

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi merupakan bentuk komunikasi visual yang digunakan sebagai penyampaian pesan atau informasi kepada audiens dalam konten yang dapat dibaca dan diakses atau untuk mempengaruhi orang lain (Landa, 2018). Menurut Anggraini dan Nathalia (2014) dalam bukunya yang berjudul “Desain Komunikasi Visual”, desain komunikasi visual adalah seni untuk menyampaikan pesan menggunakan bahasa visual dalam media desain. Desain komunikasi visual memiliki tujuan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, dan mengubah perilaku target sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam desain komunikasi visual, proses desain mempertimbangkan aspek fungsi, estetika, dan lain sebagainya. Hal tersebut didapat melalui riset, brainstorming, hingga melalui desain yang sudah ada sebelumnya.

##### 2.1.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2018) dalam bukunya yang berjudul “*Graphic Design Solution*”, elemen utama dalam desain dibagi menjadi garis, bentuk, warna, dan tekstur.

##### 2.1.1.1 Garis

Titik merupakan suatu garis yang paling kecil dan biasanya disebut lingkaran. Sedangkan garis adalah satuan titik yang memanjang. Garis dapat dikenali berdasarkan panjangnya dibandingkan lebarnya.



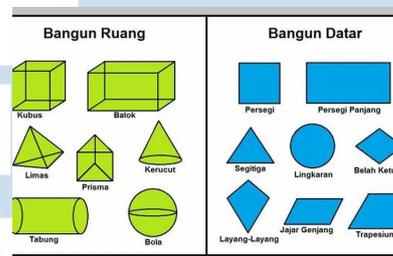
Gambar 2. 1

Sumber: <https://images.app.goo.gl/5ZpotfAMR8cp2J498>

Garis dapat dibentuk dari berbagai macam alat, seperti pensil atau kuas. Garis termasuk salah satu elemen yang memiliki banyak peran dalam komposisi dan komunikasi pada sebuah desain (Landa, 2018).

### 2.1.1.2 Bentuk

Suatu garis yang umum disebut sebagai bentuk. Suatu bentuk pada dasarnya adalah datar, tetapi sebenarnya adalah dua dimensi yang diukur berdasarkan tinggi dan lebarnya. Bentuk dapat memberikan kualitas dalam suatu gambar.



Gambar 2.2 Bentuk

Sumber: <https://images.app.goo.gl/aLssxcvq9gCJrHwa7>

Pada dasarnya bentuk dibagi menjadi tiga bentuk dasar yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Masing-masing bentuk tersebut memiliki volume atau kepadatan yang digambarkan pada kubus, piramida, dan bola (Landa, 2018).

### 2.1.1.3 Figur/Dasar

Figur/dasar disebut juga ruang negatif dan positif. Ini merupakan prinsip dasar dari persepsi visual yang mengacu pada hubungan bentuk pada permukaan dua dimensi.



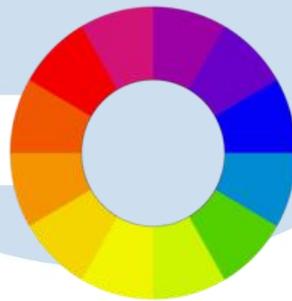
Gambar 2.3 Figur/Dasar

Sumber: <https://images.app.goo.gl/1bH55KCwZJ7jAbLt6>

Figur/dasar digunakan untuk membedakan bentuk yang mewakili gambar dengan bentuk dasarnya. Figur adalah suatu bentuk yang pasti, sedangkan area yang tercipta diantara gambar-gambar tersebut disebut sebagai latar atau dasar (Landa, 2018).

#### 2.1.1.4 Warna

Warna merupakan energi cahaya yang dapat kita lihat. Warna yang kita lihat di suatu permukaan benda disebut warna yang dipantulkan atau cahaya yang dipantulkan. Pigmen merupakan zat kimia alami yang berinteraksi dengan cahaya untuk membentuk karakteristik warna. Contohnya seperti kuning cerah pada buah pisang, merah pada bunga, dan warna coklat pada bulu.



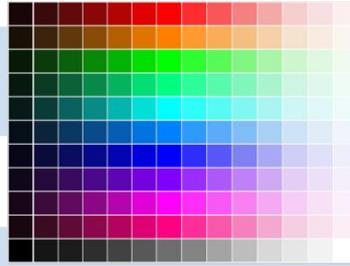
Gambar 2.4 Warna

Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Warna>

Warna yang kita lihat pada layar komputer adalah energi cahaya yang dihasilkan oleh panjang gelombang dan biasa disebut sebagai warna digital. Warna memiliki beberapa jenis, antara lain sebagai berikut (Landa, 2018) :

##### 1. Warna Nomenklatur

Unsur warna dapat kita kategorikan kedalam rona, nilai, dan saturasi. Rona merupakan nama sebuah warna, seperti merah atau hijau, dan biru atau oranye. Nilai merujuk pada tingkat terang atau gelapnya suatu warna, seperti biru muda atau merah tua. Sementara itu, saturasi adalah kecerahan atau kusamnya suatu warna.



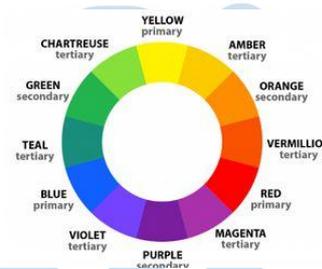
Gambar 2.5 Warna Nomenklatur

Sumber: <https://images.app.goo.gl/bvex1ejrxQoNaCYL9>

Warna juga memiliki suhu yang bisa dirasakan. Suhu mengacu pada panas atau dinginnya suatu warna. Merah, oranye, dan kuning merupakan warna hangat. Sementara biru, hijau, dan violet adalah warna dingin.

## 2. Warna Primer

Warna dasar disebut juga warna primer, dimana warna ini terdiri dari tiga warna utama yaitu merah, hijau, dan biru (RGB). Ketiga warna tersebut jika dijumlahkan dengan jumlah yang sama maka akan menghasilkan cahaya putih. Hal tersebut disebut sebagai warna primer aditif yang menghasilkan warna putih.



Gambar 2.6 Warna Primer

Sumber: <https://images.app.goo.gl/ZR5XGEkhdDr7U8UU6>

Warna primer tidak dapat dicampur dengan warna lain. Oranye, hijau, dan ungu merupakan warna sekunder yang dapat dicampur dengan warna lain untuk mendapatkan banyak variasi warna.

### 3. Pertimbangan Teknis

Tanggung jawab dalam memilih dan menyusun warna sesuai dengan fungsi dan produksinya sangatlah sulit. Pengetahuan warna dasar harus mencakup pemahaman mengenai warna printer CMYK. Sistem warna Pantone merupakan warna standar yang cocok dalam proses percetakan. Proses ini memastikan warna yang dicetak dari file digital sesuai dengan warna yang diinginkan, meskipun terlihat berbeda pada layar monitor.

#### 2.1.1.5 Psikologi Warna

Warna dapat memberikan efek pada otak manusia. Hubungan antara asosiasi warna dan objek sesungguhnya tidak ada kaitannya. Tetapi, pemahaman ini ditanamkan dalam masyarakat mereka. Seperti halnya jika seseorang menyentuh area berwarna merah, mereka akan secara otomatis menganggapnya akan menimbulkan perasaan hangat (Lauer & Pentak, 2012).

Warna dianggap oleh para seniman mampu menimbulkan perasaan emosi dan menciptakan suasana saat seseorang mengekspresikan reaksi emosional mereka. Psikologi warna juga berhubungan dengan budaya seseorang. Referensi simbolisasi warna berasal dari budaya, sehingga menimbulkan asosiasi warna yang berbeda satu sama lain. Masa dan budaya yang berbeda akan menghasilkan warna yang berbeda pula (Lauer & Pentak, 2012).

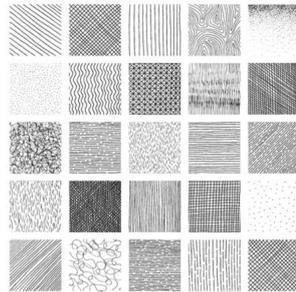
Menurut buku “Ajar Teori Warna” (2021), warna memiliki arti psikologis sebagai berikut :

1. Warna ini mampu merangsang sistem saraf, menyebabkan adrenalin dan tindakan impulsif. Selain itu, warna ini dapat menimbulkan gairah.
2. Biru dapat memberikan ketenangan dan perlindungan. Sering digambarkan sebagai laut atau langit yang aman.

3. Kuning sering digambarkan sebagai kehangatan dan kegembiraan. Warna ini dapat membuat suasana menjadi lebih baik, tetapi juga dapat membuat rasa cemas.
4. Coklat dapat memberikan kenyamanan karena digambarkan sebagai bumi dan hutan. Warna ini dianggap ramah lingkungan.
5. Ungu memberikan kesan misterius. Warna ungu gelap dilihat sebagai kematian, sedangkan ungu muda dianggap bersifat *nostalgic*. Ada pula warna ungu kemerahan yang dianggap sebagai dramatis.
6. Hijau dianggap warna yang menenangkan. Warna ini merupakan representasi dari alam dan tumbuhan yang memberikan rasa aman. Hijau muda dianggap sebagai energi sedangkan hijau tua dapat dilihat sebagai pertumbuhan ekonomi.
7. Jingga menggambarkan petualangan. Warna yang lebih gelap menunjukkan kemewahan, sedangkan warna yang lebih terang menunjukkan kesehatan dan kebugaran.
8. Abu-abu dianggap sebagai warna formal. Abu-abu memberikan pandangan berwibawa dan sedikit emosi. Warna ini sering dilihat sebagai teknologi dan industri.

#### **2.1.1.6 Tekstur**

Sentuhan kualitas yang sebenarnya dari suatu permukaan disebut tekstur. Dalam seni rupa, terdapat dua jenis tekstur yaitu taktil dan visual. Ada beberapa teknik mencetak dalam menghasilkan sebuah tekstur, seperti *embossing* dan *debossing*, *stamping*, ukiran, dan *letterpress*.



Gambar 2.7 Tekstur

Sumber: <https://images.app.goo.gl/fQQ7sfMCsHPysuP37>

Tekstur visual adalah tekstur yang dibuat dengan tangan dari tekstur sebenarnya, seperti renda yang merupakan ilusi sebuah tekstur nyata. Keterampilan dalam menggambar, melukis, fotografi dan lainnya memungkinkan seorang desainer dapat menciptakan berbagai macam tekstur (Landa, 2018).

#### **2.1.1.7 Pola**

Pola merupakan pengulangan suatu elemen yang konsisten dalam suatu area tertentu. Pengulangan ini harus sistematis dengan gerakan yang terarah dengan jelas. Struktur dalam pola mengandalkan tiga dasar elemen yaitu titik, garis, dan kisi. Jika kita melihat kembali pola-pola kotak secara umum, kita dapat melihat gambaran dan latar sebuah desain dengan pola yang menyeluruh (Landa, 2018).

#### **2.1.2 Prinsip Desain**

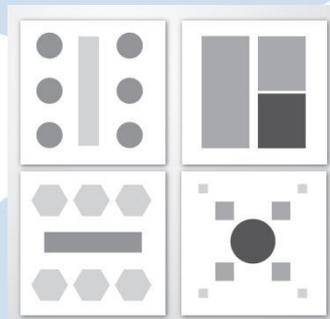
Dalam menyusun elemen desain harus didasari oleh prinsip desain. Sangat penting untuk menggabungkan pengetahuan mengenai pembuatan konsep, visualisasi serta komponen dengan prinsip dasar desain. Setiap prinsip-prinsip dasarnya selalu bergantung satu sama lain. Elemen-elemen yang digunakan pada prinsip desain sangat penting dalam pembuatan suatu karya (Landa, 2018).

### 2.1.2.1 Format

Format adalah keliling yang ditentukan suatu bidang yang melingkupinya. Format merupakan tepian luar atau batas suatu desain. Dalam dunia desain, format merupakan prinsip utama dan memiliki makna dalam penerapannya. Format memiliki bentuk dan ukuran yang beragam, meskipun terdapat beberapa standar ukuran tertentu. Apapun bentuk atau jenis formatnya, komponen visual harus membentuk hubungan yang signifikan dengan batas-batas format tersebut (Landa, 2018).

### 2.1.2.2 Keseimbangan

Keseimbangan merupakan stabilitas yang diciptakan dalam pemerataan bobot pada setiap visual desain. Hal tersebut harus berkesinambungan dengan prinsip lainnya. Sebuah desain yang memiliki komposisi yang seimbang akan membentuk harmoni yang dapat mempengaruhi cara pesan dikomunikasikan (Landa, 2018).



Gambar 2.8 Keseimbangan

Sumber: <http://www.desainstudio.com/2010/07/keseimbangan-dalam-desain-grafis.html>

Ukuran, bentuk, nilai, warna, dan tekstur berkontribusi dalam bobot visual suatu elemen. Terdapat tiga jenis keseimbangan visual yaitu simetris, asimetris, dan radial, yaitu :

1. Simetris menunjukkan bobot visual yang setara dengan elemen lainnya, hal tersebut dapat menghasilkan harmoni dan stabilitas. Letak elemen di sumbu pusat akan mencerminkan keseimbangan diantara dua sisi lainnya disebut dengan simetri refleksi.

2. Keseimbangan asimetris menggambarkan bobot visual yang sama dan seimbang dalam suatu desain. Hal tersebut dapat dicapai tanpa harus melihat pada simetri refleksi. Dalam mencapai bobot ini, harus mempertimbangkan posisi, berat, ukuran, nilai, warna, bentuk, dan tekstur dalam visual.

3. Keseimbangan radial merupakan penggabungan antara simetri horizontal dan vertikal, dimana elemen tersebut memancar keluar dari satu titik di tengah komposisi.

### **2.1.2.3 Hirarki Visual**

Salah satu tujuan utama dalam desain grafis adalah untuk mengkomunikasikan suatu informasi. Prinsip hirarki visual adalah hal yang utama dalam mengatur dan memperjelas informasi dalam elemen grafis sesuai dengan penekanannya. Dalam menetapkan hirarki visual, informasi dibuat dari komponen elemen yang paling terpenting hingga elemen yang tidak penting (Landa, 2018).

### **2.1.2.4 *Emphasis***

*Emphasis* merupakan penempatan elemen-elemen visual menurut kepentingannya dan menjadikan beberapa elemen lebih dominan dibandingkan elemen lainnya. Menurut Landa (2018) *emphasis* dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

#### **1. *Emphasis by Isolation***

Mengisolasi (*isolation*) suatu bentuk hingga memfokuskan perhatiannya terhadap visual tersebut.

Suatu titik fokus harus diimbangi dengan elemen lain dari suatu komposisi.

#### **2. *Emphasis by Placement***

Penempatan elemen grafis pada posisi tertentu seperti latar depan, sudut kiri, atas atau tengah yang mudah untuk menarik perhatian.

### 3. *Emphasis through Scale*

Untuk menciptakan ilusi kedalaman spasial, *scale* sangatlah penting. Suatu elemen dapat terlihat bergerak maju mundur, dan objek yang sangat kecil dapat menarik perhatian jika dilihat secara kontras.

### 4. *Emphasis through Contrast*

Melalui sebuah *contrast*, elemen grafis dapat lebih menonjol dibandingkan elemen lainnya. Hal tersebut dibantu oleh ukuran, skala, lokasi, bentuk, dan posisi.

### 5. *Emphasis through Direction and Pointers*

Melalui sebuah penunjuk arah (*direction*), mata audiens akan berada pada satu titik tertentu (*pointers*).

### 6. *Emphasis through Diagrammatic Structures*

Terdiri dari berbagai bentuk yang menyerupai suatu objek seperti sarang, pohon, dan tangga.

## 2.1.2.5 Ritme

Ritme adalah pola elemen yang berulang dengan kuat dan konsisten. Faktor yang mempengaruhi pembentukannya adalah warna, tekstur, hubungan antara gambar dan dasar, penekanan, dan keseimbangan. Dalam membuat suatu ritme dalam desain, penting untuk memahami antara repetisi dan variasi. Repetisi merupakan elemen yang diulang sebanyak empat puluh satu kali dengan tingkat konsistensi tertentu. Sedangkan variasi merupakan pola elemen yang mengalami perubahan dalam hal warna, bentuk, ukuran, jarak, posisi, berat visual yang keduanya saling berhubungan satu sama lain (Landa, 2018).

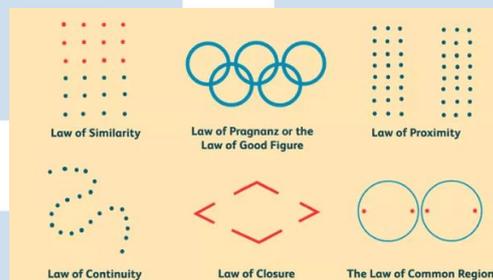
## 2.1.2.6 Kesatuan

Semua elemen grafis sebuah desain akan saling berkaitan sehingga dapat membentuk satu kesatuan. Tata letak yang ideal dapat dilihat sebagai satu komposisi yang merupakan satu kesatuan

yang utuh. Seperti teori gestalt yang berfokus pada persepsi bentuk serta bagaimana pemikiran seseorang melihat suatu bentuk tersebut secara keseluruhan (Landa, 2018).

### 2.1.2.7 Hukum Perseptual Organisasi

Hukum ini meliputi *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, dan *continuing line* (Landa, 2018). Hukum ini biasa disebut dengan hukum Gestalt. Berikut merupakan penjabaran mengenai hukum perseptual organisasi :



Gambar 2.9 Hukum Perseptual Organisasi

Sumber: <https://www.materikonseling.com/2021/11/hukum-gestalt-dalam-organisasi.html>

#### 1. *Similarity*

Unsur-unsur yang sama atau serupa memiliki karakteristik yang dianggap sebagai satu kesatuan elemen. Biasanya kesamaan tersebut terdapat pada bentuk, tekstur, warna, dan arah.

#### 2. *Proximity*

Elemen-elemen yang saling berdekatan satu sama lain dan dianggap sebagai milik bersama.

#### 3. *Continuity*

*Continuity* adalah jalur visual yang dapat dirasakan atau berhubungan antar bagainnya. Unsur-unsur yang ada dianggap saling berkaitan sehingga menimbulkan kesan gerak yang berkelanjutan.

#### 4. *Closure*

Kecenderungan dalam berpikir untuk menghubungkan unsur-unsur individu dalam menghasilkan unit, bentuk hingga pola yang lengkap.

#### 5. *Common Fate*

Elemen-elemen desain akan dianggap sebagai satu kesatuan jika mereka bergerak menuju arah yang sama.

#### 6. *Continuing Line*

Suatu garis selalu dianggap mengikuti jalur yang paling sederhana dan saling berhubungan.

### 2.1.3 Skala

Dalam desain grafis, skala merupakan suatu ukuran elemen atau bentuk yang didasarkan pada hubungan proposional antar bentuk. Penggunaan skala berhubungan dengan pemahaman mengenai ukuran relatif dari benda nyata, seperti ukuran relatif buah apel yang dibandingkan dengan sebuah pohon (Landa, 2018).

#### 2.1.3.1 Proporsi

Proporsi merupakan perbandingan elemen dengan keseluruhannya dari segi besaran, ukura, dan kuantitas. Bagi desainer, proporsi digunakan dalam mengatur estetika, sehingga menciptakan keharmonisan unsur-unsur visual dalam keseluruhan. Dalam membuat desain, harmoni merupakan kesepakatan dalam suatu komposisi dan berfungsi dalam hubungan satu sama lain (Landa, 2018).

### 2.1.4 Rasio Matematika dan Sistem Proposional.

Sejak zaman Yunani kuno, seniman, arsitek, dan musisi tertarik untuk menentukan proporsi ideal mereka dalam bidang seni. Kebanyakan menggunakan perangkat grafis dalam membantu membangun harmoni desain, seperti angka *Fibonacci* dan *golden ratio* (Landa, 2018).

#### 2.1.4.1 *Fibonacci Numbers*

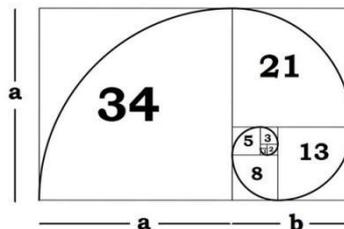
Bilangan-bilangan tersebut adalah suatu deret numerik yang diawali dari 0 dan 1. Setiap bilangan berikutnya dalam barisan merupakan penjumlahan dari dua angka sebelumnya. *Fibonacci numbers* dibagi menjadi dua bentuk yaitu *fibonacci squares* dan *spiral*. *Fibonacci squares* memiliki sisi dengan panjang yang sama dengan *fibonacci numbers* (Landa, 2018).



Gambar 2.10 *Fibonacci Squares*

Sumber: [https://en.wikipedia.org/wiki/Fibonacci\\_sequence](https://en.wikipedia.org/wiki/Fibonacci_sequence)

Sementara itu, *fibonacci spiral* dibuat dengan menggambar seperempat lingkaran melalui *fibonacci square*. Hubungan antar sudutnya yang saling berlawanan menghasilkan spiral seperti bentuk pada kerang.



Gambar 2.11 *Fibonacci Spiral*

Sumber: <https://www.dumetschool.com/blog/mengenal-golden-ratio-dalam-design-grafis>

Perbandingan antara sisi panjang dan pendek dari setiap bentuk tersebut akan mendekati *golden ratio* (Landa, 2018).

#### 2.1.4.2 *Golden Ratio*

*Golden ratio* merujuk pada hubungan geometri antara proposi panjang dan lebar suatu format desain. *Golden ratio* masih digunakan oleh desainer dan arsitektur untuk membuat sistem *grid* dan format pada halaman (Landa, 2018).

## 2.1.5 Ilusi dan Manipulasi Ruang Grafis

Dalam memahami ilusi, perlu melihat kembali antara titik dan garis. Keduanya dapat membangun sebuah bentuk. Sebuah bentuk yang memiliki ilusi yaitu bentuk tiga dimensi. Suatu bentuk dapat memberikan ilusi karena adanya berat, massa, dan soliditas. Dimulai dari titik, yang merupakan posisi tertentu dalam ruang (Landa, 2018).

### 2.1.5.1 Volume

Volume merupakan representasi massa pada permukaan dua dimensi dan memiliki kedudukan di dalam ruangan tersebut. Volume dapat menciptakan ilusi ruang tiga dimensi pada permukaan dua dimensi (Landa, 2018).

#### 1. *Picture Plane*

Saat membuat desain pada permukaan dua dimensi, desainer memulai dengan permukaan datar atau kosong yang disebut sebagai *picture plane*.

#### 2. Latar Depan, Latar Tengah, Latar Belakang

Dalam melihat elemen grafis terdapat tiga bidang utama yaitu, latar depan (komposisi yang terlihat paling dekat dengan layar), latar tengah (komposisi yang terlihat diantara latar depan dan latar belakang), dan latar belakang (bagian komposisi yang terlihat dibelakang bagian terpenting).

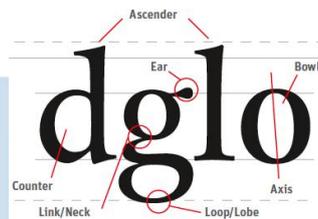
## 2.1.6 Tipografi

Setiap huruf mempunyai standar bentuk unik yang dibuat berdasarkan proporsi dan keseimbangan. Tipografi merupakan desain huruf dalam dua dimensi untuk media cetak dan layar. Dalam tipografi, huruf digunakan sebagai tampilan atau hanya sekedar tulisan saja. Mereka dapat berfungsi sebagai judul, *subtitle*, *headlines*, *subheadlines*, *heading* serta *subheading* (Landa, 2018).

Dalam tipografi, terdapat beberapa istilah yang digunakan, seperti *letterform* (gaya dan bentuk unik tertentu suatu huruf), *typeface* (suatu bentuk huruf, angka, dan simbol yang digabungkan dengan konsistensi tertentu), *typefont* (bentuk huruf, angka, dan simbol yang selaras dengan gaya dan ukurannya), *type family* (desain huruf suatu kelompok tertentu dengan berbagai variasi gaya, tetapi masih satu jenis yang sama), *italics* (huruf yang miring ke kanan), *type style* (jenis huruf yang menciptakan variasi lain tetapi masih mempertahankan ciri visualnya), *stroke* (garis yang melengkung atau lurus yang membentuk sebuah huruf), *serif* (jenis huruf yang menambahkan elemen kecil diujung atas atau bawah dari letterform), *sans serif* (jenis huruf tanpa adanya tambahan elemen), dan *weight* (tebal tipis pada bentuk huruf) (Landa, 2018).

#### 2.1.6.1 Anatomi Huruf

Huruf adalah simbol yang tertulis dan membentuk suatu huruf alfabet. Setiap huruf dalam suatu alfabet memiliki karakteristik yang harus dijaga agar simbol tersebut tetap bisa dibaca (Landa, 2018, hlm. 37).



Gambar 2.12 Anatomi Tipografi

Sumber: <https://belajargrafisdesain.blogspot.com/2011/07/anatomi-huruf-2.html>

Anatomi huruf dibagi menjadi beberapa bagian yaitu :

1. *Ascender* merupakan bagian huruf kecil dengan tinggi melebihi *x-height*.

2. *Baseline* adalah bagian dari huruf kapital dan huruf kecil yang berada di bawahnya, tidak termasuk kedalam bentuk *descender*.
3. *Character* adalah bentuk dari angka, huruf, tanda baca dan lainnya yang dimiliki oleh sebuah font.
4. *Counter* adalah jarak atau spasi yang berada diantara huruf-huruf.
5. *Descender* adalah huruf-huruf kecil yang terdapat pada bagian bawah garis.
6. *Serif* adalah guratan kecil yang berada diatas atau dibawa suatu huruf.
7. *Tail* adalah guratan kecil yang turun pada garis dasar seperti huruf Q.
8. *Terminal* adalah akhiran dari *stroke* tetapi tidak terbatas oleh *serif*.
9. *Weight* adalah ketebalan suatu huruf yang memiliki perbandingan tinggi, seperti *light*, *medium* atau *bold*.
10. *X-height* adalah tinggi dari huruf kecil dan tidak termasuk kedalam *ascender* dan *descender*.

### 2.1.6.2 Klasifikasi Tipografi

Banyak jenis tipografi yang tersedia saat ini. Tetapi ada beberapa kategori klasifikasi yang utama menurut sejarah dan gayanya. Berikut merupakan klasifikasi huruf berdasarkan gaya dan sejarahnya (Landa, 2018) :

#### 1. *Old Style*

Jenis huruf Romawi yang ditandai dengan serif bersudut dan mengurung. Contoh huruf ini adalah Calson, Times New Roman, Garamond, dan Hoefler Text.

## 2. *Transitional*

Jenis huruf yang berasal dari pergeseran gaya serif kuno menuju gaya huruf kontemporer. Contoh huruf ini adalah Baskerville, Century, dan ITC Zapf.

## 3. *Modern*

Huruf ini mempunyai bentuk lebih geometris dibandingkan huruf lama. Huruf modern memiliki kontras tebal dan tipis. Contohnya adalah Didot, Bodoni, dan Walbum.

## 4. *Slab Serif*

Jenis huruf yang ditandai dengan ketebalan yang mirip seperti pelat. Contohnya adalah typewriter Amerika, Mamphis, ITC Lubalin Graph, Bookman, dan Clarendon.

## 5. *Sans Serif*

Huruf ini tidak memiliki elemen lainnya. Beberapa huruf sans serif ini, seperti Futura, Helvetica, dan Univers diperkenalkan pada awal abad ke-19. Diantaranya tidak memiliki stroke tebal dan tipis, contohnya adalah Grotesque, Franklin Gothic, Universal, dan Frutiger.

## 6. *Blackletter*

*Blackletter* sering disebut sebagai kategori huruf yang dibuat berdasarkan bentuk naskah. Ketebalan stroke dan huruf yang *dicondensed* dengan beberapa kurva adalah ciri khas huruf ini. Textura, Rotunda, Schwabacher, dan Fraktur adalah contohnya.

## 7. *Script*

Gaya huruf yang mirip dengan tulisan tangan. Huruf ini dapat ditulis dengan pena fleksibel, pena runcing, pensil

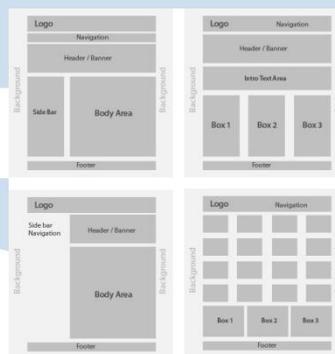
atau kuas. Contohnya adalah skrip Brush, skrip Shelley Allegro, dan skrip Snell Roundhand.

## 8. Display

Jenis huruf yang biasanya digunakan untuk menulis judul dan headlines. Text type ini sering dibuat rumit penulisannya hingga sedikit sulit dibaca.

### 2.1.7 Layout

Dalam penataan teks dan elemen dalam suatu desain, *layout* merupakan elemen visual yang sangat penting. *Layout* yang baik dapat membantu menyampaikan pesan dan memberikan nilai estetika pada sebuah desain (Rustan, 2020).



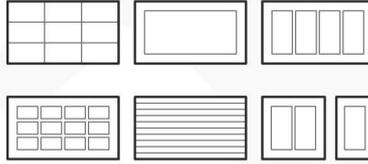
Gambar 2.13 *Layout*

Sumber: <https://www.exabytes.co.id/blog/apa-itu-layout-website/>

*Layout* tidak hanya berfungsi sebagai peletakkan elemen desain, tetapi juga sebagai alur untuk melihat isi konten. *Grid* adalah alat yang sesuai dalam membuat *layout* yang baik.

### 2.1.8 Grid

*Grid* merupakan panduan dalam komposisi yang dibuat vertikal dan horizontal. Grid dibagi menjadi kolom dan margin. Grid mengatur struktur untuk memastikan bahwa pembaca akan mampu mengakses dan memahami informasi dengan mudah.



Gambar 2.14 *Grid*

Sumber: <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-use-grid-systems>

Proporsi dalam *grid* dapat memberikan tampilan visual yang konsisten untuk suatu aplikasi (Landa, 2018).

### 2.1.8.1 **Komponen**

Komponen dalam *grid* dibagi menjadi margin, kolom, *flowlines*, modul, dan *spatial zones* (Landa, 2018).

1. Margin menentukan batas dalam desain yang dimulai dengan ruang kosong di tepi kiri, kanan, atas dan bawah suatu halaman, baik cetak maupun digital. Margin berfungsi sebagai bingkai disekitar elemen visual dan konten tipografi.

2. Kolom merupakan susunan vertikal yang digunakan dalam menyusun teks dan gambar. Dalam grid, jumlah kolom bergantung pada konsep dan cara penyajian terhadap kontennya.

3. *Flowlines*

*Flowlines* membentuk kesejajaran dalam grid dan dapat membantu dalam pembuatan suatu aliran visual.

4. Modul

Berfungsi sebagai penempatan teks dan gambar. Modul merupakan elemen yang dibuat oleh perpotongan kolom vertikal dan garis horizontal.

## 5. Spatial Zones

Dibentuk dengan menggabungkan berbagai grid modul untuk mengatur penempatan komponen grafis. Menjaga hubungan antara proposional, posisi halaman, dan bobot visual sangat penting saat menetapkan zona ruang.

### 2.2 Media Informasi

Dengan perkembangan teknologi dan media informasi, setiap orang dapat menggunakan media dengan berbagai tujuan (Jurnalistik Sinematografi, 2021). Media adalah platform atau sarana yang dikembangkan untuk menghasilkan dan menyebarkan pesan (Turow, 2016). Media informasi biasanya merupakan alat untuk menyusun kembali data agar bermanfaat bagi orang yang menerimanya. Menurut buku "*An Introduction to Information Design*" (Coates & Ellison, 2014), media informasi memiliki arti yang luas. Di antaranya menggambarkan sebagai cara untuk memvisualisasikan dan berkomunikasi dengan masyarakat. Media informasi ini memungkinkan masyarakat untuk mengetahui perkembangan yang ada saat ini.

#### 2.2.1 Manfaat Media Informasi

Dalam kehidupan sehari-hari, informasi harus disampaikan dengan cara yang baik. Dengan demikian, media dapat membantu masyarakat dengan memenuhi kebutuhan mereka dalam memberikan nasihat, peringatan, dan pedoman untuk mempermudah kehidupan manusia. (Coates & Ellison, 2014). Sutanta dalam Silalahi (2017) menjelaskan manfaat media informasi sebagai berikut :

1. Dapat menambah pengetahuan dan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.
2. Menghindari ketidakpasatian dan keraguan dari yang diketahui dalam mengambil keputusan.
3. Mencegah kegagalan dalam mengambil keputusan.

4. Meminimalisir informasi yang tidak dibutuhkan.
5. Dapat membuat standar untuk pengambilan keputusan.

### 2.2.2 Jenis Media Informasi

Seperti yang dijelaskan dalam buku “*Workbook Design Information*”, (Baer, 2008) jenis media informasi dibagi ke dalam tiga jenis yaitu :

#### 1. *Printed Matter*

Jenis media informasi yang bertujuan untuk menarik perhatian pembaca dan menyampaikan pesan dengan efektif melalui komunikasi cetak yang mudah dipahami. Contoh media ini adalah poster, brosur, karya sastra dan sebagainya.



Gambar 2.15 *Printed Matter*

Sumber: <https://www.indiamart.com/proddetail/printing-design-14835820233.html>

Adanya ilustrasi membuat *printed matter* semakin menarik dan memberikan pengalaman visual yang membuat pembaca merasa lebih baik.

#### 2. *Screen Based*

Jenis media ini memberikan pengalaman bagi pengguna dalam berbagai cara untuk menjelajahi suatu konten. Aplikasi seluler (*mobile apps*), web dan jenis media interaktif lainnya merupakan contoh dari media *screen based* ini.



Gambar 2.16 *Screen Based*

Sumber:<https://www.intellectsoft.net/blog/mobile-app-vs-mobile-website/>

Aplikasi seluler dapat memungkinkan pengguna berpindah dalam berbagai halaman, menu, atau fitur sesuai dengan keinginan mereka. Di sisi lain, situs web memungkinkan pengguna menjelajahi berbagai halaman, menu navigasi, atau bagian-bagian yang berbeda untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan.

### 3. *Environmental*

Merupakan jenis media informasi yang memiliki fungsi sebagai pemberi arah ke lokasi tertentu.



Gambar 2.17 *Environmental*

Sumber:[https://acrypoly.com/index.php?route=product/product&product\\_id=51](https://acrypoly.com/index.php?route=product/product&product_id=51)

Banyaknya sumber media informasi perlu dipertimbangkan agar pesan atau makna dapat tersampaikan dengan baik. Contoh media seperti ini adalah signage.

### 2.2.3 Tujuan Media Informasi

Menurut Turow (2014), terdapat lima macam tujuan penggunaan media yaitu sebagai berikut :

#### 1. Media Sebagai Hiburan

Media hiburan adalah salah satu kebutuhan dasar manusia untuk mencari hiburan dan kesenangan dalam kehidupan sehari-hari. Media hiburan berusaha untuk memuaskan keinginan pengguna dengan menyajikan konten yang menghibur dan memberikan kesenangan kepada pelanggan mereka. Media hiburan ini termasuk komedi, berita yang menarik, sinetron, dan berbagai jenis hiburan lainnya.

#### 2. Media Sebagai Sahabat

Media berfungsi sebagai teman yang setia dan dapat diandalkan dalam menyediakan tempat bagi mereka yang kesepian dan sendirian untuk merasakan kehangatan dan persahabatan. Film, musik, buku, dan platform sosial adalah contoh konten media yang memberi orang kesempatan untuk merasa terhubung dengan dunia luar dan terlibat dengan masyarakat.

#### 3. Media Sebagai Pengawasan

Tujuan media sebagai pengawasan adalah untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memberikan informasi terbaru kepada masyarakat. Salah satu contohnya adalah memberikan informasi tentang berita cuaca, pasar keuangan, dan berbagai prediksi dan perkiraan cuaca. Media pengawasan juga melaporkan kemajuan terbaru dalam bidang seperti ekonomi, politik,

#### 4. Media Sebagai Penafsiran

Media berfungsi sebagai platform yang memungkinkan orang untuk mempelajari dan menganalisis berbagai peristiwa yang sedang terjadi. Media memainkan peran penting dalam memberikan konteks dan interpretasi terhadap informasi yang

tersebar, sehingga orang dapat mencari alasan dan mengambil tindakan yang tepat. Dalam peran mereka sebagai penafsiran, media menyajikan berbagai laporan, analisis, dan pendapat yang membantu orang memahami makna dari peristiwa.

#### 5. Media Dengan Banyak Kegunaan

Jenis media yang memiliki banyak manfaat adalah kombinasi atau penggabungan dari berbagai tujuan yang dapat dicapai melalui berbagai jenis media. Manfaat media dalam hal ini tidak terbatas pada satu jenis media, tetapi mencakup penggunaan berbagai jenis media untuk mencapai berbagai tujuan yang berbeda. Ada banyak jenis media yang dapat diakses oleh individu atau organisasi.

### 2.3 Multimedia Interaktif

‘Multi’ dalam bahasa Latin berarti banyak atau bermacam-macam. Multimedia adalah presentasi materi dengan kata-kata dan gambar, dan media digunakan untuk menyampaikan dan memberi tahu. Multimedia dibagi menjadi dua kategori yaitu multimedia linier dan multimedia interaktif, tergantung pada isi dan cara penyajiannya (Budiaman, 2021).

Multimedia linier adalah penyajian konten terstruktur yang tidak memiliki navigasi pengguna. Contohnya adalah film dan televisi. Sedangkan media interaktif memiliki navigasi yang memungkinkan pengguna memilih konten apa yang akan diproses lebih lanjut untuk meningkatkan interaksi (Budiaman 2021).

#### 2.3.1 Manfaat Multimedia Interaktif

Multimedia interaktif memiliki manfaat yang tidak bisa dipisahkan seiring dengan kemajuan teknologi. Menurut Surjono (2017) dalam buku “Desain Media Interaktif” menjabarkan manfaat dari multimedia interaktif yaitu sebagai berikut:

1. Multimedia dalam bidang pendidikan termasuk pembelajaran interaktif, e-learning, CD tutorial dan pembelajaran, media belajar berbasis web, dan game pendidikan. Dengan menggunakan media

interaktif ini, proses belajar dapat dibuat dengan menarik sehingga siswa dapat dengan mudah memahami materi pelajaran.

2. Multimedia bisnis meliputi periklanan, profil perusahaan, presentasi dan pelatihan, katalog online, pemasaran, komunikasi antar cabang, dan lain-lain.
3. Media pariwisata adalah kumpulan informasi yang ditampilkan di web atau terminal komputer lainnya. Mereka biasanya terdapat di hotel, bandara, mall, museum, restoran, dan tempat lain. Contohnya termasuk peta, perjalanan, seni, dan pertunjukan.
4. Dalam industri hiburan, multimedia termasuk permainan, film 3D, animasi, seni pertunjukan, dan sebagainya.
5. Multimedia rumah tangga memberikan informasi bermanfaat, seperti CD yang mengajarkan cara memasak, berkebun, bersenam, dan keterampilan.

### **2.3.2 Unsur-Unsur Multimedia Interaktif**

Dalam komunikasi multimedia yang efektif, setiap elemen harus saling menguatkan dan tidak membingungkan pengguna. Dalam buku “Desain Media Interaktif” (Budiaman, 2021), unsur-unsur dalam multimedia interaktif adalah sebagai berikut :

#### **1. Teks**

Teks adalah kumpulan kata yang berfungsi untuk menyampaikan informasi atau pesan. Ini biasanya digunakan untuk membuat menu yang menjelaskan isi konten, label, caption, dan lain-lain.

#### **2. Gambar**

Gambar digunakan untuk menunjukkan pesan atau informasi yang abstrak dan bertujuan untuk memperjelas informasi. Jenis gambar yang dapat digunakan termasuk foto, grafik, ilustrasi, diagram, dan sebagainya.

### 3. Suara

Suara adalah sesuatu yang dapat didengar melalui indra pendengaran. Suara dapat berupa narasi lagu atau efek suara lainnya. Suara dapat memperjelas informasi berupa teks atau gambar dan membuat pengguna tertarik.

### 4. Animasi

Animasi digunakan untuk menyajikan informasi yang panjang dan kompleks. Ini adalah serangkaian gambar yang bergerak secara berurutan untuk menunjukkan suatu proses tertentu. Dengan menyajikan proses ini secara bertahap, pengguna dapat memahami informasi yang diberikan.

### 5. Video

Video dapat menerangkan hal-hal yang sulit digambarkan hanya dengan teks atau gambar diam. Isi video lebih realistis daripada animasi. Karena mudah diolah oleh komputer, video digital menjadi sangat populer.

## 2.4 Website

Website merupakan kumpulan halaman yang saling berhubungan dan terdapat beberapa dokumen dan gambar yang tersimpan di dalamnya. Aplikasi web adalah aplikasi yang berada di dalam *web server* dan bisa diakses oleh pengguna menggunakan *browser*. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi kepada sesama pengguna (Sebok, 2018).

### 2.4.1 Fungsi Website

Fungsi website menurut buku yang berjudul “Media Pembelajaran Berbasis Digital: Teori & Praktik” (2023) adalah sebagai berikut :

#### 1. Sebagai Media Promosi

Website berfungsi sebagai alat utama untuk menemukan dan mempromosikan toko online. Dibandingkan dengan media promosi offline seperti koran atau majalah, mereka dapat memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pengguna.

## 2. Sebagai Media Pemasaran

Website dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memasarkan produk dalam sistem afiliasi atau toko online. Web dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

## 3. Sebagai Media Informasi

Dibandingkan dengan media konvensional seperti koran atau majalah, website dapat menyediakan informasi yang dapat diakses di seluruh dunia dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja dengan koneksi internet.

## 4. Sebagai Media Pendidikan

Website dapat menyediakan informasi ilmiah yang bermanfaat, seperti informasi pendidikan.

## 5. Sebagai Media Komunikasi

Website, seperti forum, memungkinkan pengguna berkomunikasi satu sama lain dan memberikan sarana untuk saling memberi informasi atau berbicara satu sama lain.

### 2.4.2 Jenis Website

Dalam buku “Media Pembelajaran Berbasis Digital: Teori & Praktik” (2023), terdapat dua jenis website yaitu :

#### 1. Website Statis

Karena isinya tidak diperbarui secara berkala, jenis website ini biasanya digunakan untuk menampilkan profil perusahaan atau sebuah organisasi.

#### 2. Website Dinamis

Website jenis ini selalu diupdate oleh pemilik atau pengelolanya. Biasanya pemilik website jenis ini adalah perusahaan atau individu yang bisnisnya terkait dengan internet. Situs berita dan blog adalah contoh dari jenis website ini.

Sementara Riyadi (2022) menyatakan bahwa terdapat dua jenis situs web yang diklasifikasikan berdasarkan jenis penyampaian dan tampilan yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penggunanya, yaitu

1. Website statis adalah jenis website yang biasanya memiliki tampilan yang sama meskipun kontennya telah diubah. Bahasa program yang digunakan di web ini adalah Hypertext Markup Language (HTML) dan Cascading Style Sheets (CSS).
2. Website dinamis adalah website yang memiliki banyak interaksi dan gambar visual yang kuat, seperti live chat, kolom komentar, dan *cookies*. Bahasa program yang digunakan adalah Perl, PHP, Javascript, dan Python.

### 2.4.3 Elemen Website

Suatu desain website memiliki elemen-elemen yang dapat mendukung desain web tersebut. Tanpa adanya elemen visual, desain website tidak akan terbentuk dengan baik. Berikut adalah penjabaran elemen - elemen dari website yaitu (Landa, 2018) :

#### 1. *Content*

*Content* adalah isi dan informasi yang ingin disampaikan di sebuah website. Ini biasanya terdiri dari informasi umum, cerita, dan hiburan. Pencipta konten harus menulis dengan baik agar audiens mudah memahami dan membacanya.

#### 2. *Information Architecture*

Kumpulan pedoman untuk membuat situs web yang mudah diakses sehingga pengguna dapat mengaksesnya. Situs web harus diatur sehingga pengguna dapat memahami alur kerjanya.

#### 3. *Navigation System*

Struktur visual yang secara konsisten mengikuti arsitektur informasi dan dirancang untuk meningkatkan kemudahan penggunaan website bagi pengguna.

#### 4. *Home Page*

*Home page* adalah tampilan awal atau depan dari sebuah website, biasanya berisi judul, identitas, dan nuansa yang ingin dibangun oleh situs web tersebut. Desain situs web harus dibuat semenarik mungkin untuk menarik pengunjung.

#### 5. *Button*

Berperan dalam percakapan antara pengguna dengan sistem. *Button* juga berfungsi sebagai pengirim data yang sudah diinput ke dalam database. *Button* juga digunakan sebagai alat untuk sebuah tindakan bagi pengguna.

#### 6. *Icon*

Berperan sebagai representasi visual untuk tindakan, objek, atau konsep tertentu. Ikon dapat mempercepat interaksi pengguna yang dengan mudah dikenali, dan juga dapat menambahkan gaya dan minat visual pada desain antarmuka pengguna.

#### 7. *Illustration*

Gambar visual yang diciptakan untuk melengkapi dan memperkaya desain *interface* pada suatu website. Hal ini berfungsi juga sebagai alat untuk membantu mengomunikasikan ide, menyampaikan pesan, dan memandu *user*.

### 2.4.4 **Visual Desain Website**

Untuk memastikan hasil yang bermanfaat bagi pengguna, visual desain harus memadukan bentuk dan fungsi. Hirarki visual meningkatkan nilai visual dan teks dalam desain web. Tata letak digunakan dalam desain visual situs web untuk mengarahkan komposisi dan penempatan elemen dari layar ke layar (Landa, 2018). Berikut ini adalah visual desain yang pada situs web, yaitu :

### 1. *Grid*

*Grid* digunakan untuk menetapkan posisi elemen pada sebuah halaman dengan membagi halaman menjadi kolom dengan lebar, jarak, dan margin yang sudah ditentukan.

### 2. *Unity*

*Unity* mengacu pada tingkat konsistensi di seluruh situs web. Ini merupakan komponen penting dalam menciptakan visual, kesatuan seluruh karya, ritme, dan alur dari halaman ke halaman.

### 3. Warna

Untuk memastikan keseimbangan warna pada web untuk desain secara keseluruhan, desainer mempertimbangkan warna web.

### 4. *Style*

Desain web dapat berupa gambar atau ilustrasi, atau bahkan kombinasi keduanya. Desain ini dapat membuat pengguna menjadi unik, dan gaya yang dipadukan dengan ilustrasi dapat membuat kontras dan keseimbangan yang menarik.

## 2.5 UI / UX

Dalam desain UI/UX, hal ini berkaitan dengan kedisiplinan dalam mendesain dan berfokus pada pengalaman pengguna yang menarik. UI (User Interface) adalah aspek yang berkaitan dengan visual dan interaktifitas. Sementara itu, UX (User Experience) merupakan aspek mengenai keinginan serta kebutuhan penggunanya dalam mengoptimalkan pengalaman secara keseluruhan (Buku UI/UX Design : Bagi Para Perancang dan Pengembang Produk atau Layanan Digital, 2023).

### 2.5.1 Peran UI/UX

UI/UX desain merupakan gabungan dari prinsip-prinsip desain, psikologi pengguna, dan teknologi dalam menciptakan website yang mudah digunakan dan menarik bagi penggunanya. Dalam buku yang berjudul “UI/UX Design : Bagi Para Perancang dan Pengembang Produk atau

Layanan Digital” tahun 2023, terdapat peran UI/UX desain dalam mengembangkan sistem website yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan kepuasan penggunanya dalam menciptakan desain dan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pengguna.
2. Dapat memperbaiki loyalitas penggunanya dengan desain yang menarik dan dapat memikat penggunanya. Pengalaman ini akan mendorong penggunanya untuk terus menggunakan website tersebut dan meningkatkan retensi pengguna.
3. Meningkatnya efisiensi penggunaan dalam membuat antarmuka yang intuitif serta efisien. Hal tersebut dapat membantu pengguna dapat dalam mempercepat pencapaian tujuan pengguna dan meminimalisir kesalahan yang terjadi.
4. Mengoptimalkan interaksi pengguna dalam berfokus terhadap interaksi pengguna dengan sistem website.
5. Menyeimbangkan bisnis dan kebutuhan pengguna dalam mempertimbangkan tujuan, strategi, dan model bisnis. Sehingga, perusahaan dapat memenuhi ekspektasi pengguna dalam memenuhi kebutuhannya.

### **2.5.2 Prinsip UI/UX**

Dalam buku yang berjudul “UI/UX Design : Bagi Para Perancang dan Pengembang Produk atau Layanan Digital” tahun 2023, pengalaman pengguna dalam menjalankan suatu situs web dapat melibatkan perasaan, sudut pandang, dan respon saat menggunakan suatu layanan digital. Berikut ini adalah prinsip-prinsip dalam membuat UI/UX yang baik yaitu :

#### **1. Kesederhanaan**

Dalam mendesain website harus yang mudah dipahami oleh penggunanya. Desain yang terlalu berlebihan dapat mengurangi kegunaan suatu website dan membingungkan pengguna.

## 2. Konsistensi

Setiap susunan elemen dalam UI harus konsisten disemua bagian halaman atau platform. Pembuatannya harus membuat pengguna merasa familiar dengan struktur serta interaksi yang konsisten pada saat perpindahan dari satu halaman ke halaman lainnya.

## 3. Kejelasan

Informasi menjadi satu hal yang paling penting untuk disajikan di dalam sebuah website. Informasi harus jelas dan dapat dipahami oleh pengguna.

## 4. Responsif

Umpan balik oleh pengguna menjadi salah satu hal yang penting. Hal ini berhubungan dengan tindakan pengguna yang responsif. Hal ini dapat mengurangi kebingungan dan dapat meningkatkan kejelasan secara visual dan interaktifitasnya.

## 5. Navigasi dan Efisiensi

Pada sistem navigasi harus memungkinkan para pengguna untuk menemukan berbagai fitur hingga informasi yang dibutuhkan. Navigasi yang sulit akan menghambat pengguna dalam memenuhi kebutuhannya.

## 6. Estetika Yang Menarik

Desain yang menarik akan meningkatkan daya tarik bagi penggunanya. Pemilihan elemen desain, seperti warna, tipografi, dan yang lainnya harus memiliki tampilan yang kohesif.

## 7. Uji Pengguna

Pengujian kepada pengguna menjadi satu hal yang penting karena pengguna akan memvalidasi UI/UX yang sudah dirancang. Melalui pengujian ini, kelemahan dan kelebihan dalam website akan dapat diperbaiki.

## 2.6 Pariwisata

Pariwisata adalah tempat di mana orang-orang, bisnis, komunitas lokal, dan pemerintah berinteraksi satu sama lain. Pariwisata sendiri mencakup semua aktivitas, bisnis, dan sektor yang memfasilitasi pengalaman perjalanan, seperti transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, hiburan, fasilitas, dan keramahtamahan. Kegiatan ini biasa disebut dengan industri pariwisata (Suwantoro dalam Munisari, 2018).

Menurut Marhendi (2021), pariwisata merupakan kegiatan memindahkan seseorang ke tempat tujuannya yang berada di luar tempat tinggal mereka. Mereka akan melakukan kegiatan selama berada di tempat tujuan dan akan menyiapkan fasilitas dalam memenuhi kebutuhannya.

### 2.6.1 Tujuan Pariwisata

Pada dasarnya, industri pariwisata memiliki manfaat ganda bagi masyarakat yang disebut *multiflyer*, baik secara fisik maupun nonfisik (*Tourism Marketing*, 2020). Dalam buku ini dijelaskan juga tujuan dari pariwisata yaitu :

1. Meningkatkan pendapatan negara dan pendapatan asing secara keseluruhan, meningkatkan jumlah lapangan kerja yang tersedia, serta mendorong aktifitas industri sampingan lainnya.
2. Memanfaatkan dan memperkenalkan keindahan alam dan budaya yang dimiliki Indonesia.
3. Meningkatkan rasa persaudaraan di seluruh dunia.

### 2.6.2 Manfaat Pariwisata

Dilihat dari tujuan pariwisata di atas, terdapat manfaat pariwisata dalam kehidupan manusia, seperti manfaat ekonomi, sosial dan budaya, serta manfaat bagi lingkungan (*Tourism Marketing*, 2020).

1. Manfaat dalam ekonomi dapat meningkatkan pendapatan negara, menciptakan lapangan pekerjaan baru, menurunkan tingkat pengangguran, dan sebagainya.

2. Manfaat sosial dari pariwisata dapat mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan rakyat, meningkatkan kemampuan berbahasa asing, dan meningkatkan keramahtamahan.
3. Manfaat budaya dapat mencegah asimilasi dan akulturasi dengan meningkatkan aspek kebudayaan, adat istiadat, religi, seni, dan citra bangsa.
4. Manfaat lingkungan yaitu termasuk melestarikan lingkungan, kebersihan dan keindahan lingkungan.

### **2.6.3 Konsep Dasar Pariwisata**

Neil Leiper merupakan tokoh yang menciptakan sistem pariwisata paling terkenal dan memberikan lima model bagian. Tiga diantaranya adalah geografis, yang meliputi wilayah awal (titik awal pengunjung tinggal), wilayah transit (menghubungkan tempat awal dan tempat akhir), dan wilayah pariwisata tujuan. Sedangkan dua komponen lainnya adalah industri perjalanan pariwisata dan wisatawan seperti penginapan serta pusat informasi pariwisata (Lohmann & Panosso Netto, 2016) dalam buku “*Tourism Theory Concept, Models and System*”.

Dalam buku ini juga menjelaskan konsep dasar dalam bidang pariwisata yang meliputi *hospitality, leisure, entertainment, recreation, tourism and travel, food and beverage, events, dan landscape*.

#### **2.6.3.1 Hospitality**

*Hospitality* atau keramahtamahan menjadi dasar penting yang berhubungan dengan konsep budaya. Hal ini telah dipelajari secara menyeluruh dari berbagai bidang yang mungkin tidak terkait, seperti psikologi, hukum, dan diplomasi (Tomillo Noguero, 2013). Tindakan sosial yang berkaitan dengan keramahtamahan telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Akibatnya, fitur ini sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan sosial di masyarakat, termasuk di bidang pariwisata (Lohmann and Panosso Netto, 2016).

### **2.6.3.2 Leisure**

*Leisure* juga disebut sebagai waktu luang, berasal dari kata Latin *licere*, yang berarti ‘boleh memiliki nilai’. Pentingnya waktu luang saat ini dapat ditekankan sebagai alat untuk transformasi sosial dan budaya. Waktu luang harus dianggap berharga karena mencakup berbagai aktivitas yang dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang, seperti pariwisata, rekreasi, dan hiburan (Lohmann and Panosso Netto, 2016).

### **2.6.3.3 Entertainment**

Sektor yang terus berkembang ini merupakan komponen penting dari aktivitas rekreasi dan pariwisata. *Entertainment* adalah cara yang menyenangkan untuk menghilangkan stres, memenuhi keinginan seseorang, dan menghabiskan waktu luang bersama keluarga atau sendiri. Hiburan dan rekreasi sama, dan keduanya dapat didefinisikan sebagai waktu luang atau sebagai keinginan untuk menikmati kebebasan (Lohmann & Panosso Netto, 2016).

### **2.6.3.4 Recreation**

*Recreation* berarti bersantai atau menikmati waktu dengan pergi ke suatu daratan atau perairan yang dikelola oleh sistem taman rekreasi itu sendiri. Rekreasi dilakukan di luar ruangan dengan ditandai aktivitas serta permainan yang menyenangkan (Lohmann & Panosso Netto, 2016)

### **2.6.3.5 Tourism and Travel**

Selama abad ke-20, istilah *tourism* telah berkembang dan menjadi bagian dari kehidupan orang di seluruh dunia. Istilah *tourism* digunakan untuk menggambarkan fenomena sosiokultural yang didorong oleh mobilitas orang di seluruh dunia, termasuk transportasi, akomodasi, keramahtamahan, sumber daya ekonomi, sosial, dan budaya, serta lingkungan hidup. Tetapi, istilah *travel* lebih luas daripada *tourism*, karena semua jenis pariwisata berkaitan

dengan perjalanan. Namun, tidak semua perjalanan dimaksudkan untuk pariwisata (Lohmann & Panosso Netto, 2016).

#### 2.6.3.6 *Food and Beverage*

Istilah ini mengacu pada suatu perusahaan seperti bar, kafe, dan restoran. Bidang ini menjual makanan yang siap untuk disajikan di lokasi tertentu (Payne-Palacio Theis, 2015). *Food and beverage* merupakan segmentasi yang dinamis dan sangat penting dalam perekonomian masyarakat. Dalam buku “*Tourism Theory Concept, Models and System*” menyebutkan beberapa konsep yang berkaitan dengan *food and beverage*, yaitu :

1. Bar adalah bisnis yang menyediakan minuman dan makanan ringan dan berfungsi sebagai tempat orang bertemu dan bersosialisasi. Bar dapat menjadi daya tarik wisata berdasarkan sejarahnya, lokasinya, dan menunya.
2. Catering adalah penyediaan makanan yang telah disiapkan untuk konsumsi di tempat yang bukan tempat usaha, seperti di tempat acara atau tempat makan dengan berbagai pilihan transportasi.
3. *Kitchen* merupakan tempat untuk menyiapkan makanan.
4. *Cuisine* merupakan gaya masak yang mencirikan suatu tempat tersebut (lokalitas). Contohnya masakan Prancis dan gastronomi sekolah (masakan molekuler).
5. *Culinary* mencirikan resep lokalitas (mirip seperti kata makanan) atau teknik yang digunakan dalam proses mengubah bahan makanan.
6. Orang yang suka memasak dan mempelajari makanan dan minuman sebagai hiburan disebut *foodie*.
7. *Nutrition* adalah bidang pengetahuan yang membahas proses biologis yang terlibat dalam mencerna dan menyerap nutrisi oleh tubuh.

8. *Restaurant* adalah bisnis komersial yang menyediakan makanan siap saji di suatu tempat. *Restaurant* dapat berfungsi sebagai tempat wisata berdasarkan karakteristik, sejarah, lokasi, menu, dan faktor lain.
9. Pariwisata gastronomi adalah pariwisata yang didorong oleh pengalaman gastronomi (kegiatan tata boga).

#### **2.6.3.7 Events**

*Events* menjadi elemen penting dalam pariwisata dan berperan dalam pembangunan serta rencana pemasaran disebagian besar destinasi wisata (Lohmann & Panosso Netto, 2016). *Event* wisata yang didefinisikan dalam kualitas, keberlanjutan, dukungan, masyarakat, proyeksi citra, dan ekonomi antara lain sebagai berikut :

1. *Mega-occasional Event* adalah event yang terjadi satu kali. Event ini dapat menarik banyak wisatawan dan meningkatkan permintaan. FIFA World Cup, Olimpiade Musim Dingin, Olimpiade Musim Panas, dll.
2. *Hallmark Event* adalah acara rutin yang memiliki makna penting seperti tradisi, daya tarik, kualitas, atau dalam bahasa periklanan.
3. *Regional Event* dapat didefinisikan sebagai acara yang menarik jumlah orang biasa yang tinggal atau bermalam di wilayah yang sama.
4. *Local Event* merupakan acara yang diadakan secara teratur atau hanya sekali saja, dan menarik hanya komunitas kecil dan banyak orang yang tidak memiliki dampak sosioekonomi yang signifikan.

#### **2.6.3.8 Landscape**

*Landscape* penuh dengan sejarah, elemen budaya, dan makna yang relevan, dan dapat dirasakan dengan gerakan dalam ruang dan waktu. Manusia dapat memahami pemandangan atau

landscape melalui sentuhan, bau, suhu, dan suara. Menurut Lohmann dan Panosso Netto (2016), penglihatan memungkinkan orang untuk melihat dunia nyata. Sebagaimana dijelaskan oleh Netto (2016), berikut adalah komponen landscape:

1. Topografi yang meliputi relief, dan medan morfologi.
2. Vegetasi yang meliputi sesuatu yang asli dan ditanam.
3. Iklim yang meliputi situasi atmosfer yang terlihat.
4. Habitat yang berdampak pada tindakan dan kehidupan manusia dalam dunia biotik.

#### **2.6.4 Produk Jasa Wisata**

Pemasaran jasa pariwisata berfokus pada memberikan nilai kepada pelanggan. Berbagai pihak dan komunikasi yang efektif adalah bagian dari aktivitas ini (*Tourism Marketing*, 2020). Menurut buku tersebut, industri pariwisata terdiri dari enam produk jasa wisata, yaitu

##### *1. Physical Plant*

Elemen seperti lokasi dan sumber daya alam, infrastruktur dan iklim, dan implementasi dalam pembangunan desain lingkungan.

##### *2. Service*

Elemen tersebut mencakup tugas-tugas yang diperlukan untuk mengintegrasikan kebutuhan wisatawan seperti fasilitas penginapan atau layanan maskapai sebagai pelayanan teknis.

##### *3. Hospitality*

Cara yang digunakan dalam memberikan layanan berupa jasa yang lebih baik untuk wisatawan.

##### *4. Freedom of choice*

Gagasan bahwa turis memiliki hak bebas untuk memiliki pengalaman yang menyenangkan dapat membuat mereka lebih santai dan spontan.

### 5. *Involvement*

Aspek keterlibatan seperti kinerja yang konsisten dalam pemasaran jasa atau konsumsi yang melibatkan wisatawan.

### 6. *The Tourism Product Process*

Sumber daya yang dihasilkan dari lima komponen sebelumnya digunakan untuk menjadikan infrastruktur dan fasilitas wisata sebagai produk. Perubahan yang diberikan kepada wisatawan adalah pengalaman pribadi yang sangat berkesan dan tidak dapat didefinisikan seperti rekreasi, bisnis, dan hubungan sosial.

#### 2.6.5 **Wisatawan**

Dalam pariwisata, permintaan adalah istilah yang mengacu pada seseorang yang memiliki kebutuhan akan barang-barang dan pengalaman saat berada di suatu tempat wisata. Wisatawan akan membeli berbagai hal, mulai dari hadiah hingga layanan seperti penginapan dan taman hiburan (Lohmann dan Netto, 2016). Menurut keinginan dan kesediaan wisatawan untuk kegiatan pariwisata, permintaan pariwisata dapat dibagi menjadi kategori berikut :

1. *Effective demand* adalah mereka yang benar-benar melakukan perjalanan pariwisata. Hal tersebut dapat diukur dengan mudah dan mencakup pariwisata statistik.
2. *Suppressed demand* merupakan permintaan bagi mereka yang ingin bepergian tetapi dilarang karena suatu alasan tertentu. Klasifikasi ini dibagi menjadi dua yaitu *potential demand* dan *deferred demand*.
3. *Potential demand* adalah mereka yang tidak dapat melakukan perjalanan karena alasan pribadi, seperti tidak adanya waktu berlibur dan kondisi ekonomi. Sedangkan *deferred demand* adalah mereka yang ingin bepergian tetapi tidak adanya akomodasi yang memadai, seperti transportasi atau kondisi cuaca yang buruk.

4. *No demand* adalah permintaan bagi mereka yang ingin dan mampu untuk bepergian tetapi tidak akan pernah bisa melakukannya dikarenakan kesehatan, waktu atau kondisi pada sektor ekonomi.

#### **2.6.5.1 *Tourist Experience***

Dalam hal ini, wisata dapat dikaitkan dengan *Tourist experience*. *Tourist experience* dapat mengungkapkan perubahan dan penemuan baru bagi wisatawan. *Tourist experience* dapat digunakan sebagai strategi pemasaran untuk segmen tertentu. Hal ini berkaitan dengan penawaran dan permintaan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan komersial yang lebih khusus. *Tourist experience* hanya merujuk pada sesuatu yang dicari pelanggan dalam jangka waktu tertentu di pasarnya (Lohmann dan Netto, 2016).

#### **2.6.5.2 *Tourist Typologies***

Dalam buku *Tourism Marketing* (2020) menjelaskan terdapat tujuh jenis wisatawan berdasarkan kemampuannya dalam beradaptasi dengan norma dan gaya hidup masyarakat setempat, yaitu sebagai berikut :

##### **1. *Charter Tourists***

Wisatawan yang datang secara rutin dan tidak terlibat dengan masyarakat lokal. Mereka hanya menyukai hal-hal yang sama dengan tempat asal mereka, seperti makanan dan perilaku.

##### **2. *Mass Tourists***

Mereka selalu mengharapkan staf yang fasih dalam beberapa bahasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Mereka juga mengharapkan lingkungan yang kebarat-baratan seperti di tempat wisata.

### 3. *Incipient Mass Tourists*

Wisatawan yang menuntut kenyamanan dan fasilitas seperti orang Barat dan mencari keaslian dalam melakukan rekreasi.

### 4. *Unusual Tourists*

Wisatawan ini melakukan perjalanan dengan kelompok yang terorganisir. Kategori ini juga mencakup wisatawan yang melakukan aktifitas beresiko dan tidak biasa disuatu daerah terpencil.

### 5. *Offbeat Tourists*

Mereka yang berusaha menghindari keramaian wisatawan atau yang ingin menambah kesenangan perjalanan mereka dengan melakukan aktifitas diluar wisata tersebut.

### 6. *Elite tourists*

mereka adalah orang-orang yang mencari layanan yang telah diatur sebelumnya dan dapat beradaptasi sepenuhnya dengan kebiasaan lokal. Wisatawan ini suka mencari tempat yang mungkin belum diketahui oleh banyak orang.

### 7. *Explorer Tourist*

Wisatawan ini mudah mengakomodasi dan menerima gaya hidup dan kebiasaan penduduk aslinya, menjadi anggota aktif dan pengamat masyarakat lokal.

## 2.6.6 Destinasi Pariwisata

Destinasi wisata adalah tempat di mana wisatawan ingin menghabiskan waktu saat berada di luar negeri. Pariwisata dapat menarik perhatian akademis dan pemerintah (Lohmann & Netto, 2016). Dalam buku *Tourism Theory Concepts, Models, And Systems* (2017) mengatakan ada lima faktor yang dapat mempengaruhi daya tarik tempat wisata:

### 1. *Tourist Attractions*

Meliputi keindahan alam (pemandangan, iklim, pantai), situs bersejarah dan taman hiburan, budaya (museum dan galeri seni), acara sosial (pertemuan dengan penduduk lokal).

### 2. *Facility*

Meliputi penginapan, transportasi, pelayanan makanan dan minuman, hiburan, pertokoan dan wisata pusat informasi. Kapasitas dan kualitas akomodasi menjadi bagian penting dalam keberhasilan perkembangan tujuan wisata.

### 3. *Accessibility*

Seberapa mudah wisatawan dapat menjangkau tujuannya dalam mengakses kebutuhannya.

### 4. *Image*

Kesan atau *image* wisatawan merupakan aspek penting dalam pemasaran pariwisata. Image menjadi faktor dalam keputusan wisatawan dalam proses pemilihan destinasi.

### 5. *Price*

*Price* bervariasi bergantung pada jenis dan kelas pelayanannya, serta jenis wisata destinasi dan jumlah wisatawan yang ingin datang berkunjung.

## 2.6.7 Faktor Pendukung pariwisata

Faktor pendukung adalah komponen yang memiliki kemampuan untuk mendorong atau meningkatkan kegiatan, usaha, atau produksi (Wibowo, 2016). Tujuan pariwisata harus memaksimalkan potensi pertumbuhannya. Apa yang diinginkan pengunjung penting untuk diketahui (Mellu et al., 2018). Tiga faktor yang dapat mendorong pertumbuhan pariwisata, yaitu:

### 1. Modal dan Potensi Alam

Faktor yang mendorong wisatawan untuk berkunjung karena keindahan alam, ketenangan alam dan keaslian flora dan fuannya.

## 2. Modal dan Potensi Kebudayaan

Faktor yang termasuk tradisi dan kebiasaan masyarakat. Oleh karena itu, pengunjung dapat tetap tinggal dan menghabiskan waktu di masyarakat dengan melihat budayanya yang menarik.

## 3. Modal dan Potensi Manusia

Faktor ini menjadikan manusia sebagai objek wisata karena keunikan dan adat istiadat mereka, tetapi martabat manusia tidak boleh sampai direndahkan sehingga kehilangan martabatnya sebagai manusia.

### **2.6.8 Faktor Penghambat Pariwisata**

Dalam proses menciptakan daya tarik wisata, ada hal-hal yang dapat menghambat pertumbuhan pariwisata sebuah daerah. Menurut Wibowo (2016), faktor penghambat adalah situasi yang menghambat suatu tindakan, usaha, atau produksi. Menurut Heri (2011), hal-hal berikut ini dapat menghambat pertumbuhan sektor pariwisata:

1. Kurangnya kontribusi masyarakat dalam sektor pariwisata.
2. Minimnya prioritas dalam membangun sektor pariwisata oleh pemerintah.
3. Kurangnya jumlah serta sumber daya manusia di dalam dinas yang relevan.
4. Minimnya kerjasama dengan berbagai investor.
5. Belum tersedianya sistem promosi yang baik.
6. Adanya keterbatasan dalam sarana dan prasarana kerja dalam dinas terkait.

## **2.7 Carita**

Carita merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Daerah ini memiliki luas 36,55 Km persegi dan memiliki sepuluh desa/kelurahan. Letak geografis Carita didominasi oleh wilayah pada pesisir pantai dan kawasan lereng. Jumlah penduduknya sebesar 33.981 jiwa dan sebagian besar mata pencaharian mereka adalah petani dan nelayan. Daerah

ini menjadi salah satu tujuan pariwisata yang menawarkan keindahan alam yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Kawasan pariwisata Carita luasnya mencapai 2.000 Ha dan panjang pantainya mencapai 12 Km (Buku Kecamatan Carita Dalam Angka, 2021).

Sejak lama, wilayah Carita telah dikenal sebagai tempat wisata pantai, alam, dan budaya. Hal ini terkait dengan erupsi Gunung Krakatau pada tahun 1883. Gunung Krakatau memiliki pesona unik yang menarik wisatawan. Sebagai kawasan pariwisata, daerah Carita cenderung berkembang menjadi kawasan wisata pantai karena faktor-faktor berikut (Buuku Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya di Taman Hutan Raya Banten, 2019) :

1. Aktivitas yang berkaitan dengan pelayanan dan jasa akomodasi, seperti *hotel, cottage, villa*, dan restoran.
2. Aktivitas wisata budaya sejarah, seperti peziarahan Caringin dan masjid kuno Caringin.
3. Aktivitas wisata alam dengan atraksi pantai dan bahari.
4. Aktivitas wisata yang diciptakan melalui kehadiran objek wisata yang terdapat di daerah tersebut.
5. Tujuan wisata yang menarik, seperti Taman Nasional Ujung Kulon dan Gunung Krakatau.
6. Lomba sepeda pantai dan panggung seni adalah contoh dari kegiatan olahraga dan kegiatan kesenian yang diorganisir oleh Kelompok Penggerak Pariwisata.

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