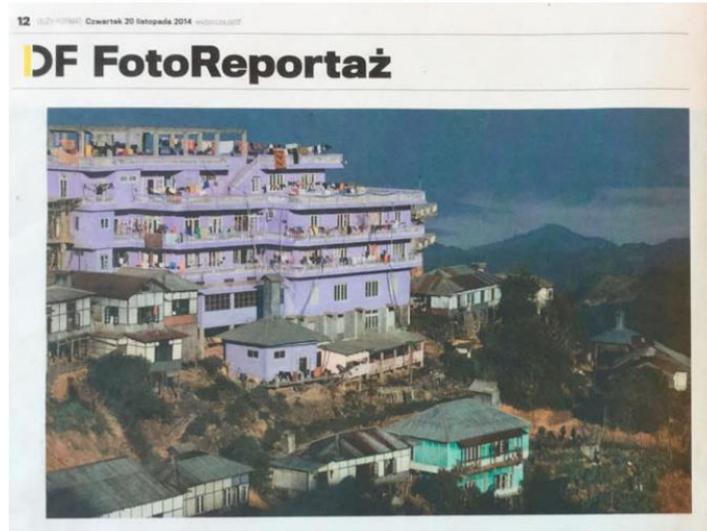
##### 1. Fotografi Berita



Gambar 2.14 Contoh fotografi berita  
(Kedra, 2016)

Aliran fotografi dalam bentuk berita bertujuan untuk memberikan bukti visual yang pada konteks ini adalah informasi tentang kejadian yang berhubungan pada konten. Oleh karena itu, aspek kunci dari foto tersebut adalah menangkap gambar pada momen yang tepat dan juga dapat menjawab pertanyaan Apa, Mengapa, Kapan, Bagaimana, Siapa dan Dimana sebagai mananya sebuah berita (hlm. 5).

## 2. Fotografi Reportase



Gambar 2.15 Contoh fotografi reportase (Kedra, 2016)

Subjek fotografi reportase biasanya tidak membawakan topik yang sangat penting atau baru seperti fotografi berita selain itu gaya dokumenternya cenderung menyampaikan opini atau menciptakan suasana dibandingkan menerbitkan berita terkini (hlm. 8).

## 3. Fotografi Potret



Gambar 2.16 Contoh fotografi potret (Transcorphotels, 2019)

Motivasi dipublikasikannya fotografi potret di media ada dua bentuk. Pertama, untuk memberikan bukti visual tentang seseorang dan kedua, untuk menceritakan tentang orang yang ada dibingkai (hlm. 11).

#### 4. Fotografi Ilustratif



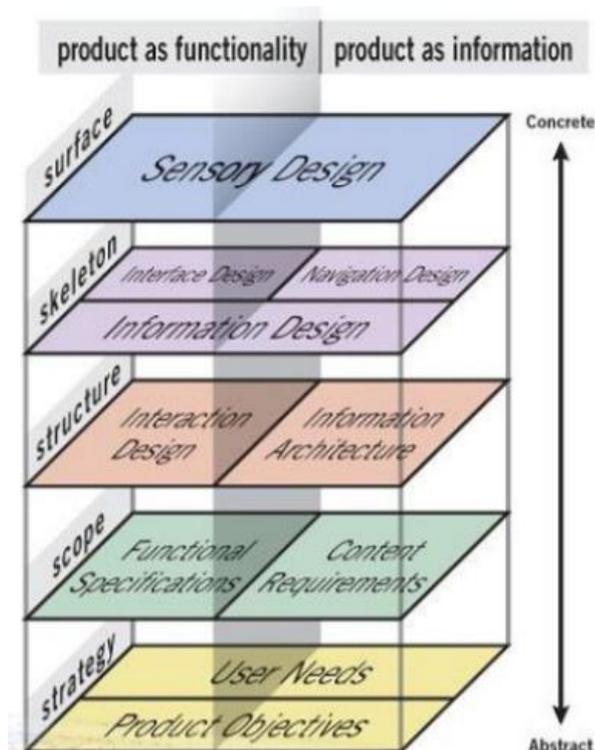
Gambar 2.17 Contoh fotografi ilustratif (Kedra, 2016)

Ilustrasi adalah genre visual tertua di percetakan yang berkembang dalam bentuk litograf jauh sebelum penemuan fotografi. Kemudian, itu bersaing dengan gambar fotografis, tetapi segera menjadi tipe yang independen dan sama sekali berbeda. Penggunaan fotografi ilustratif dapat dilihat dari material visualnya, sebuah foto ilustratif bukan berupa berita maupun informasi visual tetapi sebagai pembantu untuk memvisualisasi konten yang ada pada sebuah teks jurnalistik (hlm. 12).

## 2.2. User experience

### 2.2.1. Elemen *User experience*

Nacheva (2015) mengambil diagram model konsep *User experience* Garret untuk menjelaskan elemen *user experience*. Model Garret berorientasi pada proses, yaitu proses desain *user experience* yang dialami pengguna secara tanpa sadar. Model ini dapat dideskripsikan sebagai "*User experience multi-layer model*" dan dapat dilihat sebagai persepsi yang luas mengenai dasar untuk mendeskripsikan elemen *user experience* dengan pendekatan holistik dalam membuat perancangan khusus. Dalam model ini, refleksi visual dari konsep atau desain visual merupakan tahap akhir dari desain *user experience* (hlm. 140).



Gambar 2.18 Diagram Model Garret  
(Nacheva, 2015)

Lewat model konseptual bernama *Elements of User experience* yang dirancang Jesse James Garret ini, Nacheva (2015) menjelaskan lima layer elemen *User experience* sebagai berikut:

### 1. *Strategy*

Lapisan pertama dari model ini mencakup pengguna atau *user*, organisasi, dan tujuan jangka pendek lainnya yang terkait dengan pembuatan produk seperti kebutuhan pengguna dan sasaran produk. Dalam pengembangan produk, perlu dilakukan evaluasi respons terhadap kebutuhan dan kondisi target sasaran. Informasi yang dibutuhkan dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, analisis tugas, wawancara latar belakang, *Focus Group Discussion*, dll (hlm. 141).

### 2. *Scope*

Setelah *feedback* dari pengguna diperoleh, cakupan produk harus ditentukan, sesuai dengan yang ditampilkan sebagai lapisan kedua dalam model Garrett. Lapisan ini mencakup definisi persyaratan, pengembangan fitur dan konten.

### 3. *Structure*

Tahap ketiga dari desain produk (lapisan ketiga dalam model) meliputi desain interaksi dan *Information architecture*. Baik desain interaksi dan istilah desain itu sendiri fokus pada interaksi antara manusia dan komputer, juga jenis jawaban apa yang akan diberikan sistem berdasarkan permintaan pengguna. Ada beberapa kesamaan antara desain *user experience* dan desain *user interface*. Kesamaannya adalah keduanya meneliti target audiens. Perbedaannya adalah proses interaksi desain merupakan bagian dari desain *user experience*, tidak memfokuskan pada semua aspek sistem atau perangkat lunak dari sudut pandang pengguna, tetapi

hanya berfokus pada interaksi antara manusia dan teknologi. Istilah penting lainnya untuk lapisan ketiga model adalah *Information architecture* yang terkait dengan organisasi informasi dalam aplikasi perangkat lunak, termasuk link, *buttons*, dll.

