

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Guidebook*

Guidebook merupakan media buku cetak yang berfungsi sebagai panduan praktis untuk menyampaikan informasi terkait destinasi wisata yang dibutuhkan oleh pengunjung. Dalam pariwisata, *guidebook* dibuat sebagai alat komunikasi yang digabung dengan visual agar dapat dicerna dengan mudah oleh pembaca (Abzhari, 2022, hal. 11).

2.1.1 Prinsip Desain dalam *Guidebook*

Menurut Andrew Haslam dalam *Book Design* (2006), keberhasilan sebuah desain buku tidak semata-mata ditentukan oleh keindahan visual, melainkan oleh penerapan prinsip dasar yang mampu menyeimbangkan antara aspek estetika dan fungsionalitas. Desain buku yang baik, menurutnya, harus mencapai tiga tujuan pokok: menyampaikan informasi secara jelas, mempermudah pembaca dalam bernaligasi, serta menghadirkan pengalaman membaca yang menyenangkan (Anjani, 2025, hal. 5).

Prinsip-prinsip tersebut berfungsi sebagai pedoman dalam setiap keputusan desain, mulai dari pemilihan tipografi hingga pengaturan tata letak halaman. Berikut merupakan beberapa prinsip desain dalam mendesain buku:

2.1.1.1 *Flatplan*

Flatplan adalah peta halaman yang digunakan dalam proses perancangan publikasi untuk melihat struktur keseluruhan sebelum desain final dibuat. Menurut Ambrose dan Harris (2011) dalam Layout Essentials, flatplan membantu desainer dan tim editorial memahami distribusi konten, memastikan aliran informasi yang logis, dan menjaga ritme visual publikasi. Flatplan berfungsi sebagai alat kontrol untuk menandai penempatan teks, gambar, iklan, hingga halaman spread yang membutuhkan perhatian khusus. Selain itu, Gatter (2018) dalam Graphic Design and Print Production Fundamentals menegaskan bahwa flatplan penting untuk

mencegah kesalahan struktural, seperti salah penempatan halaman ganjil–genap, overlap konten, hingga ketidakseimbangan visual. Dengan menggunakan flatplan, desainer dapat memantau hubungan antarbab, menata prioritas informasi, serta memastikan bahwa setiap bagian publikasi telah tersusun sesuai tujuan editorial. Karena itu, flatplan dianggap sebagai tahap fundamental dalam alur kerja desain publikasi.

2.1.1.2 Tipografi

Tipografi adalah teknik mengatur huruf untuk menjadikan teks dengan mengedepankan keterbacaan dan keterbacaan praktis. (Anjani, 2025, hal. 13). Anjani menambahkan bahwa penggunaan font *sans-serif* cocok dalam mengutamakan kejelasan dan efisiensi dan mempermudah pembaca memahami teks dalam jumlah besar.

2.1.1.3 Hierarki Visual

Hierarki Visual berfungsi untuk mengatur prioritas informasi melalui ukuran, warna, dan posisi elemen visual (Abzhari, 2022, hal. 18). Desain buku yang bagus harus menyampaikan informasi yang jelas, memudahkan navigasi pembaca, dan memberikan pengalaman membaca yang menyenangkan. (Anjani, 2025, hal. 6) Hierarki yang jelas dapat mempercepat pemahaman pembaca terhadap pesan utama dalam publikasi.

