

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

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

Menurut Sihombing (2017), desain mengacu pada hasil studi, pemikiran, penciptaan, kreativitas, dari pemecahan masalah yang berkaitan dengan fungsi dan estetika (hlm. 14). Landa (2014) juga menjelaskan bahwa desain grafis adalah bentuk dari komunikasi visual bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Desain juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih sebuah merek atau berpartisipasi dalam sebuah kampanye (hlm. 1). Berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa desain adalah suatu cara menyampaikan pesan, ide, maupun informasi dalam bentuk visual yang berasal dari hasil pemikiran sang desainer dalam memecahkan sebuah permasalahan

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

Menurut Landa (2014), desainer harus memahami atau mengetahui pengetahuan tentang elemen formal dalam sebuah desain. Elemen dalam desain yaitu garis, bentuk, tekstur, dan warna (hlm. 19-28).

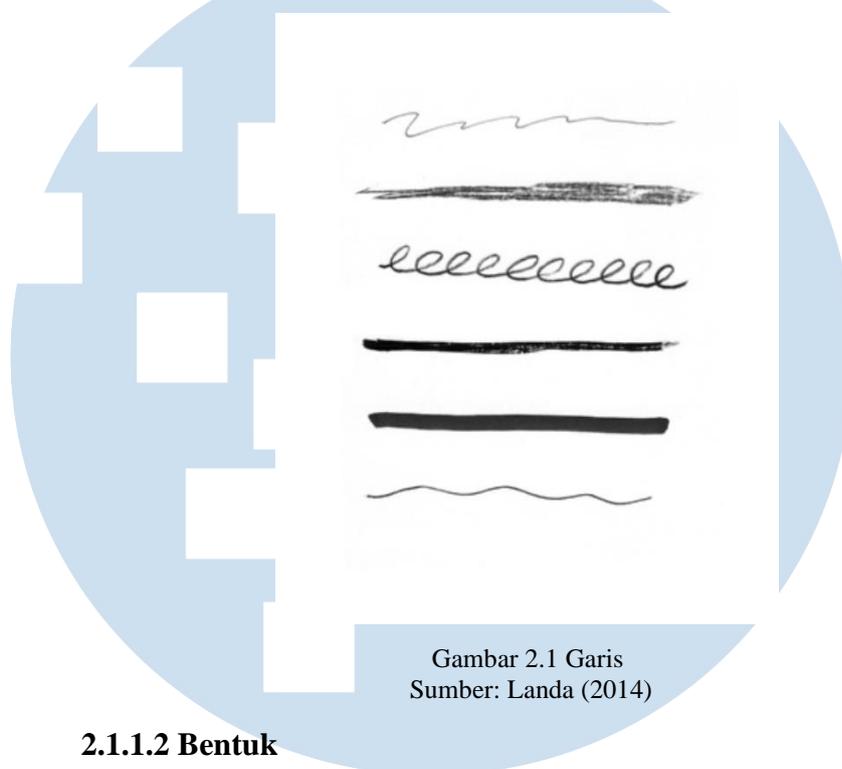
###### **2.1.1.1 Garis**

Garis adalah kumpulan dari titik yang memanjang, yang biasanya dapat diukur sesuai dengan panjang, bukan dari lebarnya. Garis dalam elemen desain, berperan sangat penting dalam segi komposisi dan komunikasi. Garis dapat menuntun mata audiens sesuai dengan arahnya yang berbentuk lurus, bengkok, atau miring. (hlm. 19)

Elemen garis memiliki fungsi-fungsi sebagai berikut (hlm. 20):

- 1) Menegaskan suatu bentuk dari sebuah gambar, pola, dan huruf
- 2) Menggambar sebuah batas
- 3) Mengatur suatu komposisi secara visual

- 4) Mengarahkan pembaca ke suatu arah tujuan
- 5) Dapat membentuk ekspresi dan gaya linier

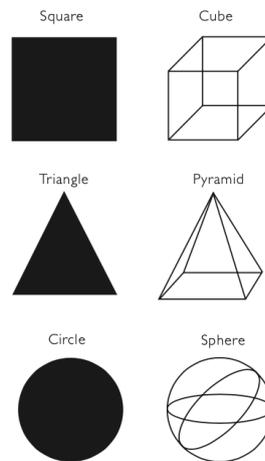


Gambar 2.1 Garis  
Sumber: Landa (2014)

### 2.1.1.2 Bentuk

Bentuk adalah outline yang menciptakan sebuah bentuk datar atau dua dimensi yang dapat diisi dengan warna, tone, ataupun tekstur. Dasar dari sebuah bentuk adalah datar, yang artinya dalam wujud dua dimensi yang dapat diukur dengan tinggi dan lebar. Terdapat tiga dasar penggambaran dari sebuah bentuk, yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Dari bentuk dasar tersebut, juga bisa disusun atau disatukan dengan sedemikian rupa, sehingga dapat membentuk sebuah bentuk yang memiliki volume seperti kubus, *pyramid*, atau bola (hlm. 20-21).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



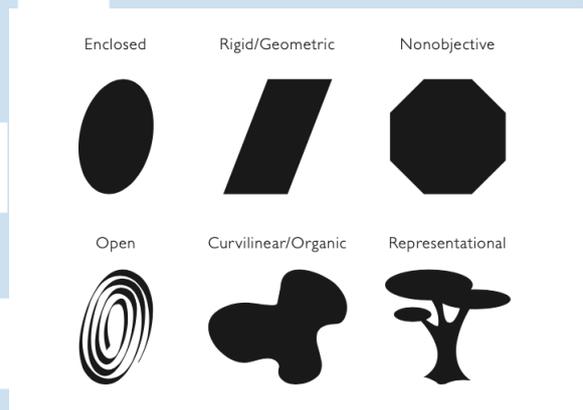
Gambar 2.2 *Basic Shapes and Forms*  
Sumber: Landa (2014)

Berikut ini adalah jenis-jenis dari bentuk yaitu (hlm. 21):

- 1) Bentuk Geometris/*Geometric Shape*, terbentuk dari tepi garis lurus, sudut yang dapat diukur dan sifatnya kaku
- 2) *Curvilinear Shape/Organic Shape/Biomorphic Shape*, dibentuk dari garis tepi yang melengkung, namun memiliki karakteristik natural dan bebas.
- 3) *Rectilinear Shape*, gabungan dari banyak komposisi garis lurus maupun sudut yang membentuk suatu bentuk.
- 4) *Irregular Shape*, dibentuk dari gabungan garis lurus dan garis lengkung sehingga tidak beraturan.
- 5) Bentuk yang tidak disengaja atau *Accidental Shape*, dibentuk dari kejadian yang tidak diinginkan seperti gesekan dari beberapa objek tertentu yang dapat menimbulkan bekas atau tumpahan tinta di kertas.
- 6) *Non-objective/Non-Representational Shape*, dibentuk secara murni tidak mengacu pada apapun sehingga tidak berkaitan dengan benda apapun seperti objek alam, orang, maupun tempat.
- 7) Bentuk Abstrak atau *Abstract Shape*, mengacu pada objek alami yang mengalami penataan ulang, perubahan, distorsi secara

sederhana maupun kompleks, sesuai dengan tujuan komunikasinya.

- 8) *Representational Shape*, adalah kebalikan *Non-Representational Shape* yaitu bentuk yang mengacu pada objek nyata sehingga orang yang melihatnya dapat mengenali objek tersebut.



Gambar 2.3 Jenis-jenis Bentuk  
Sumber: Landa (2014)

### 2.1.1.3 *Figure/Ground*

*Figure/Ground* adalah persepsi visual yang berkaitan dengan hubungan suatu bentuk pada latar dua dimensi. *Figure/Ground* dibagi menjadi dua bagian yaitu *positive space* yang mengarah pada objek utama dalam suatu desain dan *negative space* mengarah pada latarnya. *Negative space* dapat dimanfaatkan dalam menyampaikan pesan seperti poster *Hope for Peace* karya Ronald J. Cala II. Dalam poster tersebut, terdapat *positive space* yang mengarah pada dua anak yang sedang berbahagia sambil bergandengan tangan dan *negative space* mengarah pada bentuk burung merpati yang melambangkan kedamaian dunia.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

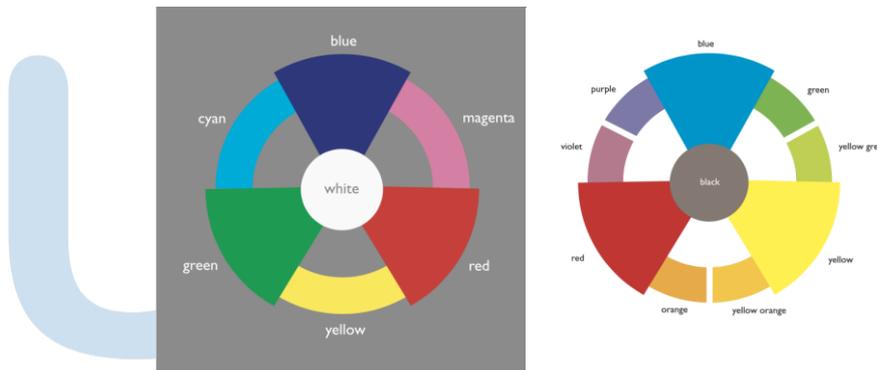


Gambar 2.4 Contoh *Figure/Ground*

Sumber: Landa (2014)

#### 2.1.1.4 Warna

Warna adalah elemen desain yang memiliki karakteristik yang kuat dan provokatif. Dalam kehidupan sehari-hari, mata kita bisa melihat objek yang berwarna tersebut akibat dari cahaya yang terpantul, jika tanpa adanya cahaya, maka kita tidak bisa melihat sebuah warna. Warna yang dihasilkan oleh media cetak berasal dari pigmen warna (*reflected/subtractive color*), Warna ada pada tampilan media digital seperti laptop, *computer*, *smartphone*.



Gambar 2.5 *Additive Color and Subtractive Color*

Sumber: Landa (2014)

Menurut Landa (2014), warna dibagi menjadi tiga bagian yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*.

1) *Hue*

*Hue* adalah sebuah identitas dari warna dan gabungan dari warna-warna dasar seperti merah, hijau, biru atau jingga. *Hue* dapat dipersepsikan sebagai dua kategori *temperature* yaitu *warm* yang mengarah ke warna yang lebih merah, kuning, dan jingga. Sedangkan *cold*, mengarah ke warna yang lebih biru, hijau, dan ungu.

2) *Value*

*Value* adalah kadar dari gelap dan terangnya sebuah warna seperti warna biru, biru terang, hingga biru gelap. Hitam dan putih menjadi elemen penting untuk menyesuaikan sebuah *value* dari gelap hingga terangnya sebuah warna.

3) *Saturation*

*Saturation* adalah kadar dari cerah dan buram atau kusamnya sebuah warna seperti biru cerah dan biru kusam. *Saturation* dapat disebut juga sebagai identitas dari sebuah *hue*. Warna dasar yang cerah berasal dari identitas *saturation* yang paling tinggi atau murni.

### **2.1.1.5 Tekstur**

Tekstur adalah kualitas dari sebuah permukaan atau gambaran dari struktur permukaan suatu objek. Dalam bidang seni, terdapat dua jenis tekstur yaitu tekstur taktil dan visual. Tekstur yang dapat diraba dan dirasakan permukaannya secara fisik disebut dengan tekstur taktil. Sedangkan tekstur visual tidak dapat dirasakan atau sebuah ilusi yang dihasilkan melalui fotografi, gambaran dari tekstur aslinya.



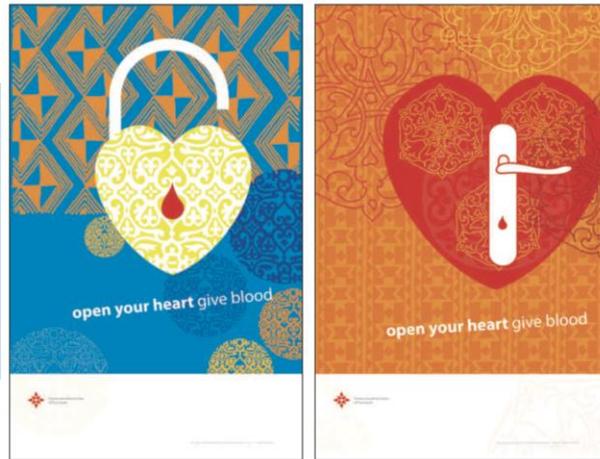
Gambar 2.6 Tekstur Taktil  
Sumber: Landa (2014)

Gambar 2.7 Tekstur Visual  
Sumber: Landa (2014)

### 2.1.1.6 Pola

Pola adalah pengulangan satu elemen visual secara konsisten dalam area tertentu dan membentuk gerakan yang terarah dengan jelas. Pola yang strukturnya bergantung pada elemen *non-objective* atau bentuk *representational* dapat didasarkan pada titik. Jalur bergerak dengan dasar elemen garis disebut stripes. yang Setiap dua elemen visual saling berpotongan dapat menghasilkan sebuah pola *grid*.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



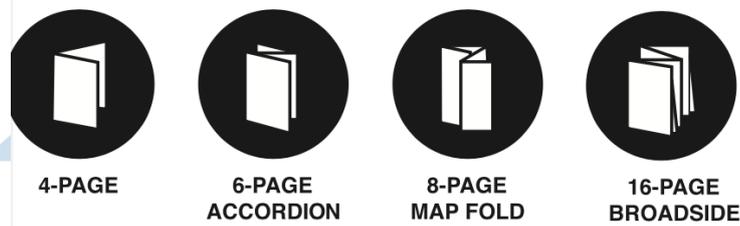
Gambar 2.8 Pola dalam seri poster Cedimir Kostovic  
Sumber: Landa (2014)

## 2.1.2 Prinsip Desain

Untuk membuat komposisi elemen desain yang baik, diperlukannya prinsip sebagai pondasi dasar dalam mendesain. Prinsip desain menurut Landa (2014), yaitu format, *balance*, *rhythm*, *emphasis*, *unity* (hlm. 29-37).

### 2.1.2.1 Format

Format adalah batas yang ditentukan dari sebuah desain dengan mempertimbangkan ukuran dan bentuknya. Oleh sebab itu, penggunaan format harus dipikirkan secara cermat karena setiap media, mempunyai format yang berbeda. Ukuran format juga ditentukan sesuai dengan kebutuhannya dari segi fungsi, tujuan, dan biaya. Contoh bentuk format adalah sampul album CD yang berbentuk persegi, halaman majalah yang berbentuk persegi panjang, bentuk *mobile* memiliki *aspect ratio* yang berbeda-beda pada setiap gadgetnya, pembuatan brosur dengan menggunakan jenis *folding styles* yang beda-beda, dan lain-lainnya (hlm. 29).



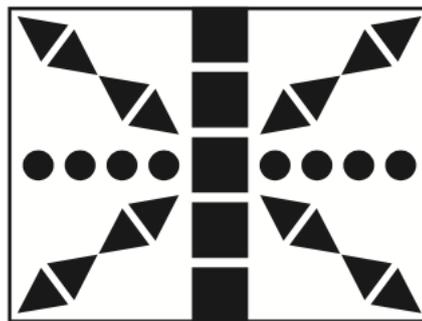
Gambar 2.9 *Folding Styles*  
Sumber: Landa (2014)

### 2.1.2.2 Keseimbangan

Kapal di laut bisa berlayar akibat keseimbangan bentuknya dan beban yang dibawa tidak berat sebelah atau merata, jika tidak ada keseimbangan maka kapal tersebut akan terbalik. Dalam desain, keseimbangan membuat komposisi elemen-elemen desain menjadi stabil dan harmoni sehingga nyaman dilihat oleh audiens (hlm. 30-33).

#### 1) Keseimbangan Simetris

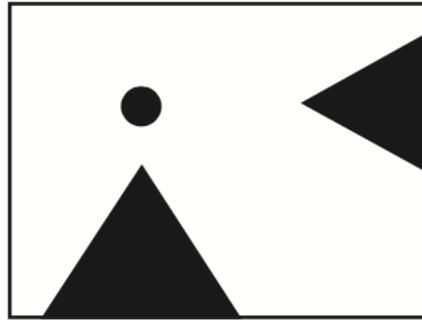
Elemen visual yang memiliki kesamaan dan susunannya tertata secara teratur seperti pantulan cermin (refleksi simetri) sehingga tampilannya stabil dan seimbang.



Gambar 2.10 Keseimbangan Simetris  
Sumber: Landa (2014)

#### 2) Keseimbangan Asimetris

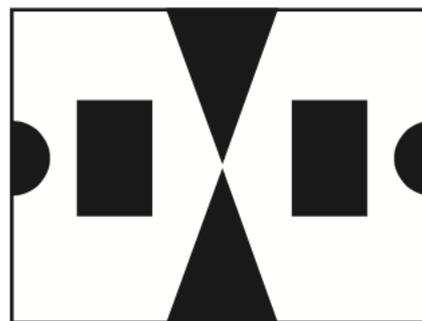
Elemen visual yang memiliki susunan tidak teratur dan tidak serupa bentuknya namun posisinya memiliki peran untuk menyeimbangkan keseluruhannya.



Gambar 2.11 Keseimbangan Simetris  
Sumber: Landa (2014)

### 3) *Radial Balance*

Kombinasi antara simetris horizontal dan vertikal yang memiliki titik pusat di tengah.



Gambar 2.12 Keseimbangan Simetris  
Sumber: Landa (2014)

#### **2.1.2.3 Hierarki Visual**

Hierarki Visual adalah prinsip yang sering digunakan dalam desain dengan tujuan agar pembaca dapat mencerna suatu informasi maupun pesan. Dalam hierarki visual, terdapat penekanan (*emphasis*) yang berkaitan dalam penataan elemen visual sesuai dengan kepentingannya seperti membuat elemen utama menjadi lebih dominan dibandingkan elemen pendukung. Hierarki visual dapat mengontrol pengalaman targetnya, jika targetnya kesulitan untuk mencari apa yang diinginkannya, maka *layout* tersebut tidak memiliki hierarki yang jelas. Pada dasarnya, desainer dapat

menentukan elemen visual mana yang akan dilihat oleh para pembaca pertama kali, kedua, ketiga dan seterusnya (hlm. 33).

#### **2.1.2.4 Irama**

Irama biasanya digunakan pada musik, namun dalam desain grafis juga membutuhkan irama. Irama dalam desain adalah repetitif atau variasi dari elemen visual yang konsisten sehingga membentuk suatu pola atau pattern tertentu. Irama bertujuan agar menciptakan antusiasme audiens dalam membaca keseluruhan desain. Irama dapat diaplikasikan dalam desain buku, desain *website*, dan desain majalah (hlm. 35-36).

#### **2.1.2.5 Emphasis**

Dalam suatu desain atau karya, pasti memiliki objek dengan ukuran yang sangat besar, lebih dominan, warna yang mencolok dari objek lainnya, objek tersebut dinamakan penekanan. Penekanan biasanya ditujukan pada pembaca untuk melihat dan membaca sesuatu yang paling menonjol lebih dahulu atau diprioritaskan (hlm. 35-36).

#### **2.1.2.6 Unity**

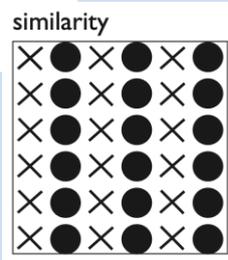
Idealnya dalam menyusun suatu desain, diperlukannya kesatuan agar audiens lebih memahami dan mengingat suatu komposisi dengan satu kesatuan, bukan sebagai kumpulan elemen visual saja. Komposisi ini bergantung pada Gestalt, yang memberikan penekanan dari bentuk persepsi yang terorganisir, sebagaimana pikiran selalu memaksa untuk mencoba menyatukan dan mengurutkan sebuah persepsi (hlm. 36).

#### **2.1.2.7 Laws of Perceptual Organization**

Menurut Landa (2014), aturan kesatuan persepsi terbagi menjadi 6, yaitu (hlm. 37):

1) *Similarity*

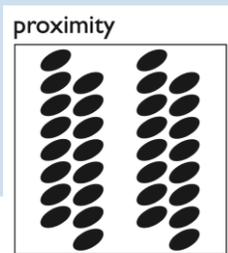
Elemen yang memiliki karakteristik yang sama seperti kesamaan bentuk, warna, dan lain-lainnya dianggap satu kesatuan.



Gambar 2.13 *Similarity*  
Sumber: Landa (2014)

2) *Proximity*

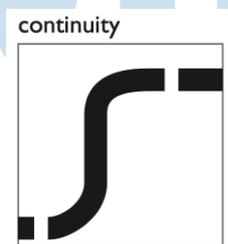
Elemen yang memiliki jarak satu sama lainnya saling berdekatan dianggap satu kesatuan.



Gambar 2.14 *Proximity*  
Sumber: Landa (2014)

3) *Continuity*

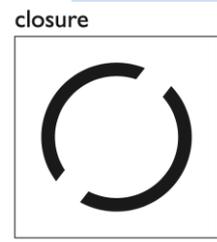
Elemen yang memiliki hubungan atau berkelanjutan dianggap satu kesatuan sehingga membuat suatu gerakan.



Gambar 2.15 *Continuity*  
Sumber: Landa (2014)

4) *Closure*

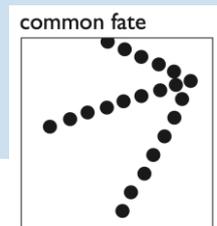
Penggabungan atau penyambungkan elemen yang terpisah menjadi suatu bentuk atau pola.



Gambar 2.16 *Closure*  
Sumber: Landa (2014)

5) *Common Fate*

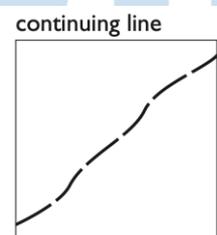
Elemen yang bergerak ke arah yang sama dianggap satu kesatuan.



Gambar 2.17 *Common Fate*  
Sumber: Landa (2014)

6) *Contiuning Line*

Garis yang membentuk suatu gerakan dianggap satu kesatuan meskipun garis tersebut terpotong atau putus-putus.



Gambar 2.18 *Contiuning Line*  
Sumber: Landa (2014)

**2.1.3 Tipografi**

*Typeface* menurut Landa (2014), desain dari satu set karakter disatukan dari sifat visual yang konsisten. Tipografi mencakup pada huruf, angka, simbol, tanda, tanda baca, dan aksen (hlm. 44). Sihombing (2017) menjelaskan bahwa setiap bentuk huruf dalam sebuah alfabet memiliki karakteristik yang unik sehingga dapat membedakan huruf satu dengan lainnya (hlm. 127).

### 2.1.3.1 Anatomi Huruf

Menurut Sihombing (2017), dalam mempelajari tipografi, hal yang harus dilakukan pertama kali adalah memahami anatomi huruf secara mendalam agar dapat mengetahui karakteristik dari setiap jenis huruf (hlm. 126). Berikut ini terminologi yang digunakan dalam penamaan komponen anatomi huruf:

1) *Baseline*

Merupakan garis datar yang tidak terlihat menjadi batas dari bagian terbawah huruf kapital dan badan huruf kecil.

2) *Cap Height*

Merupakan garis datar yang tidak terlihat menjadi batas dari bagian teratas huruf kapital. Namun, terdapat bagian yang lebih tinggi dari *cap height* yaitu bagian teratas dari *ascender* atau disebut dengan *ascender height*.

3) *Meanline*

Kebalikan dari *baseline*, yaitu batas dari bagian teratas dari huruf kecil.

4) *X-Height*

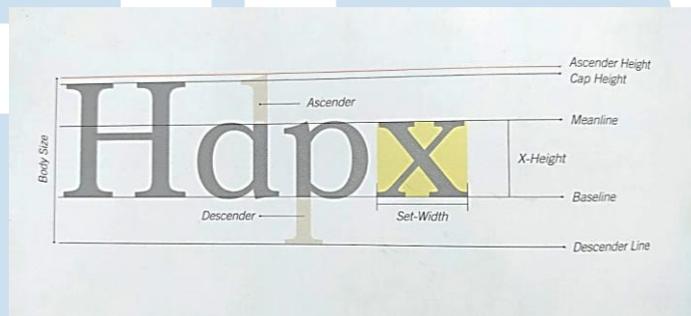
Merupakan tinggi dari *body* huruf kecil yang dimulai dari bagian garis batas *baseline* dan *meanline*, bukan dari garis batas *ascender* maupun *descender*.

5) *Ascender*

Merupakan bagian dari anatomi huruf kecil yang mengarah ke atas, dan posisinya berada di atas *meanline*.

6) *Descender*

Kebalikan dari *ascender*, yaitu bagian huruf kecil yang mengarah ke bawah dan posisinya berada di bawah *baseline* (hlm. 128).



Gambar 2.19 Anatomi Huruf  
Sumber: Sihombing (2017)

### 2.1.3.2 Keluarga Huruf

Menurut Sihombing (2017), keluarga huruf memiliki perbedaan pokok yang terbagi menjadi tiga bentuk yaitu (hlm. 134):

1) Berat

Perubahan berat dari struktur bentuk dasar huruf terletak pada perbandingan antara tinggi huruf yang tercetak dengan lebar *stem*. *Stem* adalah garis tegak lurus dari atas ke bawah pada anatomi huruf. Anggota keluarga huruf pada bentuk variasi berat dibagi menjadi tiga bagian dasar, yaitu: *light*, *regular*, dan *bold*.

Meskipun bentuk variasi berat memiliki karakteristik fisik yang sama, namun dapat dibedakan dengan tampilan perbedaan berat sehingga memberikan dampak visual yang berbeda. Salah satunya seperti huruf *bold* yang memiliki penekanan yang kuat dalam menarik perhatian mata karena ketebalannya (hlm. 135-146).

VARIASI BERAT	TINGGI HURUF YANG TERCETAK	LEBAR STEM
Extra Light	100%	5%
Light	100%	10%
Regular	100%	15%
Semi-Bold	100%	20%
Bold	100%	25%
Extra-Bold	100%	30%

Gambar 2.20 Berat Huruf  
Sumber: Sihombing (2017)

### 2) Proporsi

Perbandingan proporsi antara tinggi huruf dan lebar huruf yang tercetak. Anggota keluarga huruf pada bentuk variasi proporsi dibagi menjadi kelompok dasar, yaitu: *condensed*, *regular*, dan *extended*. Biasanya dalam tulisan *headline* atau *sub-judul* pada teks pendek, menggunakan huruf *condensed* dan *extended* (hlm.137).

VARIASI PROPORSI	TINGGI HURUF YANG TERCETAK	LEBAR HURUF YANG TERCETAK
Extra Condensed	100%	40%
Condensed	100%	60%
Regular	100%	80%
Extended	100%	100%
Extra Extended	100%	120%

Gambar 2.21 Proporsi Huruf  
Sumber: Sihombing (2017)

### 3) Kemiringan

Kemiringan pada huruf dalam terminologi tipografi, biasa dikenal dengan sebutan *italic*. Huruf *italic* dapat digunakan untuk memberikan penekanan pada sebuah kata, namun juga dipakai sebagai kata istilah atau bahasa asing. 12 derajat adalah

sudut kemiringan terbaik dari huruf *italic*. Jika lebih dari 12 derajat, akan mempengaruhi keseimbangan bentuk huruf. Sebaliknya, jika kurang dari 12 derajat, maka bentuk *italic* akan sulit dikenali (hlm. 138).



Gambar 2.22 Kemiringan Huruf  
Sumber: Sihombing (2017)

### 2.1.3.3 Sistem Pengukuran

Menurut Sihombing (2017), sistem pengukuran dalam tipografi berawal dari teknik cetak *moveable type* yang bertujuan untuk menciptakan standarisasi dalam proses cetak (hlm. 146). Berikut ini adalah tiga sistem pengukuran dalam tipografi:

#### 1) *Point* dan *Pica*

*Point* atau disingkat dengan *pt* adalah sistem pengukuran yang dipakai untuk mengukur tinggi huruf. Perhitungan 72pt dalam sistem Anglo-Saxon setara dengan 1 inch atau 2,539 cm.

Sedangkan *pica* adalah sistem pengukuran yang dipakai untuk mengukur panjang baris. Perhitungan satu *pica* setara dengan 12 point (hlm. 147).

#### 2) *Unit*

Satuan unit adalah pengukuran dari lebar per satuan huruf serta jarak antar huruf. Perhitungan unit bertujuan untuk mendapatkan hasil cetak yang tajam dan presisi, serta hanya bisa dipakai dalam proses yang menggunakan teknologi *phototypesetting* dan *digital composition* yang merupakan teknologi penyetakan dan cetak huruf (hlm 147).

#### 2.1.3.4 Klasifikasi Huruf

Menurut Sihombing (2017), klasifikasi huruf diurutkan berdasarkan waktu latar belakang sejarah tipografi dalam pengembangan desain huruf latin agar mudah dipahami. Klasifikasi diakhiri dengan kemunculan huruf-huruf *Sans Serif* (hlm. 158-159). Berikut ini pengelompokan klasifikasi huruf berdasarkan urutan waktu kemunculannya:

##### 1) *Old Style*

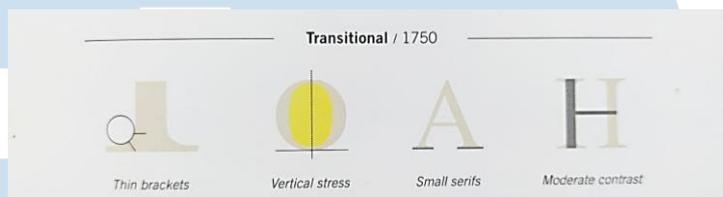
Dalam tipografi, *old style* sering dikenal dengan sebutan serif Humanis yang dikembangkan pada abad 15 dan 16. Karakteristik yang terdapat dalam huruf *old style* adalah *serif* huruf berukuran kecil dengan sudut lengkung yang besar, memiliki kemiringan pada sumbu huruf “O”, dan kontras yang rendah pada *stroke*. Contoh huruf *old style* adalah Garamond (hlm. 159).



Gambar 2.23 *Old Style*  
Sumber: Sihombing (2017)

##### 2) *Transitional*

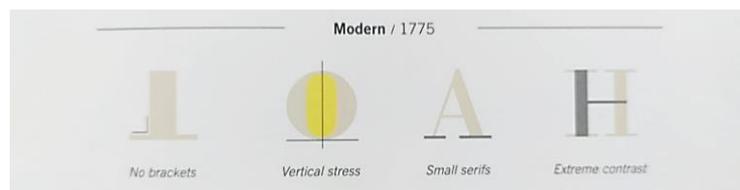
Kelahiran huruf *transitional* diawali saat transisi antara huruf *old style* dan tipografi *serif* modern pada pertengahan abad ke-17. Karakteristik yang terdapat dalam huruf *transitional* adalah *serif* huruf berukuran kecil dengan sudut lengkung kecil, sumbu dari huruf “O” tegak lurus, dan kontras yang cukup pada *stroke*. Contoh huruf *transitional* adalah Baskerville (hlm. 159).



Gambar 2.24 *Transitional*  
Sumber: Sihombing (2017)

### 3) Modern

Perubahan masa pada tipografi tradisional, membuat tipografi *serif* modern ini dikembangkan pada akhir abad ke-18. Karakteristik yang terdapat dalam huruf modern adalah *serif* huruf berukuran kecil namun tanpa sudut lengkung, sumbu dari huruf “O” tegak lurus, dan kontras yang ekstrim pada *stroke*. Contoh huruf modern adalah Bodoni (hlm. 160).



Gambar 2.25 *Modern*  
Sumber: Sihombing (2017)

### 4) Egyptian

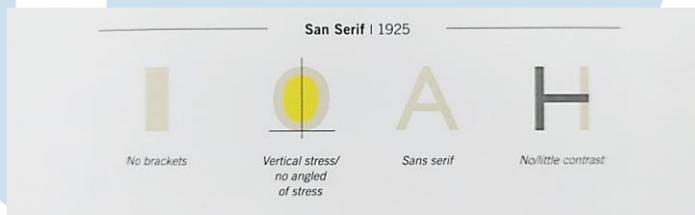
Pada abad ke-19, huruf *egyptian* atau *slab serif* banyak dipakai untuk kepentingan desain iklan. Karakteristik yang terdapat dalam huruf *egyptian* adalah bentuk kotak pada *serif* huruf dan ukurannya besar tanpa lengkung, sumbu dari huruf “O” tegak lurus, dan kontras yang rendah pada *stroke*. Contoh huruf *egyptian* adalah Clarendon (hlm. 160).



Gambar 2.26 *Egyptian*  
Sumber: Sihombing (2017)

### 5) *Sans Serif*

*Sans serif* adalah jenis huruf tanpa *serif* sebagai karakteristik utamanya. Karakteristik yang terdapat dalam huruf *sans serif* adalah sumbu dari huruf “O” tegak lurus, dan tidak memiliki kontras pada *stroke*. Contoh huruf *sans serif* adalah Futura (hlm. 160).



Gambar 2.27 *Sans Serif*  
Sumber: Sihombing (2017)

### 2.1.3.5 Pedoman Penggunaan Huruf

Menurut Sihombing (2017), dalam merancang tipografi, harus memperhatikan kaidah-kaidah persepsi visual, estetika, tingkat keterbacaan, serta hubungan antar huruf terhadap space dan elemen visual disekitarnya (hlm. 165).

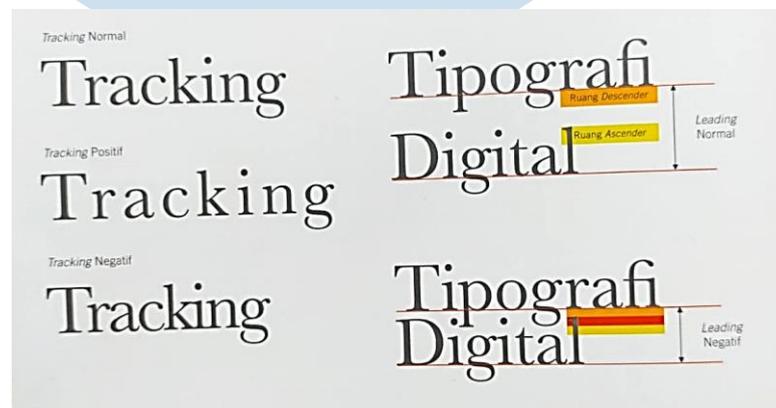
#### 1) *Legibility* dan *Readability*

*Legability* dalam tipografi, diartikan sebagai kualitas suatu huruf yang diukur berdasarkan tingkat kemudahan mata dalam membaca atau mengenali suatu tulisan. Tingkat keterbacaan pada *legability* memiliki ketergantungan dari desain pada badan satu huruf, seperti tipis tebalnya *stroke*, ukuran *x-height*, proporsi *ascender* dan *descender* hingga *counterform* pada huruf. Sementara pengertian *readability* dalam tipografi, diartikan sebagai kualitas kenyamanan dalam membaca rangkaian huruf

dalam desain tipografi atau *layout*, seperti salah satunya adalah huruf yang disusun secara vertikal, terbalik-balik dapat mempengaruhi tingkat *readability* (hlm. 165).

## 2) *Tracking* dan *Leading*

*Readability* dalam susunan huruf sangat bergantung pada peran *tracking* dan *leading*. *Tracking* adalah penentuan jarak antar huruf dalam suatu kata. Dalam *tracking*, jarak yang terlalu rapat antar huruf satu dengan lainnya dapat mengaburkan bentuk huruf, sementara jika jarak terlalu lebar atau renggang dapat mengganggu kenyamanan dan kecepatan dalam membaca. Berbeda dengan *tracking*, *leading* adalah penentuan jarak antar baris teks. *Leading* yang terlalu kecil maupun besar akan memerlukan waktu yang lebih banyak bagi mata untuk menyambung atau menemukan baris teks selanjutnya (hlm. 168).



Gambar 2.28 *Tracking & Leading*  
Sumber: Sihombing (2017)

## 3) Perlakuan Naskah Panjang

Dalam pembuatan naskah yang panjang, disarankan untuk menggunakan keluarga huruf *light* maupun *regular* karena jika menggunakan *bold* akan mempengaruhi tingkat *readability* dan estetika pada naskah serta berkesan masif dan pekat pada ruang (hlm. 169).

#### 4) *Display Type* dan *Body Type*

Huruf pada *headline* dalam suatu halaman biasanya dikenal dengan *display type*. Dalam *display type* dan *body type* memiliki aturan dalam penentuan ukurannya, seperti ukuran minimum pada *display type* adalah 14pt dan ukuran maksimum pada *body type* adalah 12pt. Hal tersebut adalah ukuran ideal yang dapat diterapkan dalam naskah panjang. Apabila ukuran huruf terlalu kecil akan menyebabkan mata lelah bahkan malas untuk dibaca dan jika ukuran terlalu besar akan mengganggu estetika naskah (hlm. 170).

### 2.1.4 Grid

Elemen seperti tampilan, teks, dan gambar (ilustrasi, grafik, dan foto) pada halaman majalah, buku, koran, maupun media digital lainnya, semuanya hampir diatur dalam sistem *grid*. Menurut Landa (2014) adalah panduan untuk mengkomposisi elemen-elemen visual yang terdiri dari garis vertikal dan horizontal, serta membagi format menjadi kolom dan margin (hlm. 174).

#### 2.1.4.1 Anatomi Grid

Menurut Samara (2017), setiap grid memiliki bagian dasar yang sama, meskipun grid tersebut sangat rumit. Bagian tersebut dapat digabungkan sesuai kebutuhan atau dihilangkan dari keseluruhan strukturnya sesuai dengan keinginan desainer. Berikut ini bagian-bagian dasar dari *grid*:

##### 1) *Columns*

Merupakan jenis deretan vertikal yang digunakan untuk meletakkan elemen visual maupun teks. Lebar *columns* dapat berukuran sama maupun berbeda-beda. Ruang pemisah antar *columns* disebut dengan *column gutter*.

##### 2) *Flowlines*

Merupakan deretan yang memotong ruang menjadi garis horizontal. *Flowlines* membantu mata melewati *format* dan dapat digunakan untuk menentukan titik perhentian, serta menjadi titik awal dari suatu teks atau gambar. Dalam sebuah halaman, bisa terdapat satu *flowline* bahkan lebih.

3) *Rows*

*Rows* dihasilkan dari banyaknya *flowlines* yang teratur dan pengulangan interval dari kepala margin dan kaki margin. *Rows* juga dipisahkan oleh ruang yang dinamakan *row gutters*.

4) *Modules*

Merupakan satu unit ruang yang diciptakan dari persimpangan kolom dan baris.

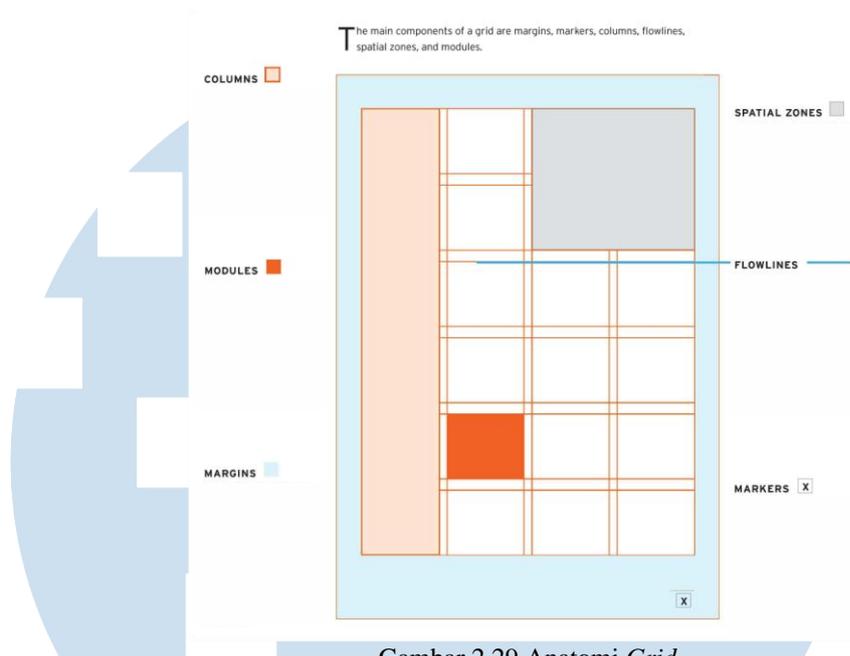
5) *Spatial Zones*

Merupakan kelompok group dari *columns*, *rows*, atau *modules* yang membentuk bidang yang berbeda. Setiap bidang memiliki peran khusus untuk menampilkan informasi, seperti: satu bidang horizontal dipakai untuk menampilkan gambar dan bidang di bawahnya digunakan untuk serangkaian teks.

6) *Markers*

Merupakan penempatan teks pada bagian bawah yang berulang-ulang atau muncul secara konsisten, seperti judul bagian atau *section titles* (hlm. 23).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



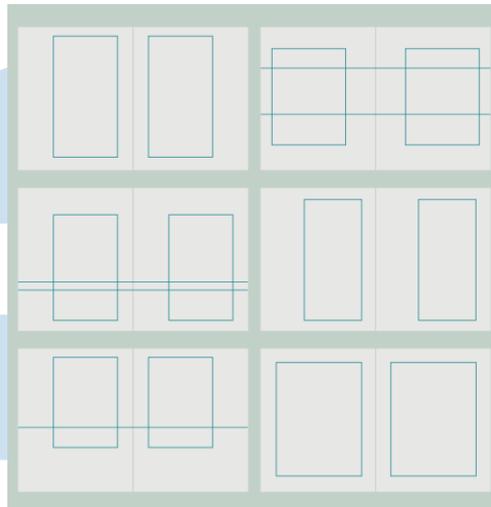
Gambar 2.29 Anatomi Grid  
 Sumber: <https://riyanthisianturi.com/layout-2/>

#### 2.1.4.2 Jenis Grid

Berikut ini jenis-jenis grid yang dijabarkan oleh Samara (2017) dalam bukunya yang berjudul “*Making and Breaking the Grid*”:

##### 1) *Manuscript Grid*

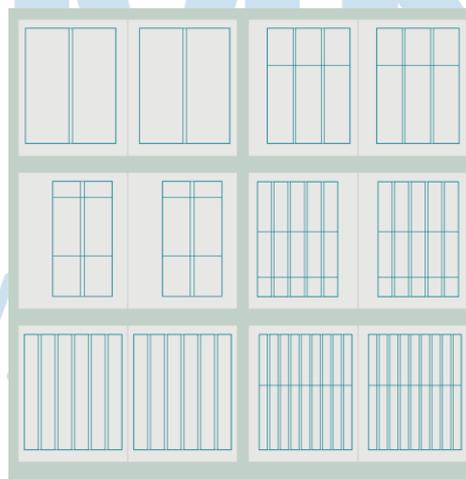
Secara struktur, *manuscript grid* adalah jenis *grid* yang paling sederhana karena hanya terdiri dari satu blok teks yang ukurannya relatif besar pada setiap halaman dan diperuntukan untuk teks yang berkepanjangan, seperti buku dan esai panjang. Jika margin memiliki ruang kosong, dapat dimanfaatkan sebagai spot ilustrasi, catatan, dan fitur editorial lainnya yang tidak muncul sesuai. Sesuai dengan namanya, *manuscript grid* dikembangkan penulisan naskah yang mengarah pada percetakan buku dan berkesan klasik yang dapat ditafsirkan sebagai sejarah, otoritatif, institusional, dan formal (hlm. 24).



