

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kampanye

Kampanye berasal dari bahasa Perancis “*campaign*” yang secara etimologis berarti lapangan atau operasi kemiliteran (Fadeli, 2022). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kampanye adalah gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya). Rogers dan Storey menjelaskan bahwa kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi terencana yang dijalankan dalam jangka waktu tertentu dengan maksud menimbulkan suatu efek tertentu bagi masyarakat luas (Venus, 2018).

2.1.1 Jenis Kampanye

Larson dalam buku yang berjudul “*kiat dan strategi kampanye public relations*” menjelaskan tiga kategori berdasarkan orientasi berjalannya suatu program kampanye (Ruslan, 2019). Setiap kampanye memiliki tujuan yang berbeda. Memahami jenis kampanye yang dirancang mampu memaksimalkan tingkat efektivitas pada strategi, komunikasi, dan media yang dipilih pada kampanye. Berikut penjelasan mengenai ketiga jenis kampanye.

2.2.2.1 *Product Oriented Campaign*

Kegiatan sosial yang dijalankan pada jenis kampanye ini bersifat komersial dengan tujuan membangun *image* tertentu bagi sebuah merek. Kampanye jenis ini biasanya menonjolkan produk-produk yang dimiliki atau ingin dijual. Kampanye jenis ini digunakan dalam konteks kampanye promosi atau pemasaran.

2.2.2.2 *Candidate-Oriented Campaign*

Kampanye jenis ini mengarah pada kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan politik. Aksi sosial yang dijalankan oleh seorang kandidat politik dalam kampanye merupakan bentuk usaha

dalam meraih dukungan publik dan partisipasi masyarakat. Kampanye jenis ini cenderung dapat memengaruhi opini publik terhadap seseorang atau sebuah partai.

2.2.2.3 Ideological or Cause Oriented Campaign

Kegiatan kampanye jenis ini memiliki tujuan spesifik yang biasanya berkaitan dengan isu-isu sosial dan masyarakat. Diantara ketiga kategori kampanye yang telah disebutkan diatas, penulis menggunakan *ideologically or cause oriented campaigns*. Kampanye jenis ini juga disebut dengan *social change campaigns*, karena kegiatan yang dijalankan berorientasi pada aksi sosial *non-profit* yang mengangkat permasalahan sosial tertentu dengan tujuan menimbulkan perubahan sosial pada pola pikir, sikap, maupun perilaku masyarakat. Selain itu, aktivitas pada jenis kampanye ini seringkali menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial yang diangkat.

2.1.2 Media Kampanye

Berasal dari Bahasa Latin “*medius*”, kata “media” merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang secara etimologi artinya perantara atau pengantar. Menurut Heinich, media merupakan sebuah perantara informasi antara sumber informasi dengan penerima informasi (Tysara, 2023). Media pada awalnya berupa komunikasi lisan dan tulisan, contohnya surat. Setelah sekian waktu berlalu, muncul istilah media cetak yang memungkinkan media untuk diproduksi dan didistribusikan secara massal, seperti surat kabar, buku, dan sebagainya. Beberapa abad kemudian, muncul media elektronik yang dapat menyebarkan informasi melalui sinyal dan transmisi tanpa terbatas pada jarak. Dalam beberapa tahun terakhir terdapat media digital yang memungkinkan siapapun mengakses, memperoleh, menyimpan, menggunakan, dan menyebarkan berbagai informasi dari dan ke manapun cukup dengan terhubung pada internet.

Media bersifat dinamis dan berubah-ubah mengikuti perkembangan teknologi dan masyarakat. Media memiliki berbagai jenis dan bentuk media dan informasi yang dapat dipergunakan sesuai kebutuhan. Terdapat media pasif yang hanya memberikan komunikasi satu arah dan media interaktif yang memungkinkan adanya pertukaran informasi dan komunikasi dua arah. Media dapat menciptakan nilai atau memberi dampak tertentu kepada khalayak luas.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media terdiri atas tiga jenis media, yaitu media visual, audio, dan audio visual. Media visual, yakni media yang memaparkan informasi melalui gambar atau foto dan penerimaannya melalui indera penglihatan, contohnya proyektor. Terdapat media visual diam berupa gambar atau foto. Selain itu, terdapat media visual bergerak berupa video. Media audio, menyampaikan informasi melalui suara atau bunyi dan penerimaannya melalui indera pendengaran, seperti musik, *podcast*, dan rekaman. Terdapat audio verbal dengan bahasa lisan atau kata-kata. Selain secara verbal, terdapat audio non-verbal berupa instrumen tanpa vokal. Media campuran merupakan perpaduan antara media visual dan audio. Penggunaan media ini dapat berupa video dengan suara dan visual, seperti buku bersuara, animasi bergerak, dan film.

2.1.3 Bentuk Media Kampanye

Penggunaan media dalam penyampaian informasi dan edukasi dapat beragam, disesuaikan kembali dengan fungsi dan target sasaran yang dituju (Universitas Jindal Global, 2024). Dalam perancangan kampanye, diperlukan media yang dapat menyebarkan satu pesan secara sekaligus kepada orang banyak. Media ini disebut juga dengan media massa. Dalam hal ini, terdapat dua bentuk media yang dapat digunakan sebagai media kampanye. Media pertama adalah media elektronik, merupakan media yang menggunakan medium elektronik untuk menyebarkan suatu pesan atau informasi, seperti televisi, internet, dan radio. Media digital merupakan bagian dari media elektronik yang hanya dapat diakses melalui internet, seperti *website* dan media sosial. Media kedua adalah media cetak, yakni media yang berwujud atau dapat

disentuh secara fisik, seperti surat kabar, tabloid, majalah, brosur, katalog, poster, pamflet, dan buku.

2.1.4 Proses Kampanye

Terdapat tujuh tahapan yang dijalankan dalam proses pembuatan kampanye. Dimulai dengan tahap pertama, yaitu identifikasi masalah dan penentuan target kampanye. Dilanjutkan dengan tahap kedua, yaitu menetapkan tujuan kampanye dan dampak yang diharapkan. Tahap ketiga adalah menentukan tema kampanye. Tahap berikutnya menghitung estimasi anggaran kampanye. Selanjutnya, merencanakan penggunaan media kampanye yang sesuai. Dilanjutkan dengan melakukan penyesuaian komponen visual dengan pesan kampanye pada tahap keenam. Diakhiri dengan tahap ketujuh, yaitu melakukan evaluasi untuk menentukan tingkat keberhasilan kampanye secara keseluruhan.

2.1.5 Fungsi dan Tujuan Kampanye

Pada dasarnya, setiap kampanye memiliki tujuan yang beragam. Mengacu pada konsep Ostergard, kampanye yang akan dijalankan bertujuan membangkitkan simpati ataupun kepedulian sosial terhadap kejahatan seksual yang terjadi di ruang publik, atau tepatnya di dalam transportasi umum. Kampanye yang dijalankan wajib memenuhi fungsi-fungsi kampanye, yakni adanya perubahan sosial pada masyarakat, mampu membangun kesadaran masyarakat terkait isu yang diangkat, masyarakat menunjukkan dukungan pada kampanye, dan mampu mendorong masyarakat untuk menjalankan suatu aksi (Prawiro, 2022).

2.1.6 Pesan Kampanye

Pesan kampanye dibentuk oleh gagasan utama topik kampanye. Pesan yang disampaikan kepada audiens perlu dibuat menarik, sensitif dan kreatif. Pesan harus mengandung makna yang eksplisit dan jelas, sehingga kampanye menjadi lebih efektif dan visualisasi pada kampanye dapat sesuai dengan isi pesan yang ingin disampaikan.

2.2 Media Interaktif Digital

Media interaktif digital merupakan sistem elektronik berbasis komputer yang memfasilitasi interaksi dua arah antara pengguna dengan sistem atau perangkat yang digunakan (Griffey, 2020). Media interaktif digital memungkinkan pengguna mengontrol dan mengolah berbagai bentuk media, baik visual, audio, maupun audio visual, dan menciptakan hubungan timbal balik pengguna terhadap media yang dipilih. Pada umumnya, media linear tidak memiliki interaksi pengguna, sehingga menjadi pembeda utama antara media lain dengan media interaktif digital sebagai media non-linear yang menyuguhkan pengalaman berbeda yang berfokus pada *user interaction* (Griffey, 2020, h. 4).

Media interaktif digital memiliki berbagai bentuk, diantaranya *website*, aplikasi *mobile* dan *game*, *stand-alone kiosk*, media tertentu berbasis komputer atau sensor, serta pengalaman interaksi yang dipasang di stasiun atau pada fasilitas-fasilitas publik lain. Informasi atau konten pada sebuah media interaktif digital harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan penggunanya. Sebagai contoh, diperlukan metode interaktif pada *website* yang mudah dipahami cara penggunaannya kepada pengguna yang belum terbiasa menggunakan *website*.

Website menurut Bakti merupakan jenis media informasi baru berupa kumpulan halaman yang menampilkan berbagai unsur elemen visual, audio, dan visual audio, seperti teks, animasi, gambar, suara, dan lainnya (Wulan, 2023, h. 1008). *Website* dipercaya mampu menjadi sarana informasi dan komunikasi yang tidak terbatas oleh jarak, ruang, dan waktu. *Website* menurut Griffey (2020, h. 7) merupakan gabungan beberapa halaman dalam satu domain yang dapat diakses di manapun dan oleh perangkat apapun yang terhubung dengan internet. Menurut Brian Fling, *mobile website* merupakan salah satu jenis *website* dengan situs yang dirancang khusus untuk perangkat *mobile* dan dapat diakses menggunakan jaringan internet seluler (Usmanto, 2018).

2.1.1 Elemen *Website*

Terdapat berbagai elemen dalam proses perancangan *website*. Masing-masing proses memiliki peran penting dalam pembuatan sebuah *website*. Penulis mengacu pada proses berikut untuk pembuatan *mobile site*.

2.1.1.1 UI/UX

Dalam buku “*UI/UX Design 2021-2022 Tutorial, The Complete Step by Step Guide*”, Mulligan menyebutkan bahwa UI atau *user interface* merupakan perantara yang menjembatani interaksi antara manusia dengan sebuah alat elektronik, seperti laptop, *handphone*, dan *website* (Mulligan, 2021). Terdapat 2 jenis *user interface* yang dibedakan berdasarkan tujuannya. *User interface*, yakni tampilan atau desain website yang berfungsi menyampaikan informasi dan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pengguna. *User experience*, yakni pengalaman yang dirasakan dan diperoleh pengguna saat melakukan interaksi langsung dengan *website*. *User experience* bertujuan memberikan pengalaman yang terbaik kepada pengguna ketika mengakses *website*.

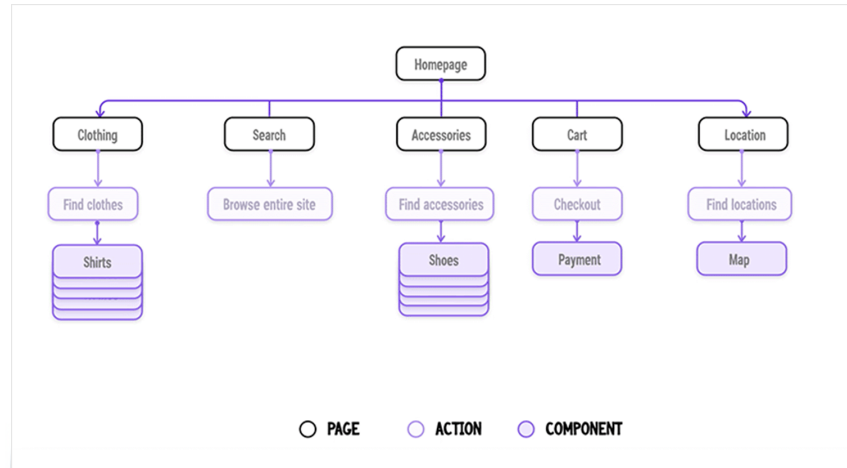


Gambar 2.1 UI/UX
Sumber: Applify (2023)

2.1.1.2 Information Architecture

Arsitektur informasi, atau yang biasa disebut sebagai *information architecture* (IA) merupakan proses penyusunan konten yang memudahkan pengguna dalam mendapatkan informasi (Larson, 2024). Perancangan desain UX diawali

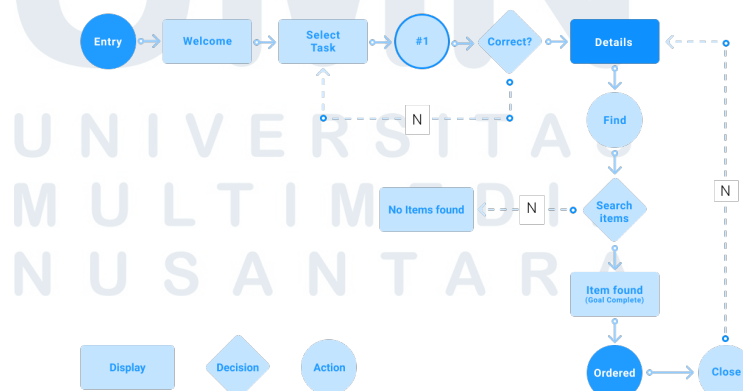
dengan pembuatan IA. IA disusun secara vertikal dengan halaman utama berada di paling atas.



Gambar 2.2 *Information Architecture E-Commerce*
Sumber: Justinmind (2019)

2.1.1.3 User Flow

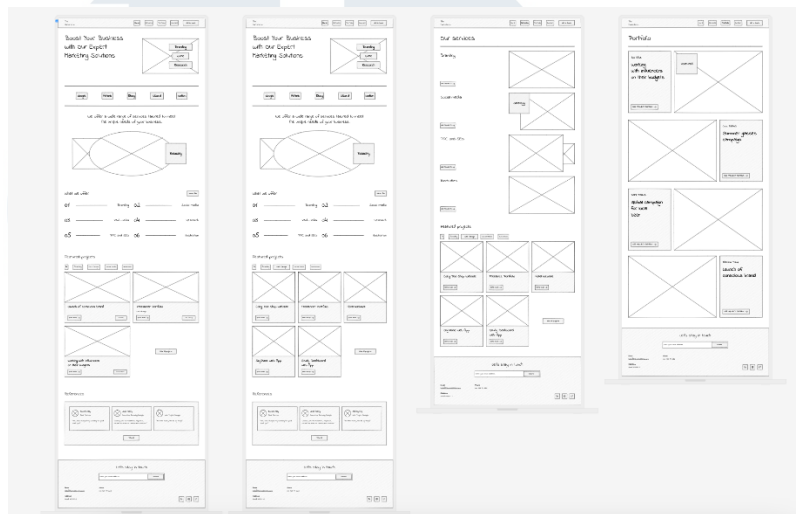
User flow merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk membuat perjalanan pengguna yang akurat dan sesuai (Mulligan, 2021). Melalui pemahaman akan pengguna dan perjalanannya, pengguna dapat memperoleh pengalaman mengakses *website* yang semakin baik. User flow menjadi representasi visual dari langkah-langkah yang diambil pengguna dalam menggunakan sebuah *website*.



Gambar 2.3 *User Flow*
Sumber: Venngage (2022)

2.1.1.4 Wireframe

Wireframe merupakan kerangka utama (*blueprint*) dalam membuat tampilan visual *website*, berupa susunan halaman, komposisi elemen, dan hierarki dalam *interface* (Mulligan, 2021). *Wireframe* bertujuan memperjelas isi dan fungsi untuk menemukan struktur visual antarmuka terbaik. *Wireframe* dapat dibuat dengan memanfaatkan berbagai *tools online*.

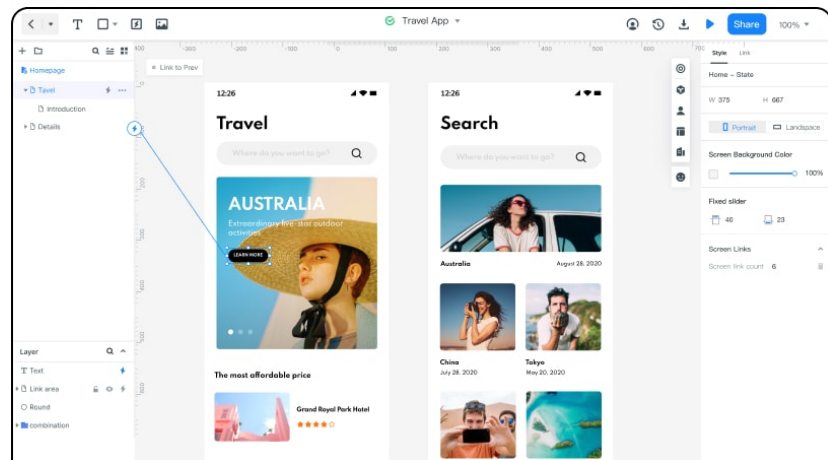


Gambar 2.4 Website Wireframe

Sumber: Uizard (2023)

2.1.1.5 Prototype

Menurut KBBI, prototipe adalah model yang mula-mula (model asli) yang menjadi contoh; contoh baku; contoh khas. Prototipe merupakan draft awal hasil eksplorasi ide produk atau desain yang dibuat untuk menguji dan mengevaluasi kembali hasil rancangan ide (Mulligan, 2021). Prototipe *website* menampilkan struktur, fungsionalitas, dan interaktivitas dalam desain situs tersebut.



Gambar 2.5 *Prototype Website*
Sumber: Wondershare (2024)

2.1.2 Elemen Visual

Menurut Robin Landa (2018) dalam bukunya yang berjudul “*Graphic Design Solution*”, desain grafis merupakan bentuk komunikasi berupa solusi dari sebuah permasalahan yang diinterpretasikan secara visual kepada audiens. Pada sebuah karya desain, terdapat elemen-elemen visual berupa warna, tipografi, *grid*, ikon, ilustrasi, dan fotografi. Berikut merupakan penjabaran setiap elemen visual.

2.1.2.1 Warna

Warna merupakan elemen desain yang dihasilkan dari energi cahaya yang terpantul ke permukaan. Proses pemantulan cahaya pada suatu objek disebut refleksi warna. Cahaya yang terserap oleh objek dalam prosesnya disebut substraksi warna.

1) Elemen Warna

Terdapat 3 kelompok dalam elemen warna, yakni *hue*, *value*, dan *saturation*. Warna merah, kuning, hijau, biru, dan warna-warna lain dinamakan *hue*. Pengaruh pantulan cahaya pada objek menentukan *value* atau gelap terangnya suatu warna. Sementara itu, *saturation* atau *chroma* menentukan tingkat kecerahan dan kekusaman warna berdasarkan

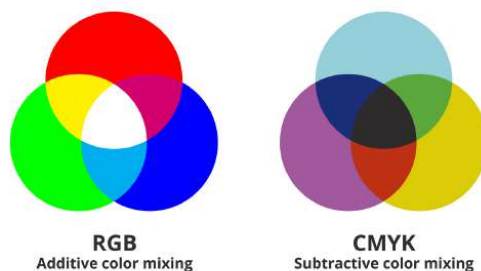
banyaknya porsi warna gelap dan terang yang terkandung dalam suatu warna.



Gambar 2.6 *Visual Elements of Art: The Three Components of Color*
Sumber: Virtualartacademy (2024)

2) Klasifikasi Warna

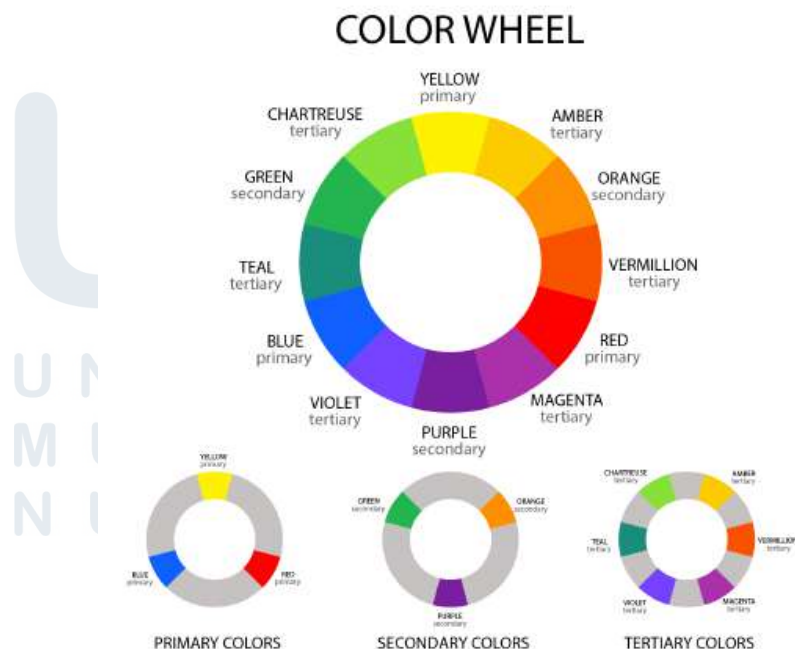
Warna terbagi antara dua kategori, yaitu RGB dan CMYK. RGB terdiri atas kombinasi warna merah (*Red*), hijau (*Green*), dan biru (*Blue*). Sementara itu, CMYK terdiri atas kombinasi warna Cyan, Magenta dan kuning (*Yellow*). RGB dan CMYK memiliki perbedaan fungsi pada media dan hasil warna dari perpaduan tiga warna utama. Mengacu pada penggunaan medianya, RGB digunakan untuk desain pada media digital, sedangkan CMYK menjadi standar warna dalam media cetak. Perpaduan warna-warna RGB menghasilkan warna putih, sedangkan pencampuran warna kunci pada CMYK menghasilkan warna hitam.



Gambar 2.7 RGB と CMYK について
Sumber: Profuture (2024)

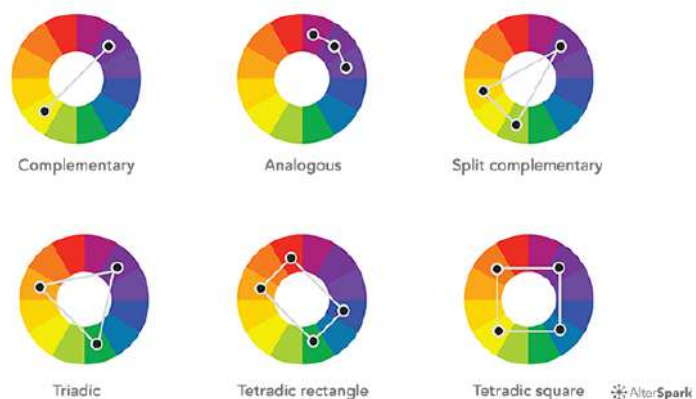
3) Kombinasi Warna

Warna terdiri atas tiga kelompok utama, yaitu warna primer, sekunder, dan tersier. Warna merah, biru dan kuning adalah warna-warna primer. Warna-warna primer yang saling dipadukan dapat menghasilkan berbagai warna lain, namun tidak ada warna yang dapat menghasilkan warna primer. Jika ketiga warna primer (*additive primaries*) digabungkan, maka akan menjadi warna putih. Selain warna primer, terdapat juga warna-warna sekunder yang merupakan warna kombinasi dari dua warna primer dengan proporsi 1:1. Warna oren merupakan hasil perpaduan antara warna merah dengan kuning, warna hijau merupakan hasil perpaduan antara warna kuning dengan biru, dan warna ungu merupakan hasil perpaduan antara warna biru dengan merah. Kombinasi warna primer dengan sekunder akan menghasilkan warna tersier.



Gambar 2.8 *Color Theory Basics*
Sumber: Olesen (2024)

Warna terdiri dari temperatur warna *warm* dan *cool*. *Color wheel* menjadi panduan dasar penggunaan warna yang dapat menghasilkan berbagai harmonisasi warna. *Complementary*, yaitu penggunaan dua warna yang saling berseberangan. *Analogous*, yaitu penggunaan satu warna dengan warna lain yang bersebelahan. *Split Complementary*, yaitu penggunaan satu warna dengan dua warna lain yang berseberangan. *Triadic*, yaitu penggunaan tiga warna dengan selisih jarak yang sama. *Tetradic*, yaitu penggunaan empat warna dengan dua warna *complementary*. Terdapat *tetradic rectangle* dan *tetradic square* dengan penggunaan warna mengikuti bentuk sesuai namanya.



Gambar 2.9 *Color Schemes*
Sumber: Behavioral Design Academy (2024)

4) Psikologi Warna pada Desain Digital

Warna memberikan efek psikologis terhadap emosi, persepsi, dan perilaku manusia. Setiap warna memiliki identitas karakter dan masing-masing merepresentasikan makna tertentu, dimana penggunaan warna yang berbeda dapat memberikan kesan yang sama sekali berbeda, menstimulus perubahan pada perasaan dan perilaku seseorang (Paksi, 2021). Dalam mendesain platform digital, warna mampu membentuk pengalaman pengguna

memengaruhi suasana hati, dan mendorong interaksi tertentu. Beberapa warna memiliki kaitan emosi (Universitas Ma Chung, 2022).

Merah menandakan keberanian, ketangguhan, semangat, antusiasme, sentimen, keperkasaan, dan memiliki arti kehidupan berupa kedamaian dan darah. Oranye menandakan kepercayaan diri, stabilitas hubungan, penjelajahan, dan kenyamanan. Kuning menandakan sukacita, optimisme, kreatifitas, dan cenderung suka tampil atau menjadi pusat perhatian. Biru menandakan profesionalisme, keyakinan, kredibilitas dalam bidang pekerjaan dan bisnis, serta komunikatif. Warna biru gelap melambangkan stabilitas, sedangkan warna biru yang lebih terang cenderung memberikan kesan melankolis dan melambangkan kesedihan, kesepian, serta perenungan. Hijau menandakan kesejahteraan, repose, dan ketenangan jiwa dengan adanya keteraturan pada emosi, transparansi komunikasi, serta mampu menjadi mediator yang baik. Hitam menandakan misteri, keindahan, kemegahan, kelimpahan, dominasi, harmonisasi, keaslian, dan kejujuran. Putih menandakan kebebasan dan kemurnian. Cokelat menandakan keamanan dan kenyamanan, dasar kehidupan, modern, dan dapat diandalkan. Pink menandakan feminisme, kelembutan, perhatian, kemesraan, dan cinta kasih. Ungu menandakan keglamoran, elegansi, dan kearifan.



Gambar 2.10 Psikologi Warna

Sumber: Universitas Ma Chung (2022)

2.1.2.2 Tipografi

Kata tipografi diambil dari gabungan kata bahasa Yunani ‘*tupos*’ yang artinya yang diguratkan dan ‘*graphoo*’ yang artinya tulisan. Tipografi merupakan disiplin ilmu huruf yang mencakup bentuk dan ukuran huruf, serta teknik penyusunannya (Riadi, 2021). Tipografi merupakan elemen visual berupa desain huruf 2D. Tipografi yang berbeda dapat memberikan efek atau kesan yang berbeda pula, sehingga penggunaan tipografi perlu dipertimbangkan dan diperhatikan.

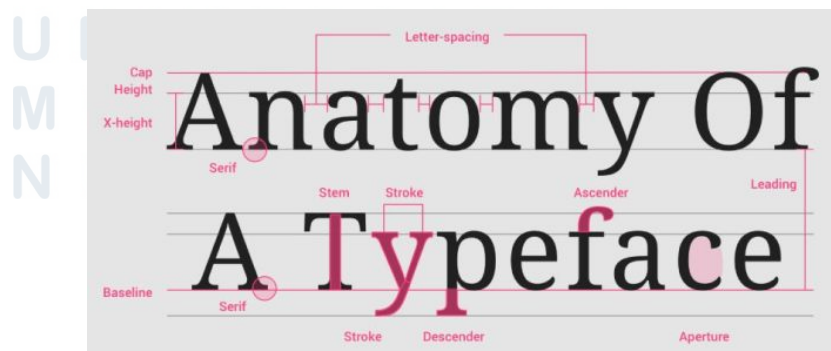
1) Aspek-aspek Tipografi

Dalam fungsi Komunikasi tipografi, legibility dan readability adalah aspek yang penting (Abimanyu, 2018). Aspek *legibility* berarti huruf harus dapat dibaca dan memiliki fungsi tersendiri yang dapat dipahami. Pembuatan huruf harus memiliki prinsip *legibility* dengan kontras, kesederhanaan, dan proporsi sebagai dasar sebuah huruf. Pemilihan huruf yang akan digunakan memengaruhi tujuan komunikasi sebuah desain secara visual.

Sementara itu, *readability* merupakan tingkat kemudahan dalam membaca sebuah teks. Hasil penggabungan huruf harus memiliki keterbacaan yang baik, dimana pembaca mampu membaca dan memahami teks dengan mudah. Kualitas keterbacaan teks ditentukan oleh kualitas masing-masing huruf, kesesuaian spasi antar huruf, antar kata, dan antar baris, serta penggunaan kata dan penyusunannya dalam kalimat.

2) Anatomi Tipografi

Anatomi tipografi merupakan struktur dasar pembuatan huruf yang menggabungkan seluruh komponen yang saling berkaitan sehingga tercipta identitas visual huruf. Anatomi huruf menjadi penentu sifat dan karakteristik setiap huruf, juga menjadi pembeda antar huruf. Terdapat berat, proporsi, dan kemiringan dalam anatomi huruf. Berat huruf ditentukan dari perbandingan antara tinggi dengan lebar *stroke* huruf. Proporsi huruf merupakan perbandingan lebar huruf dengan bentuk dasarnya. Kemiringan atau *italic* adalah istilah tipografi untuk huruf yang dicetak miring. *Italic* dengan sudut kemiringan sebesar 12 derajat digunakan untuk kata bahasa asing atau untuk memberikan penekanan tertentu pada sebuah kata.

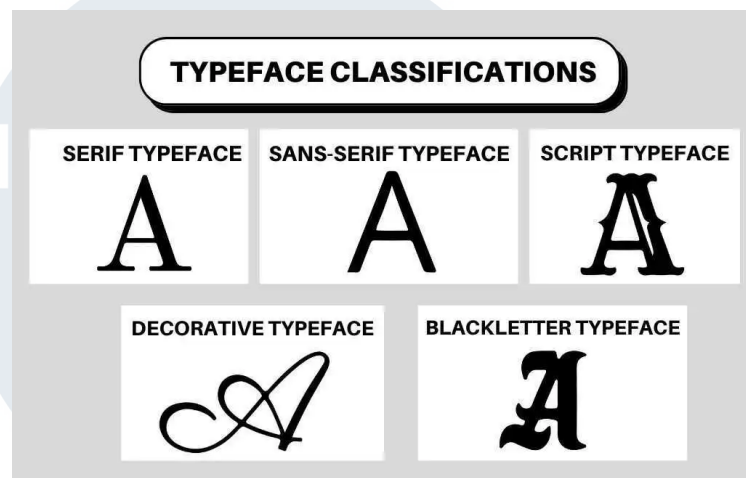


Gambar 2.11 Anatomi Tipografi

Sumber: Blogger (2022)

3) Klasifikasi Tipografi

Tipografi dikategorikan berada dalam satu jenis yang sama atau jenis lain yang berbeda berdasarkan perkembangan sejarahnya. Beberapa jenis tipografi dalam kategori ini antara lain *serif*, *sans serif*, *slab serif*, *script*, dan dekoratif. Beberapa jenis diantaranya adalah tipografi yang digunakan secara umum.



Gambar 2.12 *The Classification of Typeface Styles: The Definitive Guide*

Sumber: Priya (2024)

Serif memiliki ujung yang runcing dan perbedaan pada tebal tipis stroke sangat terlihat. Jenis ini banyak digunakan dalam desain. Seiring berkembangnya zaman, serif terbagi lagi menjadi *old style*, *transitional*, dan *modern*. *Sans serif* berkebalikan dengan *serif*. Jenis ini tidak memiliki sudut sehingga terlihat lebih simpel. *Slab serif* (atau *square serif*) mirip dengan *serif*, namun tebal tipis pada jenis ini kurang terlihat karena memiliki *stroke* yang lebih tebal. *Script* awalnya terinspirasi dari tulisan tangan. Penggunaan jenis ini cukup terbatas mengingat *script* merupakan jenis huruf menyambung dan memiliki *stroke* yang tipis, sehingga tingkat keterbacaan *script* rendah. Huruf-huruf jenis dekoratif tidak memiliki

karakteristik tertentu, namun biasanya cukup kompleks. Jenis ini sangat jarang digunakan dalam mendesain, terutama pada yang sifatnya formal.

4) **Tipografi pada Desain *User Interface***

Dalam mendesain tampilan aplikasi atau *website*, penggunaan huruf memperhatikan padanan kontras warna, hierarki, *whitespace*, konsistensi huruf dan visual, hingga pesan atau informasi yang akan disampaikan (Risky, 2023). Tipografi yang bersifat stimulatif dan persuasif mampu mengarahkan pengguna untuk melakukan pembelian atas produk atau jasa yang ditawarkan. Tipografi yang bersifat informatif mampu memberikan edukasi bagi para pengguna.

2.1.2.3 ***Grid***

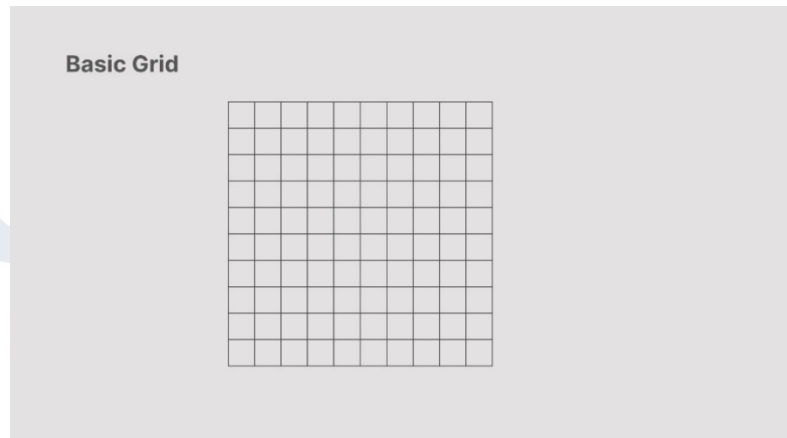
Grid merupakan prinsip dasar pemersatu beberapa elemen visual yang digunakan bersamaan dalam desain yang dibuat. Konsistensi pada susunan elemen visual dalam sebuah desain dapat ditingkatkan dengan berpijak pada prinsip *Grid*. *Grid* terdiri dari garis-garis vertikal dan horizontal, membentuk baris dan kolom. *Grid* membantu dalam mengatur tata letak elemen visual.

1) **Elemen *Grid***

Grid memiliki berbagai elemen. Terdapat *margin*, yaitu ruang kosong diantara isi halaman dengan tepi halaman. *Flowline*, yaitu garis horizontal sebagai pemisah elemen visual. *Column*, yaitu garis vertikal dengan lebar yang bervariasi sebagai panduan dalam meletakkan elemen visual. Modul, yaitu satuan baris dan kolom dalam ruang. *Spatial Zone*, yaitu konsistensi penggabungan elemen visual pada area modul dan kolom. *Marker*, yaitu penanda suatu area secara konsisten. Terakhir, *gutter* yang merujuk pada jarak antar kolom dalam *layout*.

2) Struktur *Grid*

Terdapat beberapa jenis *grid* yang dibedakan menurut strukturnya. *Single column*, yaitu *grid* sederhana berisikan satu ruang pada kolom. *Grid* jenis ini banyak digunakan untuk buku. *Multi column*, yaitu *grid* yang lebih kompleks berisikan beberapa ruang pada kolom dan memiliki lebar yang berbeda. *Modular grid*, merupakan kombinasi kolom dan baris. *Grid* jenis ini banyak digunakan untuk mengatur komposisi visual berupa teks, gambar, dan tabel secara langsung. *Hierarchical grid*, yaitu *grid* yang berfokus pada penataan elemen visual sesuai dengan urutan hierarki sesuai kepentingan. Jenis *grid* ini memiliki kesan organik dan biasanya digunakan untuk mengatur komposisi pada poster, *website*, dan semacamnya. *Baseline grid*, yaitu *grid* berupa baris yang digunakan huruf agar tipografi menjadi lebih konsisten. *Compound grid*, yaitu berupa gabungan beberapa sistem *grid* yang memberikan kesan menarik dan rapi.



Gambar 2.13 *Grid*

Sumber: Cloudinary (2024)

2.1.2.4 Ikon

Ikon merupakan representasi sebuah obyek dan digambarkan persis seperti artinya (Fadly, 2020). Ikon biasanya berbentuk gambar dan mampu memberikan petunjuk visual

kepada pengguna. Ikon dapat ditemukan di berbagai produk digital, seperti aplikasi, situs *website*, dan lainnya.



Gambar 2.14 Ikon – Indeks – Simbol

Sumber: Universitas Binus (2020)

1) Karakteristik Ikon

Ikon memiliki kesamaan fisik dengan obyek aslinya. Sebagai contoh, ikon bunga terlihat seperti bunga karna digambarkan menyerupai bunga. Ikon dianggap sebagai sesuatu yang cenderung dapat dipahami oleh siapapun tanpa adanya pengetahuan tertentu. Sebagai contoh, ikon hati dianggap sebagai perwakilan kasih. Ikon memiliki fungsi desain dan komunikasi visual, dimana sebuah pesan dapat diterima dengan jelas dan efektif melalui ikon. Sebagai contoh, ikon toilet umum tanpa teks dapat secara gamblang menyampaikan adanya fasilitas toilet.

2) Implementasi Ikon

Dalam konteks digital, ikon pada aplikasi atau *website* mampu mewakili fungsi tertentu. Sebagai contoh, ikon pada peta, salah satunya ikon rumah mampu mewakili bangunan tempat tinggal. Contoh lain, ikon pada karya seni merupakan visualisasi dari obyek tersebut.

2.1.2.5 Ilustrasi

Dalam KBBI, ilustrasi diartikan sebagai; 1) gambar (foto, lukisan) untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya; 2) gambar, desain, atau diagram untuk penghias

(halaman sampul dan sebagainya); 3) (penjelasan) tambahan berupa contoh, bandingan, dan sebagainya untuk lebih memperjelas paparan (tulisan dan sebagainya). Kata ilustrasi diambil dari kata Bahasa Latin *illustrate* yang secara etimologis berarti membuat terang (Haeril, 2018, p. 4). Ilustrasi adalah elemen visual yang mampu menjelaskan atau memperjelas, dan memperindah sebuah konsep, cerita, atau informasi tertentu.



Gambar 2.15 Gambar Ilustrasi

Sumber: Abdi (2022)

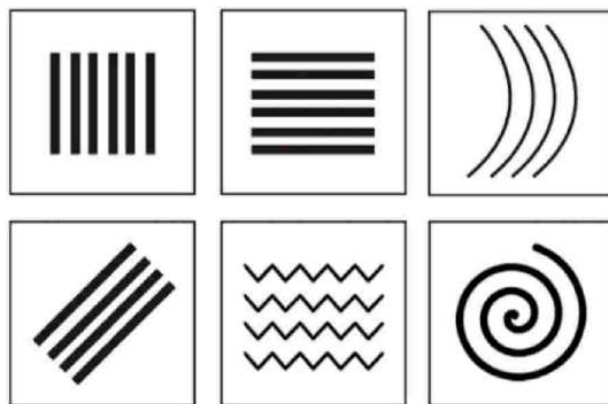
1) Fungsi Ilustrasi

Ilustrasi berfungsi menuangkan gagasan tertentu dalam wujud realis atau berupa gambar skematik dan diagram. Ilustrasi bertujuan menyampaikan pesan edukasi yang mampu mendorong kesadaran. Ilustrasi memaparkan rangkaian gambar jelas sebuah cerita atau peristiwa dalam seni ilustrasi. Ilustrasi dapat menggambarkan ide dan produk atau jasa untuk promosi. Ilustrasi memiliki fungsi sebagai hiburan dalam seni, dapat berupa gambar ilustrasi pada komik atau gambar bergerak. Ilustrasi pada ilustrasi editorial berfungsi menggambarkan pandangan, opini, pendapat, dan persoalan. Ilustrasi pada perangko berfungsi menjadi

pengingat sejarah. Ilustrasi pada kartu ucapan menggambarkan simpati dan empati terhadap suatu peristiwa dalam hidup seseorang.

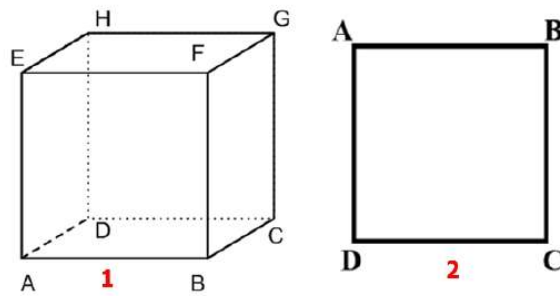
2) Elemen Desain pada Ilustrasi

Desain grafis terdiri atas elemen-elemen visual berupa garis, bentuk, serta *figure and ground*. Garis merupakan kesatuan yang dibentuk dari titik-titik yang memanjang. Garis memiliki peranan penting sebagai elemen visual dan memiliki berbagai fungsi dalam sebuah desain, antara lain; mengonfigurasi bentuk, sudut, tepi, dan wujud menjadi sebuah gambar atau pola, menentukan batasan dan area dalam komposisi desain, menyusun komposisi desain, membentuk persepsi, mengembangkan ekspresi berkreasi, merangkai ekspresi melalui garis-garis *linear style*.



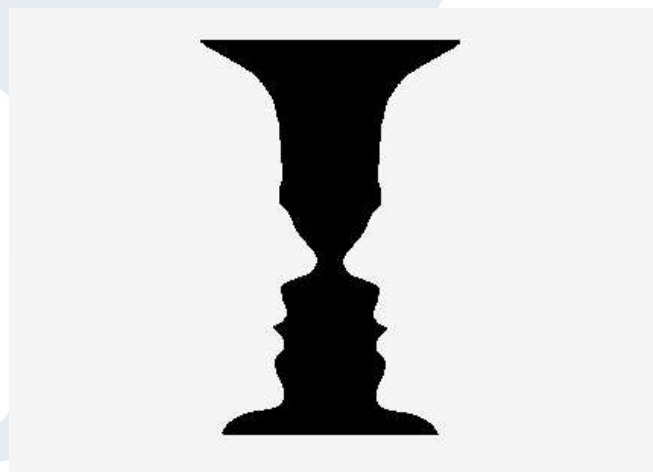
Gambar 2.16 Macam-macam Garis dalam Desain Grafis
Sumber: Cilacapklik (2020)

Bentuk merupakan hasil rangkaian garis-garis yang saling dihubungkan dan membentuk sebuah visual 2D atau 3D (dimensi). Bentuk-bentuk dasar 2D meliputi persegi, segitiga, dan lingkaran. Kubus, piramida, dan bola merupakan bentuk dasar yang memiliki *volume* sehingga menjadi bentuk 3D.



Gambar 2.17 Pemahaman Objek 3D dan 2D
Sumber: Otodidakblend (2018)

Figure and ground memiliki prinsip dasar persepsi visual yang mengacu pada sisi positif dan negatif pada komposisi 2D. Hal ini dapat memunculkan persepsi yang berbeda melalui *background* dan *foreground*. *Figure and ground* menjelaskan mengenai pengorganisasian persepsi visual dalam sebuah desain.



Gambar 2.18 *The Figure / Ground Relationship*
Sumber: Otodidakblend (2018)

2.1.2.6 Fotografi

Menurut KBBI, fotografi adalah seni dan penghasilan gambar dan cahaya pada film atau permukaan yang dipeka. Kata fotografi merupakan terjemahan kata Bahasa Inggris '*photography*', yang diambil dari Bahasa Yunani '*photos*' yang berarti cahaya, dan '*grafio*' yang berarti melukis atau menulis (Yunianto, 2021). Secara harfiah, fotografi adalah proses

menangkap pantulan cahaya yang mengenai suatu obyek hingga menghasilkan sebuah foto.

2.1.3 Prinsip Visual

Prinsip pada desain mengacu pada kombinasi antara elemen-elemen visual, tipografi, dan konsep berikut dengan visualisasinya. Seluruh prinsip memiliki peran penting dan saling berkaitan. Prinsip dasar visual pada sebuah desain berupa keseimbangan (*balance*), hierarki (*hierarchy*), ritme (*rhythm*), dan kesatuan (*unity*) yang dijabarkan sebagai berikut.

1) *Balance*

Prinsip keseimbangan pada komposisi elemen visual mengakibatkan terbentuknya harmonisasi visual. *Balance* terdiri dari *symmetry* dan *asymmetry*. *Symmetry* atau bisa disebut juga sebagai *reflection symmetry* merupakan keseimbangan yang terbentuk dari hasil pencerminan dua sisi setara yang memiliki satu pusat yang sama, sedangkan *asymmetry* adalah keseimbangan satu elemen yang terbentuk tanpa adanya cerminan.

2) *Hierarchy*

Hierarki visual merupakan prinsip menyusun elemen visual dengan urutan yang didasarkan pada tingkat kepentingannya. Adanya hierarki memberikan penekanan pada elemen visual yang penting untuk dilihat oleh audiens. Hierarki memandu audiens dalam menerima sebuah informasi.

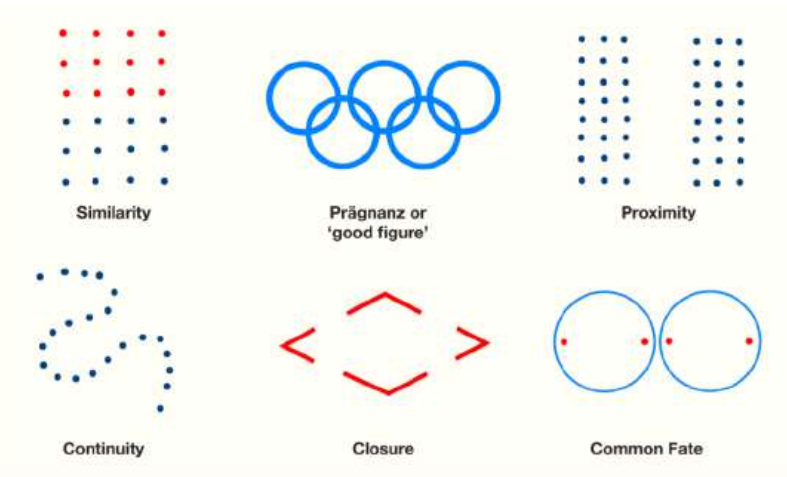
3) *Rhythm*

Rhythm merupakan prinsip repetisi pada elemen visual yang digunakan hingga membentuk sebuah visual yang konsisten. Ritme menggunakan pola pengulangan atau variasi elemen yang bergerak. Ritme membuat sebuah desain menjadi dinamis dan merarik.

4) *Unity*

Prinsip *unity* mengatur elemen visual yang saling berhubungan untuk membentuk satu kesatuan komposisi visual. *Continuing line, similarity, proximity, continuity, closure*, dan

common fate merupakan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengaplikasiannya. Unity memastikan konsistensi visual antara satu dengan lainnya dalam desain. Keselarasan secara keseluruhan mampu menciptakan harmonisasi visual.



Gambar 2.19 *Gestalt Theory*
Sumber: Nazaninazimi (2019)

2.3 Kejahatan Seksual

World Health Organization (WHO) mengatakan bahwa kejahatan seksual merupakan segala bentuk tindakan seksual yang dilakukan pelaku secara paksa dan disengaja tanpa adanya izin dari pihak yang menjadi korban (World Health Organization, 2024). Menurut Siti Aminah Tardi, kejahatan seksual merupakan bentuk kekerasan seksual yang dilakukan secara fisik maupun non-fisik, bisa juga dengan melakukan pengambilan gambar, mengintip, memberikan isyarat maupun meminta langsung kepada orang lain untuk melakukan perbuatan seksual, memperlihatkan organ seksual, menyentuh dengan bagian tubuh atau mengarahkan organ seksual menuju tubuh seseorang (Febriani, 2020). Menurut Meity Arianty, seluruh aksi paksaan dan keinginan sepihak tanpa persetujuan dari korban merupakan kejahatan seksual, baik berupa isyarat ataupun tindakan yang dilakukan secara lisan dan tulisan (Febriani, 2020). Pada tahun 2013 lampau, Komnas Perempuan mengakui adanya kejahatan seksual yang terbagi ke dalam lima belas tindakan seksual, antara lain sebagai berikut (Pranita, 2021).

1. Pemerkosaan,
2. intimidasi seksual termasuk ancaman atau percobaan pemerkosaan,
3. pelecehan seksual,
4. eksploitasi seksual,
5. perdagangan perempuan untuk tujuan seksual,
6. prostitusi paksa,
7. perbudakan seksual,
8. pemaksaan perkawinan, termasuk cerai gantung,
9. pemaksaan kehamilan,
10. pemaksaan aborsi,
11. pemaksaan kontrasepsi dan sterilisasi,
12. penyiksaan seksual,
13. penghukuman tidak manusiawi dan bernuansa seksual,
14. praktik tradisi bernuansa seksual yang membahayakan atau mendiskriminasi perempuan,
15. dan kontrol seksual, termasuk lewat aturan diskriminatif beralasan moralitas dan agama.

Kejahatan seksual dapat terjadi di mana saja dan kapan saja tanpa diduga. Mayoritas terjadinya kejahatan seksual di Indonesia adalah di ruang publik, salah satunya pada transportasi massal (BBC News Indonesia, 2019). Hal ini menjadi perhatian serius karena transportasi massal digunakan oleh banyak orang.

2.3.1 Bentuk Kejahatan Seksual

Kejahatan seksual secara umum terbagi atas lima bentuk, yaitu verbal, fisik, non-verbal/non-fisik/isyarat, visual, dan psikologis (Sidebang, 2020). Bentuk verbal berupa segala perkataan yang tidak dikehendaki lawan bicara yang dilontarkan secara sengaja mengenai tubuh atau bagian tubuh dan perkataan lain yang mengandung muatan seksual. Bentuk fisik berupa segala bentuk sentuhan yang tidak dikehendaki yang menjurus ke arah seksual, seperti mencium, menepuk, memeluk, mencubit, mengelus, atau menempelkan bagian tubuh. Bentuk non-verbal/non-fisik/isyarat berupa segala bentuk gerakan bernuansa seksual yang dilakukan secara berulang, baik melalui tatapan mata

maupun gerakan pada bagian tubuh, seperti lidah dan tangan. Bentuk visual berupa indakan menampilkan foto, gambar, video, atau materi seksual lain yang dapat dilihat oleh mata kepada orang lain secara sengaja tanpa adanya persetujuan terlebih dahulu. Bentuk psikologis berupa seluruh bentuk tindakan yang mengarah pada seksualitas yang bertujuan mempengaruhi pikiran atau perbuatan seseorang. Tindakan yang dilakukan dapat berupa ajakan, permohonan ataupun paksaan yang dilakukan secara tersirat maupun jamblang atau konfrontatif. Tindakan-tindakan tersebut biasanya dilakukan secara konsisten kepada orang lain dengan sengaja.

2.3.2 Aspek-aspek Kejahatan Seksual

Mayer mengungkapkan bahwa aspek kejahatan seksual terbagi menjadi dua, yakni aspek perilaku dan aspek situasional (Sidebang, 2020). Aspek perilaku pada kejahatan seksual bersifat memancing, membujuk, mendorong, menghasut, merayu, memikat, mengusik, mengajak, atau bahkan mengancam, dan kebanyakan dilakukan secara verbal dibanding secara fisik. Aspek situasional merupakan segala bentuk tindakan seksual yang tidak dikehendaki yang dapat terjadi di manapun dan kapanpun terlepas situasi, kondisi, atau asal seseorang.

2.3.3 Dampak Kejahatan Seksual

Tindak kejahatan seksual memberikan dampak yang signifikan dalam kehidupan korban secara keseluruhan. Chynoweth mengatakan perempuan yang mengalami kejahatan seksual dapat mengalami gangguan kesehatan mental, seperti trauma psikologis dan stress pasca-trauma, gangguan makan, tidur, dan kecemasan (Putri, 2024). Kejahatan seksual juga memberikan dampak fisik pada korban, dapat berupa cedera pada tubuh atau bagian tubuh, memar dan luka, infeksi pada kelamin, hingga penyakit menular. Selain dampak secara fisik, kejahatan seksual juga berdampak buruk pada emosi, sosial, dan dampak psikis lainnya, yang mana korban cenderung menjadi minder, penuh rasa malu, kurang percaya diri, sulit bergaul, kesulitan percaya atau membangun hubungan baik dengan orang lain, sulit fokus atau konsentrasi, serta tidak memiliki keinginan atau motivasi.

Tidak terbatas pada perempuan, laki-laki yang mengalami kejahatan seksual juga mengalami dampak serupa (Luki, 2023). Mulai dari trauma sosial, rasa cemas, takut, rendah diri, tidak mampu mengendalikan emosi, depresi, perubahan perasaan, hingga keinginan untuk bunuh diri. Terlebih jika laki-laki menjadi korban kejahatan seksual sesama jenis. Hal tersebut dapat menimbulkan stigma buruk masyarakat dan berimbas negatif pada kehidupan seksual dan pribadinya.

2.3.4 Undang-undang Kejahatan Seksual

Tindak pidana kejahatan seksual di Indonesia diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana yang telah diterbitkan oleh Mahkamah Agung Republik Indonesia (2024). Undang-Undang Hukum Pidana terus diperbaharui sebagai hasil perumusan yang mengacu pada dasar hukum negara. Berikut merupakan hukum dan tindak pidana yang berkaitan dengan kekerasan seksual.

- 1) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2022 Tentang Tindak Pidana Kekerasan Seksual
- 2) Pasal 289-296 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1983 Tentang Pelaksanaan Kitab Undang- Undang Hukum Acara Pidana
- 5) Pasal 4 UU Nomor 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia
- 6) Pasal 76D dan 76E UU Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas UU Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak
- 7) Pasal 19 ayat (1), Pasal 72 ayat (5) Undang-undang Hak Cipta, apabila seseorang mengambil foto atau video yang menganut muatan yang melanggar kesusilaan tanpa izin dari orang yang bersangkutan.
- 8) Pasal 27 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Pasal 45 ayat (1) UU No. 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), apabila

seseorang menyebarluaskan foto atau video yang menganut muatan yang melanggar kesusilaan yang diambil tanpa izin dari orang yang bersangkutan.

Segala hal yang berkaitan dengan tindak kejahatan seksual terhadap anak, perempuan, dan laki-laki dilaksanakan sebagaimana diatur dalam hukum yang berlaku di atas. Pentingnya penegakan hukum yang tegas dan konsisten. Tidak hanya untuk memberikan keadilan bagi korban, tetapi juga untuk menciptakan efek jera bagi pelaku kejahatan.

2.3.5 Alat Pelindung Diri

Kejahatan seksual di ruang publik seperti transportasi massal dapat terjadi kapanpun dan terhadap siapapun. Oleh sebab itu, individu perlu menyiapkan alat-alat berikut sebagai salah satu upaya melindungi diri dari potensi tindak kejahatan seksual (Putra, 2023). Alat pertama adalah parfum karena dapat disemprotkan ke bagian mata pelaku. Selanjutnya, gunting kuku, dimana di dalamnya terdapat pisau kecil yang dapat digunakan untuk melawan. Kemudian, bedak tabur yang dapat ditebarkan ke bagian mata pelaku. Terdapat pula *cutter* atau pisau kecil yang dapat digunakan sebagai senjata. Terakhir, ada alat-alat perlindungan diri yang perlu dimiliki berupa *pepper spray*, *alarm portable*, *stun gun*, dan gantungan kunci.

2.3.6 Upaya Perlindungan Diri

Terdapat 5 gerakan dasar untuk membela diri menurut Kelly Campbell, instruktur bela diri AD Krav Maga Worldwide, yaitu tonjokan lurus (*straight punch*), tendangan ke pangkal paha (*front kick to the groin*), tendangan lutut (*knee kick*), pertahanan dari pelukan (*bear hug defense*), dan pertahanan dari cekikan (*choke defense*) yang masing-masing gerakan dapat dipelajari (Nancy, 2022). Gerakan tonjokan lurus adalah gerakan menonjok ke area yang cenderung lemah, seperti tenggorokan, untuk melawan pelaku yang ingin menyerang. Gerakan tendangan ke pangkal paha adalah gerakan menendang ke area pangkal paha ketika merasa terancam, sehingga membuka peluang bagi individu untuk kabur. Gerakan tendangan lutut adalah gerakan

menyerang ke bagian lutut pelaku. Gerakan ini dilakukan saat pelaku berada di jarak yang terlalu dekat dan tidak memungkinkan individu untuk menggunakan gerakan tonjokan lurus. Gerakan pertahanan dari pelukan adalah gerakan melepaskan diri dari pelaku yang memeluk dari belakang dengan cara menjatuhkan tubuh ke lantai secara sengaja dan bergerak secara acak dengan kuat. Gerakan pertahanan dari cekikan adalah gerakan melepaskan diri dari pelaku yang mencekik dengan mencengkram ibu jari pelaku dan menariknya selagi menendang bagian selangkangan pelaku.

Individu juga dapat melakukan beberapa upaya untuk melindungi diri, salah satunya dengan mempelajari bela diri dasar. Menurut Andy selaku pelatih Brazilian Jiu Jitsu sekaligus pemilik Advance BJJ, terdapat beberapa gerakan bela diri dasar untuk melawan pelaku kejahatan seksual. Hal utama yang perlu diingat adalah menghindar, menjauh, menjaga atau membuat jarak, selalu waspada, dan kabur saat ada kesempatan.

Jika pelaku menyerang menggunakan tangan dari arah kiri, tepis serangan dengan kedua tangan dan mendorong lawan sekuat tenaga ke arah depan atau menjauh ke arah kiri. Jika memungkinkan, jatuhkan lawan dengan menyenggol kakinya. Jika tidak, segera menjauh. Jika pelaku menyerang menggunakan tangan dari arah kanan, tepis serangan dengan kedua tangan dan mendorong lawan sekuat tenaga ke arah depan atau menjauh ke arah kanan. Jika memungkinkan, jatuhkan lawan dengan menyenggol kakinya. Jika tidak, segera menjauh. Jika pelaku menyerang menggunakan tangan dari arah lain, seperti dari arah serong, bawah, atau atas, usahakan untuk menepis atau memeluk tangannya dan gunakan tangan tersebut/tarik untuk menjatuhkannya.

Jika pelaku menyerang menggunakan kaki, sebisa mungkin tangkap kakinya dan dorong, atau dapat juga tangkap dan tahan, kemudian senggol kaki satunya untuk menjatuhkannya. Sebisa mungkin buat jarak agar bisa kabur ketika merasa terancam. Jika tersudut atau terpojokkan, dorong pelaku dan pergi ke area yang luas, sehingga tidak dapat ditahan pelaku di dinding, pintu yang terkunci, atau semacamnya.

2.3.7 Pelaporan

Seseorang yang mengalami atau menyaksikan adanya kejahatan seksual dalam bentuk apapun dapat melakukan pelaporan kepada fasilitas pelaporan yang ada, antara lain Komnas HAM, Komnas Perempuan, Sapa129, LPSK, petugas lapangan atau pos jaga di area transportasi massal, dan kantor polisi. Untuk melakukan pelaporan secara langsung, korban atau saksi dapat mengunjungi kantor polisi manapun dan menuju bagian Sentra Pelayanan Kepolisian Terpadu (SPKT). Sedangkan, banyak yang dapat dihubungi untuk melakukan pelaporan online.

Pelaporan secara online dapat dilakukan dengan mengunjungi situs resmi pengaduan Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (HAM) dan mengisi data pengaduan yang dibutuhkan, seperti data pelapor, data korban, kronologi, pihak yang dilaporkan, dan dokumen pendukung pelaporan (dapat berupa bukti foto atau video kejadian, dsb). Selain pengaduan online, pelaporan dapat dilakukan dengan mengirim berkas-berkas ke kantor Komnas HAM.

Pelaporan kepada Komnas Perempuan dapat dilakukan melalui telepon ke 3903963, email pengaduan@komnasperempuan.go.id, atau akun Instagram dan Twitter @KomnasPerempuan, serta Facebook @stopktpsekarang. Pelaporan kepada Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban (LPSK) dapat dilakukan dengan menghubungi telepon 1500148, WhatsApp ke nomor 085770010048, akun Instagram @infolpsk. Pelaporan kepada Sahabat Perempuan dan Anak (SAPA) 129 dapat dilakukan dengan menghubungi *call-center* di nomor 129. Terakhir, pelaporan dapat menghubungi *call-center* 110 untuk terhubung langsung dengan petugas polisi.

2.4 Transportasi Massal

Wahana yang digerakkan manusia atau mesin yang membawa perubahan pada lokasi seseorang atau suatu benda dapat disebut dengan transportasi. Nasution berpendapat bahwa transportasi merupakan alat perpindahan manusia ataupun barang dari satu tempat ke tempat lain (Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, 2024). Selaras dengan pernyataan Nasution, Papacostas mengatakan bahwa transportasi merupakan sistem fasilitas, arus, dan kontrol pergerakan sebuah

obyek maupun subyek yang digunakan dalam mendukung aktivitas manusia. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Umum, “Angkutan adalah perpindahan orang dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan Kendaraan di Ruang Lalu Lintas Jalan”. Sesuai dengan namanya, transportasi massal merupakan salah satu moda transportasi yang digunakan bersama oleh khalayak. Transportasi umum massal memiliki peran sebagai penghubung subyek dalam melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat lainnya. Transportasi umum massal merupakan angkutan umum berupa kereta dan bus yang menyediakan layanan rute dan jadwal yang tetap (Hendrialdi, 2021).

2.4.1 Transportasi Massal Darat

Transportasi massal darat di Indonesia cukup populer dan diminati oleh masyarakat untuk dijadikan kendaraan ketika bepergian maupun saat menjalankan kegiatan sehari-hari. Transportasi massal darat di Indonesia, khususnya Jabodetabek, dikategorikan berdasarkan yang paling banyak digunakan oleh Masyarakat (Sari, 2019). Terdapat 4 jenis moda Transportasi massal di Jabodetabek, diantaranya KRL, TransJakarta, MRT, dan LRT.

2.4.1.1 Kereta Commuter Line

Kereta *Commuter Line* atau yang lebih dikenal dengan sebutan KRL adalah layanan kereta rel listrik yang beroperasi sejak tahun 1925 di bawah naungan perusahaan PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). Kereta ini bebas macet sehingga dapat melaju dari titik keberangkatan ke masing-masing titik pemberhentian hingga tujuan akhir rute kereta dengan cepat dan tepat waktu. Biaya yang dikenakan dapat dikatakan sangat murah dan terjangkau, mengetahui jarak perjalanan yang bisa ditempuh cukup jauh. KRL Jabodetabek memiliki 7 rute utama dengan lintasan rute yang saling terhubung, yakni rute *Commuter Line* Bogor, *Commuter Line* Cikarang, *Commuter Line* Rangkasbitung, *Commuter Line* Tanjung Priok, *Commuter Line* Tangerang, *Commuter Line* Basoeta, dan Kalayang Bandara (PT Kereta Commuter Indonesia, 2024).

2.4.1.2 TransJakarta

Bus TransJakarta merupakan transportasi massal yang dibentuk dan dikelola oleh pemerintah sejak tanggal 15 Januari 2004 (TransJakarta, 2024). Bus ini sangat murah dengan tarif *flat* yang dikenakan sebesar Rp. 3,5 ribu per sekali masuk dan keluar, dan dapat digunakan untuk perjalanan yang ditempuh sejauh apapun, selama tidak keluar dari halte bus TransJakarta. Terdapat 14 koridor utama TransJakarta dengan masing-masing koridor terdiri dari banyak pilihan rute yang menjangkau wilayah Jabodetabek (Simorangkir, 2024).

2.4.1.3 MRT

Mass Rapid Transit (MRT) merupakan proyek infrastruktur pemerintah berupa layanan transportasi yang dijalankan sebagai uji coba pertama kali pada tanggal 12 Maret 2019 dan resmi dioperasikan secara terbuka untuk umum pada tanggal 24 Maret 2019 lalu. MRT cukup terjangkau dengan tarif yang dikenakan berkisar antara Rp. 3 ribu - Rp 14 ribu. Terdapat total 13 stasiun MRT sebagai stasiun pemberhentian rute dua arah Bundaran HI-Lebak Bulus (PT MRT Jakarta, 2019).

2.4.1.4 LRT

Light Rail Transit atau Lintas Rel Terpadu merupakan transportasi massal di Jakarta yang telah beroperasi sejak 2009. LRT cukup banyak digunakan oleh masyarakat dalam kesehariannya meski memiliki rute yang pendek, yakni sekitar 5,8 km. Terdapat 1 jalur LRT dengan total 6 stasiun dari Pegangsaan Dua hingga Velodrome (PT LRT Jakarta, 2024).