2.1.1.4 Teks dan Gambar

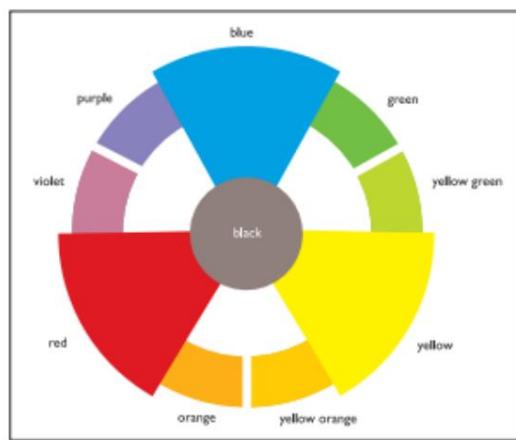
Keseimbangan antara teks dan gambar menjadi penting agar buku dapat dibaca dan dinikmati oleh audiens yang sesuai (Anjani, 2025, hal. 8). Keseimbangan bila diterapkan dengan baik akan membuat pembaca nyaman dan menikmati waktu mereka dalam membaca (Abzhari, 2022, hal. 17).

2.1.1.5 Warna

Warna memiliki peran yang penting emosional dan fungsional serta meningkatkan kualitas visual bila dikomposisikan dengan baik. (Abzhari, 2022, hal 15). Menurut Landa (2010), pengaplikasian warna membutuhkan prinsip penting yaitu:

1. Titik Fokal

2. Simbolis
3. Hubungan dengan kultur dan emosi
4. Hubungan dan pengekpresian dengan *brand*
5. Meningkatkan tingkat keterbacaan sebuah teks
6. Menciptakan ilusi
7. Hubungan atau komplimen dengan warna lainnya.



*Gambar 2.1, Warna
Sumber: Landa (2010)*

2.1.1.6 Format

Format dalam buku menentukan pengalaman membaca. Menurut Anjani (2025, hal. 9), format buku harus disesuaikan dengan jenis konten dan isi buku yang akan dibuat. Contohnya buku bergambar akan memiliki format yang lebih besar ditimbang buku novel.

2.1.1.7 Grid

Grid berfungsi sebagai sistem tata letak yang menjaga konsistensi visual (Anjani, 2025, hal. 9). Menurut Haslam, grid membantu mengorganisasi elemen-elemen visual agar isi buku tertata dan dapat dibaca dengan baik. Dengan menggunakan grid, desainer dapat mendesain dan mengatur isi buku lebih mudah dan efisien (Anjani, 2025, hal. 12).

2.1.1.8 Foto

Foto destinasi menjadi elemen utama yang memperkuat visualisasi dan ketertarikan pembaca wisatawan asing. Foto tidak hanya menjadi unsur

tambahan dalam suatu buku karena menurut studi Wang et al. (2024), foto destinasi dapat membangun ekspektasi dan meningkatkan minat berkunjung sehingga foto destinasi merupakan unsur yang penting dalam perancangan Buku Panduan.

2.1.2 Infografis

Infografis merupakan bentuk penyajian data atau informasi secara visual dengan memadukan elemen grafis seperti diagram, ikon, maupun ilustrasi (Anjani, 2025, hal. 24). Tujuan dari infografis adalah menyederhanakan informasi yang kompleks menjadi tampilan visual yang menarik, sehingga pesan dapat dipahami audiens secara lebih cepat dan efisien. Elemen dasar infografis adalah sebagai berikut:

1. Grafik

Visualisasi grafik dapat memengaruhi respons psikologis audiens. Dalam perancangan infografis, penerapan elemen geometris secara terstruktur mampu meningkatkan daya tarik data sekaligus menghadirkan dimensi emosional dengan tujuan pembaca lebih peka dan berhati-hati terhadap suatu isu (hal. 25).

2. Data

Data merupakan representasi informasi dalam bentuk angka maupun karakter yang secara objektif mencerminkan sifat suatu objek. Dalam penggunaannya, data berperan sebagai landasan untuk mengamati, mengukur, sekaligus memahami berbagai fenomena atau peristiwa. Data juga dipahami sebagai kumpulan simbol atau tanda yang dapat diolah dan dianalisis guna menghasilkan sebuah kesimpulan (hal. 25)

3. Indeks

Indeks merupakan suatu konsep yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik kuantitatif secara

menyeluruh, sehingga mampu memberikan representasi umum mengenai suatu fenomena atau kondisi tertentu. Melalui indeks, data yang kompleks dapat dipadatkan menjadi sebuah nilai tunggal yang mewakili keseluruhan informasi. Penggunaan indeks juga mempermudah proses perbandingan antar kelompok atau periode waktu secara lebih objektif (hal. 26).

4. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih sebagai representasi untuk keperluan penelitian, biasanya melalui prosedur acak. Pemilihan secara acak penting agar setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan populasi secara objektif. Ukuran sampel merujuk pada jumlah individu atau elemen yang diambil untuk dianalisis, dan jumlah ini berpengaruh langsung terhadap tingkat akurasi serta reliabilitas temuan (hal. 26).

5. Kasus

Setiap anggota yang terpilih dalam suatu sampel penelitian disebut sebagai kasus. Istilah ini mengacu pada unit analisis yang menjadi objek pengamatan atau kajian. Dalam penelitian kuantitatif, satu kasus dapat merepresentasikan individu, keluarga, hingga organisasi, tergantung pada fokus penelitian. (hal. 27)

6. Nilai Data

Nilai data adalah bentuk representasi dari sampel penelitian yang ditampilkan dalam angka. Angka tersebut berfungsi untuk menggambarkan karakteristik maupun informasi tertentu dari kelompok yang diteliti. Kehadiran nilai data memudahkan proses analisis karena informasi dapat dihitung, diukur, serta dibandingkan secara kuantitatif.

Selain itu, nilai data juga mendukung penyusunan tabel, grafik, maupun laporan statistik (hal. 27).

2.1.3 *Visual Storytelling*

Visual storytelling adalah pendekatan komunikasi yang menggabungkan elemen visual dengan narasi untuk menyampaikan informasi atau pesan secara menarik, mudah dipahami, dan membangun ikatan emosional dengan audiens. (Zhang et al., 2022, hal. 1). Melalui penggunaan simbol, estetika visual, serta alur cerita, *visual storytelling* mampu memperkuat identitas, meningkatkan pemahaman pesan, sekaligus menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih bermakna. (Alwan, F., & Kusumandyoko, T. C., 2023, hal. 171).

2.1.3.1 Ilustrasi

Menurut KBBI, ilustrasi diartikan sebagai gambar berupa foto atau lukisan yang berfungsi memperjelas isi buku, karangan, maupun media lainnya. Berdasarkan pengertian tersebut, ilustrasi dapat meningkatkan fokus pembaca terhadap isi teks melalui dukungan elemen visual, karena persepsi seseorang banyak dipengaruhi oleh indra-nya (Alifia, 2025, hal. 18). Alifia menambahkan bahwa ilustrasi juga berperan dalam menjelaskan, menggambarkan, sekaligus memperkuat pesan yang terkandung dalam teks.

2.1.3.2 Bahasa

Penggunaan bahasa sederhana, jelas, dan komunikatif sangat penting. Martinez et al., (2022, hal. 3) menekankan bahwa bahasa yang mudah dipahami meningkatkan efektivitas komunikasi publik. Bahasa formal dengan gaya ringan dapat menjaga keseimbangan antara kredibilitas dan keakraban.

2.2 *Bali Belly*

Bali Belly merupakan gangguan pencernaan yang umum dialami wisatawan asing ketika berkunjung ke Bali (Kash, 2024). Menurut Kash, kondisi ini terjadi akibat wisatawan yang mengonsumsi makanan atau minuman yang terkontaminasi bakteri, virus, atau parasit. Gejala umum yang dialami berupa

masalah pencernaan yang cukup berat yaitu diare, kram perut, mual, hingga muntah. (BIMC Bali, 2022).