Gambar 2.30 *Manuscript Grid*  
Sumber: Samara (2017)

## 2) *Column Grid*

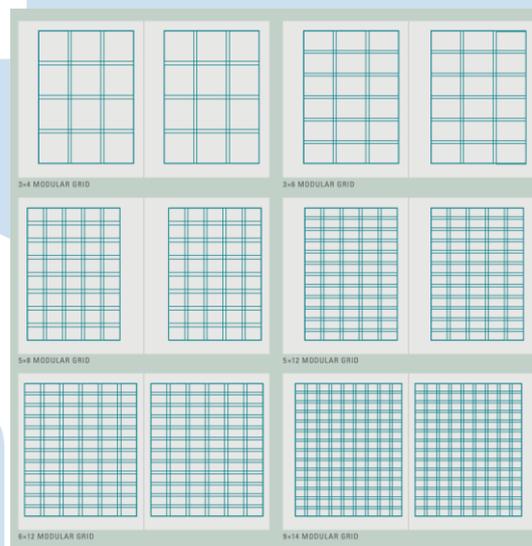
Informasi dalam *column grid* bersifat tidak berkelanjutan karena diatur menjadi beberapa kolom. *Column grid* bersifat fleksibel karena dapat digunakan untuk memisahkan berbagai jenis informasi, seperti beberapa kolom digunakan untuk menampilkan teks dan gambar dengan ukuran besar, sementara kolom lainnya digunakan memuat keterangan. Gambar dan teks pada *column grid* dapat diposisikan secara bebas dalam margin dari atas ke bawah halaman (hlm. 26).



Gambar 2.31 *Column Grid*  
Sumber: Samara (2017)

### 3) *Modular Grid*

*Modular grid* merupakan pilihan yang cocok untuk digunakan dalam proyek yang kompleks dan memerlukan banyak jenis informasi, Pengertian *modular grid* sendiri adalah kotak kolom dengan sejumlah besar *flowlines* yang membagi kolom menjadi baris dan menciptakan matriks sel yang disebut dengan *modules*. Setiap *modules* dapat didefinisikan dengan sepotong ruang informasi. *Modules* dengan ukuran lebih kecil dapat memberikan lebih banyak fleksibilitas dan presisi yang besar. Namun, jika terlalu banyak cabang *modules* akan menyebabkan kebingungan (hlm. 28).

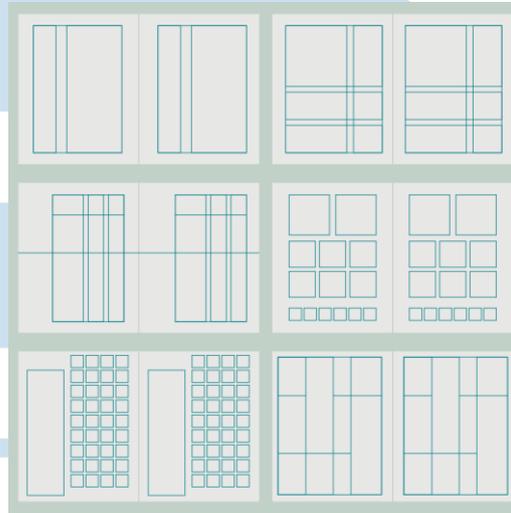


Gambar 2.32 *Modular Grid*  
Sumber: Samara (2017)

### 4) *The Hierarchic Grid*

Dalam kebutuhan visual dan informasi, terkadang memerlukan *grid* yang tidak sesuai dengan kategori apapun, *grid* tersebut dinamakan *hierarchic grid*. *Hierarchic grid* dibuat sesuai dengan kebutuhan desainer. Lebar kolom dan interval disekitarnya bergantung pada konteks dan penggunaannya. *Hierarchic grid* juga dapat digunakan untuk menyatukan semua

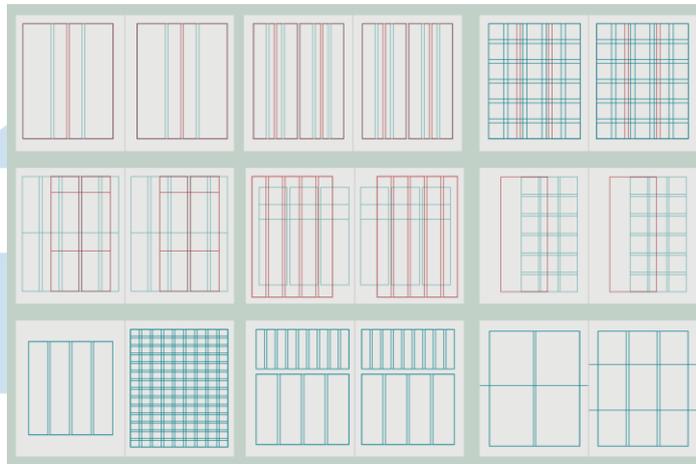
bagian secara arsitektural sesuai dengan hubungan *orthogonal* yang jelas (hlm. 30).



Gambar 2.33 *Hierarchic Grid*  
Sumber: Samara (2017)

#### 5) *Compound Grid*

Dalam mengatasi masalah tampilan dan konten yang diinginkan, desainer mungkin akan menggunakan beberapa *grid* dalam satu proyek yang sama, baik itu antar bagian atau bahkan *single page spread*. Ada beberapa opsi dalam penggunaan beberapa *grid* secara bersamaan, Opsi pertama adalah hanya menggunakan dua atau lebih *grid* berbeda yang saling berbagi margin luar dengan menyesuaikan keselarasan internal dan lebar atau kedalamannya agar sesuai, atau membiarkannya berubah-ubah. Kemungkinan kedua adalah melapisi *grid* yang marginnya tidak bergantung pada *grid* lainnya agar keselarasannya internalnya sesuai, namun bisa tidak. Opsi ketiga adalah menyatukan *grid* pada satu halaman namun memisahkannya untuk tujuan tertentu, seperti teks atau gambar utama diletakkan di tiga kolom *grid* di atas halaman, sedangkan lima kolom *grid* berisi teks atau konten sekunder lainnya yang letaknya di bawah halaman (hlm. 32).



Gambar 2.34 *Compound Grid*  
Sumber: Samara (2017)

## 2.2 *User Interface and User Experience*

### 2.2.1 *User Interface*

*User Interface* adalah proses yang digunakan desainer untuk membangun sistem dalam perangkat lunak atau perangkat komputer yang berfokus pada tampilan atau *style* (Interaction Design Foundation, n.d.). *User interface* pada *web* lebih dari sekedar tombol, menu, formulir yang diisi oleh pengguna, namun *user interface* adalah hubungan antara pengguna dengan pengalaman, kesan pertama dan terakhir. Desain *interface* yang baik, dapat mencapai keseimbangan yang sempurna antara estetika yang menawan dan kemudahan interaktivitas (Bank dan Cao, n.d.).

#### 2.2.1.1 *Elemen-Elemen User Interface (UI)*

Menurut Bank dan Cao (n.d.) mengatakan bahwa terdapat elemen-elemen *user interface* yang dapat digunakan dalam perancangan desain, yaitu:

##### 1) *The Essence of Interface*

Menurut Bank dan Cao (n.d.), dalam sebuah *website* akan ada tujuan pembuatannya pada setiap halamannya. Tujuan tersebut akan menimbulkan tindakan dari pengguna pada setiap halamannya, yang terbagi menjadi 3 bagian yaitu awal, tengah,

dan akhir. Pada halaman utama, pengguna akan tertarik untuk melakukan tindakan (awal) pada sebuah fitur. Fitur tersebut akan muncul saat pengguna melakukan tindakan awal dan pengguna akan melakukan apa yang diinginkan terhadap fitur (tengah). Lalu pengguna akan menyelesaikan atau mengakhiri proses melalui tindakan (akhir) pada fitur tersebut. (hlm. 52-53)

#### 2) *Input Controls*

Input Controls adalah interaksi yang dilakukan oleh pengguna pada sebuah halaman interaktif. Namun terkadang pengguna akan menginginkan lebih banyak opsi interaktif sehingga diperlukan kontrol yang baru, namun dapat menyebabkan memperumit UI dan mengacaukan tampilan. Masalah tersebut dapat diatasi dengan *control on demand*, yaitu menyembunyikan kontrol tersebut sesuai dengan keperluannya, namun kontrol tersebut dapat ditampilkan saat pengguna melakukan tindakan seperti pada menu *drop-down* pada Pinterest (hlm. 53-54).

#### 3) *Navigation*

Navigasi adalah elemen digunakan agar dapat membantu pengguna dalam eksplorasi pada sebuah laman dengan memperhatikan susunan konten dan penempatannya jelas. Menurut Ta'eed (seperti dikutip dari Bank dan Cao, n.d.) selaku *co-founder* dari Envato, mengatakan bahwa terdapat dua aturan utama navigasi, yaitu: pengguna harus selalu mengetahui tempat mereka berada saat itu dan sistem navigasi pada laman harus tetap konsisten (hlm. 55-57).

#### 4) *Animations*

Animasi adalah elemen yang digunakan pada laman agar terlihat lebih hidup. Menurut Head (seperti dikutip dari Bank dan Cao,

n.d.) mengatakan bahwa ada tiga keunggulan animasi yaitu animasi dapat menarik perhatian mata pengguna seperti dalam ikon animasi. Keunggulan kedua adalah transisi animasi yang baik dapat membuat pengguna akan merasakan hubungan emosional pada saat berada di halaman tertentu dan bahkan mereka tidak akan menyadarinya. Keunggulan ketiga adalah animasi yang baik akan dapat digunakan sebagai petunjuk seperti pengguna telah menyelesaikan tugasnya pada fitur tertentu (hlm 55-56).

5) *Default Settings*

*Default Settings* adalah elemen pada sebuah tampilan yang dapat digunakan untuk membantu pengguna dalam mengidentifikasi laman lebih cepat. Namun, pembuat laman lebih baiknya memberikan kesempatan pada pengguna untuk mengubah preferensi tampilan berdasarkan kebutuhan aksesibilitas pengguna (hlm. 63).

6) *Guided Actions*

*Guided Actions* adalah elemen yang mengacu pada keterampilan laman dalam membantu pengguna untuk membuat sebuah keputusan atau tindakan selama berada pada laman tersebut. Tindakan tersebut dapat dilakukan jika laman memberikan sebuah penekanan pada fungsi, kontrol dan tombol yang berfokus pada tujuan laman (hlm. 64).

7) *Visual Clarity & Language Clarity*

*Visual Clarity dan Language Clarity* adalah elemen yang mengacu pada kejelasan aspek visual dan kalimat yang terdapat pada *website*. Penggunaan ruang kosong, *contrast*, warna, arah baca, dan sebagainya, dapat mempengaruhi sebuah pengalaman pengguna dalam proses eksplorasi *website*. Elemen *Visual*

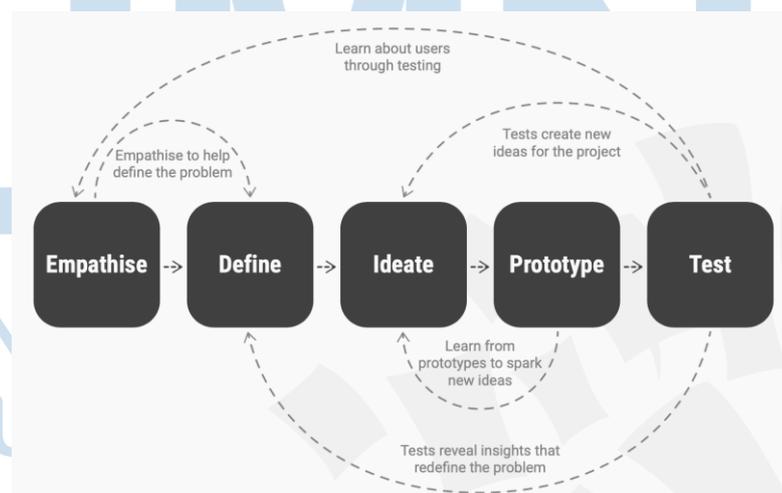
*Clarity dan Language Clarity* yang baik itu, tidak mengganggu proses kerja penggunanya (hlm. 65-66).

## 2.2.2 *User Experience*

Sesuai dengan namanya *User Experience* adalah bagaimana cara merancang pengalaman pengguna dalam suatu produk atau layanan. Dengan berkembangnya teknologi menjadi kompleks dan fungsionalitas, membuat aplikasi maupun *website* menjadi lebih rumit dan lebih luas. Pada awalnya, *website* sebagai halaman statis yang hanya menyajikan informasi bagi pengguna yang haus akan informasi, sekarang menjadi *website* yang interaktif dan memberikan pengalaman lebih bagi pengguna (Interaction Design Foundation, n.d.).

### 2.2.2.1 *Design Thinking*

Menurut Interaction Design Foundation (n.d.), *Design Thinking* adalah proses berulang untuk memahami pengguna dan mendefinisikan kembali masalah yang terjadi dalam upaya untuk mengidentifikasi strategi dan solusi yang dapat memuaskan kebutuhan pengguna (hlm 10). Dalam *design thinking*, terdapat lima tahapan yang iteratif, guna untuk mendapatkan solusi terbaik, yaitu: *Empathise, Define, Ideate, Prototype, dan Test*.



Gambar 2.35 *Compound Grid*  
Sumber: *The Basics of User Experience Design*

1) *Empathise*

*Empathise* adalah bentuk pemahaman masalah dari target permasalahan yang sedang dihadapi melalui riset dari pengguna seperti kuesioner, wawancara ahli, dan sebagainya.

2) *Define*

Pada tahap *define*, peneliti mengumpulkan informasi yang sudah dilakukan pada tahap sebelumnya dan dianalisa untuk dapat menentukan masalah inti yang sudah teridentifikasi. Masalah tersebut dapat diselesaikan dengan melalui pendekatan pada pengguna. Tahap *define* juga akan membantu peneliti untuk mengumpulkan ide-ide dalam membangun sebuah fitur, fungsi dan elemen lainnya yang dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan.

3) *Ideate*

Pada tahap *Ideate*, melakukan perumusan ide, dengan memanfaatkan informasi yang didapatkan pada tahap sebelumnya. Peneliti mulai berpikir *out the box* untuk mengidentifikasi solusi baru dari pernyataan masalah yang ada. Tahap ini biasanya menggunakan proses bertukar pikiran (*brainstorming*) sebagai salah satu metode pencarian ide.

4) *Prototype*

Pada tahap *prototype*, peneliti akan menghasilkan sejumlah sampel melalui berbagai macam eksperimen, dengan tujuan untuk mengidentifikasi solusi terbaik. Peneliti akan menemukan permasalahan yang tidak muncul pada tahap sebelumnya, sehingga dapat diselesaikan secara langsung sesuai dengan kebutuhannya.

#### 5) *Test*

*Test* adalah tahapan terakhir, dimana desain akan melakukan uji coba secara langsung ke pengguna. Hasil dari uji coba tersebut akan dikembangkan dengan cara proses iterasi, sehingga peneliti akan kembali ke tahap-tahap sebelumnya sesuai hasil pada tahap *test*.

#### 2.2.2.2 Elemen-Elemen *User Experience*

*User Experience* dapat dirasakan oleh kebanyakan orang saat membeli suatu produk fisik melalui *web*, salah satu prosesnya seperti, pergi ke situs, menemukan benda yang diinginkan (menggunakan mesin pencari), lalu memberikan nomor kredit serta alamat, dan situs mengkonfirmasi bahwa produk tersebut akan dikirimkan ke alamat yang tertuju. Hal tersebut merupakan bagian-bagian dari *User Experience*. Jika ingin mengupas lapisan-lapisan pengalaman tersebut, namun harus mulai memahami bagaimana keputusan itu dibuat. Menurut Garret (2011, hlm 20), dalam *User Experience* terdapat lima elemen atau dikenal dengan sebutan *Five Plane*, yaitu:

##### 1) *The Surface Plane*

Dalam bagian *surface*, hanya terdiri dari gambar dan teks yang dapat melakukan suatu fungsi sesuai dengan kebutuhan target.

##### 2) *The Skeleton Plane*

Pada bagian bawah *surface* adalah *skeleton* situs dengan penempatan dari tombol, kontrol, foto, dan blok teks yang digunakan untuk mengoptimalkan susunan elemen tersebut secara efisien sehingga memudahkan target untuk mengingat.

##### 3) *The Structure Plane*

*Structure* adalah pendukung *skeleton* yang digunakan untuk mengarahkan target untuk menuju halaman yang diinginkan saat

berinteraksi dengan *skeleton*. Salah satunya dalam bentuk *information architecture, flowchart, maupun sitemap*.

#### 4) *The Scope Plane*

*Structure* dapat didefinisikan bagaimana cara fitur dan fungsi sesuai dengan perannya, namun apakah fitur atau fungsi tersebut dapat disertakan atau tidak dalam suatu situs tersebut adalah *scope*.

#### 5) *The Strategy Plane*

Pada dasarnya, *scope* ditentukan oleh *strategy*. *Strategy* tidak hanya menjalankan apa yang diinginkan oleh pengguna, namun juga harus apa yang didapatkan oleh pengguna. Salah satu contohnya adalah saat pengguna ingin membeli suatu produk, dan penjual ingin menjual produknya, maka pengguna merupakan model bisnis yang diperlukan.

## 2.3 *Website*

*Website* adalah sekumpulan halaman yang didalamnya berisi tulisan, animasi, gambar, hingga video (Ardhi, 2013, hlm. 63). *Website* juga dideskripsikan sebagai situs yang dapat diakses dan dilihat oleh pengguna internet di seluruh dunia. Seiring berkembangnya teknologi, pengguna *website* semakin hari akan semakin banyak, sehingga berpotensi sebagai media pemasaran yang dapat menjangkau sasaran yang lebih luas (Abbas. 2013).

### 2.3.1 *Jenis Website*

Menurut Naevaweb (2019), *website* terbagi menjadi tiga jenis *website*, yaitu:

#### 2.3.1.1 *Website Statis*

Pengertian *website* statis adalah *website* yang isi kontennya bersifat statis, yakni tidak berubah atau jarang berubah sehingga isi

kontennya selalu sama dalam jangka waktu yang panjang. Contoh *website* untuk profil perusahaan.

#### **2.3.1.2 Website Dinamis**

Jika dibandingkan dengan *website* statis, *website* dinamis memiliki perbedaan pada sifatnya yaitu selalu berubah atau sering diperbaharui isi kontennya oleh pemilik *website* dalam waktu yang sangat singkat. Contoh *blog* dan berita *online*.

#### **2.3.1.3 Website Interaktif**

*Website* interaktif memiliki kesamaan pada *website* dinamis yaitu isi kontennya selalu berubah, namun perbedaannya terletak pada perubahan isi kontennya diperbarui oleh pengguna *website*, bukan pemilik *website*. Contoh *website* jual beli, facebook, dan youtube.

### **2.3.2 Elemen-Elemen Website**

Berikut ini adalah elemen-elemen yang berhubungan dengan website (Landa, 2014, hlm. 333-334):

#### **2.3.2.1 Content**

*Content* adalah sekumpulan informasi yang tersedia untuk pengguna *website*. *Content* berisi cakupan informasi umum, data, berita, cerita, musik, foto, video, dan sebagainya. Informasi pada *content*, selain dapat digunakan untuk meningkatkan pengetahuan, namun juga dapat meningkatkan minat pada suatu produk. Kesatuan, koherensi, dan penekanan menjadi tujuan utama dari sebuah konten. Dalam pembuatan konten, harus memperhatikan beberapa hal, seperti penulisan, komunikasi, pesan, kejelasan, dan mudah diakses (hlm. 333).

#### **2.3.2.2 Information Architecture**

*Information architecture* adalah panduan desainer untuk keseluruhan komposisi *website* dan hierarki elemen grafis individu.

*Information architecture* digunakan agar pengguna *website* dapat lebih mudah saat menelusuri *website*, dalam artian pengguna dapat menuju ke titik manapun yang diinginkannya. *Information architecture* harus terorganisir dengan jelas, karena sangat penting untuk memberikan pengalaman yang positif dan tidak akan menyebabkan frustrasi bagi pengguna, terutama pada *website* yang memiliki banyak teks, seperti *website* arsip, museum, dan pemerintahan (hlm. 333).

#### **2.3.2.3 Navigation System**

Saat *Information Architecture* sudah diterapkan, diperlukan tombol-tombol atau visual antarmuka untuk akses dari satu halaman ke halaman lainnya. Desain visual pada *Information Architecture* dikenal sebagai *navigation system*. Struktur visual yang konsisten memiliki peran penting agar dapat memberikan kemudahan penggunaan dan pengalaman pengguna. *Navigation system* dapat memberikan gambaran langsung pada pengguna tentang letak lokasi tiap halaman sehingga dapat mengarahkan pengunjung ke seluruh informasi dalam *website* (hlm. 334).

#### **2.3.2.4 Home Page**

*Home page* adalah pintu masuk utama dalam *website* dan letak dari navigasi pusat. Pada bagian *home page* bukan hanya berisi tentang halaman judul, tetapi juga berisi informasi berupa identitas dan tampilan nuansa situs. Tampilan yang menarik dalam *home page* memiliki peran penting dalam menarik pengguna untuk menelusuri *website* lebih mendalam. Penentuan warna, grafis, tekstur, dan interaksi sangat berpengaruh pada pengguna dalam mendorong untuk menelusuri *website* dalam jangka waktu yang lebih lama.

## 2.4 Pariwisata

### 2.4.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Muljadi (2012) kata pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu “Pari” dan “Wisata”. Pari dapat artikan sebagai banyak, berputar-putar, dan berkali-kali, sementara wisata dapat artikan sebagai perjalanan. Dengan pengertian dua kata tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali (hlm. 7). Menurut Spillane (1987), pariwisata adalah kegiatan perjalanan bersifat sementara dari suatu tempat ke tempat lainnya yang dilakukan perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Kegiatan yang dianggap sebagai perjalanan wisata, bila memenuhi tiga kriteria, yaitu: bersifat sementara, sukarela dalam arti tidak ada unsur paksaan, dan tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah (hlm. 21). Jadi pariwisata adalah kegiatan perjalanan individu maupun kelompok menuju ke suatu tempat tertentu untuk *refreshing*.

### 2.4.2 Daya Tarik Wisata

Dikutip dari Dinas Pariwisata Kabupaten Badung (2020), menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2019 tentang kepariwisataan, pengertian daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa daya tarik wisata terdiri dari beberapa hal, yaitu:

1) Daya Tarik Wisata Ciptaan Tuhan Yang Maha Esa

Merupakan daya tarik wisata yang terdiri dari keadaan alam, flora, dan fauna.

2) Daya Tarik Wisata Hasil Karya Manusia

Merupakan daya tarik wisata buatan manusia yang terdiri dari museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, taman rekreasi, dan lain-lainnya.

3) **Daya Tarik Wisata Minat Khusus**

Merupakan daya tarik wisata yang sesuai dengan keinginan dari wisatawannya sendiri, seperti menyusuri gua, industri dan kerajinan, sungai air deras, tempat ziarah, mendaki gunung, berburu, dan sebagainya.

Kesimpulannya bahwa Boom Marina Banyuwangi memiliki daya tarik wisata dari keadaan alam yaitu pantai, namun juga memiliki wisata hasil karya manusia berupa kebudayaan dan taman rekreasi,

### **2.4.3 Jenis Wisata**

Menurut Suryadana dan Octavia dalam Muharto (2020), jenis-jenis wisata dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu wisata alam dan wisata sosial budaya (hlm. 11).

1) **Wisata Alam**

a) **Wisata Pantai**

Merupakan kegiatan yang memanfaatkan sumber daya alam sebagai wisatanya dengan dilengkapi dengan saran dan prasarana, seperti berenang, memancing, menyelam.

b) **Wisata Etnis**

Merupakan wisata yang bertujuan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya masyarakat yang unik dan menarik.

c) **Wisata Cagar Alam**

Merupakan kegiatan perjalanan yang berhubungan dengan kegemaran akan keindahan alam, seperti kesegaran udara di pegunungan, kehidupan binatang dan tumbuhan langka di suatu tempat.

d) Wisata Buru

Merupakan wisata dengan tujuan untuk berburu di hutan atau daerah tertentu, namun harus memiliki izin dari pemerintahan.

e) Wisata Agro

Merupakan wisata yang memanfaatkan lahan perkebunan, pertanian, dan ladang pembibitan sebagai daya tarik wisata.

2) Wisata Sosial Budaya

Wisata sosial budaya terdiri dari dua bagian yaitu wisata yang berhubungan peninggalan sejarah kepurbakalaan maupun monumen, seperti gendung bersejarah, bangunan keagamaan, serta tempat bersejarah hasil dari bekas pertempuran dan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu daerah tertentu, seperti museum dengan tema arkeologi, sejarah alam, entologi, seni dan kerajinan, industri, ataupun dengan tema lainnya.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA