

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perancangan (Desain)

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perancangan adalah suatu proses atau perbuatan merancang. Kegiatan ini merupakan perencanaan penggabungan berbagai elemen yang terpisah menjadi suatu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Pada proses perancangan desain, terdapat beberapa hal, prinsip, dan elemen yang harus diperhatikan dan diterapkan.

2.1.1 Elemen Desain

Landa (2017) mengatakan terdapat beberapa elemen dasar yang biasanya digunakan yaitu garis, bentuk, dan warna. Elemen-elemen ini disatukan menjadi satu kesatuan baru dan berfungsi seperti gambar, pola, diagram, animasi, dan beberapa bentuk lainnya.

1. Garis

Garis merupakan elemen yang terdiri dari kumpulan titik yang menyusun panjang. Bentuk dari garis ini berbeda - beda mulai dari garis horizontal, vertikal, zigzag, lurus, melengkung, diagonal, tebal, tipis, dan bentuk garis lainnya. Sebuah garis dapat membentuk sebuah bentuk, bangun, tepi atau batas, dan area dalam sebuah komposisi.



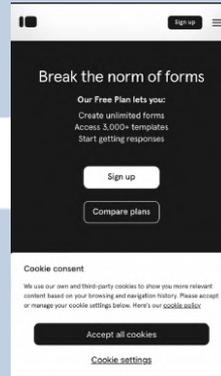
Gambar 2.1 Penggunaan Elemen Garis dalam *Mobile Website* Ilume

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Ilume

2. Bentuk

Suatu objek atau bidang merupakan sebuah hasil dari penggabungan dari beberapa garis. Contohnya yaitu persegi, lingkaran, trapesium,

segitiga, belah ketupat, dll. Pada dasarnya, semua bentuk yang ada dapat diturunkan dari 3 penggambaran bentuk dasar yaitu persegi, lingkaran, dan segitiga. Kemudian dari pengembangannya, terciptalah bangun ruang seperti bentuk kubus, piramida, dan bola.



Gambar 2.2 Penggunaan Elemen Bentuk dalam *Mobile Website* Typeform

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Typeform

3. Warna

Poulin (2011) menyatakan warna merupakan elemen yang menjadi daya tarik dalam sebuah desain, sehingga pengamat dapat merasa tertarik untuk memahami pesan yang ingin disampaikan dalam desain. Warna adalah salah satu elemen desain yang berpengaruh dan memiliki peran yang kuat dalam menyampaikan informasi pesan dan kesan dalam sebuah desain.

Dalam implementasinya, terdapat sistem warna yang berbeda di setiap mediana. Pada media digital/ layar, sistem warna yang biasa digunakan yaitu sistem RGB (*Red, Green, Blue*) yang terdiri dari warna merah, hijau, dan biru. Sedangkan pada media cetak, sistem warna yang digunakan yaitu sistem CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*) dimana menggunakan 4 warna yakni biru (*cyan*), merah (*magenta*), kuning, dan hitam.

Selain itu, teori warna yang banyak digunakan dalam dunia desain yaitu teori Lingkaran Brewster (1831). Berdasarkan teorinya terdapat 4 kelompok warna yaitu warna primer, sekunder, tesier, dan netral. Selain itu, terdapat beberapa kelompok warna lainnya yang berhubungan dengan teori keharmonisan warna yaitu warna komplementer, *split* komplementer, *triad* komplementer, *tetrad* komplementer, dan analogus.

a. Warna Primer

Warna Primer atau biasa disebut dengan hue adalah warna yang menjadi dasar dari warna-warna yang ada. Warna ini terdiri dari 3 jenis warna yaitu merah, biru, dan kuning.



Gambar 2.3 Penggunaan Warna Primer pada Website Indomie Global

Sumber: Tangkapan Layar dari Website Indomie Global

b. Warna Sekunder

Warna ini merupakan hasil percampuran dari dua warna primer. Perbandingan yang digunakan dalam percampuran warna ini yaitu 1:1.

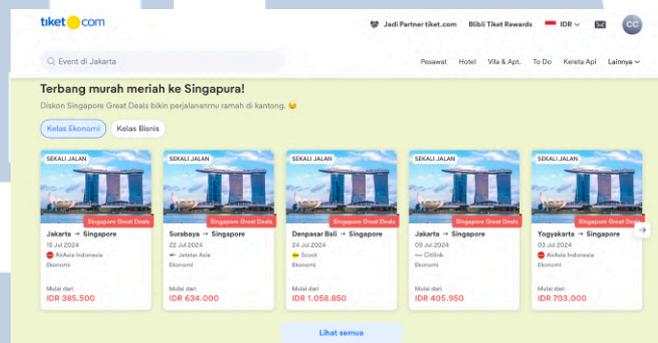


Gambar 2.4 Penggunaan Warna Sekunder pada Website Shopee

Sumber: Tangkapan Layar dari Website Shopee

c. Warna Tersier

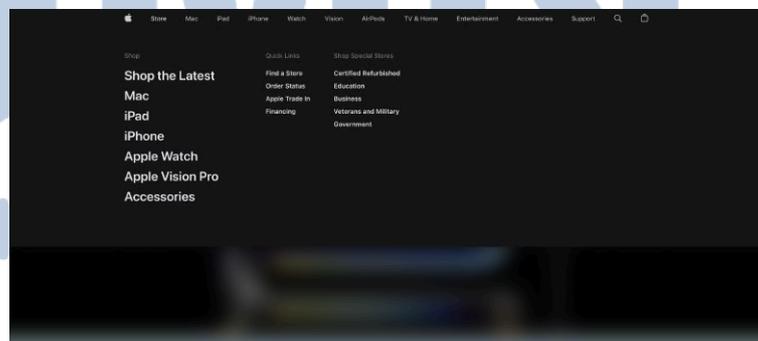
Warna tersier merupakan hasil percampuran dari satu warna primer dan satu warna sekunder. Dari percampuran warna ini, warna yang dihasilkan memiliki tingkat yang lebih rumit. Salah satu contoh warna yang dihasilkan yaitu warna magenta. Warna ini dihasilkan dengan menggabungkan warna merah dan warna ungu.



Gambar 2.5 Penggunaan Warna Tersier pada Website Tiket.com
Sumber: Tangkapan Layar dari Website Tiket.com

d. Warna Netral

Warna ini merupakan hasil dari percampuran tiga warna primer. Perbandingan yang digunakan yaitu dengan perbandingan 1:1:1. Biasanya warna yang dihasilkan akan lebih mengarah ke warna hitam.



Gambar 2.6 Penggunaan Warna Netral pada Website Apple
Sumber: Tangkapan Layar dari Website Apple

e. Warna Komplementer

Warna komplementer adalah hubungan keharmonisan antara dua warna yang saling bersebrangan (180 derajat) pada lingkaran warna. Warna komplementer ini memiliki hubungan kontras yang paling kuat. Contoh dari warna komplementer adalah jingga dan biru, merah dan hijau, kuning dan ungu.

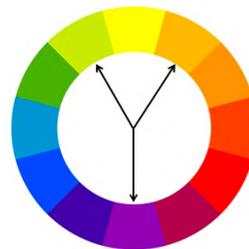


Gambar 2.7 Penggunaan Warna Komplementer pada Website Thai Airways

Sumber: Tangkapan Layar dari Website Thai Airways

f. Warna *Split* Komplementer

Split komplementer adalah hubungan keharmonisan antara tiga warna pada lingkaran warna yang berdekatan. Ketiga warna ini terdiri dari 1 warna primer dan 2 warna sekunder. Contoh dari warna *split* komplementer adalah hijau kekuningan, ungu, dan magenta.

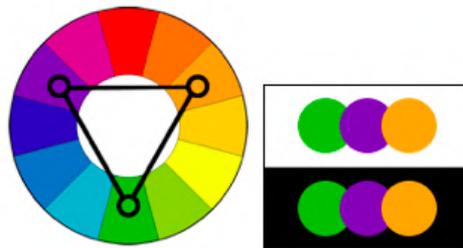


Gambar 2.8 Warna *Split* Komplementer

Sumber: <https://www.ronapresentasi.com/wp-content/uploads/2015/10/split-komplementer.png>

g. Warna *Triad* Komplementer

Warna *triad* komplementer merupakan kelompok hubungan keharmonisan antara tiga warna yang bersebrangan dan membentuk segitiga dengan sudut 60 derajat pada lingkaran warna. Ketiga warna ini terdiri dari 1 warna primer dan 2 warna sekunder. Penggunaan ketiga warna ini menghasilkan warna yang kontras. Contoh dari warna *Triad* komplementer adalah merah, kuning, dan biru.

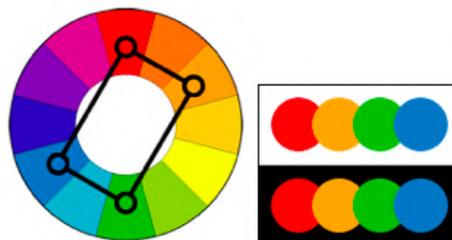


Gambar 2.9 Warna *Triad* Komplementer

Sumber: <https://dkv.binus.ac.id/files/2015/08/Screen-Shot-2015-08-26-at-4.08.04-PM.png>

h. Warna *Tetrad* Komplementer

Warna *tetrad* komplementer adalah hubungan keharmonisan antara empat warna yang bersebrangan dan membentuk segiempat yang membentuk sudut 90 derajat pada lingkaran warna. Warna ini juga disebut sebagai *double* komplementer karena terdiri dari 2 warna dari warna dingin, dan 2 warna dari warna hangat.

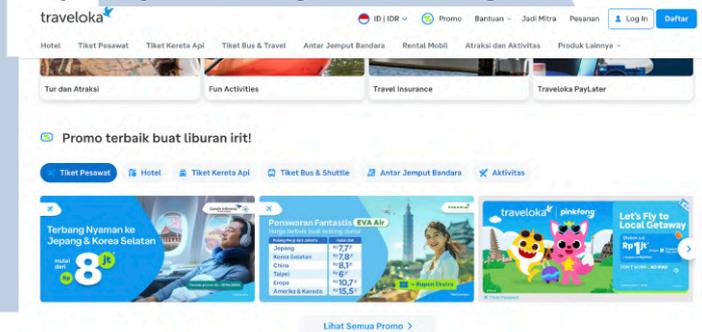


Gambar 2.10 Warna *Tetrad* Komplementer

Sumber: <https://dkv.binus.ac.id/files/2015/08/Screen-Shot-2015-08-26-at-4.08.10-PM.png>

i. Warna Analogus

Warna analogus adalah warna yang saling berdekatan pada lingkaran warna. Ketiga warna yang berdekatan ini biasanya berada di sela-sela warna *triadic*. Contoh warna analogus ini adalah hijau, hijau kekuningan, dan kuning.

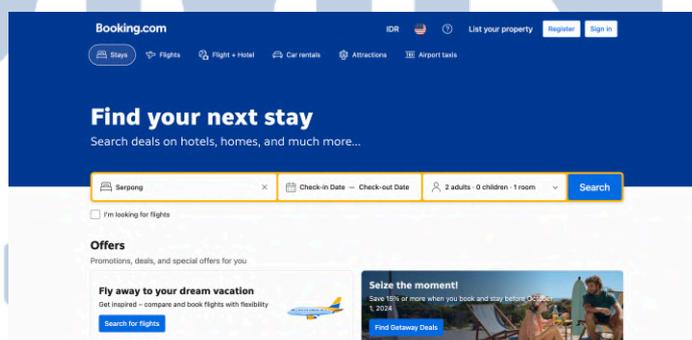


Gambar 2.11 Penggunaan Warna Analogus pada Website Traveloka

Sumber: Tangkapan Layar dari Website Traveloka

j. Warna Dingin (*Cool Tones*)

Warna dingin atau *cool tones* adalah warna-warna yang memberikan kesan dingin dalam penggunaannya. Selain itu, warna dingin juga memiliki kesan tenang, *relax*, pasif, malam, dan alam. Warna-warna yang termasuk dalam warna dingin adalah biru, hijau, dan ungu. Warna utama dari warna dingin adalah biru karena warna hijau dan warna biru merupakan percampuran dari warna biru dan warna primer lainnya yaitu kuning dan merah (Sanyoto, 2009).



Gambar 2.12 Penggunaan Warna *Cool Tones* pada Website Booking.com

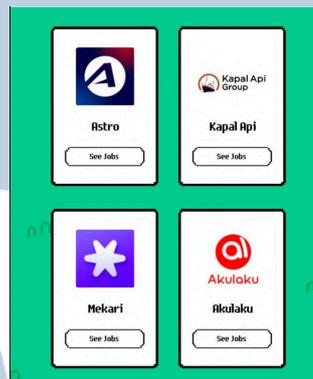
Sumber: Tangkapan Layar dari Website Booking.com

2.1.2 Prinsip Desain

Dalam pembuatan sebuah desain, terdapat beberapa prinsip yang perlu diterapkan. Menurut Robin Landa (2016), terdapat 5 prinsip desain yang perlu diperhatikan dan diterapkan yaitu Keseimbangan (*Balance*), Penekanan (*Emphasis*), Kesatuan (*Unity*), Irama (*Rhythm*), dan Format.

1. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan merupakan nilai stabilitas komposisi yang tercipta dari sebuah tampilan dari titik pusat yang terbagi secara seimbang dan merata pada setiap sisinya. Faktor yang dapat mendukung dalam menciptakan keseimbangan adalah penempatan, proporsi, kualitas, dan arah dari unsur-unsur pendukung. Terdapat 3 jenis dari nilai keseimbangan yaitu simetris, radial, dan asimetris.



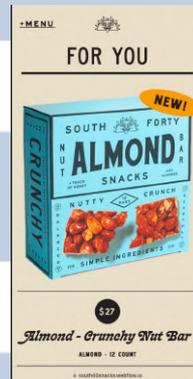
Gambar 2.13 Penerapan *Balance* dalam Tampilan *Mobile Website Cake Resume*

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website Cake Resume*

2. Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan atau *Emphasis* adalah rangkaian dari elemen visual berdasarkan tingkat kepentingan penekanan dari suatu elemen dibandingkan elemen lainnya, atau dengan membuat suatu elemen menjadi lebih dominan. Dengan adanya penekanan, maka desain mendapatkan daya tarik atau fokusnya pada satu hal. Cara yang

dapat menciptakan sebuah penekanan yaitu dengan mengatur penempatan, proporsi, kualitas, dan arah dari unsur yang ada.



Gambar 2.14 Penerapan *Emphasis* dalam Tampilan *Mobile Website* South Forty

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* South Forty

3. Kesatuan (*Unity*)

Nilai Kesatuan merupakan suatu nilai atau prinsip yang memfokuskan pada keselarasan elemen yang disusun dalam wujud atau ide yang mendasarinya. Dengan adanya kesatuan, maka suatu desain memiliki komposisi dan perpaduan yang teratur antar elemennya. Cara untuk menciptakan nilai ini yaitu dengan menentukan tingkat dominasi pada elemen yang diinginkan sehingga dapat memberikan pengaruh yang tepat dalam menyampaikan informasi.



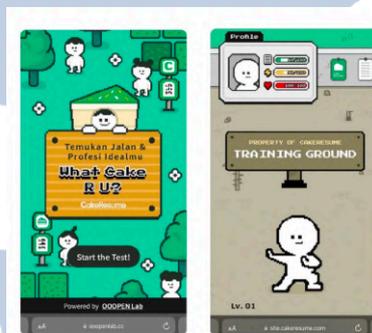
Gambar 2.15 Penerapan *Unity* dalam Tampilan *Mobile Website* Your Personal Flower Test

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Your Personal Flower Test

Nilai kesatuan ini dapat diciptakan dengan menentukan dominasi pada ukuran, warna, letak atau penempatan, ukuran sebagai daya tarik, menyatukan arah, dan menyatukan bentuk. Jenis-jenis kesatuan yaitu *similarity*, *proximity*, *continuity*, *closure*, *common fate*, dan *continuing line*.

4. Irama (*Rhythm*)

Irama adalah aliran visual dari satu elemen terdapat elemen lainnya. Nilai irama atau *rhythm* ini dapat tercipta pada suatu karya desain dengan membuat sebuah pola repetisi atau pengulangan. Pola ini dilakukan dengan bentuk repetisi warna, bentuk, garis, memvariasikan ukuran, dan warna yang berbeda dengan menggunakan *tint* dan *shade*.



Gambar 2.16 Penerapan *Rhythm* dalam Tampilan *Mobile Website Cake Resume*

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website Cake Resume*

5. Format

Format merupakan batas dan bidang yang ditentukan dalam membuat sebuah desain antara tepian luar atau batas desain. Dalam membuat sebuah desain, seorang desainer akan menentukan dan bekerja dalam sebuah format. Format ini dapat ditentukan berdasarkan media dan ukuran yang akan digunakan mulai dari

media digital maupun media cetak, dan beberapa format ukuran lainnya.



Gambar 2.17 Beberapa Format pada Figma dalam Pembuatan Media Digital

Sumber: Tangkapan Layar dari Figma

2.1.3 Tipografi

Landa (2014) menyampaikan bahwa tipografi merupakan desain bentuk huruf dan pengaturannya dalam media cetak dan berbasis layar dan dalam media bergerak atau interaktif. Dalam bukunya “Graphic Design Solutions” edisi ke 6, *Typeface* adalah desain dari satu set karakter yang disatukan dengan satu visual yang konsisten. Dalam pengukurannya, satuan hitung yang biasa digunakan yaitu *point* atau *pica*. *Point* digunakan untuk menghitung ukuran tinggi, sedangkan *pica* digunakan untuk menghitung ukuran lebar.

1. Klasifikasi Jenis *Typeface*

Dalam tipografi, terdapat beberapa klasifikasi *typeface* berdasarkan *style* dan sejarahnya. Walaupun sudah semakin banyak perkembangan dan jumlah dari *typeface*, namun *typeface* tersebut dapat dikelompokkan kedalam beberapa jenis yang ada:

a. *Serif*

Typeface Serif adalah *typeface* yang memiliki elemen kecil pada ujungnya yang berbentuk lancip pada ujung garis utama huruf. *Typeface* ini memiliki tingkat tipis dan tebal yang

kontras dengan garis-garis hurufnya. Kesan dari *typeface* ini yaitu anggun, klasik, dan lemah gemulai.

Chaos is not something to be avoided but rather something to be conquered. One of the first things I noticed about Jakarta was its hectic energy, which I've talked about a bit. This, combined with moving to a totally foreign place without friends, family, or job, threw my life into total chaos. But looking back over the past year, I'm now a big believer that chaos is an incredibly powerful positive force – when we can create a healthy relationship with it. Wrestling the chaos into some sort of

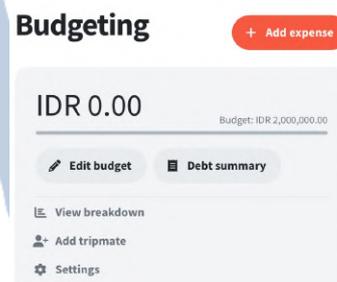
Gambar 2.18 Penggunaan *Typeface Serif* pada *Mobile Website* Medium

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Medium

b. *Sans Serif*

Sans Serif adalah jenis *typeface* yang tidak memiliki “serif” atau ujung yang berbentuk lancip pada ujung garis utama hurufnya. Kesan yang disampaikan dari penggunaan *typeface* ini yaitu modern, kontemporer sama. (Febrianti, 2017).

Beberapa sub kategori lainnya dari jenis *typeface* ini yaitu Grotesque, Humanis, Geometrik, dll. Contoh dari *typeface* ini yaitu Helvetica, Futura, dll



Expenses Sort: Date: newest to oldest
You haven't added any expenses yet.

Gambar 2.19 Penggunaan *Typeface Sans Serif* pada *Mobile Website*

Wanderlog

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Wanderlog

c. *Script*

Typeface ini merupakan *typeface* yang paling mirip dengan tulisan tangan. Bentuk hurufnya biasanya miring dan terkadang tersambung. Kesan yang diciptakan yaitu keindahan, dekoratif, dan elegan.

The image shows the text "A Tale of Mystery" written in a highly decorative, cursive script typeface. The letters are elegant and interconnected, with a classic, handwritten feel. The text is centered and set against a light blue circular background.

Gambar 2.20 *Typeface Script*

Sumber: (https://fonts.gstatic.com/s/img/knowledge/glossary/terms/script_typeface_style/images/thumbnail_411126311.svg)

d. *Display*

Typeface ini biasanya digunakan pada penulisan *headline*, judul, dan memiliki tingkat kesulitan untuk dibaca sebagai jenis teks. *Typeface* ini dikenal juga dengan *typeface* dekoratif.



Gambar 2.21 Penggunaan *Typeface Display* pada *Mobile Website Cake Resume*

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website Cake Resume*

2. Prinsip Tipografi

Dalam menulis tipografi, terdapat empat prinsip yang akan mempengaruhi dan harus diperhatikan yaitu *legibility*, *readability*, *visibility*, dan *clarity*.

a. *Legibility*

Legibility adalah kualitas pada huruf yang dinilai berdasarkan keterbacaan huruf. Seorang desainer seharusnya dapat mengenal dan mengerti karakter dari huruf dengan baik. Biasanya kesalahan yang dilakukan yang berakibat mengurangi *legibility* yaitu dengan melakukan *overlapping* dan *cropping*.

b. *Readability*

Readability adalah penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungan antar huruf lainnya sehingga dapat terbaca dengan jelas. Salah satu hal yang mempengaruhi keterbacaan huruf yaitu spasi antar huruf. Suatu teks yang memiliki *typeface* yang *legible* namun desainer kurang tepat menentukan jarak antar huruf dapat dianggap tidak *readable* karena membuat pembaca merasa cepat lelah dan tidak dapat membaca dengan lancar.

c. *Visibility*

Visibility merupakan kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat dalam suatu karya dapat terbaca dalam suatu jarak tertentu. Ketika membuat sebuah desain pada media yang berbeda-beda, pasti terdapat jarak tertentu yang berbeda-beda agar tulisan dapat terbaca dengan jelas. Maka dari itu, desainer harus dapat menentukan ukuran dan jaraknya yang sesuai agar informasi dapat tersampaikan dengan baik.

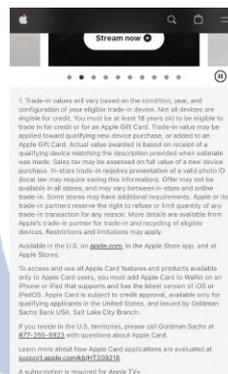
d. *Clarity*

Clarity adalah kemampuan huruf-huruf yang digunakan dapat terbaca dan dimengerti dengan baik oleh pembaca. Unsur yang dapat mempengaruhi yaitu visual hirarki, warna, pemilihan *typeface*, dan lain-lain.

3. Alignment

Alignment adalah susunan pengaturan teks. Terdapat 6 jenis pengaturan *alignment* yaitu rata kiri (*Left-aligned*), rata kanan (*Right-aligned*), rata kanan kiri (*justified*), rata tengah (*centered*), *runaround*, dan asimetrik (*asymmetrical*).

- a. *Left- Aligned*: pengaturan teks rata ke margin kiri dan tidak rata pada bagian kanan.
- b. *Right-aligned*: pengaturan teks rata ke margin kanan dan tidak rata pada bagian kiri.
- c. *Justified*: pengaturan teks rata kanan dan kiri
- d. *Centered*: pengaturan teks rata tengah dengan berpusat pada sumbu vertikal pusat imajiner
- e. *Runaround*: pengaturan teks di sekeliling gambar, foto, atau elemen grafis. Biasa disebut juga dengan *text wrap*
- f. *Asymmetrical*: pengaturan teks dengan keseimbangan asimetri, tidak sesuai dengan pengaturan yang ditetapkan dan berulang.



Gambar 2.22 Penggunaan *Alignment Left-Aligned* pada *Mobile Website*

Apple
Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Apple

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4. Spacing

Spacing adalah jarak antar huruf, antar kata, dan antar 2 jenis garis. Sebuah *spacing* harus meningkatkan pemahaman pembaca dan

meningkatkan pengalaman yang didapatkan oleh pembaca. Terdapat 3 istilah mengenai *spacing*:

- a. *Letterspacing*: jarak yang terdapat antar huruf. Cara mengatur *letterspacing* ini dikenal dengan istilah *kerning*.
- b. *Word Spacing*: jarak yang terdapat antar kata-kata.
- c. *Line Spacing*: jarak yang terdapat antar dua jenis garis yang diukur secara vertikal dari garis dasar ke garis dasar, yang biasa disebut dengan *leading*.

2.1.4 **Layout**

Layout adalah sebuah susunan atau peletakan elemen-elemen desain pada suatu bidang desain dengan menerapkan prinsip desain dan mengimplementasikannya dalam bermacam-macam media. Peran dari *layout* yaitu untuk memperjelas informasi dan konsep yang disampaikan dalam suatu karya atau media. Menurut Rustan (2009), prinsip yang digunakan dalam mengatur *layout* yaitu *alignment*, *visual hierarchy*, *contrast*, *balance*, dan *proximity*.



Gambar 2.23 Contoh *Layout* pada *Mobile Website* Innisfree

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Innisfree

2.1.5 **Margin**

Margin merupakan batasan berupa jarak kosong yang berada pada bagian kiri, atas, atas, dan bawah dari segala jenis media cetak atau digital. Margin digunakan untuk menjadi bingkai di sekitar gambar atau konten tipografi dimana dapat menentukan bagian yang menjadi batasan dan

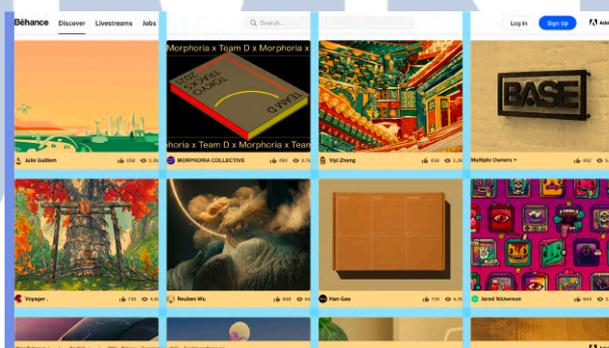
dapat digunakan. Dalam menentukan margin, beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu mengenai keharmonisan, keseimbangan, dan stabilitas.

2.1.6 *Grid*

Grid adalah sebuah petunjuk, patokan, atau struktur yang terdiri dari garis-garis horizontal dan vertikal yang membagi menjadi beberapa kolom dan *margin*. *Grid* ini digunakan untuk merapikan tulisan dan gambar yang digunakan di dalam karya. Dengan adanya *grid* ini, maka pembaca dapat membaca konten atau informasi dengan lebih terstruktur dan nyaman sesuai dengan alurnya. Terdapat 3 jenis *grid* yang biasa digunakan dalam membuat desain yaitu *modular*, *manuscript*, dan *column*.

1. *Modular Grid*

Modular grid adalah *grid* yang terdiri dari banyak modul, unit individual yang terbentuk dari titik potong kolom dan garis, Pada *grid* ini terdapat garis-garis jarak di sekeliling. Kesan dari *grid* ini yaitu bersifat lebih fleksibel karena menawarkan bermacam-macam variasi. Keuntungan dari *grid* ini yaitu ketika menggabungkan lebih dari satu modul untuk satu teks atau gambar tetap terlihat sebagai satu kesatuan.



Gambar 2.24 Penggunaan *Modular Grid* pada Website

Sumber: <https://media.nngroup.com/media/editor/2022/06/28/behance-example-92.png>

2. *Manuscript Grid*

Manuscript grid atau *single column grid* adalah *grid* yang paling mendasar dimana memiliki hanya satu kolom dan sekitarnya dikelilingi dengan margin. Ketika menggunakan margin ini, desainer dapat mempertimbangkan tipe margin yang cocok untuk membawakan dan mepresentasikan konten atau pesan yang ingin disampaikan.

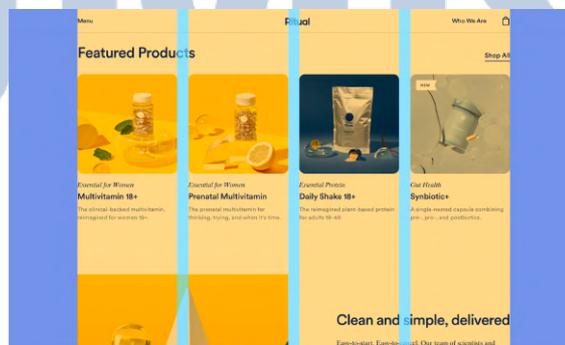


Gambar 2.25 Penggunaan *Manuscript Grid* pada *Mobile Website* Tripadvisor

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Tripadvisor

3. *Multicolumn Grid*

Multicolumn grid atau *column grid* adalah *single column grid* yang dibagi kembali menjadi beberapa kolom lainnya sesuai dengan pertimbangan dan kebutuhan desainer. Pada setiap kolom terdapat jarak-jarak diantaranya yang disebut dengan *column intervals*.



Gambar 2.26 Penggunaan *Multicolumn Grid* pada *Website*

Sumber: <https://media.nngroup.com/media/editor/2022/06/28/ritual-example-91.png>

2.1.7 Fotografi

Menurut Sudarma, I Komang (2014), fotografi adalah suatu media yang dapat mengabadikan suatu kejadian atau peristiwa penting yang mungkin kedepannya akan kita lupakan. Selain itu, Sudarma (2014) menyampaikan bahwa fotografi adalah media yang dapat digunakan untuk mengabadikan suatu peristiwa penting.

Landa (2016), menyampaikan bahwa pada masa kini, fotografi sudah menjadi salah satu bentuk proses penggambaran yang paling terkenal di dalam dunia desain komunikasi. Dalam melakukan fotografi, terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan diantaranya yaitu *human interest* dan *cityscape*.

1. *Human Interest*

Human Interest adalah salah satu teknik fotografi yang memiliki tujuan untuk menangkap momen mengenai aktivitas manusia. Bong, et al. (2015) menyampaikan bahwa *human interest* adalah teknik fotografi yang diambil dengan menggunakan kamera dan memiliki cerita tentang kehidupan sehari-hari, Selain itu dapat menggambarkan interaksi manusia dengan lingkungan, serta ekspresi emosional yang tidak biasa diperlihatkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 2.27 Fotografi *Human Interest*

2. *Cityscape*

Fotografi *Cityscape* adalah teknik fotografi yang merupakan sub kategori dari teknik *landscape* yang menggunakan pemandangan keindahan perkotaan yang dapat dilakukan pada siang ataupun malam hari. (Adi & Lukistyawan, 2023).



Gambar 2.28 Fotografi *Cityscape* Kota Bandung

2.1.8 Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah gambar yang menceritakan atau memiliki cerita di dalamnya. (Soedarso, 2014). Sebuah ilustrasi merupakan salah satu elemen penting karena dapat menjadi sebuah daya tarik dan membuat pembaca mengimajinasikan atau membayangkan cerita yang digambarkan. Menurutnya, terdapat beberapa jenis ilustrasi yang dibagi berdasarkan penampilannya diantara yaitu dekoratif dan kartun.

1. Ilustrasi Dekoratif

Ilustrasi dekoratif adalah sebuah gambar ilustrasi yang digambarkan dengan lebih sederhana atau dilebih-lebihkan dengan suatu gaya tertentu sebagai *style* untuk tujuan menghiasi sesuatu.



Gambar 2.29 Ilustrasi Dekoratif

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/5c/5e/2d/5c5e2d441455afab2096e39fb3aaf0ff.jpg>

2. Ilustrasi Kartun

Ilustrasi kartun adalah sebuah gambar ilustrasi yang digambarkan dengan bentuk yang lucu atau biasanya memiliki ciri khas tertentu. Biasanya jenis ilustrasi ini digunakan pada buku majalah anak, cerita bergambar, maupun komik.



Gambar 2.30 Ilustrasi Kartun

Sumber: <https://shorturl.at/oRbq2>

3. Flat Design

Ilustrasi *flat design* adalah sebuah gambar ilustrasi yang lebih menonjolkan kesan yang minimalis, bersih, dan nilai kegunaan. Dalam gaya visual ilustrasi *flat design* ini, ciri yang biasanya digunakan yaitu berbentuk *solid*, menggunakan warna yang cerah, tipografi yang bersih, dan efek bayangan atau tekstur yang lebih minimalis (Yasa et al, 2022).

Dalam penggunaannya, *Flat design* ini biasa digunakan dalam desain UI atau *website*. Berdasarkan *Website Interaction Design Foundation*, *Flat design* biasanya digunakan dan dibuat untuk *website* yang *responsive* dimana biasanya ukuran *website* dapat berubah-ubah dan ukuran konten didalamnya menyesuaikan ukuran dari *website* dan ukuran medianya itu sendiri. Dengan menggunakan *flat design*, maka *website* dapat berjalan dengan lebih responsif dan

memuat gambar atau konten yang ada di dalamnya dengan lebih cepat.

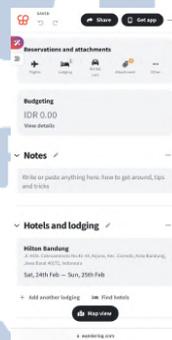


Gambar 2.31 Ilustrasi *Flat Design*
Sumber: <https://shorturl.at/3qo1O>

2.1.9 *Icon*

Dalam bukunya *Graphic Design Solutions* edisi ke 6, Landa menyampaikan, *Icon* adalah gambar piktorial atau simbol yang digunakan untuk merepresentasikan objek-objek, tindakan, maupun konsep. *Icon* dapat berupa foto, representasi piktorial, elemen visual, atau simbol. Dalam penggunaannya di aplikasi atau *mobile website*, biasanya *icon* merujuk pada simbol atau tanda.

Dalam pembuatannya, *icon* memiliki beberapa syarat atau ketentuan seperti konsistensi pada ukuran, perspektif, bentuk, arah sumber cahaya, dan elemen-elemen dasar seperti garis, warna, dan tekstur. Selain itu, *icon* harus dapat bekerja dengan baik dalam warna dasar hitam maupun putih. Dari tujuannya yang merepresentasikan sesuatu, maka sebuah *icon* harus dapat diidentifikasi dengan mudah oleh penggunanya.



Gambar 2.32 Penggunaan *Icon* pada *Mobile Website* Wanderlog
Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Wanderlog

2.2 Media Informasi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media adalah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Sedangkan definisi informasi berdasarkan KBBI adalah pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu. Maka dari itu, Media Informasi adalah alat sarana yang digunakan untuk memberikan suatu informasi atau pemberitahuan kepada masyarakat. Sobur dalam Ubay (2019) mengatakan bahwa media informasi adalah alat grafis yang digunakan untuk menangkan, memproses, dan menyusun kembali informasi-informasi visual.

2.2.1 Fungsi Media Informasi

Dalam bukunya, Coates & Ellison (2014) menyampaikan bahwa desain informasi menjadi hal yang diperlukan karena dapat menyampaikan informasi atau petunjuk untuk semua orang. Selain itu, dengan adanya media informasi, dapat membantu masyarakat untuk mempelajari hal yang kompleks dengan lebih mudah dan lebih efektif. Pada masa ini, media informasi semakin beragam dan berkembang dengan sangat cepat. Kini media informasi ini bisa berupa media cetak maupun media digital.

2.2.2 Jenis Media Informasi

Berdasarkan buku Coates & Ellison (2014) yang berjudul “An Introduction to Information Design”, media informasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis yaitu *Print-based Information Design*, *Interactive Information Design*, dan *Enviromental Information Design*.

1. *Print-based Information*

Pada *print-based information*, informasi yang disampaikan berupa gambar ataupun sekuel gambar untuk menyampaikan informasi atau data yang kompleks. Informasi yang disampaikan tidak hanya dapat berupa diagram atau bagan, namun dapat berupa foto, ilustrasi, atau teks untuk menyampaikan informasinya. Contoh media ini adalah koran dan artikel majalah. Dalam media ini, bersifat lebih statis dan

tidak interaktif, dimana pengguna tidak harus berinteraksi secara lebih untuk membaca dan menerima visual datanya. Maka dari itu, tingkat kompleksitas data dan navigasi informasi harus dipertimbangkan.

2. *Interactive Information Design*

Pada *interactive information design*, informasi yang disampaikan membutuhkan pendekatan yang berbeda dengan media *print* yaitu karena membutuhkan interaksi antara pengguna dan medianya dalam mencari dan mendapatkan informasi. Interaksi yang dilakukan bisa berupa filter data, statistik, atau informasi lainnya. Pada media ini, navigasi informasi sangat penting, dimana pilihan yang diberikan harus jelas dan mengarahkan pada resolusi yang lebih bermakna.

Karena sifatnya yang interaktif, maka media ini pun bisa ditambahkan suara atau memindahkan gambar sebagai bagian dari pengalaman penggunanya dalam menggunakan media ini. Dengan kapasitas solusi interaktif ini, maka pengguna dapat melakukan eksplorasi konten dengan berbagai cara. Contoh media ini yaitu *website*, aplikasi, dan beberapa media informasi interaktif lainnya.

3. *Environmental Information Design*

Pada media ini, contoh media yang langsung terbayangkan adalah *signage*. Selain *signage*, contoh media lainnya adalah *wayfinding*, pameran karya, atau instalasi skala besar. Fungsi dari sebuah *wayfinding* adalah untuk menyampaikan informasi kepada penggunanya mengenai arahan kemana mereka harus pergi, mencari, dan apa yang harus dilakukan ketika sampai. Pada pembuatannya, seorang desainer harus menyadari limitasi fisik dari lingkungannya dan kebutuhan dari penggunanya.

2.3 *UI/UX Design*

Berdasarkan definisi dari Interaction Design Foundation pada *websitenya* interaction-design.org (2016), *UI design* adalah proses desainer untuk membuat tampilan untuk *software* atau perangkat komputer, dimana memiliki fokus pada tampilan atau *style*. Dengan tampilan UI, sebuah *website* atau aplikasi dapat terlihat lebih rapi, meningkatkan *traffic* dalam website atau menaikkan jumlah *download* aplikasi, memudahkan penggunaan aplikasi atau *website*, dan meningkatkan kualitas *branding* perusahaan atau aplikasi.

Sedangkan pengertian *User Experience (UX) design* berdasarkan *website* Interaction Design Foundation adalah proses Tim desain untuk menciptakan sebuah produk yang bermakna dan relevan dengan pengalaman penggunanya. Hal yang terpenting dalam membuat UX adalah mempertimbangkan dan menyampaikan solusi dari *pain points* dan kebutuhannya. Bilousova et al, (2021) mengatakan bahwa desain UX memiliki tujuan untuk mencapai tujuan dari aplikasi dan memaksimalkan kepuasan pengguna dalam memakai produk.

Nikam et al, (2021) menyampaikan bahwa UI dan UX adalah dasar yang memberikan pengalaman baik dan kepercayaan terhadap tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan suatu sistem atau produk. Selain itu menurut Adila & Nadhifah, dalam penggunaannya, desain UI dan UX ini tidak dapat terpisahkan karena jika sebuah desainnya tampak menarik namun sulit untuk digunakan, maka produk (aplikasi/*website*) tidak akan digunakan kembali oleh penggunanya.

2.3.1 *Karakteristik User Interface (UI)*

Thornsby (2016) menyampaikan bahwa terdapat beberapa kriteria yang harus dimiliki sebuah tampilan UI yang efektif yaitu kejelasan, responsif, dan mudah dilihat.

1. Kejelasan

Sebuah desain UI yang baik harus memiliki kejelasan, keseimbangan, dan keringkas dalam menyampaikan informasi

atau konten. Dengan tampilan atau desain UI yang jelas, maka pengguna akan mudah dalam menggunakan produk dan lebih mudah dalam menerima informasi yang didapatkan.

2. Responsif

Sebuah desain UI yang baik harus bersifat responsif, halus, dan mengalir. Dengan tingkat responsif, pengguna dapat mengetahui tanggapan yang akan muncul ketika mereka melakukan sesuatu. Ketika mereka menekan suatu elemen atau tombol, maka UI yang baik harus dapat menyampaikan apa hal yang akan terjadi.

3. Mudah dilihat

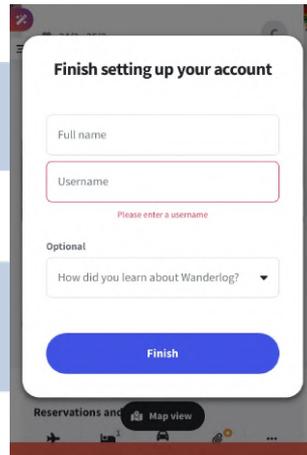
Sebuah desain UI yang baik harus bersifat konsisten dalam menyampaikan konten atau informasi. Dengan adanya UI yang menarik, maka pengguna dapat mengakses dan menerima informasi dengan lebih mudah, merasa terbimbing, dan merasa nyaman ketika menggunakan produk.

2.3.2 *Elemen User Interface (UI)*

Thornsby (2016) menyatakan bahwa terdapat beberapa jenis elemen dalam UI yang memiliki fungsi yang berbeda dan tata letak penempatannya yang beragam. Namun para pengguna dapat menjadi terbiasa dengan elemennya yang bertindak dengan cara tertentu karena konsistensi yang ada pada setiap elemennya. Secara tidak sadar atau tidak, pengguna pun akan memilih dan mengadopsi elemen tersebut sesuai dengan kepuasan dan efisiensi pengguna. Elemen - elemen tersebut ialah:

1. Kontrol *Input*

Kontrol *input* adalah elemen interaktif desain UI yang digunakan untuk memasukkan informasi ke dalam sistem atau produk digital seperti *website* maupun aplikasi. Beberapa contoh dari elemen kontrol *input* ini yaitu: *checkboxes*, *radio buttons*, *dropdown list*, *text box*, dll.



Gambar 2.33 Tampilan Kontrol *Input* pada *Mobile Website* Wanderlog
 Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Wanderlog

2. Komponen Navigasi

Komponen navigasi adalah elemen interaktif desain UI yang digunakan untuk menggerakkan dan menjelajahi produk (aplikasi/*website*). Contoh dari komponen ini pada yang biasa digunakan adalah: *breadcrumb*, *search field*, *carousel*, *tags*, *icon*, *slider*, dll.



Gambar 2.34 Tampilan Komponen Navigasi pada *Mobile Website* South Forty
 Forty

Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* South Forty

3. Kontrol Navigasi

Berbeda dengan komponen navigasi, kontrol navigasi ini adalah elemen interaktif desain UI yang digunakan untuk membuat pengguna berpindah dari satu halaman ke halaman atau tampilan yang berbeda.

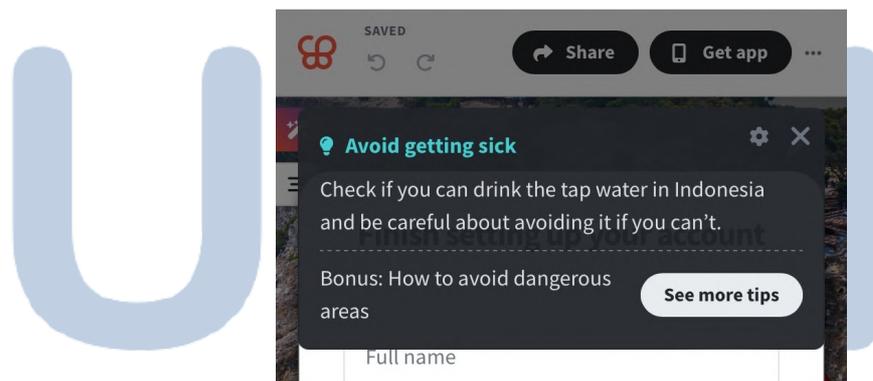
Biasanya contoh dari elemen ini yaitu *button* untuk berpindah dari halaman satu ke halaman lainnya yang biasanya berada pada bagian bawah *website* atau bagian atas atau bisa juga berupa *menu bar* dari *website*.



Gambar 2.35 Tampilan Kontrol Navigasi pada *Mobile Website* Innisfree
Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Innisfree

4. Komponen Informasi

Komponen informasi adalah elemen interaktif desain UI yang digunakan untuk memberikan informasi kepada penggunanya. Komponen ini dapat berupa notifikasi, *pop up window*, *message box*, *progress bar*, *toast*, dll.

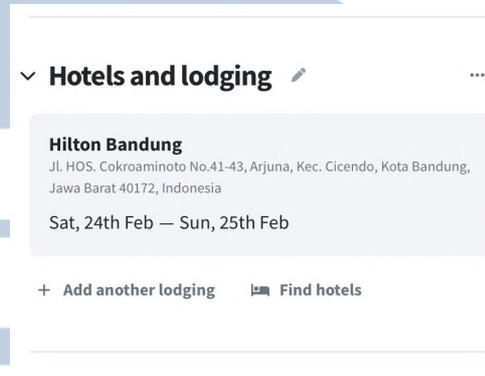


Gambar 2.36 Tampilan *Pop Up Window* pada *Mobile Website* Wanderlog
Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Wanderlog

5. Containers

Containers adalah elemen interaktif desain UI yang digunakan untuk menyimpan dan mengumpulkan konten-konten yang terkait. Salah

satu bentuk dari elemen ini adalah *accordion*, yang ketika diklik akan memperluas bagian menuju konten lainnya yang ada.



Gambar 2.37 Tampilan *Containers* pada *Mobile Website* Wanderlog
Sumber: Tangkapan Layar dari *Mobile Website* Wanderlog

2.3.3 Prinsip User Interface (UI)

Berdasarkan teori dari Ben Scneiderman yang bernama “Eight Golden Rules of Interface Design”, terdapat 8 prinsip pada pembuatan desain UI. Prinsip ini berasal dari pengalamannya yang kemudian disempurkan selama tiga dekade untuk melakukan validasi dan penyetelah pada kasus desain tertentu. Prinsip-prinsipnya yaitu:

1. *Strive for Consistency*

Prinsip ini adalah prinsip yang berfokus pada keserasian, kestabilan, dan harmonisasi pada elemen yang ada pada desain. Dengan prinsip konsistensi, pengguna diharapkan dapat lebih cepat merasa familiar dengan produk (aplikasi/*website*) yang dirancang. Tujuan dari prinsip ini yaitu dapat memudahkan pengguna dalam mencapai tujuan mereka. Prinsip ini dilakukan dengan penerapan menu, *prompt*, warna, tata letak, huruf, dan sebagainya.

2. *Seek Universal Usability*

Prinsip ini adalah prinsip yang berfokus pada keharusan produk untuk mudah dimengerti dan digunakan oleh semua orang khususnya pada penggunaannya. Semua orang yang dimaksud ini terdiri dari beberapa tingkat keahlian yang berbeda mulai dari

pemula dan ekspert, tingkatan usia, keragaman teknologi, bahasa, dll. Sebagai seorang desainer, maka kita harus dapat mengenali kebutuhan pengguna dan mendesain untuk memfasilitasi transformasi konten.

3. *Offer Informative Feedback*

Prinsip ini mengharuskan adanya umpan balik dari setiap tindakan yang dilakukan oleh penggunanya ketika menggunakan sebuah produk. Umpan balik atau respon yang diberikan dari setiap tindakan ini pun dapat berupa hal yang sederhana. Sedangkan untuk tindakan yang jarang, besar, dan bersifat beresiko, maka respon atau umpan balik yang diberikan harus lebih substansial. Dengan adanya umpan balik yang diberikan, maka pengguna tidak akan kebingungan atas tindakan yang dilakukannya di dalam produknya.

4. *Design Dialogs to Yield Closure*

Prinsip ini berarti bahwa dalam membuat desain, urutan tindakan yang dibuat dalam desain harus memiliki awalan, bagian tengah, dan akhir. Dengan adanya urutan dan *feedback* yang diberikan, maka pengguna dapat merasa puas, lega, dan merasakan suatu pencapaian ketika menggunakannya. Pengguna dapat mengetahui persiapan atas tindakan yang akan dilakukan selanjutnya. Selain itu, pengguna tidak perlu menunggu apakah ada langkah selanjutnya atau tidak.

5. *Prevent Errors*

Dalam membuat sebuah desain UI, desainer harus membuat desain dan instruksi yang sederhana, jelas, konstruktif, dan spesifik. Dengan desain dan instruksi yang jelas dan spesifik, maka dapat meminimalisir terjadinya peluang kesalahan dan error. Ketika pengguna melakukan suatu kesalahan, terdapat instruksi yang dapat memberikan cara untuk memperbaiki dan memulihkan keadaannya.

Salah satu bentuk solusi atau instruksi yang dapat diberikan yaitu memberikan petunjuk teknis atau informasi untuk mengisi formulir yang sesuai dengan format yang diterima oleh aplikasi sehingga pengguna dapat mengisi formulir pada percobaan pertama.

6. *Permit Easy Reversal of Actions*

Prinsip ini adalah prinsip yang memberikan fitur untuk mengizinkan pembalikan tindakan dengan mudah. Seperti tertulis pada prinsip sebelumnya bahwa desain yang baik harus dapat meminimalisir peluang terjadinya kesalahan atau *error*, maka desainer harus memberikan pilihan instruksi yang dapat membantu pengguna membalikan tindakan yang telah dilakukannya.

Selain itu, dengan adanya fitur ini pengguna dapat mengurangi rasa stress dan kecemasannya karena dapat membalikan atau membatalkan tindakannya. Dari adanya fitur ini, pengguna pun dapat merasa lebih nyaman dan bebas dalam melakukan eksplorasi pada produk.

7. *Support Internal Locus of Control*

Dalam menggunakan sebuah produk, pengguna suka untuk dapat mengatur tampilannya sesuai dengan preferensinya sendiri. Selain itu, pengguna dapat merasakan dan memiliki sensasi bahwa mereka mengendalikan dan bertanggung jawab atas tindakan yang mereka lakukan di dalam produknya. Dengan pemberian kebebasan atau pemberian kontrol, maka dapat meningkatkan kepuasan dan pengalaman mereka menggunakan produknya.

Ketika ada pilihan yang mengharuskan pengguna untuk mengisi informasi yang sama untuk beberapa kali, sebagai desainer seharusnya dapat memberikan kemudahan atau membuat desain yang lebih mudah.

8. *Reduce Short-term Memory Load*

Dalam membuat desain, desainer harus dapat membantu pengguna dalam menghindari desain yang mengingat informasi dari satu tampilan ke tampilan lainnya. Ketika ada pilihan yang mengharuskan pengguna untuk mengisi informasi dari halaman sebelumnya, seharusnya informasi sudah dapat diinput oleh sistem.

2.3.4 *Konsep Usability User Experience (UX)*

Salah satu konsep yang digunakan sebagai salah satu konsep dasar dalam *User Experience* adalah konsep *Usability*. Konsep ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana baik sebuah fungsi digunakan oleh pengguna. Sedangkan konsep lainnya yang digunakan bersamaan adalah *utility* yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah sebuah fungsi tetap dalam prinsip-prinsipnya.

Kedua konsep ini akan membentuk *usefulness* yang memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kegunaan dari keseluruhan sistem informasi dan fungsi-fungsinya. Di dalam penggunaannya, *usability* ini sudah termasuk pada prosedur instalansi dan prosedur perawatan (*maintenance*) yang merupakan salah satu aspek sistematika dari interaksi manusia. (Wiryawan, 2011)

Sedangkan berdasarkan Nielsen (1993), *Usability* ini terdiri dari beberapa komponen yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors*, dan *satisfaction*.

1. *Learnability*

Komponen *learnability* ini merupakan komponen dimana dalam pembuatan sebuah sistem haruslah mudah dipahami dan dipelajari oleh pengguna agar dapat membantu pengguna dalam bekerja dengan cepat.

2. *Efficiency*

Komponen *efficiency* ini merupakan komponen dimana dalam pembuatan sebuah sistem haruslah efisien agar memiliki nilai produktifitas yang tinggi untuk penggunanya.

3. *Memorability*

Komponen *memorability* ini merupakan komponen dimana dalam pembuatan sebuah sistem haruslah mudah untuk diingat atau mudah mengingatkan agar pengguna tetap ingat bagaimana cara menggunakan sistem tersebut ketika menggunakannya kembali di lain waktu.

4. *Errors*

Komponen *errors* ini merupakan komponen dimana dalam pembuatan sebuah sistem haruslah memiliki tingkat peluang kesalahan yang kecil. Ketika pengguna menggunakan sistem tersebut pengguna minim membuat kesalahan dan dapat segera memperbaikinya atau kembali ke langkah sebelumnya.

5. *Satisfaction*

Komponen *satisfaction* ini merupakan komponen dimana dalam pembuatan sebuah sistem, sistem tersebut harus dapat menciptakan rasa puas, senang, ataupun nyaman dari penggunanya setelah menggunakannya.

2.4 *Mobile Website*

Website dikatakan juga sebagai situs yang terdiri dari beberapa halaman yang memuat informasi berupa teks, gambar, animasi suara, atau gabungan dari semuanya yang dapat bersifat statis dan dinamis dan membentuk satu rangkaian yang saling terkait dan dihubungkan pada jaringan terkait. (Hidayat, 2010).

Mobile Website adalah bentuk lanjutan dari web tradisional. (Permatasari, et al, 2019). *Mobile website* adalah aplikasi yang dibangun atau dibuat dengan menggunakan HTML, CSS, Javascript dan dapat diakses oleh pengguna melalui

situs *mobile*. (Fling, 2009). Para pengguna *mobile website* ini, biasanya memiliki karakteristik yang berbeda dengan pengguna *website* pada *desktop*, yaitu lebih sering bergerak dan mempunyai kemungkinan untuk melakukan kegiatan lain ketika mengakses internet. (Yosanny & Halim, 2013).

2.4.1 Elemen Kunci Website

Shedroff (2017) merumuskan terdapat 6 elemen kunci dalam membuat sebuah *website*. Elemen-elemen tersebut terdiri dari isi (konten), Organisasi dan Navigasi, Desain Visual, Performa, Kesesuaian/Kompabilitas, dan Interaktivitas.

1. Isi (Konten)

Hal penting dan utama yang harus diperhatikan dalam membuat sebuah *website* adalah isi konten karena hal ini merupakan informasi yang harus disampaikan kepada pengunjung atau pengguna *web*nya. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan mengenai sistematika *web* yaitu letak menu/informasi yang disampaikan, kelengkapan materi, kesesuaian isi materi dengan pengunjung *web*, kedalaman isi, sistematika dalam menyampaikan materi, dan kemudahan dalam memahami materi yang disampaikan. (Huning, 2011)

2. Organisasi dan Navigasi

Elemen kedua yang harus diperhatikan adalah struktur dan organisasi yang dapat memberikan kemudahan kepada pengguna ketika menggunakannya. Ciri-ciri dari *website* yang memiliki struktur dan organisasi yang baik yaitu mudah dalam mencari informasi, dan memiliki tampilan yang rapi dalam penyusunan informasi dan gambar-gambar.

3. Desain Visual

Desain *web* adalah arsitektur informasi yang disusun secara rapi, sistematis, dan efektif. Hal yang Penting dalam menyusun desain

arsitektur ini yaitu dengan menyusun informasi yang tepat (organisasi) dan mudah untuk ditemukan.

4. Performa

Performa *website* dapat dinilai atau ditentukan berdasarkan kecepatan *website* ketika digunakan oleh pengguna.

5. Kesesuaian/Kompabilitas

Kesesuaian *website* ini dapat dinilai atau ditentukan berdasarkan tema yang dikehendaki oleh pemilik situs. Kesesuaian *website* ini dapat dideteksi dengan mencoba mencari dan mengetikkan URL pada *web browser*, jika hasil yang ditampilkan sesuai dengan yang dicari, maka *website* tersebut memiliki kesesuaian.

6. Interaktivitas

Salah satu tujuan dari perancangan *website* adalah membangun komunikasi dua arah dengan pengguna. Komunikasi ini dapat dibangun dengan adanya fitur *chat*, komentar, *share*, *like*, dan beberapa tombol atau fitur pengakses pada web. Menurut Shedroff, interaktivitas dapat diciptakan dalam bentuk:

- a. umpan balik dan kontrol pengakses situs
- b. Kreativitas dan produktivitas
- c. Komunikasi
- d. Adaptivitas dalam desain

2.4.2 Prinsip *Mobile Website*

Frederick & Lal (2009), menyampaikan terdapat beberapa prinsip yang digunakan dalam membantu mengakomodasi pengguna *web* yaitu:

1. Penyederhanaan fitur dan pelayanan
2. Satu halaman untuk satu topik
3. Konsisten tema situs
4. Penggunaan warna
5. Keindahan visual

6. Merancang navigasi situs yang mudah dimengerti
7. Minimalisasi pengetikan atau input teks

2.4.3 Recommender System

Dalam menentukan suatu destinasi, kebanyakan orang atau konsumen akan memilih suatu destinasi yang memiliki penilaian yang tinggi dan memiliki ulasan yang baik dari kebanyakan konsumen lainnya. (Farooque et al, 2014). Rekomendasi menjadi salah satu solusi yang dapat membantu pengguna untuk menentukan sesuatu hal atau destinasi.

Suatu alat yang dapat membantu pengguna dalam memberikan petunjuk atau arahan kepada penggunanya ini disebut dengan *Recommender System*. Alat ini dapat memberikan rekomendasi mengenai sesuatu hal berdasarkan asumsi dari informasi yang didapatkan, preferensi atau kebutuhan penggunanya, dan dengan informasi preferensi lainnya yang biasanya dilakukan atau disukai oleh penggunanya.

Recommender System adalah cara yang efektif untuk membantu *user* mendapatkan informasi yang berguna dan berdasarkan pada minat *user*nya. (Zeng et al, 2016). Selain itu, dengan semakin banyaknya informasi di internet, *Recommender system* ini mampu memecahkan permasalahan yang disebabkan oleh meningkatnya informasi yang cepat. Dengan semakin meningkatnya jumlah pilihan, rekomendasi menjadi hal yang penting. (Fatmawatie dan Baizal, 2019).

2.5 Wisata

Berdasarkan defisininya wisata adalah kegiatan perjalanan mengunjungi suatu tempat dengan tujuan untuk rekreasi, atau pengembangan diri, mempelajari daya tarik wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam jangka waktu yang pendek. (Undang - Undang Republik Indonesia no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, 2009).

2.5.1 Pariwisata Indonesia

Berdasarkan pernyataan yang terdapat pada *website* resmi DPR Indonesia, seiring berkembang jaman, dalam beberapa tahun terakhir ini, pariwisata menjadi salah satu kontributor dalam Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, mulai dari devisa maupun perputaran ekonomi. Selain itu, devisa yang didapatkan dari pariwisata pun semakin meningkat setiap tahunnya, dimana terbukti dengan menduduki peringkat ke-4 atau ke-5 sebagai salah satu sumber devisa terbesar negara.

Dilansir dari *website* resmi Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi “PANRB”, pada tahun 2023, dari Januari - Oktober 2023, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung Indonesia mencapai 9.942.004 juta dan meningkat sebesar 124,30 persen dari tahun 2022.

Selain itu berdasarkan *website* resmi Media Keuangan, berbagai usaha pengembangan pariwisata Indonesia pun telah direncanakan oleh pemerintah Indonesia. seperti penyelenggaraan BBWI, penyelenggaraan *event-event*, dan pemerataan pariwisata luar Bali atau Bali Beyond. Berdasarkan RPJMN 2022-2024, pada tahun 2024 sektor ini diprediksi akan mendatangkan 9,5 - 14,3 juta perjalanan wisnus dengan target kinerja sektor pariwisata tahun 2024 yang diperkirakan akan menghasilkan devisa negara sebesar US\$ 7,38 - 13,08 miliar.

Selain itu, kontribusi lainnya yang dihasilkan terhadap PDB sebesar 4,5% dan menciptakan lapangan pekerjaan sebanyak 22,8 juta. Sandiaga Uno mengatakan bahwa melalui kegiatan pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan, pariwisata menjadi sektor andalan dalam memperoleh lapangan pekerjaan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan data statistik dari BPS yang dilansir pada *website* resmi Good Stats, mengenai 10 provinsi tujuan wisatawan Nusantara terbanyak yang dikunjungi selama Januari- September 2023 , kedudukan pertama

diduduki oleh Jawa Timur dengan 160 juta kunjungan, kemudian Jawa Barat dengan 113 juta kunjungan, dan pada kedudukan ketiga yaitu Jawa Tengah. Kota Bandung menjadi salah satu kota favorit masyarakat Indonesia. Selain itu, kota ini pun dinobatkan sebagai kota dengan kuliner terbaik di ASEAN versi Taste Atlas 2023.

2.5.2 Jenis Pariwisata

Pratiwi (2015) menyampaikan bahwa bentuk dan jenis-jenis pariwisata dapat semakin bertambah karena semakin beragamnya gagasan dan kreativitas dari para profesional yang berkecimpung dalam industri pariwisata. Selain itu, wisata kota menjadi salah satu hal yang diperkirakan akan terus berkembang dan menghadapi berbagai tantangan dalam melakukan pengembangannya. (Postma et al, 2017).

Berdasarkan *website* resmi LSPR, pariwisata dapat dibagi menjadi beberapa bentuk:

1. Wisata Alam

Wisata alam adalah wisata yang memiliki fokus atau tujuan eksplorasi pada destinasi dan keindahan alam seperti pantai, gunung, hutan, dan berbagai kenampakan alam lainnya. Pada wisata ini, biasanya wisatawan dapat menikmati pemandangan alam, mengabadikan momen, dan melakukan aktivitas luar ruangan.

Di area Bandung Raya, kebanyakan wisata alam yang ada berada di luar Kota Bandung yaitu di Kabupaten Bandung atau Kabupaten Bandung Barat. Beberapa contoh destinasi wisata alam yang menarik dan sering dikunjungi oleh para wisatawan seperti yaitu Gunung Tangkuban Perahu, Cikole Lembang, Orchid Forest Lembang, Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, Kawah Putih, Ciwidey, dll.



Gambar 2.38 Wisata Alam Cikole Lembang

2. Wisata Seni dan Budaya

Wisata seni dan budaya adalah wisata yang memiliki fokus atau tujuan eksplorasi pada hal-hal yang berhubungan dengan seni dan budaya. Destinasi yang biasanya dikunjungi misalnya museum, galeri seni, sanggar seni, atau tempat-tempat yang memiliki aktivitas seni dan budaya.

Beberapa contoh destinasi wisata seni dan budaya seperti museum-museum seni yang ada di Bandung yaitu Saung Angklung Udjo, NuArt *Sculpture Park*, Selasar Sunaryo *Art Space*, Wot Batu, Lawangwangi *Creative Space*, Barli Museum, dll.



Gambar 2.39 Wisata Seni dan Budaya Selasar Sunaryo *Art Space*

Sumber: <https://asset-2.tstatic.net/tribunnewswiki/foto/bank/images/Selasar-Sunaryo-Art-Space.jpg>

3. Wisata Petualangan

Wisata petualangan adalah wisata yang memiliki keinginan atau fokus untuk melakukan kegiatan-kegiatan petualangan seperti hiking, menyelam, ataupun beberapa olahraga atau kegiatan petualangan lainnya.

Beberapa contoh wisata petualangan di Bandung yaitu *tracking* atau *hiking* Gunung Tangkuban Perahu, *tracking* atau *hiking* pada Taman Hutan Raya Djuanda, *tracking* atau *hiking* pada Tebing Keraton, dll.



Gambar 2.40 Tebing Keraton Bandung

Sumber: <https://asset.kompas.com/crops/>

JxB0mJII8c1IKsOgBg_DB0g0BTk=/0x19:1000x686/750x500/data/photo/2022/05/24/628bd4c387d45.jpg

4. Wisata Bisnis

Wisata ini memiliki kegiatan yang fokus pada aspek profesional dan pengembangan jaringan. Wisata ini memiliki tujuan untuk melakukan rapat, konferensi, ataupun suatu rapat bisnis.

5. Wisata Religius

Wisata religius adalah kegiatan pariwisata yang memiliki fokus untuk mengunjungi tempat-tempat suci dan bersejarah dalam hal keagamaan. Pada wisata ini, biasanya wisatawan memiliki tujuan untuk merasakan kedalaman nilai-nilai agama tertentu.

Contoh wisata religius yang dapat dikunjungi di Bandung yaitu mengunjungi Masjid Raya Bandung, Masjid Al-Jabbar, Biara Karmel OCD Bandung, dll.



Gambar 2.41 Masjid Al-Jabbar

Sumber: <https://aljabbar.jabarprov.go.id/images/histories/history-1.png>

Salah satu bentuk lain pariwisata yang sangat berkembang pesat pada masa kini dan karena didukung oleh kemajuan teknologi adalah wisata kuliner. Dengan adanya peran dari kemajuan teknologi khususnya media sosial, banyak restoran, warung, dan angkringan yang menjual produknya dengan unik dengan cara yang unik dan tempat yang unik sehingga membuat orang-orang tertarik untuk mengunjunginya. (Ramadhani, 2020).

Wisata kuliner adalah wisata yang memiliki keinginan atau fokus untuk mencoba makanan dari suatu daerah. Wisata ini biasanya dilakukan untuk mencoba makanan khas dari suatu daerah. Wisata Kuliner telah menjadi salah satu alternatif wisata lainnya seperti wisata alam, wisata budaya, dll. (Komaladewi et al, 2017)

Beberapa contoh wisata kuliner di Bandung yaitu Warung Bu Imas, Kupat Tahu Gempol, Roti Gempol, Cuankei Serayu, dan beberapa destinasi kuliner lainnya. Contoh wisata kuliner malam hari di Bandung, yaitu Kuliner di jalan Cibadak, Lengkong Kecil *Street Culinary*, Sudirman Street, Dipatiukur, dll. Selain itu, beberapa destinasi wisata lainnya yang menjadi salah satu daya tarik Kota Bandung adalah *cafe* ataupun restoran-restorannya. Beberapa contohnya yaitu Humming Bird *Eatery* Bandung, Gormeteria Bandung, Ambrogio Patisserie, dll.



Gambar 2.42 Wisata Kuliner Bandung

2.5.3 Area Bandung Raya

Area Bandung Raya atau Cekungan Bandung adalah kesatuan dari beberapa kota atau daerah di Jawa Barat yang berdasarkan pada peraturan daerah Provinsi Jawa Barat. Area ini juga disebut juga dengan Metropolitan Bandung Raya. Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 2 tahun 2014, Kawasan Metropolitan Bandung Raya adalah kesatuan wilayah dari beberapa kota karena adanya aglomerasi kegiatan ekonomi, aktivitas sosial masyarakat, lahan terbangun, dan penduduk dari beberapa kota tersebut.

Kota atau wilayah yang termasuk ke Area Bandung Raya atau Kawasan Metropolitan Bandung Raya ini adalah Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Cimahi, dan 5 Kecamatan di Kabupaten Sumedang.

2.5.4 Kota Bandung

Kota Bandung adalah salah satu kota wisata terpopuler dan favorit masyarakat Indonesia. Berdasarkan Tripadvisor Travelers' Choice Awards, Kota Bandung berhasil masuk ke dalam "Best of the Best Trending Destinations in The World". Dengan adanya pengembangan pada sektor pariwisata, Kota Bandung memiliki berbagai jenis produk pariwisata dalam faktor besar dan kecil seperti pengetahuan, kuliner, budaya, warisan, belanja, dll. Dari berbagai daya tarik ini, Bandung menjadi salah

satu kota yang populer dalam hal kuliner, pariwisata, belanja, dan pemandangan seni di kawasan ini. (Octaviola & Amaliah, 2023)

Pada tahun 2023, angka kunjungan wisata ke Kota Bandung berhasil menembus 7,7 juta turis dengan 95% merupakan wisatawan nusantara dan 5% merupakan wisatawan asing. (IDN Times Jabar, 2023). Pada Juli 2023, Plh Wali Kota Bandung, Ema Sumarna pun menyampaikan bahwa ia merasa optimis dengan perekonomian dan pariwisata Kota Bandung yang akan meningkat. Hal ini pun didukung dengan dilaksanakan dan direncanakannya acara-acara yang akan digelar di Kota Bandung. (Bandung.go.id, 2023).

Pada tahun 2024, Pemerintah Kota Bandung pun sudah menentukan dan merilis *Calendar of Event (COE) 2024 Kota Bandung*. Pj Wali Kota Bandung, Bambang Tirtoyuliono menyampaikan bahwa Kota Bandung sebagai kota jasa dan wisata harus dapat selalu meningkatkan potensi pariwisata dan kebudayaan. Selain itu, Kota Bandung pun didukung dengan infrastruktur-infrastuktur yang dapat mendukung dilaksanakannya acara-acara yang tertera pada *Calendar of Event (COE) 2024 Kota Bandung*. Dengan dipublikasikannya informasi dan adanya acara-acara pada COE 2024, pemerintah berharap dapat meningkatkan dan menarik wisatawan lokal dan mancanegara untuk berwisata ke Kota Bandung (Bandung.go.id, 2024).

Dengan adanya COE 2024, pemerintah Kota Bandung mendorong adanya kerjasama dari Disbudpar Kota Bandung dan Diskominfo untuk dapat melakukan branding dan komunikasi publik mengenai Kota Bandung kepada masyarakat untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan Kota Bandung. Bambang Triyuliono pun menyampaikan bahwa perlu diinformasikan mengenai destinasi wisata Kota Bandung, karena sebagian hanya mengetahui beberapa destinasi wisata sedangkan masih terdapat banyak destinasi lainnya. (Bandung.go.id, 2024)

Selain itu, potensi lainnya yang ingin ditingkatkan yaitu potensi kebudayaan, dimana salah satunya dengan memberikan ruang yang lebih banyak bagi budayawan dan pengembangan atau peran dari Disbudpar. Ia berharap dengan peningkatan kualitas wisata dan budaya dapat menjadikan Kota Bandung menjadi semakin baik. (Bandung.go.id, 2024)