2.2.1 Penyebab *Bali Belly* Di Wisatawan Asing

Menurut Kash, fenomena *Bali Belly* dapat diperoleh wisatawan karena ada beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya *food poisoning* saat berwisata sebagai berikut:

2.2.1.1 Bakteri dan Virus

Bakteri adalah penyebab utama dari *Bali Belly*. Sukrama et al. (2020, hal. 583) menemukan *Escherichia coli* sebagai bakteri dominan yang memicu diare pada wisatawan asing di Bali. Virus seperti *norovirus* dapat menyebar cepat melalui makanan atau air yang terkontaminasi, terutama di area dengan sanitasi yang kurang optimal (Airindya, 2022). Lingkungan tropis yang lembap juga dapat mempercepat multiplikasi bakteri pada makanan yang tidak disimpan dengan baik (Qiu, et al., 2022, hal. 1).

2.2.1.2 Perbedaan Imunitas

Wisatawan asing memiliki sistem kekebalan tubuh yang belum terbiasa dengan mikroba lokal. (Boolchandani et al.. 2022, hal. 2). Zhao et al. (2024, hal. 1) menjelaskan bahwa imunitas mukosa usus berbeda pada penduduk lokal dan wisatawan, sehingga paparan mikroorganisme yang dianggap ringan bagi warga lokal bisa memicu gejala berat pada wisatawan.

2.2.1.3 Perbedaan Higiene

Perbedaan standar kebersihan antara negara asal wisatawan dan Bali turut berperan. Lawson et al. (2021, hal. 1) menyatakan bahwa wisatawan sering mengabaikan kebersihan tangan sebelum makan atau memilih makanan jalanan tanpa memperhatikan higiene. Triggiano et al. (2024) menambahkan bahwa kebiasaan mengonsumsi es batu dari air tidak steril serta buah yang tidak dicuci dengan benar menjadi faktor risiko tambahan.

Penyebab *Bali Belly* pada wisatawan asing bersifat multi-faktorial, meliputi infeksi bakteri, virus, dan parasit, serta dipengaruhi oleh perbedaan imunitas dan standar kebersihan antara wisatawan dan penduduk lokal.

Kombinasi faktor biologis dan perilaku ini menjadikan *Bali Belly* sebagai masalah kesehatan yang kompleks di area pariwisata Bali.

2.2.2 Pencegahan *Bali Belly*

Upaya pencegahan *Bali Belly* menjadi sangat penting untuk menjaga kesehatan wisatawan sekaligus melindungi reputasi pariwisata Bali. Menurut Nopiyan et al. (2022), pencegahan penyakit berbasis makanan dan air membutuhkan pendekatan komprehensif berupa edukasi dan kesadaran sanitasi bagi wisatawan.

2.2.2.1 Air Steril

Air menjadi sumber utama penularan *Bali Belly*. Rachmat et al. (2023) menekankan bahwa konsumsi air kemasan bersegel lebih aman dibandingkan air keran. Triggiano et al. (2024) juga menyarankan untuk menghindari es batu yang tidak jelas asalnya, karena sering diproduksi dari air tidak steril.

2.2.2.2 Kebersihan

Praktik WASH (*Water, Sanitation, Hygiene*) adalah strategi penting dalam pencegahan keracunan makanan. Cha et al. (2021, hal. 1) menegaskan bahwa tidak mencuci tangan dengan sabun sebelum makan dapat meningkatkan risiko diare sekitar 1,46 kali lebih tinggi. BIMC Bali (2022) juga menganjurkan wisatawan membawa *hand sanitizer* untuk menjaga kebersihan saat bepergian.

2.2.2.3 Obat

Bila sudah terkena *Bali Belly*, penggunaan obat probiotik terbukti efektif. Alharbi et al. (2024) melaporkan bahwa *Saccharomyces boulardii* dapat menurunkan insiden *traveler's diarrhea* secara signifikan.

Pencegahan *Bali Belly* dapat dilakukan melalui konsumsi air steril, praktik kebersihan yang baik seperti WASH, dan pemilihan kuliner yang higienis. Strategi ini tidak hanya menekan risiko diare, tetapi juga menjaga kualitas pengalaman wisatawan di Bali.

2.3 Wisatawan Asing

Menurut UNWTO, wisatawan asing adalah wisatawan yang melakukan perjalanan ke negara lain di luar negara tempat tinggal mereka dan menginap di tempat tersebut dengan tujuan rekreasi, bisnis, atau tujuan lainnya yang tidak berhubungan dengan kegiatan profesional di tempat tersebut. Wisatawan asing juga dapat meningkatkan ekonomi dari destinasi tersebut. (Azizurrohman et al., 2021)

2.3.1 Klasifikasi Wisatawan

Klasifikasi wisatawan asing diperlukan untuk memahami perilaku perjalanan, lama tinggal, dan kontribusi ekonomi yang mereka berikan. UNWTO membagi wisatawan dalam beberapa kategori berdasarkan tujuan, lama perjalanan, serta bentuk aktivitas yang dilakukan.

2.3.1.1 *Traveler*

Traveler adalah istilah umum yang digunakan untuk mendefinisikan semua individu yang melakukan perjalanan lintas wilayah atau negara tanpa memperhatikan tujuan maupun lama tinggal. Menurut UNWTO, *traveler* mencakup berbagai kelompok, mulai dari pekerja migran, pelancong bisnis, hingga wisatawan rekreasi. Dengan kata lain, *traveler* menjadi payung besar yang menaungi kategori visitor, tourist, dan excursionist.

2.3.1.2 *Visitor*

Visitor adalah subkategori dari *traveler* yang bepergian ke luar tempat tinggalnya untuk jangka waktu tertentu, biasanya kurang dari satu tahun, dengan tujuan selain mencari nafkah di tempat tersebut.

2.3.1.3 *Tourist*

Tourist merupakan wisatawan yang menginap minimal satu malam di destinasi yang dikunjungi. Mereka adalah kelompok wisatawan yang paling banyak dianalisis dalam laporan statistik pariwisata karena kontribusinya terhadap akomodasi, transportasi, dan sektor hiburan.

Klasifikasi wisatawan asing meliputi traveler, visitor, dan tourist. Masing-masing kategori memberikan kontribusi berbeda terhadap pariwisata Bali. Tourist menjadi kelompok utama dengan dampak ekonomi paling signifikan, sementara traveler dan visitor tetap memberi peran pada aktivitas lokal.

2.3.2 Motivasi Wisatawan Asing

Motivasi wisatawan asing untuk berkunjung ke suatu destinasi sangat beragam dan dipengaruhi berbagai faktor seperti kultur, perbedaan alam, dan interaksi sosial (Carvache-Franco, 2025). Menurut Lee et al., (2023), pemahaman terhadap motivasi wisatawan dapat membantu destinasi dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif terutama jika satu destinasi pariwisata menawarkan daya tarik multidimensi seperti *relaxation*, *healing*, dan *escape*.

2.3.3 Demografi

Bali banyak dikunjungi wisatawan dari Australia, Eropa, dan India. Data BPS (2023) menunjukkan Australia masih menjadi pasar utama dengan jumlah kedatangan tertinggi secara konsisten. Lalu demografi kedua terbanyak adalah wisatawan dari benua Eropa lalu diikuti dengan India.

2.3.4 Aspek Psikologi Wisatawan

Ketika berwisata, wisatawan asing tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga pengalaman psikologis berupa relaksasi, kebahagiaan, dan kepuasan emosional. Menurut Crompton (2024), motivasi utama wisatawan adalah mencari kesenangan, relaksasi, serta pelarian dari rutinitas sehari-hari. Apabila tujuan tersebut terganggu, maka terbentuklah kesan negatif terhadap pengalaman wisatawan asing.

Muhammad et al. (2025) menegaskan bahwa pengalaman wisata positif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk kembali ke destinasi tersebut. Bila kesan yang didapatkan negatif, wisatawan asing dapat menimbulkan *post-travel regret* yaitu perasaan bahwa perjalanan tidak sesuai harapan yang berpotensi menurunkan loyalitas wisatawan untuk kembali ke destinasi tersebut. Sebaliknya, jika wisatawan merasa terlindungi karena memiliki pengetahuan mengenai pencegahan *Bali Belly*, maka rasa keamanan dan percaya diri para wisatawan asing dalam menjelajahi destinasi akan meningkat.

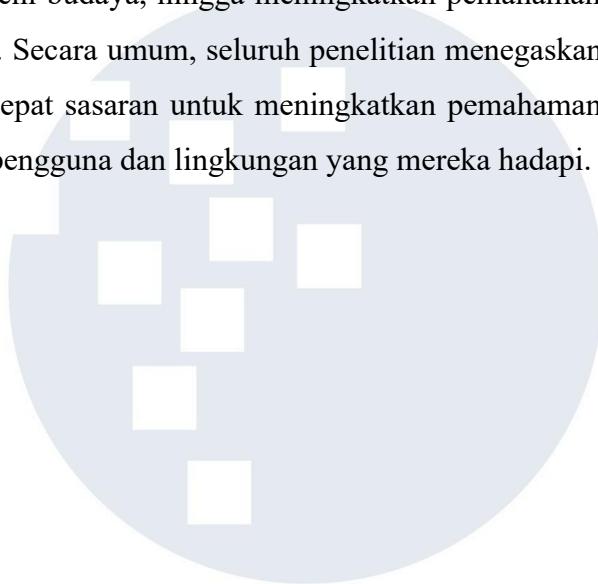
2.4 Penelitian yang Relevan

Sebelum penelitian ini dilakukan, penulis telah menemukan sejumlah studi yang membahas topik dan solusi desain serupa. Berikut disajikan ringkasan hasil penelitian terdahulu beserta unsur kebaruan yang dimilikinya.

Tabel 2.1, Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Desain <i>Guidebook Solo Travelling</i> Bogor	Abzhari (2022)	<i>Solo traveler</i> sering membutuhkan informasi lengkap tentang destinasi wisata agar pengalaman wisata mereka maksimal.	Penyusunan media <i>guidebook</i> sebagai solusi yang dirancang berdasarkan data kebutuhan <i>solo traveler</i> .
2.	Perancangan Buku Informasi Mengenai Seni Lukis Kaca Cirebon untuk Remaja Cirebon	Abigail (2025)	Ada kekurangan media informasi yang mampu menyampaikan sejarah, makna, teknik, dan nilai budaya seni tersebut kepada publik.	Menggunakan Solusi desain berupa buku informasi sebagai media utama untuk mengedukasi target audiens.
3.	Perancangan Kampanye Interaktif Mengenai Etika Budaya di Bali untuk Wisatawan Asing	Advaita (2022)	Pemerintah dianggap belum tegas dalam mengatur atau menegakkan regulasi terkait etika budaya bagi wisatawan asing.	Penelitian ini memfokuskan wisatawan asing, berbeda dengan banyak kajian yang umumnya berfokus pada wisatawan dan masyarakat lokal.

Dari ketiga penelitian yang ditinjau, dapat disimpulkan bahwa perancangan media informasi, baik *guidebook* maupun kampanye interaktif, tetap bertujuan untuk memenuhi kebutuhan spesifik audiens dalam memperoleh informasi yang akurat dan mudah dipahami. Setiap penelitian menawarkan solusi desain yang disesuaikan dengan konteksnya, mulai dari membantu *solo traveler*, mengedukasi remaja tentang seni budaya, hingga meningkatkan pemahaman etika budaya bagi wisatawan asing. Secara umum, seluruh penelitian menegaskan pentingnya media informasi yang tepat sasaran untuk meningkatkan pemahaman, pengalaman, dan interaksi antara pengguna dan lingkungan yang mereka hadapi.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA