

PERANCANGAN APLIKASI BERBASIS ANDROID DENGAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY DI LAPANGAN MUSEUM SEJARAH JAKARTA (KOTA TUA)

Syifa Puspita¹, Ratih Pertiwi²

¹Universitas Esa Unggul, Jakarta

²Universitas Esa Unggul, Jakarta

Jalan Arjuna Utara No.9, Kebon Jeruk, Jakarta 11510

ratih.pertiwi@esaunggul.ac.id

Abstrak

Kota Tua Jakarta dikenal sebagai tempat wisata yang murah dan mudah di akses dengan berbagai moda transportasi. Objek yang menjadi ciri khas dari Kota Tua Jakarta adalah meriam jagurnya yang berlokasi di area Lapangan Museum Kota Tua. Hal ini yang mendasari penulis dalam pembuatan karya aplikasi yang bertemakan Batavia. Dalam penciptaan karya atau dikenal dengan tahap produksi, dilakukan setelah pemetaan pikiran atau pra produksi diiringi dengan revisi yang penulis dapatkan dari dosen pembimbing tugas akhir. Aplikasi ini merupakan sebuah aplikasi berbasis android dengan teknologi augmented reality, menggunakan objek meriam jagur sebagai objek utama pengambilan gambar. Aplikasi ini disertai dengan photo filter dan artikel – artikel yang didapatkan dari website resmi DKI Jakarta dan juga dari blog referensi. Gaya desain sudah ditentukan oleh penulis dengan bimbingan dan arahan dari dosen pembimbing. Dan tahap akhir pasca produksi yakni karya yang sudah disetujui oleh dosen pembimbing. Penulisan karya tulis ini bertujuan untuk mendukung dan memenuhi program mata kuliah Skripsi / Tugas Akhir.

Kata kunci : aplikasi android, *photo filter*, meriam, Batavia, Kota Tua Jakarta

Abstract

The Old City of Jakarta is known as a tourist attraction that is cheap and easy to access with various modes of transportation. The object that is the hallmark of Jakarta's Old Town is its cannon, which is located in the Old City Museum Field. This is what underlies the author in making application works with the theme of Batavia. In the creation of works or known as the production stage, it is done after mind mapping or pre-production accompanied by revisions that the author gets from the final assignment supervisor. This application is an android-based application with augmented reality technology, using the cannon weapon as the main object for shooting. This application is accompanied by a photo filter and articles obtained from the official website of DKI Jakarta and also from reference blogs. The design style has been determined by the author with guidance and direction from the supervisor. And the final post-production stage is the work that has been approved by the supervisor. The writing of this paper aims to support and fulfill the Thesis / Final Project course.

Keywords : android application, *photo filter*, cannon, Batavia, Kota Tua Jakarta

Pendahuluan

Indonesia, kepulauan terbesar di dunia terletak di Maritim Asia Tenggara, antara Samudra Hindia (ke selatan) dan Laut Cina Selatan (Samudra Pasifik, di utara). Berbatasan dengan Malaysia (di Kalimantan), Papua Nugini (di pulau Papua), Timor-Leste (Timor Leste) di pulau Timor. Indonesia berbagi perbatasan laut dengan Australia, India, Palau, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam.

Seiring dengan perkembangan yang diupayakan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, penulis telah mengamati suasana dan kegiatan pengunjung Lapangan Kota Tua yang mana tepat di depan Museum Sejarah Jakarta atau Fatahillah ini diantara dari mereka banyak yang menghabiskan waktu bersama keluarga, pasangan dan juga kelompok belajar. Hal yang paling sering mereka

lakukan adalah sekedar duduk menikmati suasana sekeliling, bermain dengan fasilitas atau jasa yang diperjualkan hingga kegiatan yang paling umum adalah berswafoto. Kegiatan berswafoto ini biasa mereka lakukan di depan – depan miniatur meriam. Namun, tingkat kesadaran pengunjung masih minim bahwa mereka dapat berswafoto dengan dekat, padahal meriam yang dipajang bebas di Lapangan Kota Tua terbuat dari bahan yang mudah korosi jikaterkena zat asam (keringat manusia).

Alasan ini membuat penulis ingin membuat sebuah aplikasi swafoto yang mana pengunjung dapat tetap berswafoto dengan meriam tanpa harus menyentuh meriam tersebut. Perancangan karya aplikasi ini juga untuk dapat memenuhi tugas akhir penulis dalam menyelesaikan masa perkuliahan di Strata 1.

Tugas akhir atau skripsi adalah salah satu dari kegiatan yang mana merupakan syarat untuk memenuhi kelulusan pada program Strata 1. Kegiatan tugas akhir atau skripsi ini sudah terprogram dalam kurikulum perkuliahan, kegiatan ini tidak diajarkan langsung oleh tim pengajar internal atau dosen melainkan mahasiswa harus membuat sebuah karya baik karya nyata maupun karya tulis sendiri. Kegiatan ini adalah kegiatan wajib yang mana semua mahasiswa harus ikut serta untuk dapat memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Strata 1.

Kegiatan tugas akhir atau skripsi ini didukung dengan pengambilan mata kuliah Skripsi / Tugas Akhir pada semester 8 (delapan) atau pada semester akhir mahasiswa, dengan jumlah sks sebanyak 6 (enam) sks.

Skripsi / Tugas Akhir adalah bukti kemampuan akademik dalam melakukan penelitian terhadap suatu kasus dan kemudian diteliti dengan menggunakan teori - teori yang relevan serta akan dianalisis untuk mendapat hasil dari penelitian tersebut yang mana hasil tersebut akan menjadi bahan dasar dari penentuan alur sebuah karya tugas akhir. Sehingga penting sekali bagi mahasiswa untuk segera menyelesaikan skripsinya atau tugas akhir sebagai bagian dari persyaratan pendidikan akademis diperguruan tinggi.

Skripsi atau tugas akhir adalah sebagai tahap akhir dari perjalanan panjang seorang mahasiswa yang juga merupakan titik puncak dari seluruh kegiatan akademik perkuliahan, setiap mahasiswa mengerahkan seluruh tenaga dan pikiran yang dimiliki sejak awal dari pembuatan skripsi atau tugas akhir. Hal tersebut dilakukan guna mendapatkan hasil yang baik dan dapat menyelesaikannya dalam waktu yang relatif singkat satu semester paling lambat dua semester.

Kegiatan tugas akhir atau skripsi ini bertujuan untuk melatih mahasiswa sebelum benar-benar terjun ke industri. Pada kegiatan ini mahasiswa dituntut untuk dapat membuat karya dan melaporkan hasil kerjanya dalam bentuk proposal dan dipertanggung jawabkan pada sidang tugas akhir atau skripsi.

Penulisan dan perancangan skripsi atau tugas akhir ini memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa dalam menyelesaikan masalah dengan cara melakukan penelitian sendiri, menganalisis serta menarik kesimpulan, menulisnya menjadi bentuk karya ilmiah, dan menjadikannya sebuah karya yang dapat digunakan pada klien dan masyarakat. Keharusan menulis dan merancang skripsi atau tugas akhir dimaksudkan agar mahasiswa mampu menerap-

kan ilmu dan kemampuan sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki ke dalam kenyataan yang dihadapi dan yang tidak kalah penting.

Penulis mengikuti kegiatan tugas akhir atau skripsi ini dengan alur yang sudah ditentukan oleh dosen pembimbing. Berawal dari penentuan output, yang kemudian dijabarkan konsepnya serta dipilih hingga tahapan - tahapan menuju konsep output tersebut. Konsep yang dipilih merupakan konsep atau rancangan yang telah diuji judul pada sidang seminar proposal sebelumnya.

Tugas penulis pada kegiatan ini adalah sebagai perancang karya yang dapat dipertanggung jawabkan pada sidang tugas akhir atau skripsi. Rancangan ini berupa sebuah karya digital yang mana dikategorikan sebagai media interaktif desain.

Penulis dipandu oleh dosen pembimbing dalam pengembangan karya ini untuk dapat mengembangkan apa yang ingin penulis kembangkan sesuai dengan rancangan kerja yang telah penulis buat sebelumnya.

Karya ini merupakan sebuah karya perancangan aplikasi hiburan. Aplikasi yang dikembangkan disini adalah sebuah aplikasi hiburan dengan target pengguna adalah pengunjung Lapangan Museum Sejarah Jakarta atau Kota Tua.

Hal-hal ini yang mendasari dari penulis-an dan pembuatan karya skripsi atau tugas akhir ini. Penulis bertanggung jawabkan karya ini melalui sebuah laporan yang telah disusun sesuai dengan kriteria dan sistematika penulisan laporan media interaktif.

Teori Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain yang bertujuan memberitahu, mengemukakan pendapat dan mengubah perilaku atau mengubah sikap yang dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Empat komponen inti dari komunikasi adalah Sumber, Penerima, Pesan dan Saluran.

Gaya Desain

Wagiono Sunarto dalam bukunya yang berjudul Gaya Desain Tinjauan Sejarah mengatakan bahwa istilah "desain" dikenal di Indonesia jauh sesudah kemunculannya di negara-negara Barat. Di samping itu, pengertian dan konsep - konsep desain yang berkembang di Barat juga diterima masyarakat Indonesia lebih lambat beberapa tahun. Desain bergaya, Art Deco misalnya, yang sejak tahun 1920-an mulai populer di Eropa, baru mulai menjadi terlihat secara signifikan di kota - kota di Indonesia

pada tahun 1940-an. Namun, dalam perkembangannya, kesenjangan waktu ini semakin menjadi pendek berkat semakin cepatnya penyebaran informasi melalui media.

Prototipe

Aryani (2017) Pengertian Prototipe adalah suatu versi dari sebuah sistem potensial yang memberikan ide bagi para pengembang dan calon pengguna, bagaimana sistem akan berfungsi dalam bentuk yang telah selesai. Sedangkan pengertian sistem adalah kumpulan dari sub-sub sistem abstrak maupun fisik yang saling terintegrasi dan berkolaborasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Aplikasi

Griffin (2006) menjelaskan bahwa aplikasi merupakan paket software yang ditulis oleh orang lain. Definisi lain dari aplikasi dikemukakan oleh Kadir (2005) yaitu perangkat lunak aplikasi (application software) adalah program yang biasa dipakai oleh pemakai untuk melakukan tugas-tugas yang spesifik, misalnya untuk membuat dokumen, memanipulasi foto, atau membuat laporan keuangan. Berdasarkan definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa aplikasi merupakan software yang dibuat oleh seseorang atau programmer, yang memiliki fungsi dan tugas-tugas tertentu.

Desain User Interface

Agus Mulyanto (dalam Suryati, 2010) menjelaskan bahwa desain antar muka (User Interface) adalah desain masukan (input) yang akan digunakan untuk memasukkan data ke dalam sistem.

Prinsip Desain Aplikasi

Dalam perancangan sebuah Mobile Aplikasi terdapat beberapa aturan dasar yang sangat bermanfaat, antara lain :

1. Benda asli lebih menarik dari pada tombol Hal ini berkaitan dengan dengan ikon yang menarik daripada menggunakan list menu atau tombol yang lain.
2. Gambar lebih mudah dan cepat difahami Daripada menggunakan tulisan yang membutuhkan waktu, pemahaman dengan gambar akan lebih efisien.
3. Munculkan apa yang dibutuhkan Orang orang tidak menyukai informasi yang terlalu banyak, mereka lebih menyukai informasi yang singkat dan jelas.
4. Buat yang penting berjalan cepat

Prinsip - Prinsip Tata letak

Banyak hal yang harus diperhatikan dalam membuat tata letak, mulai dari komposisi, konten, fotografi dan sebagainya. Hal ini dijelaskan oleh Anggraini (2013:75) dalam Nugroho (2015), prinsip-prinsip tersebut adalah :

1. Sequence
Urutan perhatian dalam tata letak atau aliran pandangan mata ketika melihat tata letak. Tata letak yang baik dapat mengarahkan kita ke dalam informasi yang disajikan pada tata letak. Maka di sini urutan petata letakan sebaiknya dapat diatur sesuai prioritas.
2. Emphasis
Penekanan di bagian-bagian tertentu pada tata letak. Penekanan ini berfungsi agar pembaca dapat lebih terarah atau fokus pada bagian yang terpenting.
3. Keseimbangan
Teknik mengatur keseimbangan terhadap elemen tata letak. Prinsip keseimbangan terbagi menjadi dua jenis, keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris. Pada keseimbangan simetris, sisi yang berlawanan harus sama persis agar tercipta sebuah keseimbangan.
4. Unity
Yaitu menciptakan kesatuan pada desain keseluruhan. Seluruh elemen yang digunakan harus saling berkaitan dan disusun secara tepat.

Metode Pengumpulan

Data Lokasi Penelitian

Dalam penulisan proposal ini, penulis melakukan penelitian ke Lapangan Museum Sejarah Jakarta atau yang dikenal dengan Kota Tua. Lokasi tersebut adalah merupakan objek wisata yang tidak pernah sepi pengunjung.

Pendekatan Penelitian

Mengusung metode deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2009 : 15), pengertian penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan tri - angulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan cara wawancara

baik itu terstruktur maupun tidak terstruktur dan dengan cara observasi non - partisipan sebagai data pendukung.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Seiring perkembangan teknologi, metode wawancara dapat pula dilakukan melalui media - media tertentu, misalnya telepon, email, atau skype.

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpul-an data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi.

Melalui wawancara dengan petugas terkait akan menghasilkan data yang bersifat kualitatif deskriptif. Dan observasi non-partisipan akan menghasilkan data berupa dokumentasi (foto hasil pengamatan).

Studi Dokumentasi

Dokumentasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan. Dengan kata lain, dokumen-tasi adalah pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain).

Hasil dan Pembahasan

Berikut dari hasil dari metode dan pendekatan serta sifat yang sudah dijabarkan sebelumnya.

Wawancara

Dari hasil wawancara kepada satuan petugas yang menjaga, dapat diketahui bahwa peningkatan pengunjung terjadi pada hari sabtu sore dan minggu siang. Untuk di beberapa titik sudah ada petugas keamanan yang menjaga barang peninggalan di area Lapangan Museum Sejarah Jakarta. Untuk titik - titik pos penjagaan ada di beberapa tempat, namun hanya satu pos pusat informasi yang disebut KOTIC yakni Kota Tua Tourist Information Center yang dikelola oleh UPT Kota Tua Jakarta. Lokasi pusat informasi ini berada pada sisi kanan Museum Sejarah Jakarta atau Museum Fatahillah, atau pada pintu masuk pertama dari kedatangan Stasiun Jakarta Kota.

Jam kerja petugas KOTIC dari UPT Kota Tua Jakarta ini mulai pukul 08:00 WIB sampai pukul 16:00 WIB, setelah itu petugas KOTIC tidak lagi dijaga, melainkan digantikan oleh SATGAS yang sekaligus bertugas untuk mengamankan area sekitar. Setelah pukul 16:00 WIB, turis yang ingin

mendapatkan informasi masih bisa dibantu oleh SATGAS yang menjaga, namun informasi yang didapatkan akan terbatas.

Pada beberapa titik juga, peneliti meneliti ada banyak speaker yang disiagakan, fungsinya antara lain menghimbau pengunjung untuk membuang sampah pada tempat sampah yang sudah disediakan, menginformasikan kegiatan acara yang akan dimulai, mengumumkan berita kehilangan dan memperingatkan untuk berswafoto sewajarnya pada benda peninggalan sejarah.

Konsep Media

Penyusunan konsep perancangan media interaktif berupa aplikasi foto berbasis android ini terbagi dalam tiga tahap pemikiran yaitu tujuan media, strategi dan pemilihan media.

Tujuan Media

Tujuan dari perancangan media interaktif ini adalah untuk mengajak masyarakat mengenal Kota Tua dengan perkembangan teknologi, tanpa harus bersentuhan langsung dengan benda sejarah berupa meriam yang ditampilkan di Lapangan Kota Tua Jakarta.

Strategi Media

Strategi yang disusun dalam perancangan media interaktif berupa aplikasi foto ini terbagi dalam beberapa tahap yaitu :

1. Melakukan riset umum terkait media interaktif aplikasi atau pemograman.
Langkah pertama yang dilakukan untuk memulai perancangan dengan mencari sejumlah data – data umum terkait tentang penyusunan event.
2. Melakukan riset dan pengambilan data – data berupa hasil wawancara kepada perwakilan Unit Pengelola Kota Tua Jakarta dan pengamatan penulis.
Pengambilan data dari Kota Tua Jakarta merupakan landasan awal dari penyusunan karya ini yang nantinya akan dikembangkan ketingkat lanjut sehingga dapat membantu kelengkapan penyusunan karya aplikasi android ini.
3. Analisa SWOT dan Positioning Analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari aspek atau objek yang diteliti. Analisa positioning yang disesuaikan dengan data–data dari Unit Pengelola Kota Tua Jakarta untuk mengetahui keunikan dan daya tarik untuk para pengunjung Kota Tua Jakarta.

- a. Strength
 - Aplikasi ini dapat dijadikan sebagai media promosi Lapangan Kota Tua Jakarta sebagai tempat perkumpulan atau pagelaran acara.
 - Peluncuran aplikasi ini dapat menjadi daya tarik baru bagi pengunjung Kota Tua Jakarta.
 - b. Weaknesses
 - Kelemahan dari karya aplikasi ini adalah aplikasi ini baru hanya tersedia untuk *smartphone* jenis tertentu saja.
 - Kurangnya fitur berbagi langsung ke *social media*.
 - c. Opportunities
 - Fenomena masyarakat kini yang bergantung dengan ponsel pintar tentunya merupakan peluang bagus bagi karya aplikasi foto ini.
 - Dijadikan media promosi dalam pengenalan dan berbagi info seputar Lapangan Kota Tua Jakarta.
 - d. Threat
 - Akan ada aplikasi dengan tujuan yang sama namun dikemas dengan yang lebih menarik lagi.
 - Dalam peluncurannya, karya aplikasi ini akan sulit mendapatkan perhatian audience secara intens.
4. Penyusunan Konsep Media Penyusunan konsep media dimulai dari mencari kata kunci atau keyword yang sesuai berdasarkan riset dan analisa dari data-data pendukung yang ada. Kemudian menganalisa warna sesuai dengan karakter *keyword*, tipografi yang sesuai konsep tersebut harus memiliki acuan dasar yang kuat sehingga sesuai dengan keyword dan memiliki kesatuan desain yang disebut *unity*.
 5. Produksi dan Pasca Produksi Produksi dilakukan sesuai dengan target dan tujuan media, dengan mengaplikasikan semua konsep perancangan desain kedalam media – media promosi untuk dicetak diproduksi berlanjut sampai ke tahap pasca produksi.

Pemilihan Media

Dalam konsep perancangan karya, terdapat pemilihan media yang diuraikan melalui beberapa aspek yaitu :

Target Media

1. Segi Geografis
Kota – kota besar yang memiliki akses langsung ke Jakarta Kota Tua seperti Jakarta,

- Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek)
2. Segi Demografis
Gender : Laki – laki, Perempuan
Usia : 15 – 35 tahun
Status Sosial : Semua kalangan
 3. Segi Psikografis
Masyarakat yang mengalami fenomena kekinian dengan memanfaatkan teknologi dan sosial media untuk berbagi dan bertukar informasi, serta yang berkeinginan untuk berekreasi di dalam kota atau pusat kota.

Panduan Media

Panduan dalam pemilihan media adalah berdasarkan gambaran karakter target, media – media yang akan dibuat kreatif untuk meningkatkan promosi aplikasi “Batavia” ini, sehingga pengunjung dapat menggunakan dengan sebaiknya dan masyarakat dapat terundang untuk datang ke Kota Tua Jakarta dan menggunakan aplikasi ini.

Program Media

Konsep Media dalam pembuatan karya ini mencakup program media yang telah ditentukan, program media itu terdiri dari :

1. *Stationary*
Digunakan oleh penulis sebagai pengembang aplikasi ini, diantaranya: kop surat, kartu nama, amplop
2. Media cetak
 - Poster
 - Flyer
 - X-banner
 - Stiker
3. *Merchandise*
 - Kalender
 - Totebag
 - Botol minum
 - Pulpen
 - Pin
 - Kipas tangan
4. Seragam
 - Kaos
5. Spesial media
 - Teaser

Konsep Kreatif

Dalam membuat konsep kreatif harus memiliki dasar pemikiran yang akan diolah untuk dijadikan bentuk visual. Sebagaimana akan dirubah menjadi beberapa bentuk media promosi. Konsep kreatif dibuat dan akan membawa seluruh kesatuan desain yang unik dan khas, maka diperlukan sebuah kata kunci atau yang disebut dengan *keyword*.

Keyword

Keyword yang digunakan adalah aplikasi android, photo filter, meriam, Batavia, dan Kota Tua Jakarta. *Keyword* tersebut diambil dari latar tempat, object yang diangkat, dan karya yang diciptakan.

Strategi Kreatif

Dalam strategi kreatif diperlukan sebuah acuan dalam penetapan beberapa elemen desain, yaitu : warna, tipografi, gambar, logo, identitas visual, gaya desain, dan layout dari perancangan aplikasi “Batavia” yang akan diaplikasikan keberbagai media publikasi promosi. Untuk penjelasan elemen – elemen yang akan dipakai adalah sebagai berikut:

Warna

Warna – warna yang digunakan sebagai konsep perancangan media interaktif “Batavia” diantaranya adalah :

a. Coklat




Warna coklat adalah salah satu warna yang mengandung unsur bumi. Dominasi warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman dan aman. Warna coklat akan memberi kesan kuat dan dapat diandalkan yang melambangkan sebuah pondasi dan kekuatan hidup.

b. Kuning

Warna ini merupakan turunan dari warna kuning, dikenal dengan nama amber atau ambar. Warna ini mulai disukai karena kecantikannya sejak zaman batu, batu ambar adalah salah satu permata alam paling mencolok di dunia. Warnanya yang oranye emas mengkaruniaai fosil langka ini dengan kehangatan dan kemewahan yang telah menginspirasi desainer dan seniman selama berabad – abad. Nuansa amber memiliki rentang dari kuning sirup yang pekat sampai vanilla putih namun selalu bersinar dengan nuansa keemasan yang khas.

c. Orange

Warna oranye memberi kesan hangat dan bersemangat serta merupakan simbol dari petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi. Warna oranye adalah peleburan dari warna merah dan kuning, sama – sama memberi efek yang kuat dan hangat.

C : 33%	C : 5%	C : 0%
M : 75%	M : 31%	M : 70%
Y : 75%	Y : 56%	Y : 70%
K : 28%	K : 0%	K : 0%
#884639	#EFB67C	#F26F52
		
Coklat	Kuning	Oranye

Gambar 1. Warna

Tipografi

Tipografi menurut Gamal Thabrani dalam artikelnya yang berjudul Tipografi: Pengertian, Parameter, Prinsip dan Penjelasan Lengkap, di website serupa.id, adalah seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf serta jenisnya dengan pengaturan dan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menghasilkan kesan tertentu, sehingga akan membantu pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin, baik dari segi keterbacaan maupun estetika. Tipografi yang digunakan dalam perancangan media interaktif aplikasi android ini antara lain :

1. Font untuk logotype dan logo tagline menggunakan “Glacial Indifference Bold”. Font ini didesain oleh HankenDesign Co. pada tahun 2015.



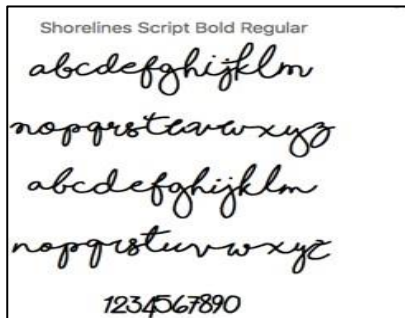
Gambar 2. Font Glacial Indifference Bold

2. Font untuk logo *tagline* menggunakan “Glacial Indifference Regular”. Font ini didesain oleh Hanken Design Co. pada tahun 2015.



Gambar 3. Font Glacial Indifference Bold

3. Font untuk *headline* pada aplikasi menggunakan “Shorelines Script Bold”. Font ini didesain oleh The Branded Quotes.



Gambar 4. Font Shorelines Script Bold

4. Font untuk *subheadline* pada aplikasi menggunakan “Nexa Bold Regular”. Font ini didesain oleh Svetoslav Simov pada tahun 2010.



Gambar 5. Font Nexa Bold

5. Font untuk tagline pada aplikasi menggunakan “Hobo Std Medium”. Font ini didesain oleh Morris Fuller Benton kepada The Adobe Originals.



Gambar 6. Font Hobo Std Medium

6. Font untuk media pendukung atau promosi menggunakan “League Spartan Bold”. Font ini didesain oleh Philip von Borries.



Gambar 7. Font League Spartan Bold

7. Font “Montserrat Thin” yang didesain oleh Julieta Ulanovsky.



Gambar 8. Font Montserrat Thin

8. Font “Nexa Light Regular” ini didesain oleh Svetoslav Simov pada tahun 2010.



Gambar 9. Font Nexa Light Regular

Program Kreatif

Program kreatif dibagi menjadi beberapa proses produksi karya yang akan diaplikasikan ke berbagai media, diantaranya :

Proses Cetak

Proses cetak yang dilakukan dalam penyusunan media karya ini dilakukan dengan penyerahan data desain yang akan dicetak, kemudian memilih bahan yang akan digunakan dengan media yang akan dicetak. Setelah semua proses selesai, dilanjutkan dengan proses pemotongan. Proses cetak disini dibuat di percetakan offset karena membuat dengan skala besar.

Pra Produksi

Pra Produksi merupakan sebuah proses tahap awal dalam membuat produk atau karya, berupa pengumpulan semua data dan elemen yang berkaitan dengan produksi. Dari mulai menetapkan penguasaan ide, perancangan alur kerja perencanaan produk, perencanaan proses produksi.

Produksi

Produksi adalah proses menentukan atau menciptakan karakteristik dan fitur unik dari produk atau karya. Pemilihan proses (*process selection*) adalah pengembangan proses yang diperlukan untuk memproduksi produk tersebut. Dalam karya ini, produksi adalah proses pembuatan karya aplikasi dari perancangan diagram alur hingga menjadi suatu karya jadi.

Pasca Produksi

Setelah tahap produksi selesai, dilakukan tahapan pasca produksi yakni pengunggahan karya ke maket store android “Google Play Store”, promosi, melakukan proses display dan presentasi karya.

Konsep Komunikasi

Konsep komunikasi dalam interaksi media ialah berupa beberapa konsep dasar yang akan dipakai dalam penyampaian informasi baik secara tertulis maupun visual.

Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang ingin dicapai dari interaksi media adalah meningkatkan kesadaran masyarakat akan teknologi gadget yang dapat dimanfaatkan sebagai gaya untuk tidak merusak lingkungan. Karena pada masa sekarang ini masyarakat lebih sering berinteraksi dengan menggunakan teknologi.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang dilakukan dalam penyusunan karya media interaktif aplikasi melalui perancangan desain dan media yang dapat mengajak masyarakat untuk dapat menggunakan karya aplikasi ini.

Media Utama

Media utama dalam perancangan tugas akhir ini adalah aplikasi foto dengan teknologi *augmented reality*. Media utama adalah media yang dijadikan pokok atau inti dari karya ini, diikuti dengan media pendukung.

Aplikasi

Menurut Roger S. Pressman (2002), pengertian software adalah suatu perintah program dalam sebuah komputer yang apabila dieksekusi oleh user-nya akan memberikan fungsi dan unjuk kerja seperti yang diharapkan oleh *user*-nya.



Gambar 10. Tampilan Utama

Sistem warna yang digunakan karya media interaktif aplikasi *smartphone* “Batavia” ini yaitu menggunakan sistem warna RGB. Sistem pewarnaan RGB ini digunakan pada tampilan yang bersifat digital, oleh sebab itu warna yang digunakan pada aplikasi “Batavia” menggunakan sistem RGB. Pemilihan warna pada aplikasi ini dilakukan dengan survey agar menciptakan warna yang sesuai dengan aplikasi ini, maka dari itulah terpilih warna coklat sebagai identitas dasar aplikasi foto filter dan efek Batavia, dan logo menggunakan warna merah bata.

Dalam Pembagian struktur diatas berarti perancangan aplikasi foto filter dan efek Batavia ini dibagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Header

Header adalah bagian atas dari sebuah aplikasi. Header pada aplikasi berisi logo.



Gambar 11. Header

2. Content

Konten atau isi dari dari halaman pada aplikasi ini berupa artikel yang *direct* ke *web browser user*. Selanjutnya ada komponen utama yakni fitur foto yang dilengkapi dengan filter warna dan objek tiga dimensi.



Gambar 12. Meriam dan Bebatuan Tiga Dimensi

Beranda

Beranda berisikan, tombol *direct* yang mengarah ke web blog dan juga tombol yang langsung mengarah ke kamera.



Gambar 13. Beranda

Spesifikasi ukuran screen beranda :

- Ukuran : 750 x 1334 pixel
- Content*: *screen* beranda yang berisikan tombol-tombol utama yang langsung mengarah keperintahnya masing-masing.
- Finishing* : *Upload data*

Web Direct

Pengguna diarahkan langsung ke web blog melalui *browser* bawaan *smartphone* masing – masing.



Gambar 14. Web Direct

Spesifikasi screen web direct :

- Ukuran : 750 x 1334 pixel
- Content : *screen web blog* yang mana saat *page button* diklik akan langsung diarahkan ke *browser* bawaan masing–masing *smartphone user* ke *link* yang sudah ditentukan.
- Finishing : *Upload data*

Foto

Berisikan menu foto filter dan efek yang dapat user gunakan, dengan mengakses izin kamera dan gambar/galeri *smartphone user*. Dan ketentuan *smartphone user* telah mendukung teknologi *Augmented Reality* agar dapat mencoba efek tiga dimensi.



Gambar 15. Foto

Spesifikasi ukuran halaman berita dan festival :

- Ukuran : 750 x 1334 pixel
- Content : screen foto untuk dapat mencoba filter warna dan efek tiga dimensi
- Finishing : Upload data dan Get data

Berikut isi dari screen foto yang pengguna bisa coba :

- Foto filter tiga dimensi yang dapat pengguna coba.

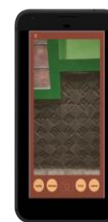


Gambar 16. Tangkapan Layar Brick



Gambar 17. Tangkapan Layar Canon

- Fitur filter warna yang dapat dipilih untuk membuat warna ambience lebih baik lagi



Gambar 18. Tangkapan Layar Filter Vintage



Gambar 19. Tangkapan Layar Filter Sepia

Media Pendukung Promosi

Proses desain media pendukung promosi dari promosi aplikasi Batavia dieksekusi dengan menerapkan konsep dan unsur visual yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Berikut merupakan desain layout yang sudah diaplikasikan ke dalam media promosi.

Poster

Dalam perancangan aplikasi foto filter dan efek Batavia terdapat poster sebagai media pendukung. Poster kali ini dibuat bertujuan untuk mempromosikan aplikasi ke masyarakat. Penyebarannya dilakukan di pusat keramaian bertaraf lokal dan internasional, Jabodetabek.



Gambar 20. Poster Perilisan Karya



Gambar 21. Poster Perilisan Karya

Brosur

Isi dari brosur perancangan aplikasi foto filter dan efek ini adalah tentang nama Batavia dan tentang aplikasi itu sendiri, disertai dengan tutorial untuk dapat mengunduh aplikasinya.



Gambar 21. Brosur

Label Sticker

Label Stiker adalah media informasi visual berupa lembaran kertas kecil atau plastik yang ditempelkan pada produk. Dalam perancangan ini label stiker dibuat dalam bentuk identitas visual berupa logo aplikasi Batavia berbahan *cutting* sticker yang dapat ditempelkan di media mana saja, yang bertujuan untuk mempromosikan aplikasi Batavia secara gratis.



Gambar 22. Sticker Logo

Iklan Digital

Iklan digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah brand atau merk dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet.



Gambar 23. Instagram Post

Company Profile

Pada promosi aplikasi foto *filter* dan efek Batavia, terdapat berbagai bentuk *company profile* yang digunakan diantaranya yaitu :

Stationery

Stationery merupakan peralatan kantor yang dicetak dengan menggunakan desain yang menarik serta menggambarkan citra atau identitas perusahaan.

1. ID Card, dalam perancangan aplikasi foto dan filter Batavia terdapat ID card sebagai media pendukung. Bertujuan untuk menjadikan identitas pegawai, dan agar terlihat kesan formal dan rapi ketika mendatangi mitra yang ingin bekerja sama dengan Batavia.



Gambar 24. ID Card

2. Kop Surat, dalam perancangan aplikasi foto dan filter Batavia terdapat terdapat kop surat sebagai media pendukung



Gambar 25. Kop Surat

3. Amplop, dalam perancangan aplikasi foto dan filter Batavia terdapat terdapat kop surat sebagai media pendukung.



Gambar 26. Amplop

4. Kartu Nama, dalam perancangan aplikasi foto dan filter Batavia terdapat terdapat kop surat sebagai media pendukung



Gambar 27. Kartu Nama

Merchandise

Proses desain dari merchandise dieksekusi dengan menerapkan konsep dan unsur dari visual yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Berikut merupakan konsep visual yang sudah diaplikasikan dan dicetak ke dalam bentuk merchandise.

Kalender

Kalender aplikasi Batavia dibuat khusus untuk mitra dan undangan yang hadir dalam perilsan aplikasi Batavia. Kalender ini berguna sebagai media promosi karna sifat kalender yang jangka panjang.



Gambar 28. Kalender

Tote Bag

Totebag termasuk dalam kategori tas jinjing. Biasa digunakan untuk membawa buku, peralatan maupun penggunaan lain.



Gambar 29. Totebag

Tumbler

Tumbler adalah tipe alat minum sejenis botol termos yang biasanya digunakan untuk meminum minuman panas atau dingin, dan ringkas di bawa kemana saja.



Gambar 30. Tumbler

Paper Bag

Paper bag termasuk dalam kategori tas jinjing berbahan dasar kertas. Biasa digunakan sebagai tas penyimpanan belanja maupun benda – benda ringan lainnya. Paper bag dibagikan kepada mitra dan undangan yang hadir dalam perilsan aplikasi Batavia sebagai tempat penyimpanan merchandise lainnya.



Gambar 31. Paperbag

Kaos

Kaos Batavia khusus dibagikan kepada mitra yang bekerja sama dengan aplikasi Batavia.



Gambar 32. Totebag

Kesimpulan

Pada akhirnya penulis berkesimpulan bahwa dalam merancang media interaktif berupa aplikasi foto filter dan efek yang terkonsep dengan baik, dibutuhkan pemahaman kajian yang baik dari layout maupun *content* yang menarik dan mengetahui bagaimana mencari data sesuai prosedur.

Pada proses pembuatan aplikasi foto filter dan efek Batavia ini, penulis mempelajari cara merancang sebuah aplikasi berbasis *smartphone*. Dimulai dengan pembuatan *wireframe*, yang berfungsi sebagai tuntunan untuk mengetahui alur aplikasi dan proses kerjanya. Setelah mengetahui alur kerja aplikasi, maka penulis melanjutkan dengan membuat *prototype* dari visual aplikasi yang dinamakan *wireframe*. Setelah itu barulah penulis memasuki fase pembuatan aplikasi, dimana penulis mempelajari bahasa pemrograman.

Penerapan layout pada aplikasi foto filter dan efek Batavia dengan font *sans serif* yang mana mampu meningkatkan *readability* suatu *content*. Menerapkan warna yang sesuai dengan identitas visual serta penerapan *white space* atau ruang

kosong pada tiap – tiap *screen* aplikasi. Penulis menerapkan desain yang sederhana di karenakan aplikasi tersebut berupa aplikasi informasi data yang harus menyimpan *byte* berupa media, salah satu alasan penulis menggunakan desain yang sederhana sesuai dengan gaya desain di aplikasi supaya aplikasi tidak terlalu berat jika di *install*.

Promosi dari aplikasi pencarian digital printing tidak terlepas dari penggunaan media pendukung berupa media cetak antara lain poster, brosur, media sosial, *id card*, dan merchandise. Media promosi sangat dibutuhkan untuk memasarkan sebuah produk, karena tanpanya maka tidak mungkin suatu produk dapat dikenal oleh masyarakat. Namun selain mengetahui media pendukung apa saja yang digunakan, penulis juga harus mengetahui pengaplikasiannya di masyarakat agar promosi berjalan sesuai keinginan

Saran

Walaupun dalam proses pengerjaan laporan dan karya Tugas Akhir ini memiliki perhitungan dan tingkat ketelitian yang tinggi, tentu penulis tidak terlepas dari beberapa kesalahan. Oleh karena itu, berdasarkan pada kesalahan – kesalahan yang dilakukan, penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang nantinya dapat menjadi referensi. Untuk Universitas, Tugas Akhir adalah mata kuliah yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Esa Unggul. Setiap mahasiswa harus siap untuk menjalani dan berusaha dengan semaksimal mungkin menghasilkan karya Tugas Akhir yang baik, bukan hanya bagi dirinya sendiri namun juga bagi orang lain. Sebaiknya Universitas Esa Unggul sebagai lembaga pendidikan membantu para mahasiswa terhadap kemungkinan adanya hambatan yang bisa terjadi selama melaksanakan Tugas Akhir, seperti membantu mahasiswa dengan melengkapi sarana kampus, baik itu buku – buku sebagai referensi teori atau alat-alat yang menunjang kebutuhan para penulis.

Bagi adik tingkat yang ingin meng-ambil Tugas Akhir berupa media interaktif aplikasi berbasis *android* dengan teknologi *Augmented Reality*, harap diperhatikan isi *content* yang lebih menarik lagi dan juga perhatikan *lisensi-lisensi* yang harus diguna-kan dalam menerbitkan atau meriliskan sebuah aplikasi.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Boyd, Harper W. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Ebdi, Sadjiman S. 2009. *Nirmana: Elemen-Elemen Seni Dan Desain (Edisi Ke 2)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Everett M Rogers & Lawrence Kincaid. 1981. *Communication Network: Towards A New Paradigm For Research*. Usa: Free Press.
- E-file Studylib Universitas PendidikanIndonesia. 2018. *Komunikasi*.
<https://studylibid.com/doc/969628/komunikasi---direktori-file-upi>. Diakses pada 20 Juni 2020 pukul 21:44 WIB.
- E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 2019. Bab 2 Hakekat Desain Komunikasi Visual. http://e-journal.uajy.ac.id/7103/3/2TA132_62.pdf. Diakses pada 20 Juni 2020 pukul 19:37 WIB.
- E-Library Universitas Komputer Indonesia. 2019. Bab 2 Pembahasan.
https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/709/jbptunikompp-gdl-sandysepti-35442-6-10_uniko-i.pdf. Diakses pada 20 Juni 2020 pukul 20:28 WIB.
- Ensiklopedia Jakarta. 2017. Kota Tua Jakarta.
<https://jakarta.go.id/artikel/konten/2113/kota-tua-jakarta>. Diakses pada 22 Juni 2020 pukul 20:39 WIB.
- Fauzi, M. (2020, March). *Desain Pillow Mask Sebagai Fasilitas Kesehatan Bagi Mahasiswa Pekerja Paruh Waktu*. In *Senada (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 3, Pp. 418-423).
- Haryanto, Ignatius. 2006. *Indonesia Raya Dibredel!*. Yogyakarta: Lkis.
- Hashim, N. A., Muhammad, S. A., Anwar, T. F. T., Zahar, I., & Shuhaimi, N. F. (2021). *Public Awareness Of British Pillboxes In Bachok, Kelantan From A Heritage Tourism Perspective*. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 6(18), 219-229.
- Hermawan, Dkk. 2007. *Media Pembelajaran Sekolah Dasar*. Bandung: Upi Press.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Lucius, C. R., & Fuad, A. (2017, December). *Coloring Your Information: How Designers Use Theory Of Color In Creative Ways To Present Infographic*. In *Iop Conference Series: Materials Science And Engineering* (Vol. 277, No. 1, P. 012044). Iop Publishing.
- Lucius, C. R., Imanto, T., & Roespinoedji, D. (2021). *Identification Of Old Javanese Food In Serat Chentini Through Visual Storytelling*. *Review Of International Geographical Education Online*, 11(6), 1332-1339.
- Mulyani, E.Y., Azizah, A.H., & Lucius, C.R. (2021). *Pemberdayaan Bidan Dalam Pelatihan Peningkatan Pengetahuan Gizi Dan Kesehatan Dimasa Pandemi*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Abdimas*. 8(2). 95-106.
- Mustaqim, K., Rabbani, S. A., Surya, G. G., & Agustian, Y. (2021). *Design Of Mini Plants With Self-Watering Features Using Environmentally Friendly Materials*. *Review Of International Geographical Education Online*, 11(6), 1355-1367.
- Nafisah, Syifaun. 2003. *Grafika Komputer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pertiwi, R., Damayantie, I., Sitasi, C., & Ratih, P. (2020). *Kajian Estetika Warna Papan Tanda Informasi Pada Restoran Tuttonero Di Jakarta Barat*. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 20(2), 147-152.
- Pertiwi, R., Judianto, O., & Fuad, A. (2021, March). *Pelatihan Keterampilan Kerajinan Tangan Menggunakan Media Kertas Origami "Pengenalan Alam Dan Binatang" Sebagai Proses Kreatif Siswa/I Kb/Tk Islam Salsabila*. In *Seminar Nasional & Call Of Papers Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, No. 01).
- Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Mizan Pustaka. Sebuah Dunia Yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga Dan Matinya Posmodernisme*.
- Roger S. Pressman. 2002. *Rekayasa Perangkat Lunak Pendekatan Praktisi (Buku Satu)*. Yogyakarta: Andi.
- Shannon, Calude And Weaver. 1949. *The Mathematical Theory Of Communication*.
- Sistaningrum, Widyantinyas. 2002. *Manajemen Penjualan Produk*. Jakarta: Kanisius
- Suriyanto Rustan, S. Sn., 2009. *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.
- Tan Dan Wright. 1991. *Lilliweri*.
- Velintino, T., Marwan, R.H. (2021). *Perancangan Video Infografis Sejarah Perjalanan Mata Uang Di Indonesia*. *Jurnal Inosains*, 16(2), 98-106.

- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa Edisi 8*. Jakarta: Kencana 2010.
- Wahyudi, T. (2021). Hibriditas Kebudayaan Jawa Suriname Pada Alat Musik Gamelan. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 115-124.
- Widyastuti, P. A., Pertiwi, R., & Huddiansyah, H. (2019, February). Peran Digitalisasi Dalam Fenomena Perubahan Produk Cosplay Buatan Cosmaker Pada Industri Cosplay Indonesia. In *Senada (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 2, Pp. 272-278).
- Greene, Randy. 2017. 7 THINGS YOU DIDN'T KNOW ABOUT INDONESIA. <https://www.englishfirst.com/blog/teaching-in-indonesia/7-things-didnt-know-indonesia>. Diakses pada 20 Juni 2020 pukul 22:23 WIB.
- Nationsonline. 2020. Indonesia. <https://www.nationsonline.org/oneworld/indonesia.htm>. Diakses pada 18 Juni 2020 pukul 20:39 WIB.
- Rahmawati, Dina. 2020. Cari Tahu Arti Warna yang Anda Sukai Menurut Psikologi Warna. <https://www.sehatq.com/artikel/arti-warna-menurut-psikologi-warna#:~:text=Psikologi%20warna%20adalah%20istilah%20yang,%2C%20emosi%2C%20dan%20perilaku%20manusia>. Diakses pada 11 Juni 2020 pukul 20:48 WIB.
- Roro. 2020. Kebudayaan adalah. <https://voi.co.id/kebudayaan-adalah/#ftoc-heading-4>. Diakses pada 18 Juni 2020 pukul 19:55 WIB.
- Thabroni, Gamal. 2018. *Semiotika – Komunikasi tanpa Kata, Pengertian Simbol dan Tanda- tanda*. <https://serupa.id/semiotika-pengertian-simbol-dan-tanda-tanda/>. Diakses pada 20 Juni 2020 pukul 19:30 WIB.