#### 4. *Skeleton*

Pada lapisan keempat ditempatkan desain informasi, desain *interface* dan navigasi. Fokus pertama adalah menyajikan informasi kepada pengguna produk dengan cara yang mudah dipahami. Dari desain *interface* pengguna berfokus pada pengaturan-pengaturan elemen *interface* dengan cara yang nyaman dan menyenangkan, sehingga pengguna dapat menggunakan fungsi-fungsi produk. Desain Fungsi navigasi terkait dengan struktur elemen *interface*, yang digunakan untuk berpindah di antara berbagai layar atau halaman yang berasosiasi dengan pengembangan sistem navigasi yang efektif.

#### 5. *Surface*

Di permukaan model (atau tahap akhir desain *user experience*) ada desain sensor. Ini menggabungkan pengalaman sentuh dan pengalaman yang dikumpulkan oleh pengguna melalui panca indera. Dari segi teknologi, bau dan rasa jarang dipertimbangkan dalam desain *user experience* (hlm. 142).

### **2.2.2. Tahapan *User Experience***

Menurut Lam (2016) ada 6 tahapan dalam pembuatan *User Experience* sebagai berikut:

#### 1. Riset

Langkah paling pertama dimulai dengan memikirkan dan mengutamakan *user* atau pengguna. Siapa mereka dan dari mana asalnya, ataupun dimana bisa

menemukannya, dan detail lainnya. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui tujuan pembuatan *User Experience*.

## 2. Membuat persona

Persona merupakan sebuah representasi visualisasi pengguna atau ilustrasi khayal pengguna yang biasanya diambil dari riset target *user* atau pengguna dan kemudian menggabungkan tujuan *user* tersebut, kebutuhan maupun daftar suka tidak suka, hobi maupun informasi lain dari seorang *user*.

## 3. *Scenario map*

*Scenario map* dibuat untuk mengetahui kebutuhan fitur apa yang digunakan pada aplikasi dari hasil persona dan riset dengan cara mengelompokkan tujuan, kebutuhan dan topik *brainstorming* lainnya ke kelompok yang berbeda kemudian selanjutnya membuat *sitemap* yaitu data untuk mengorganisasi alur aplikasi yang telah ditentukan.

## 4. *Wireframes*

*Wireframe* dibuat untuk memberikan impresi visual pertama. *Wireframe* digunakan untuk menjelajah opsi atau fitur aplikasi, lalu kemudian menampung ide terhadap desain tampilan atau *interface* aplikasi. *Wireframe* dapat digunakan untuk melakukan *user test* terhadap pengguna agar mendapatkan saran dan iterasi kembali dalam bentuk *prototype*.

## 5. *Interface Visual*

Setelah *wireframe* dan *prototype* sudah dibuat, masuk ke tahapan visual. *User interface* atau desain tampilan mengarah ke keindahan aplikasi baik pada warna, spasi, *padding* atau ukuran tipografi

## 6. Validasi desain

Setelah dibangun UI/UX pembangunan aplikasi digulir ke developer untuk membuat aplikasi dapat berjalan dan kemudian dilakukan validasi desain dengan menganalisis respons dan bagaimana pengguna berinteraksi dengan aplikasi dan mencari solusi atau ide untuk mengembangkan aplikasi yang lebih baik lagi kedepannya.

### 2.3. User Interface

#### 2.3.1. Prinsip *User Interface*

Dengan menyimpulkan prinsip desain *user interface* milik Donald Norman, Ben Shneiderman, Jacob Nielsen dan Bruce Tognazzini, Nacheva (2015) membagi prinsip desain *user interface* sebagai berikut:

##### 2.3.1.1. *Appearance*

###### 1. *Sensory comfort*

Kenyamanan sensori terkait dengan gambar, suara, sentuhan, penglihatan, pendengaran dan sentuhan manusia. Untuk perangkat lunak, persepsi visual dan pendengaran orang sangat penting. Langkah yang dapat diambil untuk memastikan kenyamanan visual adalah:

- a. Memilih kombinasi warna yang tidak mengganggu penglihatan agar informasi dapat diterima dengan jelas.
- b. *Buttons* dan *labels* yang mudah dibaca (pesan, pengaturan, dll.) pada teks.

- c. Membedakan fungsi yang diperlukan. Misal, untuk orang-orang dengan kebutuhan khusus, seperti buta warna, tes khusus harus diberikan untuk membuktikan penampilan desain "di mata mereka".

## 2. *Minimalis*

Akumulasi ornamen dan warna yang berlebihan dapat menyebabkan ketidaknyamanan di mata, dan dari sana akan menyebabkan kemungkinan rasa frustrasi dari konsumen (hlm. 147).

## 3. *Intuitiveness*

Menyediakan visualisasi yang sejalan dengan terminologi dan konsep visual yang digunakan sesuai dengan platform dan keterjangkauan.. Saat produk dibangun dengan cara yang intuitif tidak diragukan lagi dapat mengurangi ditemukannya masalah.

## 4. *Aesthetic*

Desain sederhana bukan berarti desain yang kaku. Pilihan Warna, tipografi, dan elemen grafik sangat penting, terutama bagi pengguna atau *user* yang memiliki afinitas tinggi dengan efek visual. Desain estetika adalah premis dari manufaktur kepuasan di antara pengguna atau *user*.

## 5. *Structuring Interface Object*

Pengaturan elemen antarmuka atau *interface* yang tepat. Salah satunya dapat ditentukan oleh Fitts Law, yang berlaku untuk perusahaan perangkat lunak besar, seperti Apple (hlm. 148).

### **2.3.1.2. *Feedback***

Elemen *feedback* antara pengguna dan media dapat berupa informasi pendukung seperti jendela aktif dalam bentuk saran atau petunjuk terhadap fitur-fitur, kemudian adanya tampilan pesan yang sesuai seperti menyarankan konsumen apa yang harus dilakukan saat melakukan transaksi dan status pengerjaan yang dilakukan oleh sistem dengan menampilkan status sistem seperti notifikasi (hlm. 148).

### **2.3.1.3. *Efficiency***

#### **1. *Ease of Work***

Pengguna atau *user* harus dapat mencapai tujuan spesifik mereka dengan cepat dan mudah.

#### **2. *Sense of Freedom***

Adanya rasa kebebasan dalam arti pengguna dapat menutup dan memulai kembali opsi yang ditentukan secara berulang, misal, desain dapat dirancang dengan menyesuaikan kebutuhan *user*.

#### **3. *Implement Cognitive Resources***

Penerapan sumber daya kognitif dalam maksud sejauh mana efisiensi *experience* pada saat *user* atau pengguna dituntut untuk menginvestasikan sumber daya kognitif yang berlebihan dalam melakukan *task* atau tugas.

#### **4. *Multivariate approach to achieve the objectives***

Melakukan beberapa pendekatan untuk mencapai tujuan, maksudnya adalah dalam arti mengimplementasikan skenario *task* atau tugas pada UX (*User Experience*) dalam beberapa cara. Sehingga dapat menjangkau ke kelompok

target pengguna yang berbeda seperti target pengguna pemula, menengah, mahir, kebutuhan khusus dan lainnya (hlm. 148)

#### 2.3.1.4. *Security*

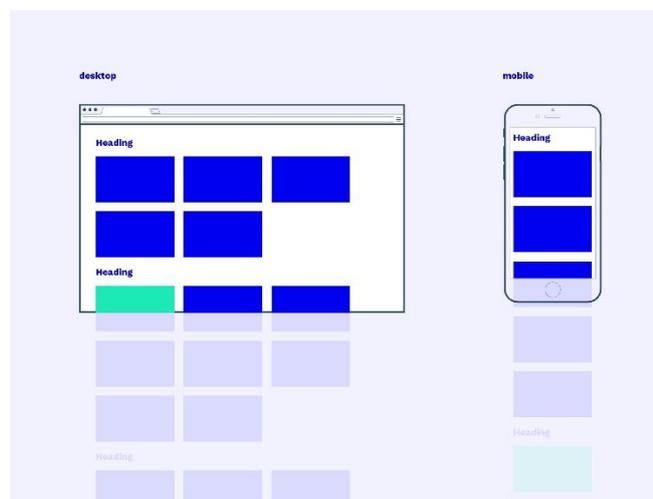
Adanya rasa keamanan dan pencegahan kesalahan atau *error* memungkinkan pengguna untuk melakukan *task* atau tugas yang sama secara berulang-ulang (hlm. 148).

### 2.3.2. Organisasi

Kaufman (2016) membagi elemen yang mengorganisir konten pada desain *user interface* aplikasi *mobile* sebagai berikut:

#### 2.3.2.1. *Scrolling pages & Cards*

*Scrolling pages & cards* atau halaman bergulir dan kartu ideal digunakan untuk aplikasi yang memberikan konten berlebih yang teratur dan terpusat karena merupakan *item* bentuk organisasi yang dapat digulir dan ditampilkan dalam struktur navigasi yang datar.

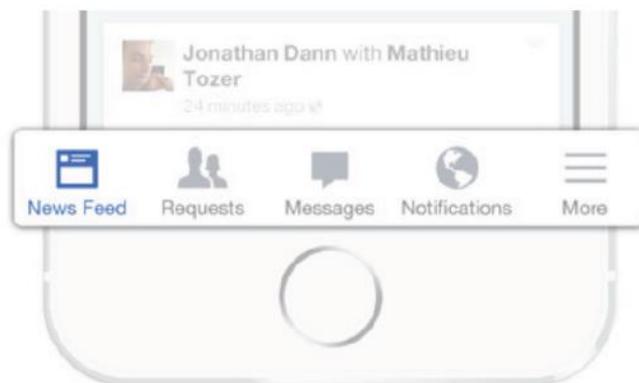


Gambar 2.19 *Scroll pages dan Cards*  
([https://miro.medium.com/max/1250/1\\*fflhJXiEhHCbKKgIyvDbQ.jpeg](https://miro.medium.com/max/1250/1*fflhJXiEhHCbKKgIyvDbQ.jpeg), 2018)

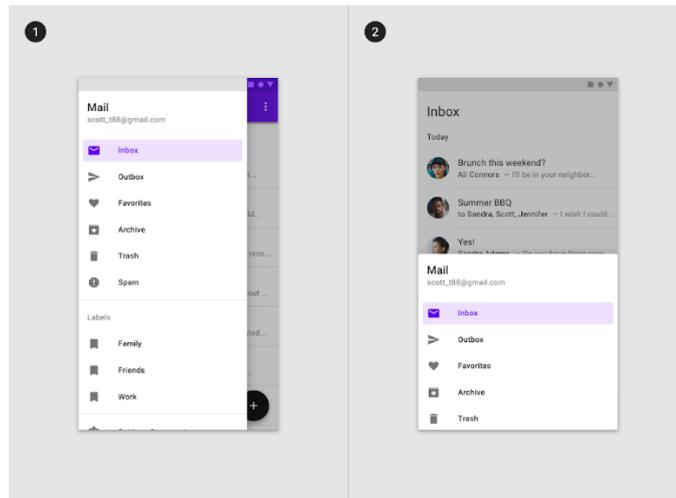
*Scrolling pages* atau halaman bergulir tersebut merupakan layar konten tunggal yang dapat diakses dengan menggeser layar, biasanya dari kiri ke kanan atau bawah ke atas, sedangkan *cards* atau kartu menampilkan informasi yang ringkas dan berfungsi sebagai portal untuk informasi yang lebih detail (hlm. 4).

### 2.3.2.2. *Bars & Drawers*

Aplikasi dengan banyak konten atau fungsi ideal menggunakan *button* model *bars & drawers* atau bar dan laci. bar navigasi biasa diaplikasikan ke bagian bawah layar dan tidak lebih dari lima *item*. Jika jumlah bagian lebih dari lima, panel navigasi samping dalam bentuk laci adalah alternatif yang dapat digunakan. Laci bergeser secara horizontal dan menampilkan daftar *item* yang dapat dipilih untuk mewakili berbagai bagian atau fungsi dalam aplikasi. Bagian-bagian di tab laci dan panel samping navigasi harus berisi tipe konten dan fungsi yang saling eksklusif. Penting untuk menjaga agar menu-menu ini tetap ringkas, sebab terlalu banyak opsi di tingkat navigasi dapat menambah kerumitan yang tidak diperlukan pada aplikasi (hlm 6).



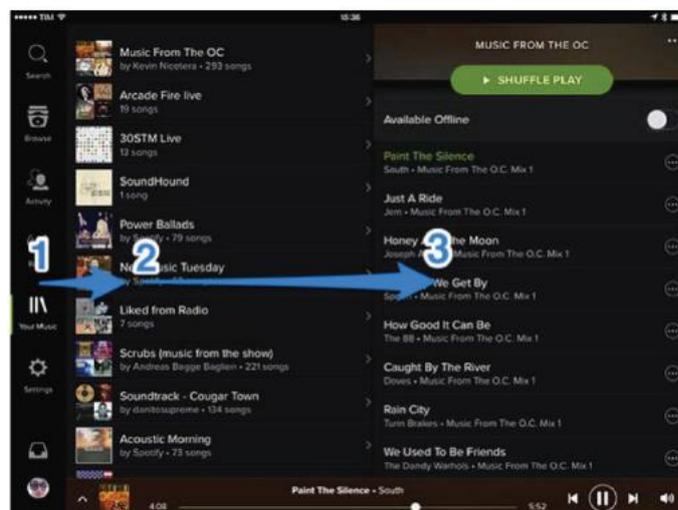
Gambar 2.20 Tab *bar*  
(Kaufman, 2016)



Gambar 2.21 *Drawers*  
(<https://material.io/components>)

### 2.3.2.3. *Tree Hierarchy*

Saat Aplikasi berisi banyak fitur, klasifikasi, atau konten, artinya penggunaan pohon hierarki diperlukan. Model ini memungkinkan pengguna untuk "menelusuri" detail informasi yang dimasukkan ke dalam aplikasi. Model ini juga menyederhanakan desain *interface*, karena sistem operasi menyediakan elemen standar untuk model navigasi ini (hlm. 7).



Gambar 2.22 Hierarki pohon  
(Kaufman, 2016)

#### 2.3.2.4. *Content*

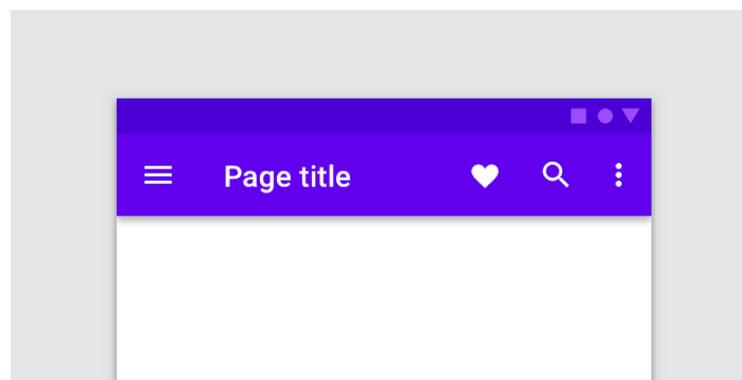
Sesuai dengan namanya, navigasi berbasis konten terdiri dari konten yang memberikan pengalaman aplikasi. Model navigasi ini paling umum digunakan di antara *game* dan aplikasi lain dengan *interface* khusus. Model navigasi ini lebih bebas dibandingkan model lainnya (hlm. 7).

### 2.3.3. **Komponen**

Menurut Kaufman (2016) komponen-komponen yang ada di dalam *user interface* aplikasi *mobile* adalah sebagai berikut:

#### 2.3.3.1. *Navigation & App Bars*

Bar navigasi dan bar aplikasi menunjukkan posisi pengguna secara *real time* dalam konteks aplikasi. Dalam kasus struktur model hierarki pohon, adanya peletakan tombol kembali di sebelah kiri, yang menunjukkan bahwa pengguna setidaknya masuk dan berada satu tingkat lebih dalam pada konten. Tombol panel samping navigasi (alias tombol Hamburger) juga dapat ditemukan di sebelah kiri dan biasanya hanya dapat diakses dari tampilan awal atau *landing page* (hlm. 8).



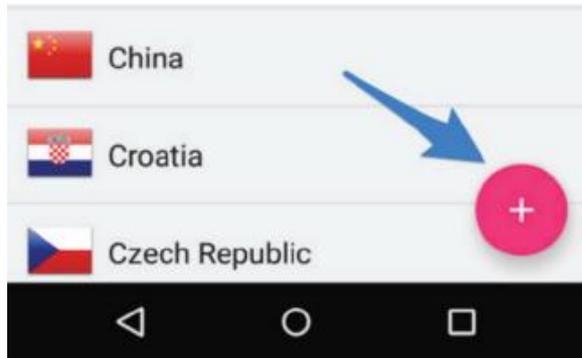
Gambar 2.23 Menu bar  
(<https://material.io/components/>)

### 2.3.3.2. *Buttons & Toolbar*

Cara primer untuk melakukan aksi dalam aplikasi adalah dengan menggunakan tombol. Peletakan tombol bisa berada di bagian layar mana saja, dan setidaknya harus memiliki dua status, status tersebut adalah *default* yaitu sebelum tombol ditekan dan *highlighted* atau saat tombol ditekan. Kedua status ini memiliki fungsi untuk memberikan *feedback* visual kepada pengguna. Status ketiga dalam bentuk nonaktif untuk menunjukkan kepada pengguna bahwa status tombol mati dan tidak akan melakukan operasi apa pun.

Ada juga *toolbar* yang berbeda istilah dengan tab bar, *toolbar* adalah deretan tombol kecil yang dipasang di bagian bawah layar, sangat cocok untuk meletakkan konten utama dengan 3-5 tindakan contoh *toolbar* ada pada aplikasi Safari sistem iOS. Tidak direkomendasikan menumpuk *toolbar* dengan tab bar.

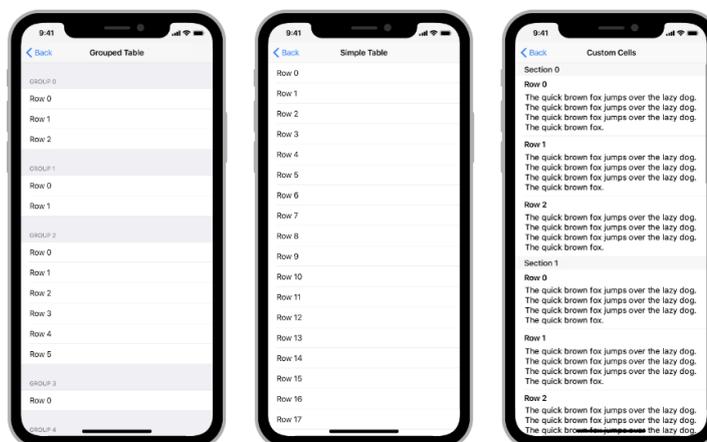
Bentuk *button* lainnya seperti contoh *guideline* milik Android adalah *floating action button* dan *persistent footer button*. *Action floating button* adalah tombol yang merepresentasikan aksi primer dalam aplikasi; hanya satu *floating action button* yang dapat per layar. *Persistent footer button* atau tombol *footer* tetap kurang lebih mirip dengan *toolbar* iOS yang berbentuk deretan tombol *dock* yang berada di bagian bawah layar. Perbedaan utamanya adalah tombol *persistent footer button* memiliki label teks lengkap, dan *toolbar* biasanya hanya berupa ikon (hlm. 9).



Gambar 2.24 *Button dan toolbar*  
(Kaufman, 2016)

### 2.3.3.3. *Table view*

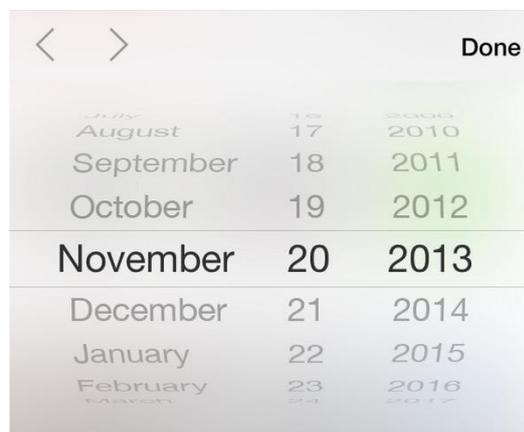
Komponen ini menampilkan koleksi *item* atau konten berhubungan yang terdiri dari teks, gambar, atau kombinasi *subview* sederhana. Penggunaan komponen ini dilakukan saat menyajikan *item* atau konten dalam bentuk besar atau banyak, pastikan untuk mengoptimalkan tingkat keterbacaan sehingga pengguna dapat menemukan apa yang mereka butuh kan secara efisien. Untuk desain proyek, sebagian besar baris harus didedikasikan untuk operasi utamanya, dan operasi lainnya harus berada di sisi kanan proyek. (hlm. 9).



Gambar 2.25 Tampilan tabel  
([https://developer.apple.com/documentation/uikit/views\\_and\\_controls/table\\_views](https://developer.apple.com/documentation/uikit/views_and_controls/table_views))

#### 2.3.3.4. *Pickers & Sheets*

*Pickers* menyediakan cara mudah untuk membantu pengguna menghemat waktu mengetik dan dapat memilih satu pilihan (seperti tanggal atau waktu) dari set pilihan yang telah ditentukan, sedangkan *Sheets* merupakan komponen yang dapat digunakan ketika pengguna perlu memilih di antara beberapa opsi, *sheets* juga merupakan komponen yang dapat dijadikan opsi saat mengonfirmasi penekanan tombol atau gestur (hlm. 10).



Gambar 2.26 Tampilan *pickers*

(<https://dribbble.com/shots/1302494-iOS-7-Date-Picker-Vector-Resource-Download>)

#### 2.3.4. Komunikasi

Kaufman (2016) membagi bentuk interaksi komunikasi antara pengguna dengan aplikasi *mobile* sebagai bentuk *feedback* terhadap pengguna pada *interface* aplikasi sebagai berikut:

##### 2.3.4.1. *Alerts & Dialogs*

*Alerts* atau peringatan merupakan istilah digunakan pada Iphone dan *Dialogs* yaitu istilah yang digunakan android merupakan boks dialog yang muncul dan menginterupsi pengguna saat melakukan aktivitas di ponsel

yang membutuhkan respons dari pengguna untuk dapat melanjutkan aktivitasnya. Penggunaan *alerts* dan *dialogs* adalah untuk memberikan informasi darurat yang membutuhkan keputusan pengguna pada saat itu juga (hlm. 12).

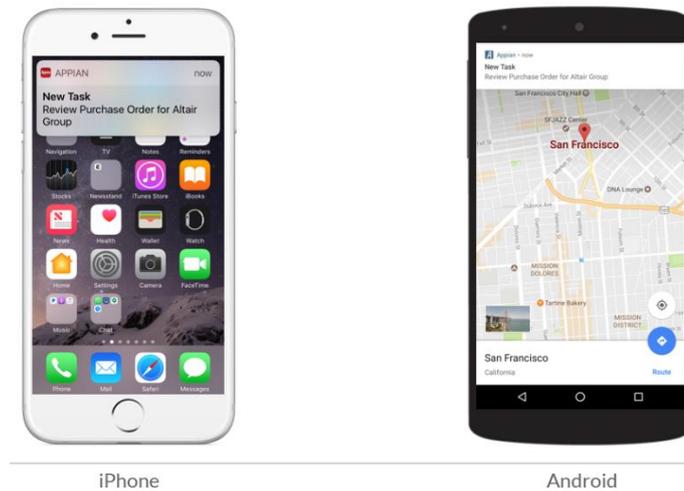


Gambar 2.27 Tampilan *alert*  
(<https://images.idgesg.net/images/article/2019/07>)

#### 2.3.4.2. *Banners & Notification*

*Banner* dan *notification* merupakan bentuk pemberitahuan kepada pengguna yang dapat memiliki konten yang sama dengan *alert* atau dialog tetapi dengan cara lebih halus dan tidak terlalu menginterupsi kegiatan atau aktivitas pengguna di ponsel, pesan yang digunakan *banner* dan *notification* akan terlihat di atas layar dan pengguna dapat melihat detail pesan dengan cara menggeser laci notifikasi. Secara umum, ada dua tipe notifikasi atau pemberitahuan yaitu pemberitahuan lokal dimana notifikasi atau pemberitahuan muncul secara teratur dan disampaikan dari aplikasi yang ada di ponsel dan yang kedua yaitu *push notification* yang dikirim dari

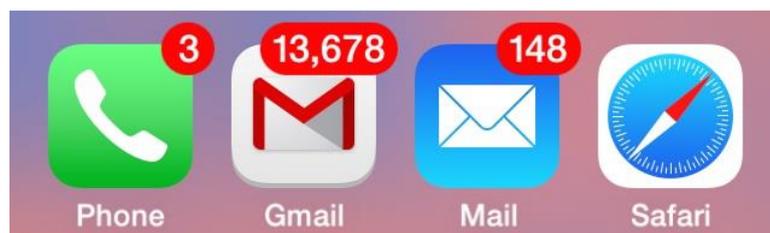
server aplikasi ke servis pemberitahuan yang kemudian mengirimkan ke ponsel pengguna.



Gambar 2.28 *Notification banners*  
([https://docs.appian.com/suite/help/17.3/Mobile\\_Push\\_Notifications.html](https://docs.appian.com/suite/help/17.3/Mobile_Push_Notifications.html), 2019)

### 2.3.4.3. *Badges*

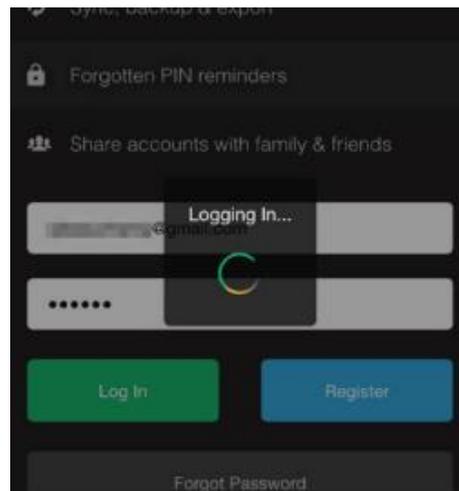
Berbeda dengan *notification* atau *alerts* yang digunakan untuk menyampaikan informasi penting terhadap pengguna dalam bentuk pesan, keberadaan *badges* memberikan informasi secara simpel dalam bentuk label. *Badge* memberikan indikasi tentang adanya pesan yang tidak terbaca, panggilan tidak terjawab, adanya pekerjaan yang belum diselesaikan ataupun konten lainnya yang ada di dalam sebuah aplikasi. *Badge* dapat ditemukan pada ikon aplikasi dan biasanya berbentuk angka (hlm. 14).



Gambar 2.29 *Badges*  
(<https://laumania.net/2014/11/05/use-your-email-inbox-correct-and-effectively/>, 2014)

#### 2.3.4.4. Activity Indicator

*Activity indicator* atau indikator aktivitas dapat terlihat di situasi dimana saat sebuah aplikasi tidak dapat secara langsung merespons aksi pengguna seperti contoh saat menunggu untuk menerima respons dari server atau sebuah koneksi, *interface* aplikasi tetap diharuskan memberikan respons terhadap pengguna. Indikator aktivitas digunakan untuk mengkomunikasikan kepada *user* lewat *interface* bahwa pengguna butuh menunggu sebelum sesuatu dapat selesai baik transaksi, respons server maupun koneksi yang biasanya dibuat dalam bentuk *spinner* atau *loading page* (hlm. 14).



Gambar 2.30 Indikator aktivitas dalam bentuk *spinner*  
(Kauffman, 2016)

## 2.4. Pariwisata

Menurut undang-undang tentang kepariwisataan UU no. 2009, pariwisata merupakan ragam macam bentuk kegiatan wisata yang dilengkapi dengan layanan dan fasilitas dari masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan menurut Goeldner dan Ritchie (2012) pariwisata merupakan salah satu

bentuk industri terbesar di dunia yang memiliki efek terhadap ekonomi maupun sosial dan merupakan industri yang akan terus bertumbuh (hlm. 3) maka dari itu untuk memberikan definisi yang komprehensif terhadap kata Pariwisata yang merupakan industri dengan ruang lingkup yang luas harus dipertimbangkan berbagai kelompok yang merupakan bagian dari perspektif pariwisata. Ada 4 perspektif yang harus diidentifikasi sebagai bagian dari pariwisata, yaitu:

1. *The tourist*

Turis selalu mencari berbagai macam pengalaman dan kepuasan baik secara psikis maupun fisik. Sifat dari turis inilah yang akan menentukan tujuan lokasi yang dipilih dan kegiatan yang dinikmati bagian dari pariwisata (hlm. 3).

2. *The businesses*

Bisnis yang menyediakan barang atau jasa untuk para turis. Para pengusaha menganggap pariwisata sebagai oportunitas bagi mereka untuk membuat keuntungan dengan cara menyediakan barang atau jasa sesuai dengan *demand* atau permintaan pasar pengunjung.

3. *The government of the host community or area*

Pemerintah dari pemilik lokasi turisme atau daerah. Politikus melihat pariwisata sebagai faktor yang berdampak positif bagi ekonomi yurisdiksi atau daerah mereka. Maka dari itu pemerintah memiliki peran penting dalam merencanakan kebijakan, pengembangan, promosi dan implementasi pariwisata.

4. *The host community*

Masyarakat lokal biasanya melihat pariwisata sebagai faktor budaya dan kesempatan lowongan pekerjaan. Pentingnya perspektif ini sebagai bagian dari

pariwisata adalah efek dari interaksi antar pengunjung non-lokal dan penduduk lokal yang dapat memberikan efek positif, negatif ataupun keduanya (hlm. 4).

Maka dari itu setelah mempertimbangkan keempat unsur tersebut pariwisata dapat didefinisikan sebagai sebuah proses, aktivitas dan hasil yang timbul dari hubungan dan interaksi antar wisatawan, pemasok jasa atau barang pariwisata, pemerintah dari daerah pariwisata, masyarakat dari daerah pariwisata dan lingkungan sekitarnya yang terlibat dan ikut serta dalam menarik maupun melayani jasa, barang ataupun keinginan pengunjung pariwisata.

Industri pariwisata yang sangat luas ini dikatakan merupakan gabungan dari aktivitas, layanan dan industri yang memberikan jasa sebagai pengalaman wisata seperti transportasi, kuliner, ragam toko, *entertainment*, fasilitas yang berhubungan dengan aktivitas dan layanan jasa lainnya yang tersedia untuk suatu individu ataupun kelompok yang bepergian jauh dari rumah. Jadi dapat dikatakan juga industri pariwisata merupakan seluruh industri dari perjalanan, perhotelan, transportasi dan komponen lainnya termasuk promosi dan servis jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (hlm. 4).

#### **2.4.1. Manfaat Pariwisata**

Pariwisata dapat memberikan sebuah manfaat baik secara ekonomi maupun non-ekonomi tapi tidak asing juga kalau pariwisata dapat memberikan dampak yang negatif. Manfaat pariwisata yang berdampak positif menurut Goeldner dan Ritchie (2012) adalah sebagai berikut (hlm. 24-25):

1. Menyediakan lowongan kerja baik terhadap pekerja yang terampil maupun yang tidak terampil karena pariwisata merupakan industri yang membutuhkan tenaga kerja yang tinggi
2. Menghasilkan pasokan pertukaran yang dibutuhkan antar negara
3. Meningkatkan pendapatan
4. Membuat peningkatan untung produk lokal
5. Dapat dibangun pada infrastruktur yang sudah ada
6. Mengembangkan infrastruktur yang dapat membantu mendorong perdagangan industri lokal
7. Dapat dikembangkan dengan produk dan sumber lokal
8. Membantu diversifikasi ekonomi
9. Cenderung dapat menjadi aktivitas pembangunan ekonomi yang paling cocok tersedia ke suatu daerah sebagai pelengkap aktivitas ekonomi lainnya.
10. Memberi efek menyebarkan perkembangan
11. Menjadi efek pengganda dari suatu dampak
12. Meningkatkan pendapatan untuk pemerintah
13. Memperluas garis cakrawala pendidikan dan budaya selain itu juga meningkatkan harga diri seseorang
14. Meningkatkan kualitas hidup seseorang akibat pendapatan yang lebih tinggi dan meningkatkan standar kehidupan seseorang
15. Melestarikan warisan dan tradisi suatu budaya
16. Memperkuat perlindungan dan perbaikan lingkungan suatu daerah

17. Memberikan lapangan kerja bagi para seniman, musisi dan *entertainer* lainnya akibat minat wisatawan terhadap budaya lokal
18. Menyediakan fasilitas pariwisata dan rekreasi untuk penduduk lokal
19. Menghancurkan *language barrier* atau perbedaan bahasa, perbedaan budaya sosial, kelas, ras, politik maupun perbedaan agama
20. Menciptakan *image* destinasi yang bagus kepada seluruh dunia
21. Mempromosikan komunitas global
22. Mempromosikan pemahaman dan perdamaian secara internasional

#### **2.4.2. Sektor Pariwisata**

Menurut Goeldner dan Ritchie (2012) operasi sektor dari industri pariwisata mencakup 7 sektor industri pariwisata, yaitu:

1. *Attraction*

Atraksi dapat diklasifikasikan dengan berbagai macam kategori seperti atraksi budaya, atraksi alam, *event* atau acara dan lainnya, tetapi salah satu kategori yang paling pertama kali tergambar adalah taman bermain (hlm. 173) seperti Disneyland atau Universal Studio.

2. *Gaming*.

Industri *gaming* telah menjadi salah satu dorongan utama di industri pariwisata. Industri permainan yang awalnya merupakan industri sempit yang susah diterima masyarakat menjadi industri yang bertumbuh secara signifikan. Walaupun industri *gaming* dalam bentuk judi merupakan industri yang populer, bentuk judi sebagai permainan tetaplah menuar kontroversi. Terlepas dari kontroversinya, tidak

diragukan bahwa industri tersebut menghasilkan pengunjung atau wisatawan (hlm. 178-179).

### 3. *Recreation*

Industri rekreasi merupakan industri yang *diverse* atau beragam. Industri tersebut dapat menghasilkan jutaan pekerjaan di berbagai bidang manufaktur, penjualan, jasa, maupun sektor (hlm. 181).

### 4. *Live Entertainment*

Industri hiburan langsung adalah sektor magnet pariwisata lainnya. Hiburan biasanya menjadi daya tarik utama dalam perjalanan wisata. Industri hiburan telah naik ke level dimana industri hiburan tersebut menjadi bagian yang menentukan lokasi pariwisata (hlm. 188).

### 5. *Festival and Events*

Di antara segmen pariwisata yang tumbuh dengan cepat, industri festival dan *event* atau acara merupakan segmen yang paling marak dipublik. Negara dan kota bersaing dengan ketat untuk menyelenggarakan acara besar seperti Olimpiade, World cup, pameran dunia dan lainnya. Masyarakat lokal pun sering mengadakan *event* acara seperti festival musik, pameran, pasar, *sport's day* atau perayaan. Maka dari itu festival dan *event* merupakan sektor penting dari industri pariwisata (hlm. 188).

### 6. *Sporting Event*

Dunia olahraga telah bertumbuh bersamaan dengan pariwisata selama lebih dari 50 tahun sampai ke titik dimana acara olahraga yang besar merupakan bagian atau alasan yang menjadi banyaknya pengunjung wisatawan ke suatu negara seperti

Olympic, World Cup, Super Bowl dan lainnya. Tidak hanya acara olahraga yang besar-besaran, masih sangat banyak acara olahraga yang dapat dijadikan alasan wisata seperti Asian Games, Africa Games, Commonwealth Games dan lainnya (hlm. 190).

#### 7. *Shopping*

Sektor perbelanjaan adalah bagian penting dari bentuk aktivitas pariwisata. Berbelanja merupakan aktivitas nomor satu atau dua yang dilakukan saat bepergian baik wisatawan internasional maupun domestik. Bahkan untuk membuat berbelanja nyaman mungkin, banyak hotel atau tempat akomodasi turis menyediakan toko yang menjual suvenir atau barang terutama kerajinan tangan ataupun karya seni lokal. Tidak hanya tempat akomodasi turis, tempat rekreasi, atraksi maupun bandara telah menjadi pusat perbelanjaan (hlm. 190-191).

#### **2.4.3. Jenis Pariwisata**

Goeldner dan Ritchie (2012) mengidentifikasikan kategori jenis pariwisata menjadi 6 jenis kategori, yaitu:

##### 1. *Ethnic tourism*

Pariwisata etnis merupakan bentuk wisata dengan tujuan mengamati ekspresi budaya dan gaya hidup masyarakat eksotis. Aktivitas tujuan pariwisata etnis yang biasanya dilakukan adalah mengunjungi rumah penduduk natif, mengikuti tarian atau upacara dan mungkin juga mengikuti ritual keagamaan milik suatu suku (hlm. 219).

## 2. *Cultural tourism*

Pariwisata budaya merupakan bentuk wisata yang dilakukan untuk menabuh pengalaman dan kemungkinan berpartisipasi mengikuti gaya hidup.

## 3. *Historical tourism*

Pariwisata sejarah adalah tur museum atau katedral yang menekankan adanya cerita atau sejarah penting yang terjadi di masa lalu. Tur ke monumen yang dipandu, mengunjungi gereja dan katedral dan pertunjukan dengan suara dan cahaya yang mengingatkan gaya hidup dari kejadian bersejarah yang terjadi di masa lalu merupakan aktivitas pariwisata sejarah yang diminati. Biasanya, aktivitas tersebut di organisasi menjadi pariwisata secara massal atau tur kelompok.

## 4. *Enviromental tourism*

Pariwisata alam kurang lebih mirip dengan pariwisata etnis yang mengajak wisatawan untuk pergi ke daerah terpencil, namun yang ditekankan di wisata ini adalah atraksi alam yang terlihat natural. Tujuan pariwisata alam adalah untuk memberi esensi perasaan kembali ke alam agar wisatawan menghargai hubungan antar manusia dan lingkungan alam. Pariwisata alam biasanya bersifat geografis dan meliputi lokasi wisata yang dianggap sebagai keajaiban alam seperti Niagara falls atau Grand canyon. Aktivitas yang dilakukan biasanya mencakup fotografi, *hiking*, panjat tebing, berkano dan berkemah.

## 5. *Recreational tourism*

Pariwisata rekreasi mengutamakan partisipasi wisatawan dalam olahraga, spa, berjemur dan hubungan sosial di lingkungan yang damai. Daerah pariwisata rekreasi biasanya banyak mempromosikan pasir atau laut lewat foto yang berwarna

indah sehingga membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung. Promosi tersebut dibuat untuk menarik wisatawan yang memiliki tujuan untuk rileks.

#### 6. *Business tourism*

Pariwisata bisnis yang menggolongkan konvensi, pertemuan dan seminar sebagai bentuk penting suatu perjalanan. Perjalanan bisnis sering digabungkan dengan satu atau lebih jenis pariwisata lainnya (hlm. 220).

### **2.5. Jakarta**

DKI Jakarta atau Daerah Khusus Ibukota Jakarta dikenal sebagai Ibu Kota Republik Indonesia dan merupakan kota terbesar di Indonesia dengan luas sekitar 664,01 km<sup>2</sup> dan penduduk sebanyak 10.557.810 jiwa (BPS 2019). Portal Resmi Informasi Indonesia *indonesia.go.id* menjelaskan sejarah mengenai nama Jakarta sebelumnya memiliki tiga kali perubahan yaitu Sunda Kelapa, Jayakarta dan Batavia.

Awal nama kota terjadi di abad ke-12 sebelum kota ini berada di bawah naungan Kerajaan Galuh-Pakuan dengan menggaet nama Sunda Kelapa, kemudian pada tahun 1527 setelah pelabuhan Sunda Kelapa dikuasai oleh Fatahillah nama Sunda Kelapa berubah menjadi Jayakarta. Setelah satu abad berlalu pada tahun 1619 pasukan Belanda menyerang kerajaan Banten dan menguasai Jayakarta, lewat rundingan De Hereen Zeventien dari VOC Belanda pada 4 Maret 1621 nama Jayakarta resmi di ubah menjadi Batavia. Nama Batavia merupakan nama yang paling lama digunakan sebagai nama kota dengan kurun waktu tiga abad dari tahun 1619- hingga tahun 1942. Pada tahun 1942 dari penjajahan Jepang nama Batavia diubah menjadi Djakarta dan setelah merdekanya Indonesia Menteri Penerangan

Republik Indonesia Serikat menegaskan bahwa sejak 30 Desember 1949 nama Ibu Kota Republik Indonesia adalah Jakarta.

### **2.5.1. Geografis**

DKI Jakarta merupakan kota administrasi dengan luas 664,01 km<sup>2</sup> yang berada di bagian utara Pulau Jawa dan terletak di dataran rendah dengan ketinggian rata-rata 7 meter di bawah permukaan laut. Menurut Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik DKI Jakarta lewat portal resmi Provinsi DKI Jakarta *Jakarta.go.id*, Jakarta merupakan kesatuan dari 5 wilayah Kota administrasi dan satu Kabupaten administratif.

5 wilayah Kota administrasi tersebut adalah Kota Jakarta Pusat meliputi wilayah dengan luas 52,38 km<sup>2</sup>, Jakarta utara dengan luas 139,99 km<sup>2</sup> diikuti dengan Jakarta Barat 124,44 km<sup>2</sup>, Jakarta Selatan sebanyak 154,32 km<sup>2</sup> luas dan dengan wilayah terluas Jakarta Timur yaitu 182,70 km<sup>2</sup> luas. Satu kabupaten administratif yang dimaksud merupakan Kepulauan Seribu dengan luas 10,18 km<sup>2</sup>. Dari posisi geografis, batas perairan DKI Jakarta mencakup pantai sepanjang 35 Km di utara yang menjadi tempat lewatnya 13 sungai bermuara ke Teluk Jakarta dan 2 kanal. Meliputi area yang merupakan bagian dari Jabodetabek, di sebelah tenggara Jakarta terletak perbatasan dengan Depok, Bogor dan Bekasi sedangkan di sebelah barat berbatasan dengan Tangerang (BPS, 2019).



Gambar 2.31 Ilustrasi map DKI Jakarta  
(<https://jakarta.go.id/artikel/konten/55/geografis-jakarta>)

## 2.6. MRT Jakarta

MRT (*mass rapid transit*) merupakan bentuk transportasi sesuai dengan namanya yaitu transit cepat pembawa massa dengan kereta rel listrik. MRT yang merupakan transportasi publik telah beroperasi di Jakarta pada tanggal 24 Maret 2019.

### 2.6.1. Mass Rapid Transit

Sistem *mass rapid transit* (MRT) merupakan *rail system* atau kereta dengan sistem rel yang digunakan sebagai alat transportasi penumpang. MRT memiliki nama lain seperti moda raya terpadu, *mass transit*, kereta bawah tanah atau Ratangga nama yang diberikan pemerintah bagi orang Indonesia. Karakteristik utama dari sistem MRT adalah kemampuannya yang dapat membawa penumpang dengan jumlah

yang banyak secara efisien dan merupakan bagian dari sistem transportasi utama bagi masyarakat bersama dengan transportasi berbasis rel kereta lainnya seperti *light rail transit* (LRT) dan kereta rel listrik (KRL).



Gambar 2.32 Ilustrasi sistem MRT  
(jakartamrt.co.id, 2019)

### 2.6.2. Sejarah MRT Jakarta

Menurut portal resmi MRT Jakarta *Jakartamrt.co.id*, Perseroan Terbatas *Mass Rapid Transit* Jakarta atau PT MRT Jakarta didirikan pada 17 Juni tahun 2008 sebagai perusahaan yang 99,99% kepemilikan saham nya dimiliki Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. MRT didirikan dengan mengikuti Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta No 3 2008 yang menyatakan pembuatan PT MRT Jakarta dan Peraturan Daerah No 4 2008 yang berisi penyertaan modal daerah terhadap PT MRT Jakarta.

Hal ini menyatakan lewat peraturan daerah pembangunan PT MRT Jakarta telah ditentukan pada tahun 2008 secara resmi. Namun ternyata rencana pembuatan infrastruktur MRT di Jakarta sebenarnya telah dipikirkan sejak tahun 1985, tetapi

pada tahun tersebut rencana pembuatan belum di anggap sebagai proyek nasional. Selang 20 tahun kemudian pada tahun 2005 dikatakan bahwa Presiden Republik Indonesia ke-6 Susilo Bambang Yudhoyono menetapkan bahwa proyek pembangunan infrastruktur MRT Jakarta merupakan proyek pembangunan nasional.

Tergerak dari pernyataan tersebut rencana proyek MRT Jakarta berjalan dan pada 26 November 2006 Gubernur JBIC (Japan Bank for International Cooperation) Kyosuke Shinozawa dan Duta Besar Indonesia di Jepang Yusuf Anwar menandatangani persetujuan peminjaman biaya untuk menjalankan proyek pembangunan MRT Jakarta. Tahap desain proyek dilakukan dari tahun 2008 hingga tahun 2009 dan konstruksi secara resmi dilakukan pada Oktober 2013 untuk membangun jalur MRT fase pertama. 6 tahun berlalu dan pada Maret 2019 operasi transportasi MRT sebagai proyek infrastruktur nasional secara resmi dibuka untuk publik.

### **2.6.3. Rute stasiun**

Dengan mengambil informasi dari portal resmi MRT Jakarta, rute jaringan stasiun MRT Jakarta yang telah beroperasi saat ini dan dibangun sebagai fase pertama memiliki jumlah sebanyak 13 stasiun. Dari 13 stasiun tersebut 7 diantaranya merupakan stasiun layang yang panjang jalurnya mencapai 10 KM dari stasiun Lebak Bulus sampai dengan stasiun ASEAN. 7 stasiun yang menggunakan rute struktur layang tersebut adalah stasiun Lebak Bulus, Fatmawati, Cipete Raya, Haji Nawi, Blok A, Blok M BCA dan stasiun ASEAN. 6 stasiun lainnya menggunakan rute struktur *underground* atau bawah tanah yang memiliki panjang jalur kurang

lebih 6 KM lewat terowongan bawah tanah, keenam stasiun tersebut adalah Stasiun Senayan, Istora Mandiri, Bundungan Hilir, Setiabudi, Dukuh Atas dan Stasiun Bundaran Hotel Indonesia.



Gambar 2.33 Peta fase I MRT Jakarta (jakartamrt.co.id, 2019)