

Desain Antar Muka Aplikasi Wisata dan Transportasi Sebagai Media Promosi Pariwisata di Surakarta

*Fikrun Nashih¹, Asmoro Nurhadi Panindias²

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta^{1,2}

Artikel History

Dikirim: 4 Mei 2021

Revisi : 12 Mei 2021

Diterima: 25 Mei 2021

Abstract

Solo, a strategic city located on the axis of Central Java, is a city with high tourist and transit destinations because of its diverse tourism. This design uses the design thinking process method, starting from visual identity design, interface design to advertising design. While the data collection method used is a qualitative method in the form of observation, interviews, participatory and documentation analysis. Then for the design of the interface design using the principles of gestalt proximity and similarity. For the design of the ad design, it will use ambient media transit ads as a promotional medium. The result of the design is an online application platform in visual identity design, interface design, and advertising design for the application which is a platform that can help tourists in terms of accessing information and ordering tickets. And the results of the testing process can be used as an iterative process both in terms of application interface design or user experience in order to increase user satisfaction and application user effectiveness in accordance with community patterns in tourism.

Keywords: *interface design, travel, transportation, application*



Abstrak

Solo kota strategis yang berada di poros dari Jawa Tengah merupakan kota dengan tujuan wisata dan transit yang cukup tinggi karena wisata yang beragam. Perancangan ini menggunakan metode *design thinking process* mulai dari desain identitas visual, desain antar muka sampai desain perancangan iklan. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif berupa observasi, wawancara, partisipatif dan analisa dokumentasi. Kemudian untuk perancangan desain antar muka menggunakan prinsip *gestalt proximity dan similarity*. Untuk desain perancangan iklan akan menggunakan *ambient media transit ad* sebagai media promosinya. Hasil perancangan merupakan sebuah platform online aplikasi dalam desain identitas visual, desain antar muka maupun desain perancangan iklan aplikasi tersebut yang merupakan sebuah platform yang dapat membantu para wisatawan dari segi akses informasi maupun pemesanan tiket. Serta hasil dari proses pengujian dapat digunakan sebagai proses iterasi baik dari segi desain antar muka aplikasi ataupun *user experience* guna meningkatkan kepuasan pengguna dan keefektivan pengguna aplikasi sesuai dengan pola masyarakat dalam berpariwisata.

Kata kunci: *desain antar muka, wisata, transportasi, aplikasi*

Corresponding author*
E-mail: fikrunnashih31@gmail.com

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENGANTAR

Surakarta atau Solo merupakan salah satu dari tiga kota besar yang menjadi jantung di wilayah tengah Pulau Jawa yang sering disebut Joglo Semar (Jogja, Solo dan Semarang). Surakarta memiliki luas 44km², memiliki penduduk 503.421 jiwa (2010) dan kepadatan penduduk 13.636/km² "Solo The Spirit of Java" adalah semboyan untuk Kota Solo yang memiliki arti "Solo merupakan jiwanya Jawa". Surakarta memiliki banyak tempat wisata yang belum terpetakan dengan baik, mulai dari Wisata Kuliner, Wisata Religi, Wisata Arsitektur, Wisata Alam dan Wisata Fashion. Selain itu Solo juga belum memiliki transportasi dan rute-rute transportasi yang mudah diakses dan mewadahi para wisatawan Solo. Angkutan Umum menurut (Warpani,2017: 155) merupakan fasilitas yang penting bagi kehidupan masyarakat daerah (perdesaan dan perkotaan), menunjang mobilitas orang, barang dan jasa, serta sangat memengaruhi kemampuan daerah dalam menjalankan fungsinya. Transportasi publik merupakan salah satu tolak ukur dari maju atau tidaknya sebuah daerah. Beberapa hal seperti ketertiban, kenyamanan dan kemudahan dalam penyelenggaraan atau penanganan sistem transportasi publik merupakan sebuah refleksi dari seberapa baik pemerintah mengelola negaranya. Transportasi publik yang baik berdampak pada seluruh bidang ekonomi, kesehatan, pariwisata bahkan pendidikan. Hal ini yang diperhatikan pemerintah kota Surakarta dalam upaya menaikkan kunjungan wisatawan ke kota Surakarta.

Era digital identic dengan maraknya pertumbuhan *platform*. *Platform* sendiri merupakan kombinasi antara sebuah arsitektur perangkat keras, sistem operasi, bahasa pemograman dan sebuah tampilan antarmuka deuooutput berupa aplikasi untuk *smartphone* atau komputer. Kehadiran teknologi digital, internet, dan *mobile* telah memberikan manfaat kolektif dalam memperoleh pengetahuan dan pandangan-pandangan yang tersebar dari pelosok dunia (Sihombing, 2015: 16). Lahirnya *platform* digital berbasis aplikasi memberi kemudahan masyarakat dalam segala urusan yang berhubungan dengan transportasi dan wisata akan membantu menjawab keresahan masyarakat tentang transportasi dan wisata yang ada di kota Solo. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana merancang desain antar muka aplikasi yang menampung seluruh rute menuju tempat wisata dan informasi tempat wisata yang efisien dan humanis di Surakarta dan strategi promosi yang efektif untuk aplikasi transportasi.

Pada metode penciptaan, metode penelitian yang digunakan dalam penciptaan karya adalah metode penelitian secara kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif, pada prinsipnya ingin memberikan, menerangkan, mendeskripsikan, secara kritis, serta

menggambarkan suatu fenomena, suatu kejadian, atau suatu peristiwa interaksi sosial dalam masyarakat untuk menemukan makna alam konteks yang sesungguhnya. Oleh karena itu, semua jenis data penelitian kualitatif bersifat deskriptif, dengan mengumpulkan data lunak (*soft data*), bukan hard data yang akan diolah dengan statistik (Muri Yusuf, 2014: 338)

a. Sumber Data

Sumber data data dalam sebuah perancangan terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data ini diperoleh melalui media perantara yang dicatat atau dikumpulkan oleh pihak lain (Jonathan Sarwono dan Hary Lubis, 2007: 88). Data primer dapat diperoleh melalui survei. Survei yang dilakukan juga memiliki instrument tertentu yang berbeda-beda dalam setiap eksekusinya. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dengan mengunjungi berbagai tempat dan orang yang mempunyai arsip, dokumen tentang cerita masa lampau atau mencarinya melalui media digital maupun media cetak.

b. Teknik Pengumpulan Data

Dengan tersedianya alat pencarian yang canggih, *server* yang menyimpan data dan atau informasi yang tersebar di berbagai penjuru dunia, serta munculnya bisnis jual beli informasi secara online, maka semakin mudah bagi para peneliti untuk melakukan penelitian secara online (Jonathan Sarwono dan Hary Lubis, 2007: 105). Jenis data yang akan diperoleh dalam perancangan karya ini berupa data kualitatif. Adapun cara yang ditempuh berupa observasi, wawancara, partisipatif, *Focus Grup Discussion*, *Mind Mapping* dan analisa dokumentasi.

c. Perancangan

Tahap perancangan memiliki serangkaian proses yang harus dilewati oleh desainer. Mulai dari memahami permasalahan yang ada *brainstorming* sampai mempertimbangkan beberapa solusi yang telah didapatkan untuk digali secara lebih dalam terlebih dahulu sebelum melakukan percobaan untuk memberikan solusi. Hal ini mengikuti teori *design thinking* yang berlaku pada dunia desain seperti pendapat (Gavin Ambrose dan Paul Harris, 2010 :12) dalam buku *Design Thinking*, dimana teori tersebut menyebutkan bahwa desain melalui 7 tahap untuk menyelesaikan masalah mulai dari *define*, *research*, *ideate*, *prototype*, *selection*, *implement* dan *learning*.

PEMBAHASAN

A. Konsep Komunikasi

1. Tujuan Komunikasi

- a. Komunikasi yang digunakan untuk Desain Antar Muka
 - b. Komunikasi yang di gunakan untuk promosi Aplikasi
2. Strategi Komunikasi
- a. Mengkategorikan setiap informasi sesuai dengan perannya. Setiap fitur akan ditampilkan dan diurutkan melalui proses *information hierarchy* yang baik.
 - b. Penulisan *copywriting* pada aplikasi dan media iklan yang dirancang menggunakan bahasa yang lebih bersahabat dan tidak bersifat kaku.
 - c. Adanya sistem informasi baru diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

B. Konsep Media

1. Tujuan Media

- a. Media yang digunakan untuk Desain Antar Muka
- b. Media yang di gunakan untuk promosi Aplikasi

2. Strategi Media

- a. Strategi Media yang di gunakan untuk Desain Antar Muka
- b. Strategi Media yang di gunakan untuk promosi Aplikasi

Strategi media diperlukan agar tujuan media dapat dilaksanakan dengan tepat dan efektif. Berdasar pada tujuan dan target yang dicapai maka ada beberapa media yang dipilih berdasar kedekatannya dengan target audience yaitu media *below the line* berupa ambient media. Adapun bentuk dari media yang *Below the line* yang digunakan adalah *Transit Add, Transportation Add, Billboard* dan Sosial Media.

C. Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif

Perancangan aplikasi *Tour and Transportation* sendiri berfungsi untuk memperbaiki sistem informasi mengenai pariwisata dan transportasi yang ada di kota Solo dan sekitarnya. Karena pada dasarnya ada beberapa faktor seperti masyarakat yang semakin modern dan teknologi yang semakin berkembang seharusnya dapat menjadi pemacu untuk terciptanya media baru sebagai sarana promosi pariwisata di kota solo. Perancangan aplikasi ini juga melibatkan salah satu faktor pendukung wisata yaitu transportasi.

Dalam alur / *flow* yang digunakan dalam perancangan aplikasi ini menggunakan *flow* yang semudah-mudahnya agar selaras dengan tujuan visualisasi kebutuhan wisatawan. Bahasa visual yang digunakan akan lebih luwes dan *friendly*. Selain memberikan Informasi tentang pariwisata dan transportasi, aplikasi ini juga akan digunakan sebagai *trip planner* atau

online travel guide yaitu merupakan fitur utama yang akan membantu wisatawan dalam berwisata baik dari segi waktu, pendanaan maupun rute yang dilaluinya.

2. Strategi Kreatif

- a. Visi Produk
- b. Produk Pesaing
- c. Segmentasi

3. Konsep Desain

Secara Visual konsep dalam perancangan identitas visual menggunakan konsep minimalis modern dengan mengangkat nilai nilai tradisi yang sudah ada. Mulai dari Nama, Logo, Warna, Tipografisampai Desain Antar Muka. Nilai nilai tradisi akan di visulaisasikan menggunakan gaya baru menyesuaikan dengan target audiencenya yaitu masyarakat modern yang mengerti perkembangan dan yang sedang berkembang. Metode *focus group discussion* digunakan untuk mencari beberapa data secara lebih beragam yangdigunakan pada perancangan konsep desain. *Focus group discussion* melibatkan 5 orang partisipan dan 1 orang fasilitator.

a. Nama Aplikasi

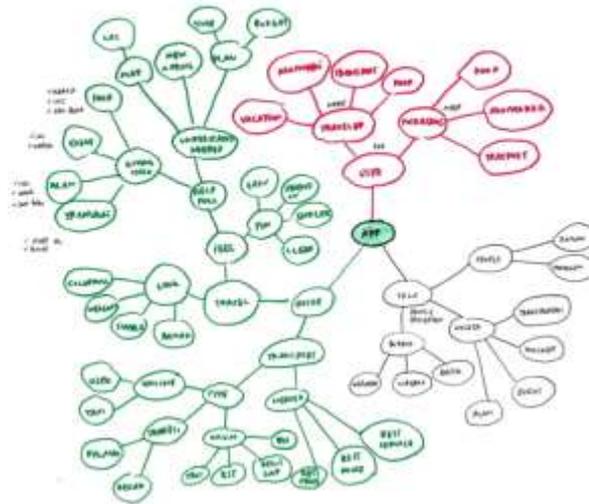
Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan pemilihan nama yaitu Nama tersebut familiar di kalangan orang orang (khususnya diluar Solo), Pengucapannya mudah, fleksibel serta berorientasi pada masa depan dalam artian tidak ketinggalan jaman dan tetap jelas serta menarik bila divisualkan dalam bentuk logo atau digabungkan dengan visual pendukungnya. "Solocation" dipilih sebagai nama dari aplikasi yang akan dirancang dengan menggunakan gabungan dari 3 kata yaitu:

- 1) Solo sebagai nama Kota yang paling sering digunakan masyarakat untuk merujuk pada Kota Solo dan kota-kota ang ada disekitar Solo.
- 2) *Location* (lō 'kāSHən) sesuai dengan aplikasi tour guide yaitu aplikasi yang salah satu fungsinya adalah memberikian informasi tentang lokasi.
- 3) *Vacation* (vā 'kāSHən,və-) yaitu liburan yang artinya aplikasi ini juga membantu jalannya pariwisata di kota Solo dan sekitarnya.

b. Logo

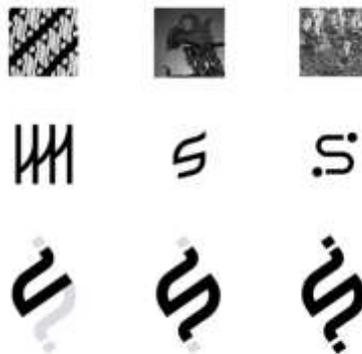
Dalam Perancangan logo ini menggunakan metode mind mapping yang dilakukan dalam sebuah *Focus Group Discussion*.

Mind Mapping



Gambar 1. Mind Mapping
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

Dari mind map diatas kemudian diambil beberapa hal inti yang akan menjadi kata kunci dalam perancangan logo. Kata kunci yang akan diambil adalah Rute, wayang dan Batik Parang.



Gambar 2. Perancangan Logo
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

Kemudian dalam perancangan tipografi yang digunakan pada logo menggunakan font custom yang dibuat dari bentuk dasar lingkaran. Bentuk dasar lingkaran digunakan karena dianggap mampu menggambarkan sifat dasar wisata yaitu unlimited atau tidak memiliki batas.



Gambar 3. Perancangan Logo
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

c. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam setiap aplikasi dari Solocation App menggunakan *font Avenir family*. Avenir dipilih karena memiliki kesan elegan dan rapi namun tidak teralalu kaku dan memiliki tingkat keterbacaan yang jelas. *Font* ini sangat sesuai digunakan oleh Solocation yang merupakan aplikasi *Travel Plan* yang pada dasarnya merupakan aplikasi yang bertema Fun.

d. Warna

Pemilihan warna dalam sebuah brand identity merupakan suatu hal yang sangat penting karena menggambarkan wajah dari sebuah produk ataupun perusahaan sekaligus pembeda. Selai itu secara tidak sadar warna dapat menstimulus emosi dan perasaan manusia, perubahan perasaan tersebut sering kita temui dalam kehidupan sehari-hari. Perancangan Identitas Visual ini menggunakan dua macam warna yaitu hijau dan orange. Warna hijau dipilih sebagai warna dasar yang digunakan dari perancangan identitas karena di anggap sebagai warna pembeda dari produk produk Aplikasi Pariwisata lainnya yang didominasi warna biru. Selain itu warna hijau dipilih karena dapat menginterpretasikan nilai nilai kedamaian, keseimbangan, ramah, keberuntungan dan mengadopsi dari warna yang digunakan pada logo Solo " Sprit of Java". Kemudian warna orange dipilih sebagai warna komplementer sekaligus menginterpretasikan nilai nilai keceriaan.

4. Konsep Desain Antar Muka

a. Pemilihan Platform

b. User Flow

1) *User flow* untuk Register dan Login

2) *User flow* untuk Explore/home

3) *User fow* untuk Plan

4) *User flow* untuk Notifikasi

5) *User flow* untuk Profil

c. Wireframing

Wireframe ini merupakan rancangan penempatan elemen-elemen desain antarmuka secara lebih detail seperti *banner*, *body content*, *header*, *footer* dan fitur-fitur lainnya menggunakan sketsa manual atau aplikasi digital lainnya. Dalam perancangan aplikasi ini dimulai dari Perancangan *Wireframe Splash Screen*, Proses Login, *Home Page* sampai Proses Perencanaan Perjalanan mulai dari Memesan Hotel, Transportasi dan Perencanaan Wisata, Profil Pengguna, *Preview Rute*, *Preview Tiket* sampai Proses Pembayaran semua di rancang secara kasar menggunakan sketsa manual.

d. Typography

Salah satu unsur dalam perancangan Desain Antar Muka adalah pemilihan typografi. Jenis font yang digunakan merupakan font telah di tentukan di *Guidline Brand* dan merupakan interpretasi dari brand tersebut. Untuk mendukung konsep simplicity dan menampilkan kesan modern dan *fun*, maka *font* yang akan digunakan adalah font dengan jenis sans-serif.

e. Skema Warna

Penggunaan warna dalam aplikasi ini mengacu pada warna paten yang sudah di tentukan dalam perncangan identitas visual. Warna hijau dan orange atau sering disebut dengan warna komplementer. Warna hijau akan bertugas sebagai warna dominan sedangkan orange akan digunakan sebagai waran sekunder.



Gambar 4 . Skema Warna

(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

f. Perancangan Icon

Dalam perancangan ikon style yang digunakan mengacu pada bagian dari wayang yaitu pola tataan pada wayang gaya Surakarta adapun tataan yang digunakan memiliki 2 opsi yaitu tataan lajuran dengan bentuk gabungan dari garis dan titik, kemudian tataan yang kedua adalah tataan patran yang biasanya digunakan pada Praba yaitu atribut yang digunakan pada wayang. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan adalah ikon dirancang dapat memiliki style yang berbeda namun tetap familiar secara bentuk. Icon terbagi menjadi tiga bagian yaitu *Global icon*, *Small Icon* dan *Material Design Icon*.

g. Perancangan Ilustrasi

Ilustrasi dalam desain antar muka ini bersifat menarik perhatian pengguna dan membuat desain antar muka terkesan hidup. Poin terpenting dalam ilustrasi adalah bagaimana membuat produk ini terkesan hidup dengan adanya ilustrasi, Poin kedua adalah bagaimana pengguna dapat merasakan kenyamanan dan percaya diri untuk menggunakan aplikasi. Namun dilain sisi halaman tersebut sebenarnya mampu mendorong pengguna untuk melihat keindahan dan mempertahankan pengguna agar tidak keluar dari aplikasi tersebut apabila designer dapat memberikan sebuah interaksi yang baik, seperti Ilustrasi ataupun GIF.

h. Digitalisasi Desain Antar Muka

i. *Prototyping*

5. Konsep Kampanye

Kampanye sendiri merupakan sebuah penyampaian informasi yang telah direncanakan atau terkonsep yang dapat mempengaruhi sikap ataupun pendapat seseorang. Adapun informasi yang akan disampaikan dalam kampanye ini adalah iklan dari produk Solocation yang nantinya akan menjangkau beberapa lini yang sesuai dengan konsep yang ada dan *consumer journey* yang didapat dalam perancangan konsep ini. Dari segi visualpun kan memiliki perbedaan dengan konsep-konsep visual aplikasi wisata, transportasi dan perencanaan wisata yang lainnya karena lebih mengarah pada visual yang sederhana serta mudah diterima secara cepat oleh wisatawan karena kebiasaan wisatawan yang inginya selalu cepat. Pesan yang disampaikan juga akan lebih mengarah pada keunggulan produk Solocation daripada aplikasi serupa lainnya.

6. Visualisasi

A. Logo Aplikasi Solocation

Logo merupakan sebuah identitas atau gambar khusus yang mewakili karakter dan nilai-nilai yang dimiliki oleh Aplikasi Solocation. Proses pembuatan logo ini melewati

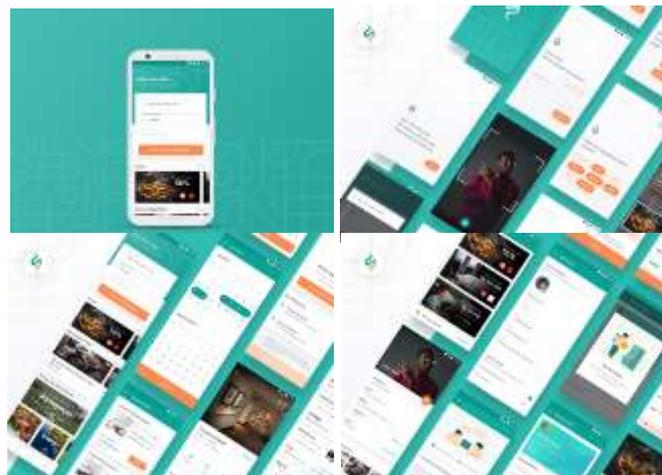
beberapa proses yaitu *mind mapping* untuk menemukan beberapa hal hal yang identik dengan wisata, transportasi, rencana perjalanan dan Solo . Berikut ini merupakan Logo Solocation yang sudah terpilih.



Gambar 5. Logo Solocation
(Sumber: Fikrun Nashih.2018)

B. Desain Antar Muka Solocation

Tahap digitalisasi atau tahap *high-fidelity design* dimana design didesain secara detail setelah melewati beberapa proses lain seperti perancangan Flow dan Sketsa Wireframe. Pada tahap digitalisasi mulai di implementasikan Font, Warna dan Supergrafis yang sudah dirancang serta penambahan Ikon dan Ilustrasi yang telah dirancang sebelumnya. Dalam pengerjaannya menggunakan aplikasi Sketch App dengan Lebar Artboard Sesuai standart Android yaitu 360 px dikali panjang yang menyesuaikan isi konten tiap halamannya dengan total *Artboard* / screen sejumlah 129 screen.

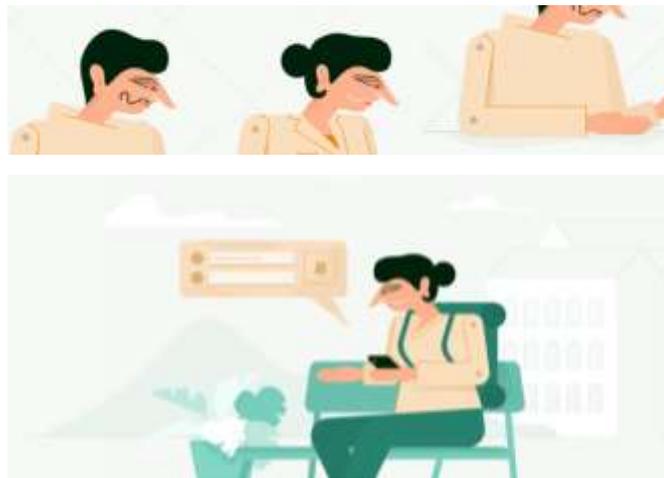


Gambar 6. Mock Up Desain Antar Muka
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

C. Ilustrasi Solocation

Ilustrasi Solocation dibuat untuk keperluan *empty state*. *Empty state* Sendiri merupakan sebuah kondisi ketika pengguna aplikasi tidak melihat apapun dalam sebuah layar. Kondisi ini bisa ditemui ketika jaringan internet sedang tidak stabil, sedang proses loading ataupun penggunaan baru saja mendaftarkan akunnya sehingga belum terjadi aktifitas tertentu. Pengerjaan ilustrasi ini yaitu melewati tahap sketsa ununtuk menentukan style yang dicari dari ketiga style akan dipilih satu yang dianggap lebih mewakili bentuk wayang kulit.

Berikut ini adalah beberapa detail dalam ilustrasi yang telah dirancang mengarah pada bentuk wayang meliputi wajah, tangan dan siku-sikunya.



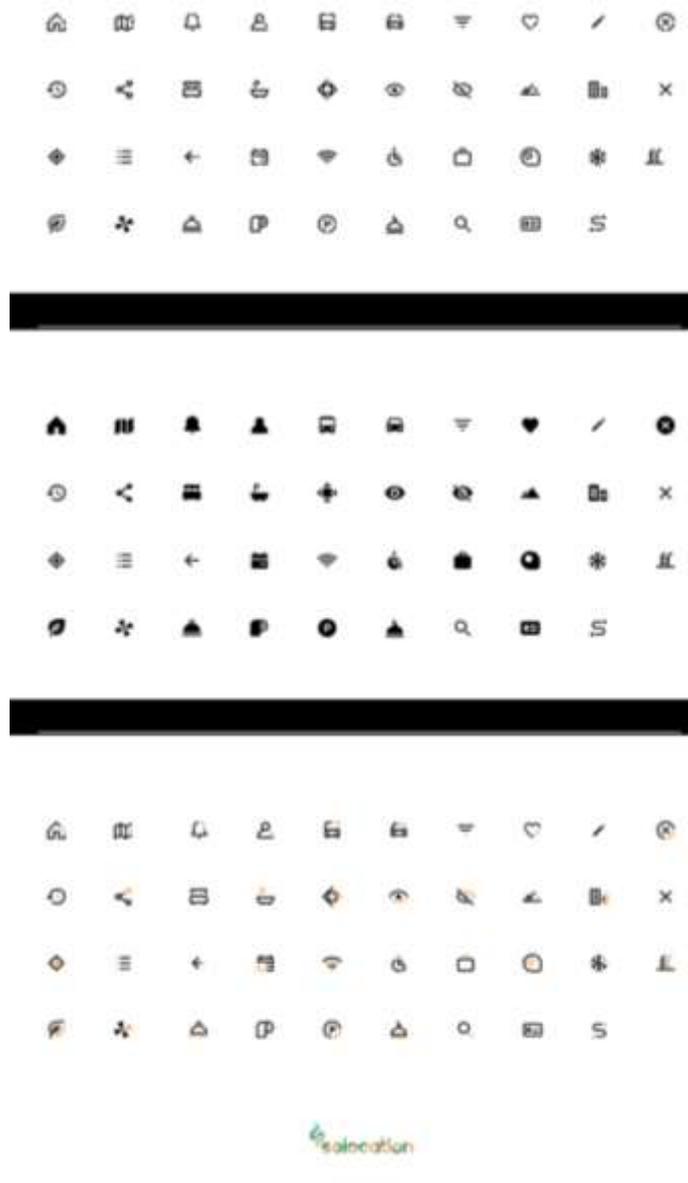
Gambar 7. Desain Ilustrasi
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)



Gambar 8. Desain Ilustrasi
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

D. Desain Ikon Solocation

Ikon yang dirancang untuk kebutuhan aplikasi Solocation merujuk pada bentuk dasar pola tatahan yang terdapat pada wayang gaya Surakarta yaitu tatahan lajuran yang merupakan tatahan gabungan dari garis dan titik. Dalam penerapannya pola garis digunakan dan sedikit dimodifikasi pada pola titik yang sedikit diperpanjang agar Nampak jelas mengingat ukurannya yang tak terlalu besar. Adapun ukuran yang digunakan yaitu memiliki dua tipe yang pertama ikon dengan ukuran 24px dikali 24 px yang fungsinya agar dapat diklik oleh jari jari user dan ikon dengan ukuran 18px dikali 18px yang fungsinya sebagai pendukung suatu teks. Untuk ikon sendiri terbagi menjadi tiga bentuk yaitu



Gambar 9. Global Icon

(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

E. Iklan Solocation dan Penerapannya



Gambar 10. Iklan Solocation
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)



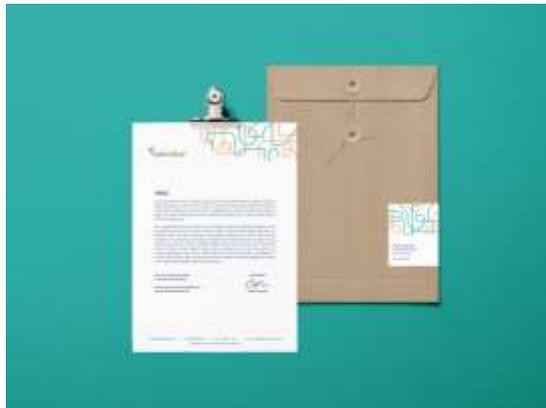
Gambar 11. Iklan Solocation

(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

F. Aplikasi Logo

1 Stationery Set

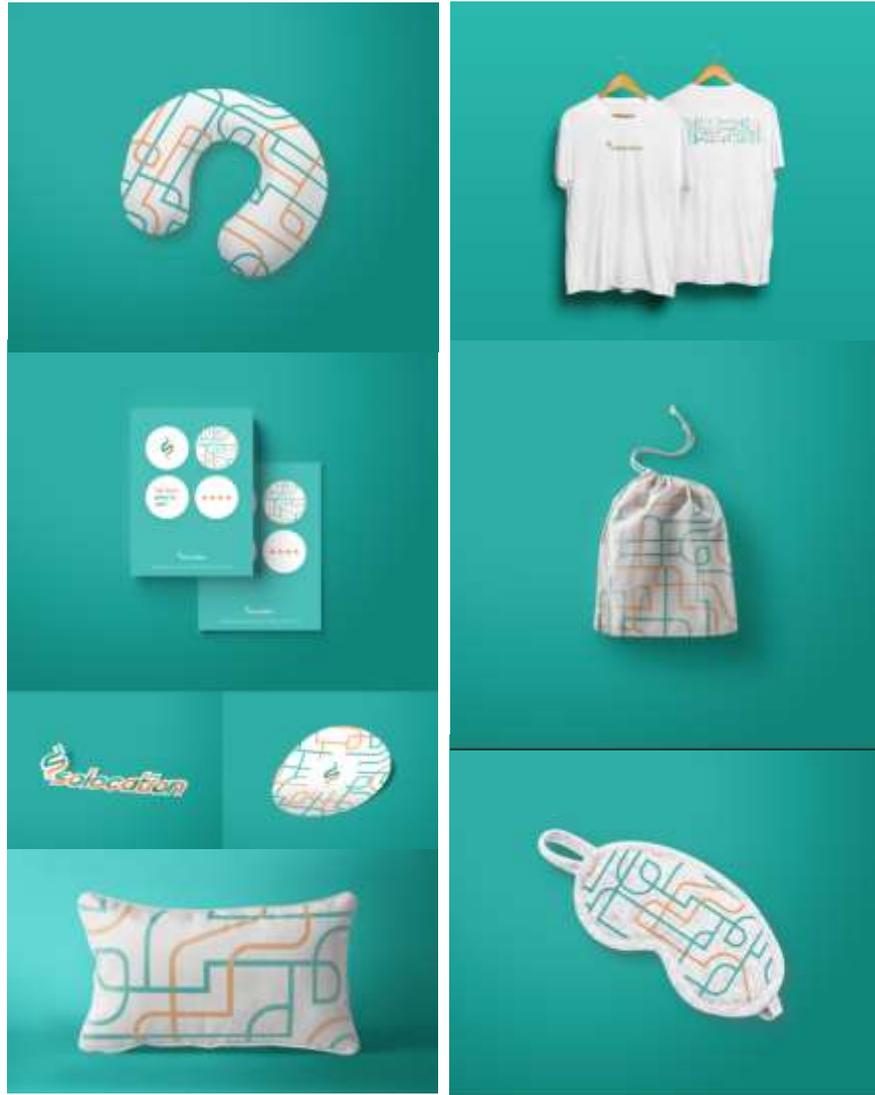
Tahapan setelah logo terpilih adalah pengaplikasian media yang meliputi beberapa media seperti *Stationery Set* dan *Merchandise*. *Stationery set* akan menggunakan komponen-komponen yang telah ditentukan seperti logo utama dan elemen supergrafisnya yang akan diaplikasikan pada Kop Surat dan Amplop, Kartu Nama, Stempel, Bolpoint, *Notebook*, Stiker *Landmark* dan Seragam Kemeja. Dalam pengerjaan *Stationery Set* dan *Merchandise* akan menggunakan aplikasi *Sketch App*, *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photosop*. Dalam perwujudannya tugas akhir ini adalah menggunakan teknik digital printing pada kertas dan kain dengan skala menengah.



Gambar 12. Stationery set
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)



Gambar 13. Stationery set
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)



Gambar 14. Mercandise
(Sumber : Fikrun Nashih.2018)

KESIMPULAN

Tugas akhir karya ini merupakan perancangan Desain Antar Muka aplikasi wisata dan Transportasi sebagai media Promosi wisata di Surakarta. Sebuah wilayah yang mencakup Solo, Karanganyar, Sragen, Klaten, Sukoharjo, Wonogiri dan Klaten yang memiliki beragam potensi alam maupun buatan yang dapat digunakan sebagai destinasi wisata. Beragam info yang belum tentu dapat ditampung dalam sebuah buku panduan akan dapat dimunculkan dalam sebuah aplikasi untuk menampilkan beragam info tentang wisata, penginapan, transportasi bahkan perencanaan wisata yang dapat disesuaikan dengan kantong wisatawan. Dengan nama Solocation aplikasi ini dirancang bertujuan agar nama tersebut mudah diingat dibenak konsumen. Desain identitas visual dirancang menggunakan beberapa komponen visual yang identik dan kental akan budaya Solo seperti batik parang,

wayang dan ikon rute dengan penyampaian gaya visual yang modern. Kemudian dalam perancangan desain Desain antar muka juga menggunakan beberapa prinsip gestalt seperti proximity dan similiraty dengan gaya visual yang sesuai dengan guideline dari identitas visual yang telah dirancang. Perancangan desain ikon menggunakan motif tatahan yang digunakan wayang kulit gaya Surakarta. Perancangan ilustrasi juga menggunakan bentuk tubuh yang diadaptasi dari tubuh wayang kulit meliputi wajah, tangan pergelangan serta bentuk tubuhnya yang akan yang tampak 2 dimensi.

Metode yang digunakan dalam perancangan Desain Antar Muka, Desain Identitas Visual, Desain Ikon, Desain Iklan dan Ilustrasi akan menggunakan metode Design Thinking. Dimana teori tersebut menyebutkan bahwa desain akan melewati beberapa tahap dari define, research, ideate, prototype, selection, implement dan learning. Tahap define memaparkan identifikasi latar belakang masalah yang ada yang kemudian diikuti dengan tahap research yaitu pengumpulan data dan analisis data yang diperoleh melalui proses observasi, wawancara, partisipasi, focus group discussion, mind mapping dan analisa dokumentasi. Setelah kedua tahap terpenuhi maka akan masuk pada tahap ideate yang merupakan tahap perancangan konsep dan sketsa mulai dari perencanaannya yaitu digunakan dimedia apa, dengan ukuran berapa, menggunakan warna apa, menggunakan tipografi apa dan memiliki characteristic yang seperti apa. Lalu masuk pada tahap protoyping yaitu tahap percobaan dari beberapa desain yang telah dirancang secara digital dan penentuan pilihan di antara beberapa opsi, dengan beberapa pertimbangan relevan atau tidaknya desain tersebut ketika di implementasikan dan memastikan solusi yang pas dari desain yang telah dirancang dengan masalah yang ada. Tahap selanjutnya yaitu selection dimana desain yang terpilih pada tahap sebelumnya akan dilanjutkan untuk digunakan pada media yang telah ditentukan. Pada tahap implementasi merupakan tahap dimana desain benar-benar di implementasikan sesuai dengan media yang telah ditentukan tentunya melalui beberapa tahapan dan proffing desain agar hasilnya sesuai dengan media dan desain yang telah direncanakan. Kemudian desain akan melewati tahap learning yaitu tahap dimana desain terkadang perlu dibenahi dan terkadang desain sudah cukup relevan atau sering disebut sebagai iterasi desain.

Manfaat dari adanya Aplikasi Solocation akan membantu jalannya kegiatan berwisata dengan mudah, nyaman dan menyenangkan sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung Surakarta. Sedangkan manfaat perancangan bagi dunia desain komunikasi visual adalah menambah wawasan tentang perancangan Produk Desain Antar Muka yang mencakup

identitas visual, ikon, ilustrasi dan periklanannya dengan menonjolkan gaya modern yang diambil dari nilai nilai budaya yang telah ada.

DAFTAR PUSTAKA

Krug, Steve.2013.Don't make me think, Jakarta: PT. Serambi

Suryanto Rustan.2013.Mendesain Logo. Jakarta: Gramedia Pustaka

Danton Sihombing.2015.Tipografi.Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Studio 75. 2005. Designing For Small Screen. Singapore: AVA Book Production PTE. Ltd.

Neimuth, Brenth.2016. "5 Basic Human Truth (Little Secret That Work).
<https://www.jschmid.com/blog/5-basic-human-truths-little-secrets-that-work/>,
diakses 18 Januari 2018

Yalanska, Marina. 2016. *Visual Perception. Icons vs Copy in UI*. <https://uxplanet.org/visual-perception-icons-vs-copy-in-ui-cd8e1a2f8af0>., diakses29 Januari 2028