



SKRIPSI

PERANCANGAN PANDUAN WISATA KOTA MAKASSAR

OLEH:

**NURUL HIKMAH
1386141017**

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

2018

TUGAS AKHIR**JUDUL
PERANCANGAN PANDUAN WISATA KOTA MAKASSAR**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar

OLEH :**Nurul Hikmah
1386141017****PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL****FAKULTAS SENI DAN DESAIN****UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR****2018**

ABSTRAK

Nurul Hikmah, 1386141017. Perancangan Panduan Wisata Kota Makassar. Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar. 2018. Pembimbing (1) Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds (2) Drs. Alimuddin, M.Sn.

Perancangan ini bertujuan untuk membuat sebuah media sebagai panduan/informasi bagi para wisatawan umumnya masyarakat yang berkunjung ke Kota Makassar. Wisata yang termasuk dalam media ini yaitu wisata sejarah di Kota Makassar. Kumpulan data dari observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan. Perancangan ini berupa aplikasi berbasis *android* dengan fitur sejarah, *gallery* dan lokasi yang bisa diakses di aplikasi. Hasil perancangan dapat diunduh di *playstore/market store smartphone android*.

Kata Kunci: Wisata Sejarah, Kota Makassar, Aplikasi, *Android*

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Hikmah
NIM : 1386141017
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul : Perancangan Panduan Wisata Kota Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir ini merupakan karya asli yang bersumber dari ide saya sendiri bukan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran sendiri, kecuali yang saya nyatakan sebagai kutipan. Selain itu, tidak ada sebagian dari tugas akhir yang telah saya atau orang lain gunakan sebelumnya untuk memperoleh gelar akademik.

Jika pernyataan di atas terbukti atau dapat dibuktikan sebaliknya, maka saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar atau berdasarkan peraturan atau perundangan yang berlaku.

Makassar, 06 Juli 2018
Yang membuat pernyataan,



Nurul Hikmah
NIM 1386141017

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Laporan Tugas Akhir atas nama : **Nurul Hikmah/ Nim 1386141017** dengan judul:
"Perancangan Panduan Wisata Kota Makassar" diterima oleh Panitia Ujian Tugas
Akhir Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar dengan SK. Nomor:
1161/UN36.21/PP/2018, tanggal 06 Juli 2018 untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi 'Desain Komunikasi Visual Fakultas
Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar pada 06 Juli
2018.

Disetujui Oleh:
Dekan Fakultas Seni dan Desain UNM



Nurlina Syahrir
Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum.
NIP 19630121 198903 2 001

Panitia Ujian

1. Ketua Panitia
Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum
2. Sekertaris
Drs. Abdul Azis Said, M.Sn.
3. Pembimbing 1
Dian Cahyadi, S.Ds, M.Ds
4. Pembimbing 2
Drs. Alimuddin M.Sn.
5. Penguji 1
Irfan Arifin, S.Pd, M.Pd.
6. Penguji 2
Drs. Benny Subiantoro, M.Sn

Nurlina Syahrir
(.....)

Abdul Azis Said
(.....)

Dian Cahyadi
(.....)

Alimuddin
(.....)

Irfan Arifin
(.....)

Benny Subiantoro
(.....)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Atas segala limpahan rahmatNya serta Sholawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dari Lubuk hati yang terdalam, saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ibunda Fatimah, ayahanda Muh. Nashir yang selalu kusayangi yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, ketulusan, dan kesabaran serta selalu memberikan doa dan dukungan yang tulus tidak henti-hentinya setiap langkah dan kesibukanku. Serta saudara dan seluruh keluarga besarku yang tidak hentinya bertanya kapan lulus dan memberi motivasi, inspirasi, dukungan dan doa.
2. Kepada Pembimbing 1. Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds juga kepada Pembimbing 2. Drs. Alimuddin M.Sn, yang tidak henti membimbing dan mengajari setiap proses pengerjaan skripsi ini.
3. Kepada Staf Dosen Program Pendidikan Desain Komunikasi Visual, terkhusus Bapak Irfan Arifin yang senantiasa memberikan dukungan dan dorongan serta masukan untuk perancangan skripsi
4. Kepada para teman-teman DKV 13, anak Destim, dan para sahabat yang tidak henti-hentinya mendukung juga sebagai penyemangat untuk tetap berproses dalam pengerjaan ini.

MOTTO

Berbahagialah dengan caramu sendiri, karena bahagia kita yang menentukan.
Bersyukurlah dengan setiap nikmat yang diberi, tak selamanya hidup itu indah
Berdoalah setiap hal yang engkau lakukan, InsyaAllah barokah

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT Berkat, Rahmat Hidayah, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan judul “Perancangan Panduan Wisata Kota Makassar”. disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program studi Desain Komunikasi Visual.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Abdul Azis Said, M.Sn sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
2. Bapak Dian Cahyadi. S.Ds, M.Ds pembimbing I yang membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Alimuddin, M.Sn pembimbing II yang membimbing penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Dan teman-teman yang memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu segala kritikan dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi pembacanya.

Makassar, 06 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
ABSTRAK	II
LEMBAR PERNYATAAN	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
LEMBAR PERSEMBAHAN	V
MOTTO	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Batasan Masalah	7
E. Tujuan Perancangan	7
F. Manfaat Perancangan	7
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	8
A. Kajian Desain yang Relevan	8
1. Perancangan Aplikasi Berbasis <i>Android</i>	8
2. Teknologi dalam Perancangan Aplikasi	13
3. Prinsip Desain	18
4. Unsur Desain	20
B. Kajian Teori	22
1. Desain Komunikasi Visual	22
2. Perancangan	23
3. Pariwisata	23
4. Panduan Wisata	25
5. Kota Makassar.....	26
C. Kerangka Pikir	31
BAB III METODE DAN KONSEP PERANCANGAN.....	32
A. Identifikasi Target Audience	32
1. Segmentasi Geografis.....	32
2. Segmentasi Demografis.....	32
3. Segmentasi Psikografis	32

4. Segmentasi Behavioral	33
B. Metode Pengumpulan Data	33
1. Wawancara	33
2. Observasi	34
3. Dokumentasi	35
C. Jenis dan Analisis Data	36
1. Jenis Data	36
a. Data Primer	36
b. Data Sekunder	36
2. Teknik Analisis Data	36
a. Analisis Objek / Materi Komunikasi	36
1). Objek Wisata Kota Makassar	36
a). Benteng <i>Fort Rotterdam</i>	37
b). Monumen Mandala	40
c). Paotere	41
d). Museum Kota Makassar	43
e). Kompleks Makam Raja-Raja Tallo	44
f). Makam Pangeran Diponegoro	46
g). Benteng Somba Opu	49
b. Analisis Komunikasi Visual	50
1). Tipografi	50
2). Warna	52
3). Gaya	55
c. Analisis <i>Positioning</i> dan <i>Branding</i>	66
d. Analisis Media	67
1). Versi Cetak	67
2). Versi Elektronik	73
3). Perbandingan Versi	79
4). Perbandingan Identifikasi Wilayah	80
5). Dasar-dasar Analisis	84
D. Konsep Desain dan Strategi Perancangan	84
1. Konsep Visual	85
a. Pemilihan Warna	85
b. Tipografi	86
c. <i>Layout</i>	87
d. Gaya	89
2. Konsep Komunikasi	90

a. Pendekatan Verbal.....	90
b. Pendekatan Visual	90
3. Konsep Teknis.....	91
E. Skema Perancangan.....	92
BAB IV. PEMBAHASAN PERANCANGAN DAN HASIL ...	93
A. Pembahasan Perancangan.....	93
1. Pra Perancangan	93
a. Curahan Gagasan/Brainstorming	93
b. Pemetaan Gagasan/Mindmapping.....	95
c. Konsep	96
d. Tema.....	97
e. Ide	97
f. Materi	98
g. Flowchart	113
h. <i>Storyline</i>	114
i. Media.....	115
1) Media Utama.....	115
2) Media Promosi	116
j. Eksplorasi Sketsa	118
1) Sketsa	118
2) Sketsa Halaman	120
3) Sketsa Tombol.....	123
4) Sketsa Logo.....	124
2. Perancangan	125
a. Digitalisasi.....	125
1) Logo	125
2) Background Halaman.....	126
3) Tombol	127
4) Halaman	127
5) Alternatif Desain	128
3. Final Perancangan	129
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN.....	138

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
2.1	Peta Administrasi Kota Makassar	29
2.2	Peta Sebaran Pulau Kota Makassar	30
2.3	Kerangka Pikir.....	31
3.1	Wawancara di Dinas Pariwisata Kota Makassar.....	34
3.2	Benteng <i>Fort Rotterdam</i>	35
3.3	Museum Kota Makassar.....	35
3.4	<i>Imagechart</i>	52
3.5	<i>Imagechart</i> Mosaik	52
3.6	Website panduan wisata bali	81
3.7	Aplikasi Wisata Bali.....	82
3.8	Buku Wisata Bali	82
3.9	Webstie Visiting Yogya	83
3.10	Aplikasi Visiting Yogya.....	83
3.11	Buku Wisata Yogya	83
3.12	Gradasi Warna.....	86
3.13	<i>Layout</i> Linier	88
3.14	<i>Layout</i> Relatif	88
3.15	Tampilan Web.....	88
3.16	Skema Perancangan	92
4.1	<i>Brainstorming</i>	94
4.2	Pemetaan Gagasan/ <i>Mindmapping</i>	95
4.3	Ide Bentuk	97
4.4	<i>Victorian Style</i> dan Bentuk.....	98
4.5	Ide Bentuk Tombol.....	98
4.6	<i>Flowchart</i>	114
4.7	X-Banner	116
4.8	Gantungan Kunci	116
4.9	T-Shirt	117
4.10	Topi	117
4.11	Sketsa Bentuk Gaya Desain	118
4.12	Sketsa Bentuk " <i>Fort Rotterdam</i> "	119

4.13	Sketsa Pengaplikasian ke Media	120
4.14	Sketsa Halaman Loading/Menu	120
4.15	Sketsa Halaman Materi	121
4.16	Sketsa Halaman Maps/Peta	122
4.17	Sketsa Tombol & Alternatif Tombol	123
4.18	Sketsa Logo	125
4.19	Logo Aplikasi	125
4.20	Aplikasi Icon	126
4.21	Digitalisasi Bentuk Bangunan “ <i>Fort Rotterdam</i> ”	126
4.22	Digitalisasi Tombol	127
4.23	Digitalisasi Halaman/UI	127
4.24	Digitalisasi Alternatif Desain “Pilihan Warna”	128
4.25	Digitalisasi Alternatif Tombol	128
4.26	Digitalisasi Desain Tombol	128
4.27	Digitalisasi Background	129
4.28	Aplikasi Daeng <i>Travellers</i>	130
4.29	Halaman Loading Daeng <i>Travellers</i>	130
4.30	Halaman Pilih Bahasa	131
4.31	Halaman Menu Daeng <i>Travellers</i>	131
4.32	Halaman Daftar Wisata Daeng <i>Travellers</i>	132
4.33	Halaman Sejarah Daeng <i>Travellers</i>	132
4.34	Halaman Peta Daeng <i>Travellers</i>	133
4.35	Halaman Upload Gambar Daeng <i>Travellers</i>	133

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
3.1	Tipografi.....	51
3.2	Versi Cetak.....	73
3.3	Versi Elektronik	79
3.4	Tipografi.....	87
3.4	Jadwal Perancangan	97
4.1	<i>Storyline</i>	115

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki keanekaragaman hayati, keindahan alam, *flora* dan *fauna* yang terbentang luas dari Sabang sampai Merauke. Besarnya potensi alam yang dimiliki Indonesia sangat indah, dan dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata. Semua itu diatur oleh Undang Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 “Bahwa keadaan alam, *flora* dan *fauna*, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”.

Provinsi Sulawesi Selatan memiliki potensi sumber daya alam yang belum banyak dimanfaatkan. Sedangkan potensi pembangunan yang telah dimanfaatkan, tetapi belum optimal dikembangkan, antara lain disektor pertanian, kehutanan, pertambangan dan pariwisata. Pariwisata di Provinsi Sulawesi Selatan yang beragam, baik wisata alam, maupun wisata budaya, dengan latar belakang sejarah dan beraneka ragam tradisi, seni dan budaya setempat yang unik dan menarik. Provinsi Sulawesi Selatan mempunyai peluang untuk memperluas jaringan pemasaran dan perdagangannya, mengingat posisi geografis yang strategis, karena berada pada persimpangan jalur transportasi laut International.

Kota Makassar mempunyai posisi strategis karena berada di persimpangan jalur lalu lintas dari arah Selatan dan utara dalam Propinsi di Sulawesi, dari wilayah kawasan Barat ke wilayah kawasan Timur Indonesia dan dari wilayah Utara ke wilayah Selatan Indonesia. Dengan kata lain, wilayah Kota Makassar berada koordinat 119 derajat bujur Timur dan 5,8 derajat lintang Selatan dengan ketinggian yang bervariasi antara 1-25 meter dari permukaan laut. Kota Makassar merupakan daerah Pantai yang datar dengan kemiringan 0 - 5 derajat ke arah Barat, diapit dua muara sungai yakni sungai Tallo yang bermuara di bagian utara Kota dan sungai Jeneberang yang bermuara di Selatan Kota. Luas wilayah Kota Makassar seluruhnya berjumlah kurang lebih 175,77 Km² daratan dan termasuk 11 Pulau di Selat Makassar ditambah luas wilayah perairan kurang lebih 100 Km².

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata, "Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang ini". Dalam hal ini di Provinsi Sulawesi Selatan memiliki beragam tempat wisata antara lain wisata alam, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata belanja dan sebagainya. Tempat wisata ini mempunyai objek ataupun fasilitas yang berhubungan di dalamnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Provinsi Sulawesi Selatan dari tahun 2011-2015 mengalami peningkatan. Tahun 2011, jumlah wisatawan Mancanegara 51.749 sedangkan wisatawan domestik 4.471.632.

Mengalami peningkatan yang sangat pesat pada tahun 2015, dengan jumlah wisatawan mancanegara 191.773 sedangkan jumlah wisatawan domestik adalah 7.128.826.

Makassar seperti begitu bertuah bagi penduduk Kota yang terletak di Pesisir Pantai Barat Sulawesi Selatan. Meskipun sejak 1971 resmi bernama Ujung Pandang, namun banyak kalangan terus berupaya untuk mengembalikan nama Makassar. Puncaknya pada 13 Oktober 1999. Ketika nama yang memiliki sarat nilai historis itu, akhirnya resmi kembali bernama Kota Makassar. Makassar adalah Kota pelabuhan terbesar di Sulawesi Selatan dan sejak abad ke 18 masehi banyak orang Bugis-Makassar bermukim di sana. Pelabuhan laut menjadi jantung ekonomi Kota Makassar, pada masa itu. Sebab dari pelabuhan Soekarno Hatta Makassar, maka semua komoditas hasil produksi Makassar didistribusikan baik untuk pasar domestik maupun pasar ekspor. Makassar juga memiliki bandara udara Internasional, yaitu Bandara Sultan Hasanuddin yang menjadi gerbong saat ini bagi wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Selatan.

Kota Makassar mempunyai tempat wisata yang terdiri atas wisata pantai, wisata bahari, dan wisata peninggalan sejarah. Di antara tempat wisata itu wisata peninggalan sejarah yang tidak banyak tahu tentang bentuk dan apa saja yang ada di wisata peninggalan sejarah. Banyaknya objek wisata sejarah yang belum diketahui masyarakat, hanya saja Benteng *Rotterdam* menjadi salah satu *icon* wisata sejarah yang diminati. Menurut bapak safar bagian destinasi wisata dinas pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan mengatakan “kalau di Makassar sekarang ini

tahun 2015-2016 masih besar ke anjungan Pantai Losari dan wisata bahari walaupun wisata sejarah itu yang paling banyak dikunjungi Benteng *Fort Rotterdam* dan makam raja-raja tallo, itu jumlahnya tidak sebanyak yang berkunjung ke Pantai Losari tapi ya memang jumlah pengunjung paling besar di Kota Makassar adalah anjungan Pantai Losari karena disana banyak selain sunset ada juga event-event besar yang dilaksanakan”. Tidak hanya Benteng *Fort Rotterdam* saja dan masih banyak bangunan bersejarah sebagai objek wisata di Kota Makassar. Semua tempat wisata sejarah ini terletak tidak jauh dari pusat Kota Makassar, dapat diakses menggunakan kendaraan pribadi.. Dari sekian banyak tempat wisata tersebut hanya sebagian wisatawan dan masyarakat pada umumnya yang mengetahuinya. Kurangnya informasi yang diterima menyebabkan wisatawan memilih untuk berwisata ke tempat yang sudah familiar dan berkunjung ke tempat wisata yang lebih jauh dari Kota Makassar. Tempat wisata yang direkomendasikan pula tidak banyak memiliki informasi jalur, lokasi, akomodasi dan gambaran tempat wisata yang ada. Karena tidak adanya informasi yang cukup untuk berwisata ke tempat wisata tersebut, wisatawan memilih untuk bepergian ke lokasi yang lebih jauh dari Kota Makassar.

Pariwisata terbukti telah mengangkat kehidupan masyarakat, karena sektor ini mampu menggerakkan roda perekonomian disegala lapisan masyarakat dan berdampak langsung bagi kesejahteraan masyarakat, sekaligus mampu mendorong pertumbuhan dan pengembangan wilayah.

Namun demikian, perlu disadari bahwa upaya-upaya pengembangan pariwisata yang dilaksanakan oleh Pemerintah sangat membutuhkan dukungan penuh dan partisipasi aktif dari masyarakat, karena itu juga diperlukan suatu media dalam mendukung kepariwisataan dan salah satunya panduan wisata. Panduan wisata merupakan acuan bagi wisatawan. Berdasarkan masalah kurangnya informasi yang didapatkan juga minat wisatawan yang kurang terhadap wisata sejarah serta minimnya pengetahuan tentang wisata yang ada di Kota Makassar khususnya wisata sejarah. Banyaknya wisata sejarah di Kota Makassar mulai dari Museum Kota, peninggalan sejarah dan Monumen yang dibangun untuk memperingati sebuah tragedi di masa lalu, jalur tersebut tempat wisata, akomodasi yang harus dikeluarkan untuk mencapai tempat wisata, dan gambaran seperti apa yang akan dinikmati para wisatawan ketika berkunjung ke tempat wisata itu. Oleh karena tidak adanya panduan wisata yang merujuk pada wisata sejarah ini, penulis ingin merancang panduan wisata sejarah Kota Makassar sebagai media informasi juga promosi yang tepat dan komunikatif agar tepat sasaran dan objek wisata lebih diketahui oleh wisatawan dan masyarakat pada umumnya.. Dengan uraian permasalahan diatas penulis ingin membuat tugas akhir yang berjudul **“Perancangan Panduan Wisata Sejarah Kota Makassar”**.

B. Identifikasi Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah diuraikan di atas, identifikasi permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Makassar memiliki tempat wisata sejarah yang minim diketahui oleh wisatawan maupun masyarakat umum.
2. Tidak adanya panduan wisata yang mengkhususkan wisata sejarah di Kota Makassar.
3. Wisatawan maupun masyarakat pada umumnya hanya mengetahui sebagian tentang wisata sejarah di Kota Makassar
4. Tidak mengetahui lokasi wisata sejarah Kota Makassar secara tepat juga apa saja yang termasuk wisata sejarah.
5. Kurangnya promosi tentang wisata sejarah sehingga wisatawan lebih memilih ke tempat lebih jauh dari Kota Makassar.
6. Event-event yang dilaksanakan di tempat wisata sejarah agar dapat mengetahui tempat wisata tersebut.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah bahwa Kota Makassar memiliki objek wisata yang beragam dalam hal ini wisata sejarah di Kota Makassar minim informasi dan kurang diketahui oleh wisatawan maupun masyarakat umum. Untuk itu, penulis ingin merancang panduan wisata yang mana rumusan masalahnya yaitu bagaimana merancang panduan wisata sejarah Kota Makassar sehingga dapat digunakan untuk mengetahui informasi

mengenai lokasi objek wisata dan sejarahnya. Selain itu juga dapat memberikan pengalaman perjalanan pada tempat wisata sejarah yang ada di Kota Makassar dengan mengunggah foto pada lokasi objek wisata.

D. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam perancangan ini yaitu tentang wisata sejarah yang ada di Kota Makassar. Wisata sejarah yang ada di Kota Makassar meliputi, Benteng *Fort Rotterdam*, Monumen Mandala, Museum Kota Makassar, Pelabuhan Paotere, Monumen 40.000 jiwa, Museum *La Galigo*.

E. Tujuan Perancangan

Tujuan dalam perancangan ini ialah, membuat sebuah panduan wisata sebagai media penyedia informasi wisata yang tepat bagi para wisatawan dan masyarakat umumnya.

F. Manfaat Perancangan

Adapun yang menjadi manfaat dari perancangan ini adalah, sebagai berikut

:

1. Bagi lembaga (Program Studi Desain Komunikasi Visual FSD UNM), menjadi media pengembang untuk menyalurkan visual tempat wisata Kota Makassar melalui panduan wisata.
2. Bagi Pemerintah, Dengan dirancangnya panduan wisata maka, pemerintah akan lebih memperhatikan daerah wisata serta semakin melestarikan, merawat, dan menjaga keindahan serta sebagai bahan untuk mempromosikan tempat wisata yang ada di Makassar.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

A. Kajian Desain yang Relevan

1. Perancangan Aplikasi Berbasis *Android*

Berlandaskan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Akhmad Agus Wijayanto, Bowo Nurhadiono, S.Si., M.Kom Mahasiswa Jurusan Teknik Informatika Universitas Dian Nuswantoro Semarang dengan karyanya yang berjudul “Aplikasi Mobile lokasi objek wisata Kota dan Kabupaten Tegal berbasis *Android*” (Wijayanto & Nurhadiono, Aplikasi Mobile Lokasi Objek Wisata Kota dan Kabupaten Tegal Berbasis *Android*, 2013). Josseano Amakora Koli Parera, Suci Rahma Dani mahasiswa Stimik Dipanegara Makassar dengan judul “Perancangan Aplikasi Sistem Navigasi Objek Wisata Berbasis Android pada Dinas Pariwisata Kota Makassar” (Parera & Dani, 2015). Mira Afrina, Ali Ibrahim, Tumpol Simarmata mahasiswa jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya dengan judul “Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis *Android*” (Afrina, Ibrahim, & Simarmata, 2015).

Aplikasi dapat diartikan sebagai suatu program berbentuk perangkat lunak yang berjalan pada suatu sistem tertentu yang berguna untuk membantu berbagai kegiatan yang dilakukan oleh manusia. Selain pengertian di atas, ada banyak pengertian dari kata ‘Aplikasi’ yang dikemukakan oleh para ahli. Berikut definisi aplikasi Menurut Hengky W. Pramana, pengertian aplikasi

adalah satu unit perangkat lunak yang sengaja dibuat untuk memenuhi kebutuhan akan berbagai aktivitas ataupun pekerjaan, seperti aktivitas perniagaan, periklanan, pelayanan masyarakat, *game*, dan berbagai aktivitas lainnya yang dilakukan oleh manusia.

Android merupakan subset perangkat lunak untuk perangkat *mobile* yang meliputi sistem operasi, *middleware*, dan aplikasi inti yang dirilis oleh *Google*. Sedangkan *Android SDK* menyediakan *Tools* dan *Application Programming Interface (API)* yang diperlukan untuk mengembangkan pada platform *Android* dengan menggunakan bahasa pemrograman Java.

Awal mulanya, *Android* didirikan oleh Andy Rubin beserta rekan-rekannya melalui *Android Inc.* Di mana *Android Inc* ini terletak di Palo Alto, California, Amerika Serikat yang didirikan pada bulan Oktober 2003 oleh Andy Rubi, Rich Miner, Nick Sears dan Chris White dengan tujuan untuk mengembangkan perangkat seluler/telepon genggam/*gadget* yang lebih sadar akan lokasi dan preferensi penggunanya. Awal tujuan dari pengembangan sistem operasi *android* tidak lain adalah untuk mengembangkan sebuah system operasi berkelas tinggi yang ditujukan untuk kamera digital. Versi *Android* dari Awal pembentukkannya hingga sekarang

1) *Android Versi 1.0 (Astro)*

Pada *android* ini telah diperkenalkan yang namanya *Android Market* yaitu tempat untuk mendownload berbagai macam aplikasi dan update *Android*. Ditemukan pula berbagai fitur-fitur sinkronisasi yang berbasis layanan *Google* seperti *Google Contact, Maps, Talk* dan lain-lain

2) *Android Versi 1.1 (Blender)*

Merupakan *android* pertama yang memberikan sentuhan pada beberapa jenis aplikasinya seperti *system user interface* yang lebih baik

3) *Android versi 1.5 (Cupcake)*

Merupakan hasil dari penyempurnaan dan pembaharuan dari *android* versi 1.1 di antaranya adalah adanya fasilitas mengunggah video ke *youtube*, tampilan *keyboard* dilayar, serta tampilan ambar bergerak yang lebih atraktif.

4) *Android versi 1.6 (Donut)*

Pada versi ini dijumpai juga teknologi terbaru di antaranya adalah CDMA/EVDO, 802.1x VPNs. Kemampuan lain yang dimiliki di antaranya yaitu support layar dengan memanfaatkan resolusi WVGA, dapat menampilkan penggunaan dan *indicareo baterai*, *User* dapat melakukan seleksi terhadap *file* yang ingin di hapus dan lain sebagainya.

5) *Android versis 2.0/2.1 (Exclair)*

Melakukan berbagai penambahan fitur guna mengoptimalkan perangkat keras, peningkatan mutu dan fungsi *google maps* 3.1.2, beberapa bersi terbarunya yaitu *Android* versi 2.0 kemudian versi 2.0.2 dan terakhir versi 2.1

6) *Android versi 2.2 (Froyo: Frozen Yoghurt)*

Android melakukan beberapa pembaharuan serta perbaikan mengenai berbagai aplikasi serta bentuk tampilannya. Harapan untuk bisa memanfaatkan suatu kartu ekspanti berbentuk slot *Micro SD* berkapasitas besar sudah dapat direalisasikan melalui versi ini

7) *Android versi 2.3 (Gingerbread)*

Android ini lebih unggul bahkan versi ini sudah bisa digunakan untuk melakukan *video call* dibanding *android* versi-versi sebelumnya.

8) *Android Versi 3.0/3.1 (Honeycomb)*

Merupakan versi yang dirancang khusus bagi pengguna tablet berbasis *android*. Halaman pengguna (*user interface* yang diterapkan pada *android* ini jauh sangat berbeda dengan yang diterapkan pada *smartphone android* dikarenakan layar tablet lebih besar dibanding dengan layar *smartphone*.

9) *Android* Versi 4.0 (*ICS: Ice Cream Sandwich*)

Pada versi ini terdapat banyak pembaharuan dan peningkatan di antaranya yaitu semakin meningkatnya kemampuan *fotografi*, kualitas video dan lainnya.

10) *Android* versi 4.1 (*Jelly Bean*)

Pada versi ini meningkatnya kemampuan dan kualitas *keyboard*.

11) *Android* Versi 4.4 (*KitKat*)

12) *Android* Versi 5.0 (*Lollipop*)

Lebih terfokus pada hal yang berkaitan dengan desain dan performa dan memiliki daya tahan baterai yang lebih baik dibanding versi sebelumnya.

13) *Android* 6.0 (*Marshmallow*)

Desainnya lebih dinamis, fitur *memory manager* yang memungkinkan untuk mengecek terpakainya memori pada setiap aplikasi juga dapat mengontrol *volume* yang berbeda.

14) *Android* 7.0 (*Nougat*)

Pembaharuan yang terlihat pada versi *android* ini yaitu terdapat *Google Assistant* yang menggantikan *Google Now*.

2. Teknologi dalam Perancangan Aplikasi

Dalam perancangan aplikasi membutuhkan teknologi yang dapat mendukung aktivitas perancangan berupa perangkat-perangkat pendukung baik perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*) komputer atau PC (*personal computer*). Berikut ini adalah perangkat komputer yang digunakan untuk pembuatan aplikasi:

a) Perangkat keras

Perangkat keras yang digunakan dalam pembuatan aplikasi, bisa berupa PC (*personal computer*) maupun laptop dengan spesifikasi yang memadai.

b) Perangkat lunak

Perangkat lunak (*software*) yang digunakan dalam pembuatan aplikasi ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu perangkat lunak untuk mengolah desain UI (*user interface*) dan UX (*user experience*) juga perangkat lunak untuk membuat aplikasi itu sendiri. Adapun penjelasan tentang UI dan UX yaitu :

1) *User Interface* (UI)

UI atau *User Interface* merupakan mekanisme komunikasi antara pengguna (*user*) dengan sistem pada sebuah program, baik itu aplikasi *website*, *mobile*, ataupun *software*. Mekanisme itu disesuaikan dengan kebutuhan pengguna terhadap program yang tengah dikembangkan. Cakupan UI itu meliputi tampilan

fisik, penggunaan warna, tampilan animasi, hingga pola komunikasi suatu program dengan penggunanya. Biasanya, seorang perancang UI akan membuat desain yang kiranya memudahkan pengguna programnya. Adapun, desain itu disesuaikan dengan tingkat kebutuhan dasar pengguna terhadap program aplikasi web ataupun mobile tersebut. Output dari hasil perancang UI ialah program dengan segala fitur yang kiranya sesuai dengan kebutuhan pengguna dalam menggunakan program tersebut.

2) *User Experience (UX)*

Pengertian UX atau *User Experience* memang tidak terlalu jauh berbeda dengan UI. Perbedaannya terletak pada fokus utama hubungan komunikasi antara pengguna dengan programnya, yakni berfokus pada pengalaman penggunanya. Seorang perancang UX akan merancang program aplikasi *web* atau *mobile*-nya berdasarkan pengalaman dari pengguna atau *user* setelah menggunakan aplikasi *web* atau *mobile* tersebut. Dengan begitu, program yang dirancangnya menjadi lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Dalam membuat aplikasi, untuk memberikan pengalaman pengguna tanpa harus membuat aplikasi itu terlebih dahulu yaitu dengan membuat *paper prototype* dan diaplikasikannya ke dalam *digital prototype*.

Perangkat lunak yang sering digunakan untuk membuat aplikasi yaitu *android studio*. *Android Studio* adalah Lingkungan Pengembangan Terpadu - *Integrated Development Environment* (IDE) untuk pengembangan aplikasi *Android*, berdasarkan *IntelliJ IDEA*. Selain merupakan editor kode *IntelliJ* dan alat pengembang yang berdaya guna, *Android Studio* menawarkan fitur lebih banyak untuk meningkatkan produktivitas Anda saat membuat aplikasi *Android*, misalnya:

- ✓ Sistem versi berbasis *Gradle* yang fleksibel
- ✓ Emulator yang cepat dan kaya fitur
- ✓ Lingkungan yang menyatu untuk pengembangan bagi semua perangkat *Android*
- ✓ *Instant Run* untuk mendorong perubahan ke aplikasi yang berjalan tanpa membuat APK baru
- ✓ Template kode dan integrasi *GitHub* untuk membuat fitur aplikasi yang sama dan mengimpor kode contoh
- ✓ Alat pengujian dan kerangka kerja yang ekstensif
- ✓ Alat Lint untuk meningkatkan kinerja, kegunaan, kompatibilitas versi, dan masalah-masalah lain
- ✓ Dukungan C++ dan NDK

- ✓ Dukungan bawaan untuk *Google Cloud Platform*, mempermudah pengintegrasian *Google Cloud Messaging* dan *App Engine*

Perangkat Lunak (*Software*) yang digunakan dalam membuat tampilan aplikasi yaitu :

- (a) *CorelDRAW*, program untuk mengolah atau membuat suatu gambar atau grafik, *CorelDRAW* juga dapat digunakan untuk membuat suatu objek.
- (b) *Adobe Photoshop*, *software* ini dikembangkan dan didistribusikan oleh *Adobe System*, kegunaan dari *software* ini adalah untuk mengolah foto, agar foto dapat lebih baik. Menghilangkan noise dapat diatasi dan diolah oleh program ini.
- (c) *Adobe Illustrator*, *software* ini dikembangkan dan didistribusikan oleh *Adobe System*, *Adobe Illustrator* merupakan aplikasi untuk mengolah serta mengedit desain atau gambar vektor. Aplikasi ini memiliki kesamaan fungsi dengan *Adobe Photoshop* yaitu sebagai alat pembuat, pendesain, pengedit gambar.

Perangkat Lunak (*Software*) yang digunakan dalam membuat aplikasi yaitu :

(a) *Eclipse*

Eclipse merupakan sebuah *software* pembuatan aplikasi segala jenis yang bukan resmi keluaran google, sudah lama beredar dan cocok digunakan untuk orang yang sudah memahami pemograman *XML* dan *Java*. Untuk sekarang ini *software Eclipse* sudah tidak banyak digunakan orang lagi karena *Android & Google* sendiri sudah mengeluarkan *software* yang bernama *Android Studio* yang dikhususkan untuk membuat aplikasi *Android*.

(b) *Android Studio*

Android Studio merupakan *software* terbaru yang dikeluarkan secara resmi oleh pihak *Android* yang dikhususkan untuk membuat aplikasi *Android*. Untuk bahasa pemograman yang digunakan sama seperti pada *software ECLIPSE* yaitu *XML* dan *Java*. *Android Studio* juga mempunyai banyak fitur terbaru yang diberikan untuk memudahkan pembuat *software*, terutama pada tampilan yang lebih lembut dan menarik dari pada *ECLIPSE*.

(c) *App Inventor*

Untuk membuat aplikasi *Android* kita juga bisa menggunakan *App Inventor*, Jika kita menggunakan *software* ini harus sudah mengerti tentang bahasa pemograman. Tapi untuk memudahkan pengguna, disitus resminya juga sudah menyediakan tutorial untuk para pemula.

(d) *App Geyser*

Cara yang paling mudah untuk membuat aplikasi *android*. Karena kita tinggal membuat aplikasi yang kita inginkan melalui situs *App Geyser*. Tidak harus memahami tentang bahasa pemrograman seperti *XML* dan *Java*.

3. Prinsip Desain terbagi atas yaitu ;

a. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan berarti pembagian sama berat dalam komposisi desain. Artinya, menciptakan kesan sama berat, baik simetris maupun asimetris. Dalam hal ini ada dua pembagian. Pertama, keseimbangan formal, yaitu membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara. Kedua, keseimbangan asimetris, yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan kanan, namun terasa seimbang. Pada dasarnya tidak terjadi keseimbangan secara harfiah, tapi pembagian berat yang enak dilihat dan mengesankan seimbang. Penyusunan visualnya tidak hanya terbatas pada gambar, tapi juga pada warna, *value*, bidang, tekstur, dan elemen lain yang memberikan kesan seimbang.

b. Tekanan (*Emphasis*)

Penekanan yang ingin disampaikan kepada *audience*. Bisa dilakukan dengan cara beragam cara, misalnya warna yang sangat mencolok, ukuran sangat besar, huruf menarik dan elemen lain yang membuat

audiens terpukau. Adapun beberapa aturan untuk menciptakan penekanan menarik.

- 1) Kontras, yaitu objek yang paling penting peranannya dibuat berbeda dengan elemen-elemen lainnya. membuat berbeda bisa dengan membuat suatu objek vertikal saat objek lain horizontal, atau membuat satu objek berwarna terang saat objek lain berwarna gelap.
- 2) Isolasi Objek, dilakukan dengan cara memisahkan objek paling penting dari sebuah kerumunan. Objek keluar dari sebuah kerumunan akan lebih mudah ditangkap mata terlebih dahulu daripada yang berada dalam sebuah kerumunan.
- 3) Penempatan Objek, suatu objek akan menjadi pusat perhatian manakala konsumen sanggup tertahan beberapa saat untuk memperhatikan visual yang ditampilkan.

c. Irama (*Rhythm*)

Memberikan unsur irama pada elemen visual juga memberikan keterpukauan bagi audiens. Irama dalam ranah visual berarti menghadirkan repetisi bagi suatu objek secara konsisten. Bisa juga dengan variasi, yaitu menghadirkan perulangan visual tapi tidak sama persis. Repetisi disertai perubahan bentuk, ukuran, ataupun posisi.

d. Kesatuan (*Unity*)

Unsur kesatuan berarti terjadi keharmonisan dalam tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain yang lainnya. Menghadirkan

keharmonisan dalam desain yang hanya satu muka seperti poster, akan lebih mudah mengaturnya. (Casofa & Isa, 2013)

4. Unsur-unsur Desain

Untuk mewujudkan suatu tampilan visual, diperlukan beberapa unsur yang disusun menjadi karya desain yang selaras, serasi dan seimbang dalam kesatuan, unsur-unsur tersebut yaitu titik, garis, bidang, ruang, warna, dan tekstur (Kusrianto, 2007).

a. Titik

Titik atau spot merupakan yang menandai sebuah tempat . Tidak memiliki panjang dan lebar, tidak mengambil daerah atau ruang, merupakan pangkal dan ujung sepotong garis, serta merupakan perpotongan atau pertemuan antara dua garis.

b. Garis

Garis merupakan unsur yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis biasa dikenal sebagai batas limit suatu bidang atau warna. Garis mempunyai ciri khas yaitu mempunyai arah serta dimensi yang memanjang. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

Goresan suatu garis memiliki arti/ kesan sebagai berikut:

- Garis tegak: kuat, kokoh, tegas, dan hidup
- Garis datar: lemah, tidur, dan mati

- Garis lengkung: lemah, lembut, mengarah
- Garis patah: tegas, tajam, hati-hati, naik turun
- Garis miring: sedang, menyudutkan
- Garis berombak: halus, lunak, berirama

c. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/ beraturan dan non-geometri/ tidak beraturan. Bidang dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

d. Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antara objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi menjadi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan 13 ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

e. Warna

Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Dalam seni rupa, warna bisa berarti pantulan tertentu dari cahaya yang dipengaruhi oleh pigmen yang terdapat di

permukaan benda. Misalnya pencampuran pigmen magenta dan cyan dengan proporsi tepat dan disinari cahaya putih sempurna akan menghasilkan sensasi mirip warna merah. Setiap warna mampu memberikan kesan dan identitas tertentu sesuai kondisi sosial pengamatnya.

f. **Tekstur**

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur halus dan kasar, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya tekstur digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. 15 Sedangkan, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan.

B. Kajian Teori

1. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan bidang keilmuan yang bertujuan untuk menemukan solusi (pemecahan masalah) dalam ranah komunikasi visual, dengan metodologi tersendiri yang dilakukan melalui proses mendesain yang sistimatis, yaitu dengan pengolahan/penataan unsur-unsur rupa dalam suatu paduan yang khas menjadi “bahasa rupa/visual” yang menarik minat/perhatian, estetis dan mampu/mudah dipahami; di mana “bahasa rupa/visual” tersebut merupakan implementasi dari isi/materi pesan/informasi untuk dikomunikasikan kepada khalayak

sasaran (target audiens/konsumen) yang menjadi sasaran komunikasi.
(Said, Cahyadi, & Arifin, 2017)

2. Perancangan

Perancangan adalah proses, cara, atau perbuatan merancang. Perancangan berarti proses merencanakan segala sesuatu terlebih dahulu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2003: 925). Perancangan sebuah produk merupakan desain yang diciptakan untuk menghasilkan barang yang dapat dipergunakan atau dimanfaatkan bagi kebutuhan manusia sehari-hari (Said A. , 2006).

Istilah perancangan sama dengan desain. Desain berarti kerangka bentuk atau rancangan. Mendesain merupakan suatu proses membuat desain, membuat rancangan pola dan sebagainya. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2003: 257). Desain adalah sekumpulan unsur-unsur rupa yang disusun sedemikian rupa berdasarkan prinsip-prinsip tertentu, yang dapat diterapkan untuk menghasilkan suatu barang jadi, sesuai dengan kebutuhan (Said A. , 2006). Dalam desain menuntut pemahaman seorang perancang terhadap esensi dunia visual dan seni. Sebab desain menerapkan elemen dan prinsip-prinsip desain (komposisi) dalam memproduksi sebuah karya visual.

3. Pariwisata

Menurut A.J Burkart dan S.Malik, pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara (dan) dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan tersebut (Soekadijo, 2000)

Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain (Koen Meyers; 2009).

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenangsenang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuantujuan lainnya. Sedangkan menurut UU No.10/2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Wisatawan adalah seseorang atau lebih yang melakukan perjalanan wisata serta melakukan kegiatan yang terkait dengan wisata disebut Wisatawan. Wisatawan warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan wisata disebut Wisatawan Nusantara (Wisnus). Wisatawan warga negara asing yang melakukan perjalanan wisata disebut Wisatawan Mancanegara (Wisman).

Komponen pendukung pariwisata adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata memerlukan berbagai kebutuhan dan pelayanan mulai dari keberangkatan sampai kembali lagi ke tempat tinggalnya. Aktivitas pariwisata sangat terkait dengan kehidupan kita sehari-hari. Sama seperti yang kita lakukan setiap hari, wisatawan juga butuh makan dan minum,

tempat menginap, serta alat transportasi yang membawanya pergi dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Objek dan daya tarik wisata disebut juga atraksi wisata. Atraksi wisata mencakup: Atraksi wisata alam misalnya iklim, pantai dan laut, *flora* dan *fauna*, gua, air terjun, serta hutan yang indah. Atraksi wisata budaya misalnya arsitektur rumah tradisional di Desa, situs arkeologi, benda-benda seni dan kerajinan, ritual atau upacara budaya, festival budaya, kegiatan dan kehidupan masyarakat sehari-hari, keramahtamahan, makanan. Atraksi buatan misalnya acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi, festival musik.

4. Panduan Wisata

Menurut kamus besar bahasa Indonesia panduan memiliki arti penunjuk atau pedoman, sedangkan Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik. Wisata adalah sebuah perjalanan di mana seseorang dalam perjalanannya singgah sementara di beberapa tempat akhirnya kembali lagi ke tempat asal di mana ia mulai melakukan perjalanan. wisata memiliki karakteristik -karakteristik antara lain:

- a) Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.

- b) Melibatkan komponen-komponen wisata, misalnya transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata dan lain-lain.
- c) Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata.
- d) Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan. Tidak untuk mencari nafkah di tempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi.

5. Kota Makassar

a. Aspek Geografi dan Demografi

Kota Makassar merupakan salah satu Pemerintahan Kota dalam wilayah Provinsi Sulawesi Selatan yang terbentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 29 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah-daerah Tingkat II di Sulawesi, sebagaimana yang tercantum dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1959 Nomor 74 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1822.

Kota Makassar menjadi Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1965, (Lembaran Negara Tahun 1965 Nomor 94), dan kemudian berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1965 Daerah Tingkat II Kotapraja Makassar diubah menjadi Daerah Tingkat II Kotamadya Makassar.

Kota Makassar yang pada tanggal 31 Agustus 1971 berubah nama menjadi Ujung Pandang, wilayahnya dimekarkan dari 21 km² menjadi 175,77 km² dengan mengadopsi sebagian wilayah Kabupaten lain yaitu Gowa, Maros, dan Pangkajene Kepulauan, hal ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 1971 tentang Perubahan batas-batas daerah Kotamadya Makassar dan Kabupaten Gowa, Maros dan Pangkajene dan Kepulauan, lingkup Daerah Provinsi Sulawesi Selatan.

Pada perkembangan, nama Kota Makassar dikembalikan lagi berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 1999 tentang Perubahan Nama Kotamadya Ujung Pandang menjadi Kota Makassar, hal ini atas keinginan masyarakat yang didukung DPRD Tk. II Ujung Pandang saat itu, serta masukan dari kalangan budayawan, seniman, sejarawan, pemerhati hukum dan pelaku bisnis.

Hingga Tahun 2013 Kota Makassar telah berusia 406 tahun sesuai Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2000 yang menetapkan hari jadi Kota Makassar tanggal 9 Nopember 1607, terus berbenah diri menjadi sebuah Kota Dunia yang berperan tidak hanya sebagai pusat perdagangan dan jasa tetapi juga sebagai pusat kegiatan industri, pusat kegiatan pemerintahan, pusat kegiatan *edu-entertainment*, pusat pelayanan pendidikan dan kesehatan, simpul jasa angkutan barang dan penumpang baik darat, laut maupun udara.

b. Karakteristik Wilayah Kota Makassar**1) Luas dan batas wilayah administrasi**

Luas Wilayah Kota Makassar tercatat 175,77 km persegi, dengan batas-batas wilayah administratif sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kabupaten Maros
- Sebelah Selatan : Kabupaten Gowa
- Sebelah Timur : Kabupaten Gowa dan Maros
- Sebelah Barat : Selat Makassar

Secara administratif Kota Makassar terbagi atas 14 Kecamatan dan 143 Kelurahan. Bagian utara Kota terdiri atas Kecamatan Biringkanaya, Kecamatan Tamalanrea, Kecamatan Tallo, dan Kecamatan Ujung Tanah. Di bagian Selatan terdiri atas Kecamatan Tamalate dan Kecamatan Rappocini. Di bagian Timur terbagi atas Kecamatan Manggala dan Kecamatan Panakkukang. Bagian Barat adalah Kecamatan Wajo, Kecamatan Bontoala, Kecamatan Ujung Pandang, Kecamatan Makassar, Kecamatan Mamajang, dan Kecamatan Mariso.

Secara administratif, 14 Kecamatan dan 143 Kelurahan di Kota Makassar dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2.2. Peta Sebaran Pulau-Pulau Kota Makassar
(Sumber : <http://www.peterloud.co.uk/indonesia/baranglombo.gif>)

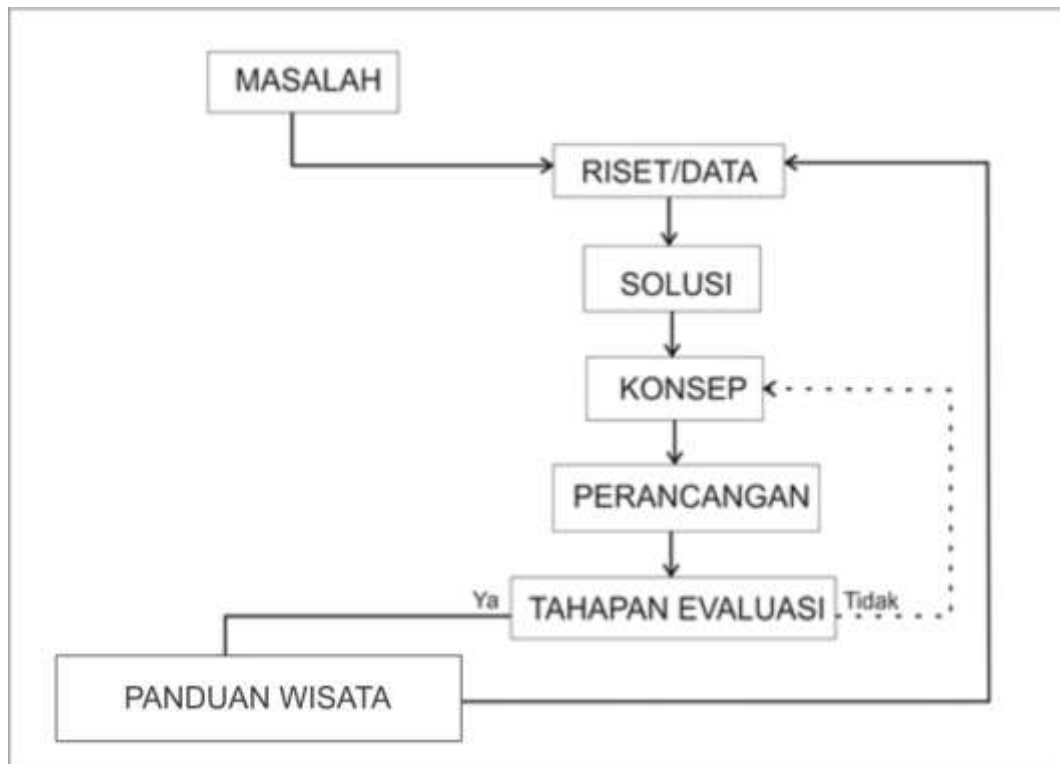
2) Letak dan Kondisi Geografis

Kota Makassar yang merupakan Ibu Kota Provinsi Sulawesi Selatan terletak di Pantai Barat pulau Sulawesi berada dalam titik koordinat $119^{\circ} 18' 30,18''$ sampai dengan $119^{\circ} 32' 31,03''$ BT dan $5^{\circ} 00' 30,18''$ sampai dengan $5^{\circ} 14' 6,49''$ LS.

3) Topografi

Topografi wilayah Kota Makassar memiliki ciri-ciri sebagai berikut: tanah relatif datar, bergelombang, berbukit dan berada pada ketinggian 0–25 m di atas permukaan laut dengan tingkat kemiringan lereng berada pada kemiringan 0-15%. Sementara itu, dilihat dari klasifikasi keterangannya, menunjukkan bahwa kemiringan 0-2%=85%; 2-3%=10%; 3-15%=5%. Hal ini memungkinkan Kota Makassar berpotensi pada pengembangan permukiman, perdagangan, jasa, industri, rekreasi, pelabuhan laut, dan fasilitas penunjang lainnya.

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.3. Kerangka Pikir

BAB III

METODE DAN KONSEP PERANCANGAN

A. Identifikasi Target Audience

Target pasar yang menjadi sasaran dalam perancangan ini adalah wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke Kota Makassar dengan kelompok usia 16-30 tahun.

Berikut target konsumen yang dibagi ke dalam empat segmen.

1. Segmentasi Geografis

Dari segi geografis, target konsumen yang menjadi sasaran adalah konsumen yang berkunjung ke Kota Makassar dalam hal ini wisatawan dalam negeri dan luar negeri.

2. Segmentasi Demografis

Dari segi demografis, target konsumen yang menjadi sasaran adalah wisatawan yang usianya 16-30 tahun. Di mana kelompok usia ini mayoritas wisatawan yang berkunjung.

3. Segmentasi Psikografis

Dari segi psikografis, wisatawan dengan usia 16-30 tahun adalah wisatawan yang sudah mampu untuk berpergian. Wisatawan yang sehat dan tidak dalam keadaan sakit dengan tujuan untuk berlibur dan berkunjung. Wisatawan ini rela mengeluarkan budget yang lebih untuk ke tempat wisata yang ingin dikunjungi.

4. Segmentasi Behavioral

Dari segi behavioral, wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata dengan usia 16-30 tahun. Dalam hal ini wisatawan yang berkunjung ke Kota Makassar belum mempunyai rencana berpergian ke tempat wisata di Kota Makassar. Perilaku yang dilakukan hanya sebagai pendatang dengan maksud berkunjung. Kecendrungan wisatawan ini minim akan pengetahuan lokasi tempat wisata di Kota Makassar.

B. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah instrument penelitian, kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi, pendirian/pandangan dari individu yang diwawancarai. Teknik ini dilakukan agar mengetahui tentang data dan cerita dari tempat wisata. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak terkait seperti Dinas Pariwisata selaku yang mengatur dan mengetahui tentang Pariwisata Kota Makassar dan juga petugas tempat wisata. Wawancara ini dilakukan untuk mengumpulkan data minat masyarakat/kunjungan wisatawan ke tempat wisata, juga mengetahui media promosi yang efektif untuk menunjang tingkat pengunjung. Menurut bapak safar bagian destinasi wisata dinas pariwisata Kota Makassar mengatakan bahwa “saya kira sangat perlu media untuk menginformasikan wisata, artinya itu sangat membantu pertama membantu pemerintah dalam mensosialisasikan baik itu menginformasikan bahwa wisata sejarah Makassar itu.



Gambar 3.1 Wawancara di Dinas Pariwisata Kota Makassar
(Foto:Nurul Hikmah, 21 November 2017, Xiomi Redmi Note 4)

2. Observasi

Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan. Melakukan teknik pengamatan pada tempat wisata yang ada di Kota Makassar, agar kiranya informasi yang diberikan akurat. Adapun data yang dikumpulkan berupa keadaan tempat wisata sebagaimana tempat penginapan, keadaan objek wisata juga tempat unggulan tempat wisata tersebut. Observasi dilakukan di tempat wisata sejarah yang ada di Kota Makassar, Melihat keadaan di lokasi bahwa kecenderungan masyarakat atau wisatawan hanya berpergian ke objek wisatalalu berfoto ria tidak mengetahui tentang sejarah yang terdapat pada tempat wisata. Juga kurangnya pemandu bagi wisatawan ketika berkunjung ke sebuah Museum.

3. Dokumentasi

Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan data dalam bentuk gambar atau foto untuk melengkapi informasi tempat wisata yang diperoleh. Teknik ini dilakukan agar memperlihatkan informasi tentang tempat wisata juga sebagai data promosi tempat wisata. Adapun data yang dikumpulkan adalah berupa foto tempat wisata juga foto lokasi. Beberapa dokumentasi tempat wisata



Gambar 3.2 Benteng *Fort Rotterdam*
(Foto: Nurul Hikmah, 11 Desember 2017, Canon 600D)



Gambar 3.3 Museum Kota Makassar
(Foto: Nurul Hikmah, 11 Desember 2017, Canon 600D)

C. Jenis dan Analisis Data

1. Jenis Data

a. Data Primer

Data ini merupakan data yang didapatkan secara langsung yaitu observasi, dokumentasi dan wawancara. Dokumentasi sebagai pelengkap observasi bahwa gambar maupun foto yang dilakukan di tempat wisata merupakan data foto terkini.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung yaitu berupa pustaka yang diperoleh dari internet dan buku yang membahas tentang tempat wisata yang ada di Kota Makassar.

2. Teknik Analisis Data

Setelah data selesai kita peroleh, tahap selanjutnya adalah tahap analisa. Pada tahap inilah data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa, sampai berhasil menyimpulkan kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan yang dipakai dalam perancangan.

a. Analisis Objek / Materi Komunikasi

1) Objek Wisata Kota Makassar

Kota Makassar adalah Ibu Kota Provinsi Sulawesi Selatan. Makassar merupakan Kota metropolitan terbesar di kawasan Indonesia Timur dan pada masa lalu pernah menjadi Ibukota Negara Indonesia Timur dan Provinsi Sulawesi. Makassar seperti begitu bertuah bagi penduduk `Kota yang terletak di Pesisir Pantai

Barat Sulawesi Selatan. Meskipun sejak 1971 resmi bernama Ujung pandang, namun banyak kalangan terus berupaya untuk mengembalikan nama Makassar. Puncaknya pada 13 oktober 1999. Ketika nama yang memiliki sarat nilai historis itu, akhirnya resmi kembali bernama Kota Makassar. Makassar adalah Kota pelabuhan terbesar di Sulawesi Selatan dan sejak abad ke 18 masehi banyak orang Bugis-Makassar bermukim di sana. Pelabuhan laut menjadi jantung ekonomi Kota Makassar, pada masa itu. Sebab dari Pelabuhan Soekarno Hatta Makassar, maka semua komoditas hasil produksi Makassar didistribuiikan baik untuk pasar domestik maupun pasar ekspor. Makassar juga memiliki bandara udara Internasional, yaitu bandara Sultan Hasanuddin yang menjadi gerbong saat ini bagi wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Selatan. Selain itu, barang, pelabuhan laut juga menjadi persinggahan kapal-kapal penumpang.

Dalam hal ini Makassar memiliki objek wisata sejarah Kota Makassar sebagai berikut :

a) Benteng *Fort Rotterdam*

Benteng *Fort Rotterdam* merupakan salah satu Benteng di Sulawesi Selatan yang boleh dianggap megah dan menawan. Seorang wartawan New York Times, Barbara Crossette pernah menggambarkan Benteng ini sebagai “the best preserved Dutch

Fort in Asia". Pada awalnya Benteng ini disebut Benteng Jumpandang (Ujung Pandang).

Benteng ini merupakan peninggalan sejarah Kesultanan Gowa, Kesultanan ini pernah Berjaya sekitar abad ke-17 dengan ibu Kota Makassar. Kesultanan ini sebenarnya memiliki 17 buah Benteng yang mengitari seluruh Ibu Kota. Hanya saja, Benteng *Fort Rotterdam* merupakan Benteng paling megah di antara Benteng lainnya dan keasliannya masih terpelihara hingga kini.

Benteng ini dibangun tahun 1545 oleh Raja Gowa ke-X yang bernama Imanrigau Daeng Bonto Karaeng Lakiung atau Karaeng Tunipalangga Ulaweng. Pada awalnya bentuk Benteng ini adalah segi empat, seperti halnya arsitektur Benteng gaya Portugis. Bahan dasarnya campuran batu dan tanah liat yang dibakar hingga kering.

Pada tanggal 9 Agustus 1634, Sultan Gowa ke-XIV (I Mangerangi Daeng Manrabbia, dengan gelar Sultan Alauddin) membuat dinding tembok dengan batu padas hitam yang didatangkan dari daerah Maros. Pada tanggal 23 Juni 1635, dibangun lagi dinding tembok kedua dekat pintu gerbang.

Benteng ini pernah hancur pada masa penjajahan Belanda. Belanda pernah menyerang Kesultanan Gowa yang saat itu dipimpin Sultan Hasanuddin, yaitu antara tahun 1655 hingga

tahun 1669. Tujuan penyerbuan Belanda ini untuk menguasai jalur perdagangan rempah rempah dan memperluas sayap kekuasaan untuk memudahkan mereka membuka jalur ke Banda dan Maluku.

Armada perang Belanda pada waktu itu dipimpin oleh Gubernur Jendral Admiral Cornelis Janszoon Speelman. Selama satu tahun penuh Kesultanan Gowa diserang, serangan ini pula yang mengakibatkan sebagian Benteng hancur. Akibat kekalahan ini Sultan Gowa dipaksa untuk menandatangani Perjanjian Bongaya pada tanggal 18 November 1667.

Gubernur Jendral Speelman kemudian membangun kembali Benteng yang sebagian hancur dengan model arsitektur Belanda. Bentuk Benteng yang tadinya berbentuk segi empat dengan empat bastion, ditambahkan satu bastion lagi di sisi Barat. Nama Benteng kemudian dinamakan *Fort Rotterdam*, yang merupakan nama tempat kelahiran Speelman.

Sejak saat itu Benteng *Fort Rotterdam* berfungsi sebagai pusat perdagangan dan penimbunan hasil bumi dan rempah rempah sekaligus pusat pemerintahan Belanda di wilayah Timur Nusantara (Indonesia).

Lokasi wisata ini hanya berjarak sekitar 1 Km dari Pantai Losari, atau jika ditempuh dari Bandara Sultan Hasanuddin

sekitar 30 menit mengendarai mobil maupun motor. Sementara dari Pelabuhan Sukarno Hatta ditempuh hanya sekitar 15 menit.

(sumber : <http://Bugismakassartrip.com>)

b) Monumen Mandala

Monumen Mandala merupakan sebuah tugu yang dibangun untuk mengenang jasa perjuangan para pahlawan dalam membebaskan Irian Barat dari tangan para penjajah sekaligus hadiah atas jasa mantan Presiden Indonesia yang ke-2 yaitu Soeharto. Terletak tepat di jantung Kota Makassar, akses jalan yang harus Dolaners tempuh untuk bisa sampai ke Monumen Mandala ini sangat mudah, Dolaners hanya perlu menuju ke jalan Perintis Kemerdekaan, jalan Urip Sumoharjo, jalan G.Bawakaraeng lalu berbelok kiri ke arah jalan Jend.Sudirman, dengan jarak tempuh sekitar 25 km. Bisa juga melalui jalur Tol Ir.Sutami dengan jarak tempuh hanya 17 km. Sedangkan jika dari Pelabuhan Soekarno Hatta, Dolaners dapat menjangkau Monumen Mandala melalui jalan Nusantara, jalan A.Yani, jalan Jend.Sudirman, dengan jarak sekitar 5 km.

Monumen Mandala merupakan menara yang menjulang setinggi 75 meter di pusat Kota Makassar dan terdiri dari 4 lantai, di lantai 1 terdapat diorama relief dan replika pakaian dan perjuangan masyarakat Sulawesi Selatan pada abad XVII. Sedangkan di lantai 2 terdapat Biorama dan relief yang

menceritakan tentang perjuangan pembebasan Irian Barat. Di lantai 3 Dolaners bisa melihat replika ruang kerja Panglima Mandala, lengkap dengan peta Irian Barat, foto-foto persiapan pemberangkatan pasukan, tanda jabatan dan pakaian yang dipergunakan pada saat operasi Mandala. Memasuki lantai 4 adalah ruang pandang di mana Dolaners dapat melihat suasana Kota Makassar dari ketinggian. Ruang ini berada di ujung menara dengan ketinggian sekitar 73-75 meter dari permukaan tanah. Pada dinding luar Monumen Mandala direalisir kobaran api yang melambangkan gelora semangat untuk membebaskan Irian Barat, sedangkan di dalam tubuh Monumen ini terdapat relief yang menceritakan sejarah perjuangan pembebasan Irian Barat. (Sumber : <http://dolandolen.com>)

c) Paotere

Pelabuhan Paotere adalah salah satu pelabuhan tertua di Indonesia, yang merupakan warisan dari Kerajaan Gowa-Tallo, pada abad ke-14. Pelabuhan Paotere terletak di Kecamatan. Ujung Tanah, Makassar, Sulawesi Selatan. berjarak 5 km dari pusat Kota Makassar.

Pelabuhan ini merupakan tempat persinggahan berbagai kapal layar masyarakat Sulawesi yang datang dari berbagai wilayah di Indonesia. Selain sebagai pelabuhan perahu-perahu rakyat, seperti Phinisi dan Lambo, pelabuhan ini juga masih

dipakai untuk bongkar muat barang dan pusat niaga para nelayan.

Saat ini, Pelabuhan Paotere telah dijadikan sebagai kawasan pariwisata yang menarik untuk dikunjungi. Selain disugahi deretan kapal rakyat khas Makassar, yaitu Kapal Phinisi. Para wisatawan yang berkunjung, dapat juga melihat pemandangan panorama *sunset* yang indah dan terbenam di antara perahu - perahu.

Para wisatawan pun dapat menikmati suguhan ikan segar dari tangkapan para nelayan. Berbagai jenis olahan ikan, disajikan di restoran - restoran *seafood* yang berada di sekitar Pelabuhan Paotere.

Jenis jenis ikan yang disajikan di sini antara lain ikan kerapu, ikan cepak, dan ikan baronang yang menjadi menu andalan, selain itu juga tersedia makanan *seafood* lainnya seperti kepiting udang dan cumi cumi.

Selain ikan segar terdapat juga ikan yang telah diawetkan yang dapat dijadikan oleh oleh dari Makassar, seperti ikan teri, ikan kakap merah dan ikan asin. Ikan - ikan olahan ini dapat kita jumpai disepanjang jalan Pelabuhan Paotere. (Sumber: <http://www.arsy.co.id>)

d) Museum Kota Makassar

Sekitar 500 meter dari pusat Kota Makassar, tepatnya di Jalan Balai Kota, terdapat Museum yang mengoleksi berbagai benda bersejarah dari Kota Makassar. Karena berada di Kota Makassar, Museum ini lebih dikenal dengan nama Museum Kota Makassar. Bangunan asli Museum ini dibangun sekitar tahun 1916 dengan sentuhan arsitektur bergaya Eropa.

Gaya bangunan *art deco* langsung terasa sejak memasuki kawasan Museum. Bangunan didominasi oleh warna putih, sedangkan atapnya berwarna merah marun. Di bagian depan, terdapat beberapa jendela besar yang menjadi ciri bangunan Eropa. Sementara di bagian halaman, terdapat patung seekor kijang.

Museum Kota Makassar terdiri dari dua lantai. Lantai pertama berisi berbagai lukisan klasik peninggalan Belanda. Terdapat pula peta Benteng Makassar. Peta ini menjelaskan letak Benteng peninggalan kerajaan yang pernah ada di Makassar.

Secara umum, lantai pertama Museum Kota Makassar menyimpan berbagai koleksi, seperti foto-foto dokumentasi perkembangan Kota Makassar, benda-benda arkeologi, dan berbagai mata uang yang pernah berlaku di Makassar dari zaman penjajahan hingga saat ini.

Menaiki tangga yang terbuat dari kayu, kita akan tiba di lantai dua Museum. Sama seperti di lantai satu, koleksi di lantai dua juga didominasi foto-foto dokumentasi. Koleksi lain yang ada di lantai ini adalah sebuah meja yang pernah digunakan oleh WaliKota Ujung Pandang. Selain itu, juga terdapat berbagai lambang Kabupaten yang ada di Sulawesi Selatan.

Mengunjungi Museum Kota Makassar lebih dari sekadar berwisata. Sesuai dengan tujuan didirikan, Museum ini diharapkan mampu menjelaskan berbagai informasi tentang Makassar sehingga masyarakat tahu akan identitas, budaya, dan tradisinya yang beragam. (Sumber : <https://www.indonesiakaya.com>)

e) Kompleks Makam Raja-Raja Tallo

Kompleks makam ini adalah peninggalan dari sisa kejayaan Kerajaan Tallo yang bisa kita saksikan hingga saat ini. Kerajaan Tallo sendiri adalah kerajaan kembar dari Kerajaan Gowa. Maka dari itu sering kita dapati nama kerajaan itu berdampingan, Kerajaan Gowa Tallo. Makam ini terletak di muara sungai Tallo di Jalan Sultan Abdullah Raya, Tallo, Kota Makassar.

Makam Raja-Raja Tallo Makassar adalah kompleks makam Raja-Raja Sulawesi Selatan yang mengesankan karena keunikan bentuk makam, dan lingkungan yang hijau teduh.

Tengara Makam Raja-Raja Tallo Makassar yang di bawahnya ditulis beberapa nama-nama raja atau keluarga raja yang makamnya masih bisa dikenali, yaitu: Sultan Mudafar (Imanginyarrang Dg Makkiyo, Raja Tallo VII, 1598 - 1641), Sawerannu (istri Raja Tallo VII), Sultan Abd. Kadir (Mallawakkang Dg Matinri, Raja Tallo IX), Sultan Syaifuddin (Imakkasumang Dg Mangurangi, Raja Tallo XII, 1770 - 1778), Sultana Sitti Saleha (Madulung, Raja Tallo XIII), Sultan Muh Zainal Abidin (La Oddang Riu Dg Mengeppe, Raja Tallo XV, Raja Gowa XXX), Yandulu (Krg Sinrijala), Pakanna (Raja Sanrobone XI), Sultana Sitti Aisyah (Mangati Dg Kenna), I Malawakkang Dg Sisila (Abd Kadir), Abdullah Bin Abd Gaffar (Duta Bima di Tallo), >Lintu Dg Tasangnging (Krg Bonto Sunggua Tumabicara Butta Gowa), Abdullah Daeng Riboko, Arif Krg Labbakang, Imanuntungi Dg Mattola, Karaeng Parang-Parang (Krg Bainea Ri Tallo), Saribulang (Krg Campagana Tallo), Mang Towayya, Sinta (Karaeng Samanggi), Karaenta Yabang Dg Talomo (Krg Campagaya Krg Bainea Ri Tallo), Karaeng Mangarabombang (Krg Bainea Ritallo).

Kompleks Makam Raja-Raja Tallo Makassar dibangun abad ke-17, dan dipergunakan sebagai makam penguasa Tallo sampai abad ke-19. Adalah Tunatengkalopi, Raja Gowa VI (1445-1460), yang membagi Gowa menjadi dua kerajaan, Tallo

dan Gowa. Ia membentuk persekutuan dan menjadi kekuatan dominan di kawasan ini, sampai pasukan Belanda dibawah Speelman mengakhiri dominasi Gowa, dengan dibantu La Tenri Tatta Arung Palakka dari Bone.

Alamat: Desa Tallo, sekitar 7 km sebelah utara Kota Makassar. Lokasi GPS: -5.1029691, 119.4450786, Waze. Jam buka sepanjang waktu. Harga tiket masuk gratis, siapkan sumbangan serelanya kepada petugas. Rujukan : Hotel di Makassar, Tempat Wisata di Makassar, Peta Wisata Makassar.

f) Makam Pangeran Diponegoro

Lokasi kompleks makam Pangeran Diponegoro dan keluarganya ini terletak di pusat Kota Makassar, di dekat pusat perbelanjaan Pasar Sentral Makassar. Nama Pangeran Diponegoro diabadikan menjadi nama jalan di depan makam sejak tahun 1970-an, yang sebelumnya bernama Jalan Maccini Ayo, di daerah kampung melayu Makassar.

Untuk menuju makam Pangeran Diponegoro, bisa menggunakan jalur Angkutan Kota Pete-pete jurusan Pasar Sentral. Dari Bandara Sultan Hasanuddin jaraknya sekitar 17 kilometer jika ditempuh lewat jalan tol atau sekitar 24 kilometer jika ditempuh lewat jalur Sudiang-Daya-Tamalanrea.

Makam Pangeran Diponegoro Makassar yang berada di Jalan Diponegoro. Makam ini menjadi salah satu jejak dari sekian usaha yang gagal untuk mengusir penjajah Belanda dari tanah air. Berbeda dengan umumnya makam keluarga keraton, makam ini berada di pinggir jalan yang sangat ramai, jauh dari ketenangan sebuah kubur orang terkenal.

Pangeran Diponegoro memimpin Perang Jawa melawan Belanda yang berlangsung tahun 1825-1830. Ini merupakan salah satu perang terbesar dan terlama di Nusantara serta menimbulkan kerugian sangat besar bagi pemerintah kolonial Belanda. Dalam perang ini Belanda dikabarkan mengalami kerugian finansial sekitar 20 juta gulden dan 15.000 tentaranya tewas.

Di awal perang, Pangeran Diponegoro membuat markas di Goa Selarong dan menyatakan perang sabil yang membawa pengaruh luas hingga Pacitan dan Kedu. Kyai Mojo pun ikut bergabung di Goa Selarong, dan dukungan juga datang dari Pakubuwono VI dan Raden Tumenggung Prawirodigdaya, Bupati Gagatan.

Tulisan pada gapura paduraksa di Makam Pangeran Diponegoro Makassar, menunjukkan statusnya sebagai

Pahlawan Nasional yang ditetapkan pada 6 November 1973 melalui Keppres No.87/TK/1973.

Persiapan sebelum Perang Diponegoro meletus dilakukan di Krendhowahono bersama Pakubuwono VI. Perang terbuka ini melibatkan pasukan infantri, kavaleri dan artileri, serta telik sandi dalam penyusunan strategi. Pada puncaknya, Belanda mengerahkan 23.000 serdadu lebih dalam perang pertama di Nusantara yang melibatkan semua metode perang modern ini.

Kabarnya ada beberapa kali usaha untuk memindahkan Makam Pangeran Diponegoro ke Jawa, atau ke tempat lain yang lebih baik, namun sepertinya ditentang oleh pemerintah setempat. Alasannya adalah karena sosok Diponegoro telah menjadi simbol nasional, bukan lagi pahlawan Jawa saja, dan untuk melestarikan riwayatnya yang menghabiskan 21 tahun masa hidupnya di Kota Makassar.

Alamatnya Jalan Diponegoro, Kelurahan Melayu, Kecamatan Wajo, Makassar, Sulawesi Selatan. Lokasi GPS : - 5.127037,119.414917, Waze. Rujukan : Hotel di Makassar, Tempat Wisata di Makassar, Peta Wisata Makassar.

g) Benteng Somba Opu

Benteng Somba Opu adalah Benteng peninggalan Kesultanan Gowa yang dibangun oleh Raja Gowa ke-9 Daeng Matanre Karaeng Tumapa'risi' Kallonna pada abad ke-16. Konon Benteng Somba Opu yang terletak di Jalan Daeng Tata, Kecamatan Makassar ini terdahulunya selain berfungsi sebagai Benteng juga merupakan pusat pemerintahan Kerajaan Gowa.

Di dalam Benteng, kita masih dapat melihat bangunan-bangunan yang kemungkinan adalah peninggalan Kerajaan Gowa. Bahkan kini di dalam kompleks Benteng sedang dikembangkan sebuah taman mini untuk Sulawesi Selatan. Jadi dengan mengunjungi Benteng ini kita serasa telah mengunjungi seluruh Sulawesi Selatan.

Benteng Somba Opu (BSO) didirikan pada awal abad ke-16 atas usaha Raja Gowa ke-9 Karaeng Tumapakrisi Kallona yang kemudian dilanjutkan oleh Karaeng Tunipallangga Ulaweng. Pada tahun 1545, Karaeng Tunipallangga (Raja Gowa ke-10) memperkuat struktur dinding Benteng dengan batu padas. Pada masa pemerintahan Tunijallo (Raja Gowa ke-12), Benteng mulai dipersenjatai dengan meriam-meriam berkaliber berat pada setiap sudut bastion.

Pada umumnya panduan wisata itu terdiri atas beberapa materi, di mana ada bagian yang menginfokan lokasi wisata yang akan dibahas sedangkan bagian lainnya merupakan konten penjelasan wisata yang dibahas. Materi komunikasi yang akan dibahas pada perancangan panduan wisata Kota Makassar adalah tempat wisata sejarah yang ada di Kota Makassar, dengan menganalisis beberapa panduan wisata Kota lainnya. Panduan wisata Kota lainnya yang telah membahas objek wisata.

b. Analisis Komunikasi Visual

1) Tipografi

Tipografi Merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah perancangan. Menurut Danton Sihombing (seperti dikutip Perdana, 2007) tipografi adalah “bidang ilmu yang mempelajari seluk-beluk mengenai huruf, yang mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai fungsi estetis dan fungsi komunikasi, sebagai fungsi estetis, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat menarik, sedangkan sebagai fungsi komunikasi tipografi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat.”

Tipografi yang sering digunakan lebih kepada tipografi yang mudah dibaca. Sehingga tipografi yang akan digunakan adalah jenis yang dapat dipahami para wisatawan dan bersifat ramah terhadap mata si pembaca juga informasi yang diberikan dapat

tersampaikan. Berikut karakter beberapa huruf yang digunakan dalam perancangan

Nama Font	Jenis Font
Namesake NF	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Century	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Bodoni	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Scotch Roman	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Helvetica	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Futura	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Verdana	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tabel 3.1 Tipografi

2) Warna

Dalam sebuah desain, warna merupakan elemen visual penarik perhatian paling utama. Setiap warna memiliki karakteristik, kegunaan dan maknanya masing-masing. Pada analisis warna ini dilakukan dengan menggunakan imagechart. Pada materi objek komunikasi, semua gambar yang berkaitan dengan wisata sejarah yang ada di Kota Makassar. Berikut gambar imagechart.



Gambar 3.4 *Imagechart*



3.5. Gambar *ImageChart Mosaik*

Dalam dunia desain warna dikelompokkan menjadi tiga dimensi, yaitu:

1. Dimensi pertama: *Hue*

Berdasarkan *huenya*, warna dapat dikelompokkan menjadi lima kelas, yaitu: (a) warna pertama (*primary colors*) adalah warna yang keberadaannya sudah demikian, artinya bukan tercipta dari percampuran warna lain. (b) warna kedua (*secondary colors*) merupakan warna yang tercipta dari percampuran dua macam warna pertama. (c) warna antara (*intermediate colors*) yaitu warna-warna yang tercipta dari percampuran warna pertama dengan warna kedua. (d) warna ketiga (*tertiary colors*) adalah warna yang tercipta dari percampuran dua macam warna kedua. (e) warna keempat (*quarternary colors*) adalah warna yang tercipta dari percampuran dua macam warna ketiga. 2. warna *hue* juga dibagi menjadi dua golongan, yaitu warna panas (*warm colors*) dan warna dingin (*cool colors*). Warna-warna panas akan memberi kesan gembira dan menggugah sedang warna dingin memberi kesan tenang.

2. Dimensi kedua: *Value*

- a. *Value* warna merupakan salah satu dimensi warna yang menguraikan tentang nilai terangnya warna.
- b. Untuk merubah *value* sebuah warna dapat dilakukan dengan cara warna murni (warna murni di sini adalah warna-warna

yang belum dicampur dengan warna putih, abu-abu, atau hitam) tersebut dicampur dengan warna netral (warna putih, hitam, dan abu-abu). misalnya: warna biru akan menjadi lebih gelap bila dicampur dengan warna hitam, dan lebih terang bila dicampur dengan warna putih, sedang bila dicampur dengan warna abu-abu akan menjadi warna biru agak gelap.

c. *Value* yang lebih terang dari warna murni disebut *tint*, dan agak gelap dari warna murni disebut *tone*, sedang yang lebih gelap dari warna murni disebut *shad*

3. Dimensi ketiga: Intensitas

- a. Intensitas atau chroma dimensi warna yang menguraikan tentang kualitas kecerahan warna.
- b. Warna cerah adalah warna yang belum tercampur dengan warna komplementernya dan disebut warna yang memiliki 'intensitas penuh', sedang warna suram adalah warna yang telah tercampur dengan warna komplemennya dan disebut warna yang memiliki 'intensitas rendah'.
- c. Warna-warna yang berintensitas penuh sangat menyolok dan menimbulkan efek cemerlang, sedang warna-warna yang berintensitas rendah mengesankan kelembutan atau ketenangan.

3) Gaya

Dalam dunia desain grafis ada beberapa jenis gaya. Berikut jenis *Style* desain grafis.

a) *Victorian Style* (1837 - 1901)

Victorian Style berasal dari Inggris pada periode pemerintahan Ratu Victoria berlangsung. Ciri utama gaya desain ini adalah terdapat ornamen hiasan yang kompleks hampir memenuhi semua bidang, gaya desain ini diaplikasikan ke semua cabang desain termasuk *arsitektur, furniture, interior*, kemasan dan lainnya.

Elemen desain khas dari *Victorian Style* adalah penggunaan pembatas (border) dekoratif dan tipografi yang rumit serta simetris pada tata letak dan desain. Kemudian pada masa ini gaya desain ini dikembangkan menjadi sedikit lebih sederhana dengan warna-warna cerah yang dikenal dengan sebutan *Vintage Design*. Karakteristik utama dari *Victorian Style* adalah :

- Pembatas(border) dekoratif
- Tipografi yang rumit
- Penuh dengan ornamen / hiasan seakan menggambarkan kesan 'sibuk' pada desain

b) *Arts And Crafts Style* (1880 - 1910)

Merupakan gaya desain internasional yang terkenal dengan seni dekoratif halus yang dimulai di Inggris dan berkembang di Eropa dan Amerika Utara pada tahun (1880 sampai 1910), kemudian muncul kembali di Jepang pada tahun 1920-an.

Gaya desain ini dibuat menggunakan bentuk sederhana (*simple forms*), dan sering menampilkan kesan abad pertengahan, kesan romantis dengan lebih menekankan penggunaan tekstur dan ilustrasi tipografi.

Style desain ini memiliki pengaruh yang kuat bidang seni di Eropa sebelum digantikan oleh *Art Nouveau* dan *Art Deco* sampai akhirnya tergeser oleh *Style* yang lebih modern pada tahun 1930-an. Ciri dan karakteristik utama dari *Arts & Crafts Style* adalah bentuk yang sederhana, ilustrasi tipografi, penggunaan tekstur yang banyak.

c) *Art Nouveau Style* (1890 - 1920)

Art Nouveau populer di Eropa Barat dan Amerika dari sekitar tahun 1890 sampai 1920, ditandai dengan ornamen garis(*line*) dan kurva yang rumit dibuat dengan palette warna yang cerah dan enak dipandang.

Berbeda dengan *Art Deco*, *Style Art Nouveau* terlihat digambar tangan (*hand draw*) dan menggunakan garis(*line*)

serta bentuk yang alami. Sedang *Style Art Deco* menggunakan bentuk yang geometris dan gradasi warna yang lebih modern.

Berikut ciri utama dari *Style* desain *Art Nouveau* :

- Digambar tangan atau *hand draw*
- Penggunaan ornamen garis dan kurva yang alami
- Penggunaan objek wanita pada desain (Lihat contoh diatas ;)

d) *Futurism Style* (1900 - 1930)

Futurism tidak hanya sebuah *Style* desain saja melainkan juga merupakan sebuah gerakan sosial yang berkembang di Italia pada awal abad 20-an. *Style* desain ini lebih menekankan pada ilustrasi kecepatan, teknologi, dan kekerasan, serta bentuk objek seperti mobil, pesawat dan Kota.

Seni *Futurism* seringkali menawarkan pemecahan warna kedalam serangkaian titik-titik atau bentuk-bentuk geometris melalui proses yang disebut *Divisionisme*. *Style* desain *Futurism* banyak mempengaruhi perkembangan desain grafis kearah yang lebih modern pada abad ke-20an.

e) *Early Modern Style* (1910 - 1935)

Early Modern tercipta ketika para seniman meninggalkan kebiasaan mereka dan mencoba bereksperimen untuk menciptakan *Style* desain dan filosofi desain baru yang akan mempengaruhi semua perancang grafis diseluruh dunia. *Early Modern* memiliki bentuk geometris yang lebih minimalis

dengan didominasi oleh foto dan lebih sedikit ilustrasi. *Style* desain ini adalah awal dari perubahan desain grafis ke arah yang lebih modern.

Ringkasan ciri dari *Early Modern* Adalah :

- Bentuk geometris
- Lebih minimalis
- Desain lebih bersih
- Lebih menekankan penggunaan foto dengan sedikit ilustrasi

f) *Heroic Realism Style* (1910 - 1940)

Heroic Realism merupakan istilah yang menggambarkan seni desain grafis yang digunakan sebagai propaganda. Contohnya termasuk gaya realisme sosialis yang terikat dengan Rezim Komunisme, dan gaya seni yang sangat mirip dengan Fasisme. *Style* Desain Heroic Realism ini digunakan untuk menyebarkan revolusi di Uni Soviet pada waktu itu atau pada masa pendudukan Nazi.

Karakteristiknya adalah mudah diidentifikasi, terlihat realistis dan kebanyakan menggambarkan tokoh, pahlawan atau simbol sebagai objek utamanya. Gambar poster "Uncle Sam" yang terkenal di Amerika adalah salah satu dari poster yang menggunakan *Style* ini.

Ciri-ciri utama dari *Style* desain *Heroic Realism* adalah :

- Menampilkan citra realistik

- Menonjolkan satu orang atau tokoh sebagai objek utama
- Text kalimat pesan yang terlihat lebih strong

g) *Art Deco Style* (1920 - 1940)

Art Deco populer pada tahun 1920 sampai 1940-an, menggunakan gradasi warna, *motion line* dan efek *airbrush* / tampilan kasar adalah ciri khas dari *Style Art Deco*. Contoh sempurna dari *Style Art Deco* dalam desain grafis dapat ditemukan di buku-buku komik, poster pameran mobil tua, sampul buku dan poster film.

Karakteristik dari *Art Deco* adalah terdapat bentuk-bentuk geometris, bold kurva, *strong vertical lines*, efek *airbrush* dan gradasi warna, juga menekankan penggunaan ilustrasi dan representasi dari bangunan atau benda sehari-hari. Belakangan ini *Style Art Deco* kembali di pakai dalam pembuatan beberapa poster film dan kembali populer beberapa tahun ini.

h) *Swiss / International Style Design* (1940 - 1960)

Sering disebut sebagai *International Typographic Style* atau *International Style*, Gaya desain yang berasal dari Swiss pada tahun 1940-an adalah dasar dari banyak perkembangan *Style* desain grafis pada abad ke-20. *Style* desain ini lebih disukai karena lebih mengutamakan kesederhanaan, tanpa tambahan ornamen, bersih dan lebih memanfaatkan ruang negatif dalam desainnya.

Fokus utama dari *Swiss Design* adalah penggunaan *grid*, tipografi *sans-serif*, hirarki konten dan tata letak yang bersih. *Desain Swiss* mengkombinasikan sebuah foto yang besar namun ditampilkan secara sederhana dengan tipografi minim.

Flat Design yang sedang populer dan paling banyak digunakan sekarang ini juga terinspirasi dari gaya desain ini. *Style* desain ini pada masa-nya lebih banyak digunakan untuk desain poster yang merupakan sarana komunikasi yang paling efektif kala itu.

Ciri utama dari *Swiss Style* adalah :

- Memanfaatkan ruang negatif
- Bersih dan sederhana
- Lebih sering menggunakan *font* Sans Serif
- *Layout* asimetris

i) *Late Modern Style* (1945 - 1960)

Late Modern meliputi produksi keseluruhan dari *artwork* terbaru yang dibuat antara setelah perang dunia II dan tahun-tahun awal abad ke-21. Istilah lain dari *Style* desain ini adalah *Contemporary Art*.

Gaya desain ini lebih mengedepankan kesederhanaan dengan bentuk geometris yang terdistorsi, tata letak struktur yang polos, sederhana dan non-dekoratif.

j) *American Kitsch Style* (1950 - 1960)

Pengaruh dari *Art Deco* menginspirasi para artis(seniman) dan perancang untuk membuat ide-ide desain yang lebih modern, setelah beberapa tahun mencoba pada tahun 1950-an *Style desain Kitsch American* muncul dengan gaya desain yang lebih futuristik. *Style* desain ini ditandai dengan penggunaan *font* yang menonjol dengan kontras warna yang sesuai, *Style* desain ini banyak digunakan pada komik-komik dan poster film pada masanya.

Kitsch adalah sebuah kata yang dalam bahasa Jerman yang berarti "Selera Buruk". Dalam desain, kitsch digunakan untuk menggambarkan artwork atau desain yang berkesan megah, elegan, dan vulgar. Seperti namanya *Style* desain ini berasal dari Amerika namun masih belum diketahui alasan para perancang Amerika dulu menggunakan kata '*kitsch*' tersebut.

Karakteristik utama dari *Style* desain American Kitsch adalah :

- Penggunaan warna kontras antara *font* dan ilustrasi
- lebih berani menggunakan warna-warna cerah
- Bentuk aerodinamis (*aerodynamic shapes*)
- Menampilkan tokoh dengan pose unik sebagai objek utama

k) *Psychedelic Style* (1960 - 1970)

Gerakan *Psychedelic* dimulai pada pertengahan tahun 1960-an dan memiliki efek pada banyak aspek budaya populer termasuk gaya berpakaian, seni, sastra dan falsafat. Nama "*Psychedelic*" mengacu pada obat narkoba yang populer pada budaya kaum muda waktu itu. Motif Visual *Art Psychedelic* sebagian terinspirasi dari *Art Nouveau*, bentuk kurva lengkung, *font hand draw*, dan warna yang intens adalah ciri dari *Style* desain ini.

Dinamakan *Psychedelic* dikarenakan orang yang melihat desain ini seakan-akan berhalusinasi seperti orang yang sedang mabuk atau mengkonsumsi obat narkoba.

Dari kacamata seni *Style* desain ini merupakan *Artwork* yang sangat bagus, namun Gaya desain ini sudah jarang digunakan karena bentuk *font* yang sulit terbaca menghilangkan fungsi utama dari desain yaitu mengkomunikasikan pesan kepada orang yang melihat desain tersebut.

Ciri-ciri dari *Psychedelic Style Design* adalah :

- Memberi kesan halusinasi
- Bentuk abstrak dengan warna intens
- Menggunakan *Font hand Draw*

1) *Post-Modern Style* (1970 - 1990)

Post Modern tidak memiliki dampak pada desain grafis sampai pada tahun 1980-an. Awalnya banyak yang mengira ini hanya *Mixed Art (Style Campur)*, namun pada kenyataannya ini adalah rancangan terbaru dari desain. *Style* campur ini ditandai dengan judul yang miring, ilustrasi kolase, terdapat unsur tumpang tindih dalam desain, menampilkan toko sebagai objek utama, dan dekorasi impulsif.

m) *Grunge Style* (2000 - 2015)

Grunge Style adalah sebuah evolusi desain baru yang muncul pada awal tahun 2000-an, gaya desain ini sangat mudah dikenali dengan penggunaan tekstur kasar (efek bercak-bercak) yang konsisten, tanpa garis tepi / border dan tata letak yang teratur.

Noda / tekstur kotor, gambar robek, potongan kertas atau kerutan kertas adalah elemen yang paling populer digunakan dalam gaya desain *grunge*. Tekstur kotor sering digunakan sebagai background (*gambar latar belakang*) untuk menu navigasi pada website, foto dan keseluruhan *layout*. Biasanya elemen ini adalah objek biasa di kehidupan sehari-hari seperti guratan kertas, bercak cat tembok dan lainnya yang direplikasikan dalam bentuk nyata tanpa efek glossy.

Ciri utama dari *Grunge Style* adalah :

- Tekstur kotor sebagai gambar latar belakang

- Garis tidak teratur dan tanpa border(*garis tepi*)
- Penambahan efek kertas robek dan tepi bertekstur kotor
- Penggunaan *font* yang solid dan mudah dibaca dengan warna yang kontras

n) *Flat Design Style* (2010 - Present)

Flat Design adalah *Style* desain yang paling banyak digunakan dan populer pada saat ini, karena gaya desain ini lebih minimalis, dengan pemilihan warna cerah yang nyaman dipandang. *Flat Desain* awalnya digunakan untuk grafis antarmuka *website*, *software* / *aplikasi*, dan *mobile Apps*. Namun kini, gaya desain ini juga diaplikasikan ke berbagai media seperti banner, poster, brosur dan lainnya.

Meskipun sekarang masih banyak perancang berpikir bahwa mereka harus menambahkan desain yang ramai dengan banyak ornamen hiasan di situsnya maupun di desainnya agar terlihat menarik. Ideologi seperti itu sudah tidak berlaku karena sekarang eranya di mana desain digital itu bersifat simple namun menarik.

Swiss Style / *International Typographic Style* memberikan pengaruh yang sangat besar pada *flat desain* dan dianggap sebagai titik awal dari flat desain meskipun gaya flat desain baru muncul beberapa tahun terakhir.

Ciri khas dari *Flat Design* adalah :

- Minimalis
- Warna kalem dan enak dipandang
- *straight lines*
- Pemanfaatan ruang negatif

o) *Metro Design Style (2012 - Present)*

Metro UI merupakan istilah bahasa baru yang dikenal setelah meluncurnya sistem operasi Windows 8 pada tahun 2012. Hampir semua orang mengenal istilah ini karena kemunculannya bersamaan Windows 8. Desain Metro ini yang tidak ditemukan pada versi Windows 7 ini mempunyai daya ketertarikan yang luar biasa. Dengan desain UI modern dan typografi yang menakjubkan yang belum pernah ditemui sebelumnya.

Fokus utama dalam *Metro Design* adalah meningkatkan penggunaan pembaca dan pengamat dengan menampilkan desain yang rapi dan lebih menarik. *metro design* lebih mengandalkan banyaknya *grid layout* yang simpel dan penggunaan *typografi sans-serif*. Typografi dalam metro UI ini sangat penting sekali, Metro UI mempunyai konten dengan konteks yang singkat namun mudah untuk dipahami, kesederhanaan typografi ini mampu dibaca dan dimengerti dalam beberapa detik saja.

Metro datang dengan desain yang sangat menarik, simpel dan indah dengan efektivitas kesederhanaan yang *colourful*. Metro ini merupakan desain yang sangat cocok diterapkan di semua perangkat device baik itu PC, laptop, layar sentuh, tablet dan *smartphone*.

c. Analisis *Positioning* dan *Branding*

Positioning adalah cara produk itu didefinisikan oleh konsumen berdasarkan sejumlah atribut atau tempat produk tertentu dipikirkan konsumen secara relatif terhadap konsumen yang bersaing. *Positioning* dapat menempatkan suatu produk di pasaran, yang dapat dibedakan dari kompetitor dan produk lainnya yang mempunyai peluang mengambil pangsa pasar. Dengan melakukan *positioning* kita akan lebih berkonsentrasi kepada pasar yang ingin kita raih. Dengan fokus tersebut kita mempunyai peluang menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif.

Dalam perancangan ini, Kota Makassar sebagai objek datangnya wisatawan untuk mengunjungi sebuah tempat wisata. Di mana Makassar sebagai Kota terbesar di Indonesia bagian Timur, dengan keindahan panorama dan kebudayaan yang dimiliki masyarakatnya. Makassar juga sebagai Ibu Kota Provinsi Sulawesi Selatan dan berada di tengah kepulauan Indonesia dengan penerbangan tersibuk di bagian Timur. Kota Makassar juga dikenal dengan Kota para daeng yang mana artinya sebagai sebutan kepada orang yang lebih tua atau

dituakan. Kata daeng dalam arti spesifik dalam tradisi suku Makassar yaitu Paddaengang atau nama halus/areng alusu’.

Berdasarkan hal tersebut, branding yang ingin diciptakan terhadap wisatawan selaku target *audience* yaitu ketika ingat Makassar adalah kata Daeng. Dari kata Daeng ini menjadi sebuah branding untuk perancangan ini. Sehingga diharapkan melalui perancangan ini wisatawan dengan mudah mencari sebuah media panduan dengan kata daeng. Ketika dihubungkan dengan wisatawan dalam arti internasional yaitu *Travellers* maka perancangan ini menciptakan branding “Daeng *Travellers*”

d. Analisis Media

Berdasarkan panduan wisata yang ada media yang digunakan terbagi dalam cetak maupun elektronik. Dalam hal ini akan disebutkan juga kelebihan dan kekurangannya. Agar dapat membandingkan dengan berbagai media yang ada.

1) Versi Cetak

No	Panduan Wisata	Kekurangan	Kelebihan	Alasan/Analisis
1	Buku	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi harus diperbaharui secara berkala - Diperlukan bahasa yang baku - Diperlukan 	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat bertahan lama - Dapat ditemukan di toko buku - Bahasa yang digunakan sistematis 	Dalam hal ini buku dapat memuat banyak informasi, juga dapat dirasakan secara nyata tidak virtual. Buku ini juga mudah kita jumpai di toko buku yang ada

		tempat khusus agar tidak mudah rusak	sehingga para pembaca mengetahui alur cerita <ul style="list-style-type: none"> - Sumber referensi terpercaya - Sebagai penambah wawasan 	diKota-Kota. Berdasarkan kelebihan dan kekurangannya buku ini bisa menjadi sumber informasi tapi informasi yang harus diperbaharui secara berkala dalam konteks panduan wisata. Karena Objek wisata dapat berubah-ubah fasilitas yang ada.
	Brosur	<ul style="list-style-type: none"> - Formasinya yang kurang up to date. - Cara promosi yang tradisional dan sudah banyak yang menggunakan . 	<ul style="list-style-type: none"> - Sederhana namun langsung to the point tanpa basa basi sehingga para konsumen bisa langsung mengerti produk atau jasa yang ditawarkan. - Disini kita bisa memainkan warna, gambar, jenis huruf, ukuran kertas, tata letak, dan bentuk lipatannya agar membuatnya semakin menarik. - Harga semakin murah, semakin banyak brosur yang dicetak semakin murah harga cetaknya. - Penghematan biaya. Biaya yang dikeluarkan 	Brosur adalah media iklan yang mudah dijumpai di mana saja, tapi brosur dalam hal panduan wisata tidak efektif karena tidak dapat memuat banyak informasi yang dibutuhkan wisatawan. Brosur ini bersifat langsung dan tidak bertele-tele dalam penyampaian informasi.

			<p>untuk beriklan dengan brosur lebih murah daripada biaya menggunakan sistem iklan lainnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tetap beriklan walaupun tidak ada orang yang menjaganya. Orang yang merasa butuh dan penasaran yang akan mengambil brosur ditempat brosur disimpan dan membawanya pulang. 	
	Majalah	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya lebih relatif tinggi (mahal). - Fleksibilitasnya rendah (terbatas). - Distribusi Banyak majalah yang peredarannya lambat sehingga hanya menumpuk di rak-rak toko. Ada juga majalah yang tidak memiliki jaringan distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat dinikmati lebih lama (long life span) - Pembacaannya lebih selektif. - Dapat mengemukakan gambar yang menarik (Kualitas Visual). - Khalayak sasaran; salah satu keunggulan majalah jika dibandingkan dengan media lainnya adalah kemampuannya menjangkau segmen pasar tertentu yang 	<p>Majalah dalam hal panduan wisata, hanya memuat informasi teks sedikit dengan banyaknya foto sebagai informasi objek wisata. Berdasarkan kelebihan dan kekurangannya majalah ini bisa menjangkau segmen pasar yang terspesialis dan dinikmati lebih lama. Dalam hal bahan</p>

		<p>yang tepat. Di beberapa daerah tertentu yang daya belinya tinggi namun sulit dijangkau, majalah sering tidak ada.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dan Jenis bahan yang digunakan biasanya mudah sobek, artinya gangguan mekanis tinggi, sehingga informasi yang diterima tidak lengkap 	<p>terspesialisasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penerimaan khalayak; kemampuan mengangkat produk-produk yang diiklankan sejajar dengan persepsi khalayak sasaran terhadap prestige majalah yang bersangkutan. 	<p>biasanya majalah mudah rusak.</p>
	Booklet	<ul style="list-style-type: none"> - Booklet ini tidak bisa menyebar ke seluruh masyarakat, karena disebabkan keterbatasan peyebaran booklet - Tidak langsungnya proses penyampaiannya, sehingga umpan balik dari objek kepada peyampai pesan tidak secara 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan media cetak sehingga biaya yang dikeluarkannya itu bisa lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan media audio dan visual serta juga audio visual - Proses booklet agar sampai kepada objek atau masyarakat bisa dilakukan sewaktu-waktu - Proses penyampainnya juga bisa 	<p>Booklet ini berukuran mini dari buku biasanya, mengulas tentang produk yang ditawarkan. Booklet ini dalam buku panduan wisata jarang digunakan karena berdasarkan kekurangan itu sendiri booklet ini tidak bisa menyebar keseluruh masyarakat.</p>

		langsung	<p>disesuaikan dengan kondisi yang ada</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lebih terperinci dan jelas, karena lebih banyak bisa mengular tentang pesan yang disampaikan. 	
	Poster	<ul style="list-style-type: none"> - Untuk menikmatinya diperlukan kemampuan membaca dan atensi atau perhatian, karena tidak bersifat auditif dan visual, ia memintakan pula kemampuan imajinasi pembaca untuk menikmati dan memahaminya - Membutuhkan proses penyusunan dan penyebaran yang kompleks dan membutuhkan waktu yang relatif lama. - Jenis bahan yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> - Khalayak dapat mengatur tempo dalam membaca. Ia dapat mengulang bacaannya kembali dan mengatur cara membaca. - Media yang dapat di tinjau ulang, pembaca dapat dengan tenang, membaca dengan teliti iklannya dan dapat membaca kembali bagian-bagian menurut kehendaknya. - Karena sifatnya yang tercetak pesan-pesannya bersifat permanen dan kekuatan utamanya adalah dapat dijadikan bukti. - Membuat informasi yang cukup lengkap. Saat pembaca 	<p>Poster dalam hal ini sebagai pemberi informasi yang singkat tentang sesuatu produk, tapi dalam panduan wisata poster hanya digunakan sebagai media promosi pendukung. Karena minimnya ukuran untuk lingkup panduan wisata yang harus memuat banyak informasi. Dalam hal ini juga banyak tempat wisata yang ada.</p>

		<p>biasanya mudah sobek, artinya gangguan mekanis tinggi, sehingga informasi yang diterima tidak lengkap.</p>	<p>tidak paham pada satu bagian dari isinya, pembaca dapat menanyakan pada orang lain.</p>	
	Advertorial	<ul style="list-style-type: none"> - Klien dikenakan biaya tambahan apabila meminta pihak media yang 100% menulis advertorialnya - Ada saja pembaca (calon konsumen) yang mungkin melewati tulisan advertorial karena lebih banyak tulisan daripada gambar. - Masalah tipografi dan tata letak sangat berpengaruh pada advertorial di media cetak. - Penulisan cenderung tricky karena harus bisa 	<ul style="list-style-type: none"> - Lebih disukai klien karena kesannya tidak menggurui pembaca tentang suatu produk - Menimbulkan kesan yang lebih meyakinkan kepada pembaca karena ditulis dengan memperhatikan kaidah jurnalistik, sehingga caranya menggiring pembaca adalah dengan menggunakan gaya bahasa persuasive dengan membeberkan contoh pengalaman nyata dan fakta dilapangan - Dengan dua poin tersebut, maka advertorial berpotensi lebih 	<p>Advertorial merupakan salah satu bentuk periklanan yang ada di media massa dengan menggunakan gaya bahasa jurnalistik. Dalam hal ini panduan wisata tidak efektif dalam media advertorial dikarena memuat informasi berupa teks yang panjang dan bersifat jurnalistik. Berdasarkan kelebihan dan kekurangannya media ini dapat menyakinkan pembaca dengan produk yang ditawarkan tetapi media ini harus memperhatikan kaidah jurnalistik.</p>

		menarik pembaca tanpa harus terkesan bombastis dan tetap sesuai kaidah jurnalistik.	besar mencapai target penjualan. - Biaya iklan relatif lebih murah dibandingkan iklan display	
--	--	---	--	--

Tabel.3.2. Versi Cetak

2) Versi Elektronik

No	Panduan Wisata	Kekurangan	Kelebihan	Alasan/Analisis
1	Televisi	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya relatif tinggi. - Hanya dapat dinikmati sebentar (pesan berlalu sangat cepat). - Khalayak yang selektif (tidak setajam media lainnya kemungkinan menjangkau segmen tidak tepat karena pemborosan geografis). - Kesulitan teknis. - Tidak semua tempat dapat dicapai gelombang penyiaran televisi. - Tidak semua 	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat dinikmati oleh siapa saja. - Dapat menjangkau daerah yang luas. - Waktu siarannya sudah tertentu. - Memiliki daya penyampaian dan pengaruh yang kuat karena dapat memberikan kombinasi antara suara dengan gambar (yang bergerak). - Memudahkan para audiensnya untuk memahami yang diiklankan. - Tidak memerlukan keahlian dan kemampuan membaca seperti pada media 	<p>Televisi dan hal ini media dalam bentuk elektronik, banyaknya iklan tentang pariwisata menggunakan media ini. Media ini dapat dijangkau daerah yang luas tetapi hanya dapat dinikmati sesaat, juga tidak dapat menjangkau segmen karena pemborosan. Media televisi ini dalam hal panduan wisata berupa iklan video tentang pariwisata yang ada diindonesia.</p>

		orang memiliki pesawat televisi melihat harganya yang relatif mahal.	cetak. Dengan gambar-gambar, semua orang sudah cukup mengerti maknanya.	
	Radio	<ul style="list-style-type: none"> - Waktunya terbatas. - Tidak mengemukakan gambar. - Pendengar sering kurang mendengarkan secara penuh karena diselingi melakukan pekerjaan lain. - Noise Faktor (khusus gelombang MW dan SW) - Sulit untuk menyampaikan pesan-pesan yang kompleks - Alternatif audience dalam pemilihan stasiun lebih banyak (persaingan yang ketat) - Sekilas dengar atau bersifat auditif saja sedangkan televisi lebih lengkap. - Tidak dapat digunakan untuk 	<ul style="list-style-type: none"> - Biayanya relatif rendah (dalam artian <i>hardware</i>-nya serta dalam produksi siarannya) - Dapat diterima oleh siapa saja. - Dapat menjangkau daerah yang cukup luas. - Bersifat Auditif - Lebih leluasa dalam penyampaian pesan-pesannya tanpa banyak varian-variannya. - Menimbulkan audio imajinatif. - Efek yang ditimbulkan lebih dahsyat dari pada efek visual. - Daya tembus yang besar tidak mengenal rintangan. Radio yang menggunakan gelombang SW, MW, mempunyai kemampuan penetrasi area yang luas sehingga pesan yang 	Radio berdasarkan kelebihan dan kekurangannya dapat diterima oleh siapa saja, dalam hal ini radio bersifat audio tidak menampilkan gambar. Untuk panduan wisata Kota media ini tidak efektif karena hanya memberikan informasi melalui audio.

		<p>menyampaikan acara yang abstrak dan kompleks (rumit)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Radio adalah termasuk media yang time organized, sehingga untuk penataan program acaranya mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut: - Untuk penyampaian pesan yang bersifat informatif maka maximum durasinya adalah 15 menit. - Untuk acara yang bersifat entertainment bisa sampai 30 s.d 45 menit. 	<p>disampaikan dapat mengatasi jarak, ruang dan waktu.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merupakan sarana yang cepat dalam menyebarkan informasi . - Radio dapat diterima dan didengar di areal tanpa listrik atau tidak selalu membutuhkan daya listrik. - Praktis (portable dapat di bawa kemana-mana) dan audience selectivity. - Mengatasi buta huruf artinya para pendengar radio tidak dituntut untuk bisa membaca. 	
	Smartphone	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan biaya besar untuk menggunakan <i>smartphone</i> - Membutuhkan memori yang lebih banyak untuk 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Smartphone</i> bisa dibawa kemana-mana - Fleksibel - Tahan lama - Memudahkan menerima informasi 	Media ini ditinjau dari factor biaya membutuhkan biaya untuk memilikinya, banyaknya aplikasi yang diinginkan membutuhkan memori yang lebih besar

		<p>menjangkau aplikasi yang diinginkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daya batteray dalam jangkau tertentu 		<p>penyimpanannya. Smartphone juga dapat digunakan sebagai alat media promosi dengan menggunakan media ini dapat dilakukan seperti mempromosikan suatu wisata dengan fitur yang dimiliki smartphone. Dalam smartphone memiliki aplikasi media social, seperti instagram, twitter dll. Hal ini juga dapat digunakan sebagai media promosi interaktif.</p>
	Website	<ul style="list-style-type: none"> - Kredibilitas. - Karena tidak bertemu langsung dengan klien, susah untuk mendapatkan kepercayaan dari klien. - Susah mencapai target pengunjung. - Karena banyaknya persaingan di Internet, maka untuk mendapat peringkat bagus di 	<ul style="list-style-type: none"> - Jangkauan pasar yang sangat luas. - Karena pengguna Internet yang begitu banyak dan semakin hari semakin meningkat, tentu saja peluang bisnis di Internet semakin besar. - Bisa diakses oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja. - Internet adalah dunia tanpa batas. Informasi Perusahaan atau Bisnis bisa dilihat oleh siapa saja, di mana saja, dan 	<p>Dalam hal ini mencakup media online, website merupakan media berbasis online karena harus menggunakan akses internet untuk dapat menjangkau informasi yang diberikan. Berdasarkan kelebihan dan kelemahannya website ini bisa dijangkau oleh siapa saja. Juga informasi yang diberikan dapat di perbaharui</p>

		<p>Google menjadi susah.</p> <ul style="list-style-type: none"> - SPAM. - Salah satu resiko yang harus dihadapi ketika Anda mempublikasi No. Telp dan Email ke dalam website adalah sms atau email SPAM 	<p>kapan saja.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Akses Informasi yang sangat mudah. - Hanya dengan beberapa klik mouse, pengunjung bisa melihat informasi tentang bisnis Anda, produk dan jasa. - Update Informasi yang fresh. - Melalui website, Perusahaan bisa memberikan Informasi terbaru dengan sangat cepat. - Publikasi dan periklanan. - Link dan Viral Marketing. - Keuntungan lain berbisnis di Internet, ketika suatu perusahaan atau bisnis baik dan mendapat kepercayaan, maka perusahaan tersebut akan mendapat pengakuan dari klien yang berupa link. Semakin bagus dan diakui bisnis Anda, semakin banyak link yang akan didapatkan. - Proteksi Brands. - Di Internet tidak mungkin terdapat 2 nama domain 	<p>sebagaimana dalam hal panduan wisata membutuhkan informasi yang up to date untuk memberikan tempat wisata yang masa kini. Tetapi website ini juga memiliki kelemahan yaitu karena banyaknya persaingan website ini biasanya tidak mendapatkan pengunjung. Website ini juga harus memiliki nama akses yang mudah ditemukan di lini pencarian google.</p>
--	--	---	---	--

			yang sama. Nama Domain yang sudah dimiliki bisa digunakan sebagai Brands Perusahaan atau Bisnis, karena tidak mungkin ada pesaing yang menggunakan nama domain yang sama.	
	Aplikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak bisa di download pada ioa lain, - Update yang dilakukan secara periodiv menciptakan kondisi di mana terdapat versi yang berbeda-beda. - Harus membayar untuk menjadi mobile developer 	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaanya setelah menginstal dapat digunakan hanya sekali klik, mengakses berbagai fitur di dalamnya. 	<p>Berdasarkan penggunaannya, aplikasi digunakan di <i>smartphone</i>. Dalam hal ini aplikasi panduan wisata harus ter-instal dalam handphone pintar. Ada juga aplikasi yang tidak dapat di instal pada <i>smartphone</i> tertentu. Penggunaan aplikasi pada panduan wisata berguna bagi wisatawan yang ingin berkunjung agar mengetahui informasi wisata hanya dengan sekali klik. Akan tetapi, media ini membutuhkan ruang memori pada smarphone juga biasanya hanya pada <i>smartphone</i> tertentu.</p>

	Fanpage	Pembuat n halaman ini berbayar untuk jangkauan orang yang diinginkan	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah fans yang tidak terbatas. - Dapat ter-index oleh search engine - Free tag - Muncul pada newsfeed buyer 	Fanpage adalah halaman yang berisikan tentang produk maupun informasi. Fanpage ini seperti halnya website memberikan informasi secara virtual. Fanpage juga dapat diakses secara global. Tetapi dalam fanpage harus tetap memberikan informasi secara berkala untuk memastikan fanpage memberikan informasi yang akurat juga akun fanpage yang tidak terlihat mati/ tidak aktif.
--	---------	--	--	--

Tabel. 3.3. Versi Elektronik

3) Perbandingan versi cetak dan elektronik

Perbandingan antara versi cetak dan elektronik sangatlah berbanding. Berdasarkan analisis versi cetak dan elektronik di atas, maka buku, majalah serta *website*, *fanpage*, dan aplikasi dapat digunakan sebagai panduan wisata. Masing-masing media memiliki kelebihan dan kekurangannya. Versi cetak dapat lebih terjangkau harganya jika diproduksi dengan banyak, tetapi juga versi cetak saat ini kurang diminati bagi sebagian orang. Di mana era saat ini teknologi semakin canggih dan terus menjadi

kebutuhan setiap manusia. Jika dibandingkan dengan media elektronik, media ini memiliki juga kelebihan dan kekurangannya. Jika ditinjau dari panduan wisata, target konsumen dalam hal ini wisatawan akan memilih panduan yang sifatnya tidak berbelit. Dalam dunia teknologi akan membuat pekerjaan terasa mudah. Menurut Annisa seorang mahasiswa juga sebagai wisatawan di Kota Makassar “Di zaman teknologi seperti ini, penggunaan *smartphone* sudah sangat lumrah sehingga *smartphone* bukan lagi barang mewah. Penggunaanya pun sudah segala Usia, kebanyakan pengguna aktifnya pun adalah usia SMA hingga mahasiswa yang merupakan pengunjung setia situs wisata dan sosial media. Jika promosi elektronik menarik dan *edukatif*, maka pemerintah secara ringan telah menambah wawasan pengguna internet sendiri tentang kebudayaan Indonesia”. Oleh karenanya, elektronik saat ini sudah menjadi hal biasa. Jika dibandingkan dengan cetak hal ini sudah tidak relevan untuk membuat promosi wisata.

4) Perbandingan identifikasi wilayah lain

Panduan wisata pada wilayah lain, seperti bali, Yogyakarta dan Jakarta. Masing-masing wilayah juga memiliki media untuk mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada. Bali sangat terkenal dengan objek wisata pantai dan kebudayaannya secara mendunia, turis mancanegara lebih memilih bali untuk dijadikan

tempat liburan yang menyenangkan, Yogyakarta dikenal sebagai Kota pelajar, dan senimannya. Objek wisata yang ditawarkan pun beragam, dalam hal ini berbaur seni dan lainnya. Sedangkan Jakarta sebagai ibu Kota Indonesia, dikenal sebagai Kota metropolitan. Jakarta mempunyai objek wisata tersendiri, dalam hal ini lebih bersifat Monumen maupun bangunan bersejarah lainnya yang ada di Jakarta.

Ditinjau dari panduan wisata yang digunakan wilayah lain yaitu:

1) **Kota Bali**

Mengangkat Kota bali sebagai perbandingan karena objek wisata yang sudah dikenal hingga mancanegara, banyaknya turis yang berwisata ke Indonesia dan mengunjungi bali. Objek wisata pantai dan kebudayaannya diminati bagi wisatawan. Dalam hal ini Kota Bali memiliki media informasi tentang wisatanya, media yang digunakan yaitu;

a) Website



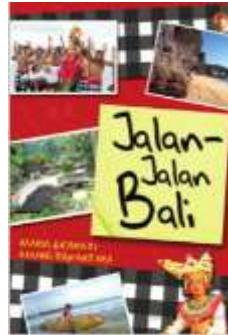
Gambar 3.6. Website panduan wisata bali
(Sumber : <http://bali.panduanwisata.id/>)

b) Aplikasi



Gambar 3.7. Aplikasi Wisata Bali
(Sumber : <https://play.google.com>)

c) Buku



Gambar 3.8. Buku Wisata Bali
(Sumber : Google Jurnal Wisata Kota Bali)

2) **Kota Yogyakarta**

Mengangkat Kota Yogyakarta sebagai perbandingan wilayah, karena Yogya dikenal sebagai Kota Pelajar juga merupakan Kota Seniman dengan arsitektur dan tingginya seni di Kota ini. Dari ciri khas Kota ini banyaknya wisatawan yang berkunjung untuk menjelajahi Kota Yogyakarta, objek wisata dan ramai dikunjungi. Dalam hal ini Kota Yogyakarta memiliki

media informasi tentang wisatanya, media yang digunakan yaitu :

a) Website



Gambar 3.9. Website Visiting Jogja
(Sumber : <https://visitingjogja.com/>)

b) Aplikasi



Gambar 3.10. Aplikasi Visiting Jogja
(Sumber : <https://play.google.com>)

c) Buku



Gambar 3.11. Buku Wisata Jogja
(Sumber: <http://www.bukukita.com>)

5) Dasar-Dasar Analisis

Berdasarkan perbandingan versi cetak dan elektronik, media yang efektif dalam era masa kini yaitu elektronik ataupun teknologi. Media ini berguna bagi wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata yang ada dengan informasi yang dapat diterima dengan mengakses secara virtual dan dapat dibaca di manapun. Media yang efektif dengan informasi yang diterima secara menyeluruh adalah aplikasi. Media ini juga digunakan dalam promosi wilayah lain, berdasarkan perbandingan wilayah lain. Media ini menginformasikan objek wisata yang ada di Kota Makassar, khususnya wisata sejarah di Kota Makassar. Aplikasi ini berfokus pada wisata sejarah dengan mengangkat sejarah wisatanya, lokasi dan keadaan objek wisata tersebut.

D. Konsep Desain dan Strategi Perancangan

Desain ini diusung dengan konsep yang mengangkat objek wisata sejarah yang ada di Kota Makassar. Melihat animo atau minat masyarakat dalam melakukan kunjungan ke tempat-tempat wisata yang begitu besar. Maka berdasarkan fenomena yang sering disebut '*travelling*', hal tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media panduan dengan kata lain agar

dapat mengetahui dan meningkatkan pengetahuan sejarah dikalangan masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, konsep desain ini mengangkat tema “semangat”, dalam arti semangat perjuangan. Mencerminkan semangat perjuangan dalam beberapa kisah diberbagai tempat wisata sejarah di masa lampau. Pada penerapan warna dan tipografi yang berarti semangat dan penuh keberanian juga tegas dan kokoh mencerminkan jiwa yang semangat dan pantang menyerah.

1. Konsep Visual

a. Pemilihan warna

Komposisi warna yang akan digunakan dalam perancangan ini. Berdasarkan konsep desain yang akan diangkat, dalam hal ini warna yang diterapkan adalah warna yang penuh semangat. Menentukan warna diambil dari imagechart yang telah dilakukan sesuai dengan konsep desain, yaitu semangat juang. Semangat juang atau daya juang ada berbagai garis, dalam hal ini semangat rohani yaitu islami dan rohani.



3.12 Gradiasi Warna

Warna yang digunakan pada media, adalah warna yang terdapat pada gambar 3.17

b. **Tipografi**

Tipografi yang digunakan adalah tipografi yang memiliki karakteristik kokoh, dan mudah dibaca. Jenis huruf yang memiliki ciri kaki/sirip/*serif* yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil. Pada perancangan ini akan menggunakan jenis huruf lain sebagai pendukung.

Nama Font	Jenis Font
Namesake NF	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Bodoni	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Helvetica	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Futura	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

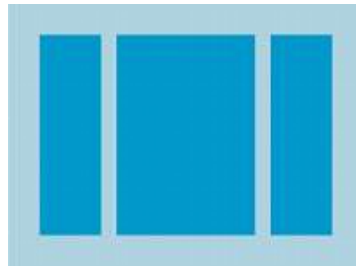
Tabel 3.4. Tipograpy

c. Layout

Pada umumnya ada beberapa tipe *layout* yang digunakan pada *platform android* yaitu,

1) *Layout Linier*

Layout yang mengatur anak-anaknya menjadi satu baris horizontal atau vertikal. *Layout* ini akan membuat *scrollbar* jika panjang jendela melebihi panjang layar.



Gambar 3.13. *Layout Linier*
(Sumber : <https://developer.android.com>)

2) *Layout Relatif*

Memungkinkan Anda menentukan lokasi objek anak relatif terhadap satu sama lain (anak A di kiri anak B) atau terhadap induk (disejajarkan dengan atas induknya).



Gambar 3.14. *Layout Relatif*
(Sumber : <https://developer.android.com>)

3) Tampilan Web

Menampilkan laman web.



Gambar 3.15. Tampilan Web
(Sumber : <https://developer.android.com>)

d. Gaya

Konsep desain yang diusung yaitu “semangat juang” dalam hal ini semangat perjuangan diberbagai tempat wisata sejarah mempunyai cerita tersendiri. Semangat perjuangan dalam memperjuangkan tempat itu sendiri hingga perjuangan dibangunnya objek wisata tersebut. Dari berbagai tempat wisata itu Benteng *Fort Rotterdam* salah satu objek wisata sejarah yang terkenal dan sering dikunjungi. Dalam masa pembangunan kembali pada masa itu, gaya yang berkembang adalah gaya *victorian* untuk itu menjadi acuan gaya desain. *Victorian* ini adalah gaya desain yang memiliki *ornament* dan *frame*.

Berdasarkan konsep desain “Semangat” dalam hal ini semangat perjuangan diberbagai wisata sejarah yang ada untuk itu gaya *layout* yang digunakan yaitu “*Victorian Style*”. Ciri utama *Style* desain ini terdapat ornamen hiasan yang kompleks kemudian pada masa ini gaya desain ini dikembangkan menjadi sedikit lebih sederhana dengan warna-warna cerah yang dikenal dengan sebutan “*Vintage Design*”.

2. Konsep Komunikasi

a. Pendekatan Verbal

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikasi dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Pada pendekatan ini komunikasi yang disampaikan komunikator menjelaskan tentang informasi wisata yang ada, baik sejarah wisata itu terbentuk maupun lokasi wisata. Komunikasi yang digunakan merupakan dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Untuk itu, wisatawan manca Negara dapat menggunakan media ini dengan efektif.

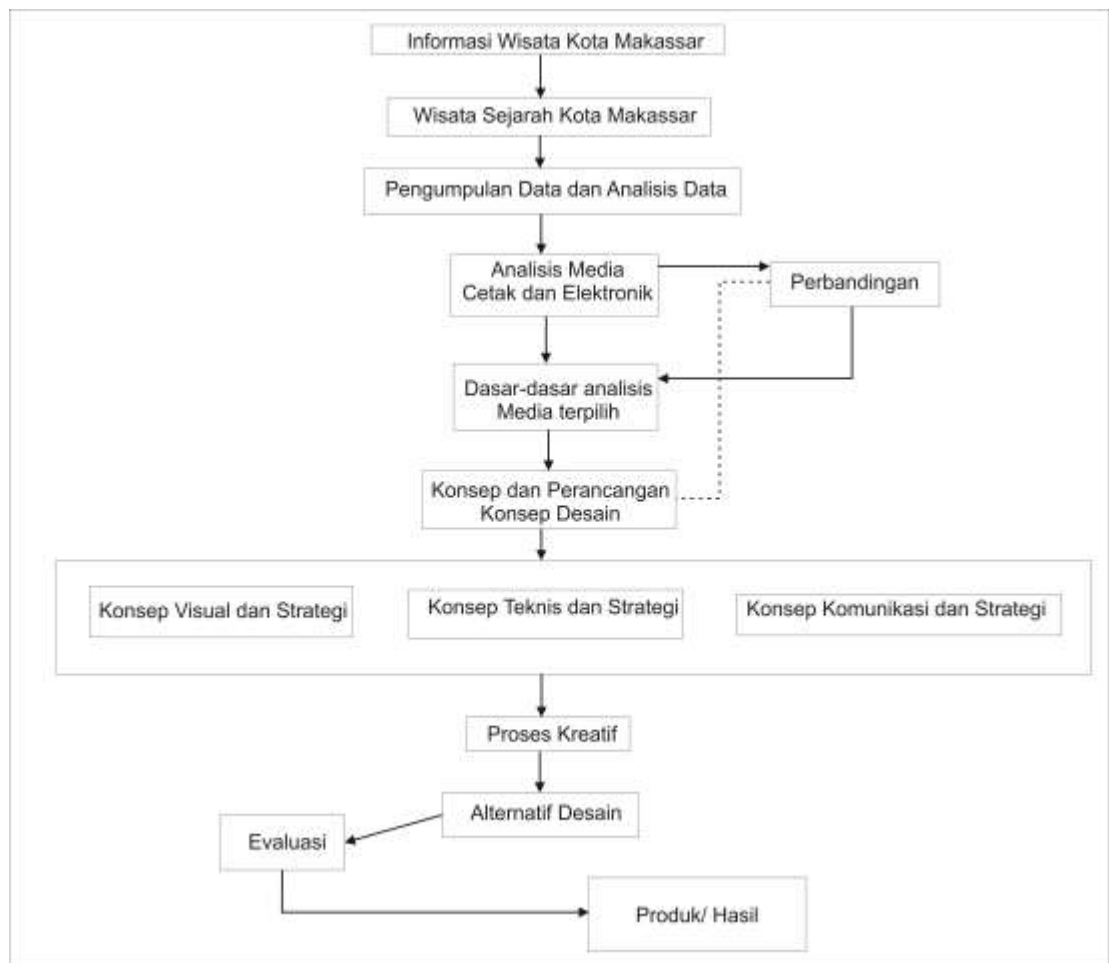
b. Pendekatan Visual

Komunikasi visual adalah bentuk komunikasi yang dapat dilihat dengan indra penglihat (mata) berdasarkan penglihatan bentuk yang diterimanya. Pendekatan ini komunikasi visualnya ada pada konsep visual. Dengan mengacu pada konsep visual itu sendiri yang mana, konsep visual dengan mengangkat warna wisata itu sendiri, agar wisatawan yang melihat pada media ini dapat merasakan wisata itu. Pada teks informasi yang mudah dibaca agar pesan yang ingin diberikan dapat tersampaikan dengan baik, juga tata letak informasi yang mengacu pada gaya *layout* pada umumnya.

3. Konsep Teknis

Pada perancangan ini media yang digunakan adalah aplikasi *smartphone* berbasis *android* dengan mengangkat informasi tentang wisata sejarah di Kota Makassar juga memberikan jalur ke suatu tempat wisata. Mengambil data dengan memberikan gambar tentang tempat wisata itu, juga memberikan informasi jalur yang akurat dengan terhubung dengan *maps google*. Dalam hal ini wisatawan dapat mengetahui keberadaan lokasi juga lokasi yang akan dituju. Pada halaman depan sebuah wisata sejarah pada media aplikasi tersebut akan menjelaskan beberapa gambar visual tentang sejarah wisata, agar kiranya wisatawan tertarik untuk membaca informasi selanjutnya berupa teks.

E. Skema Perancangan



Gambar 3.16. Skema Perancangan

BAB IV

PEMBAHASAN PERANCANGAN DAN HASIL

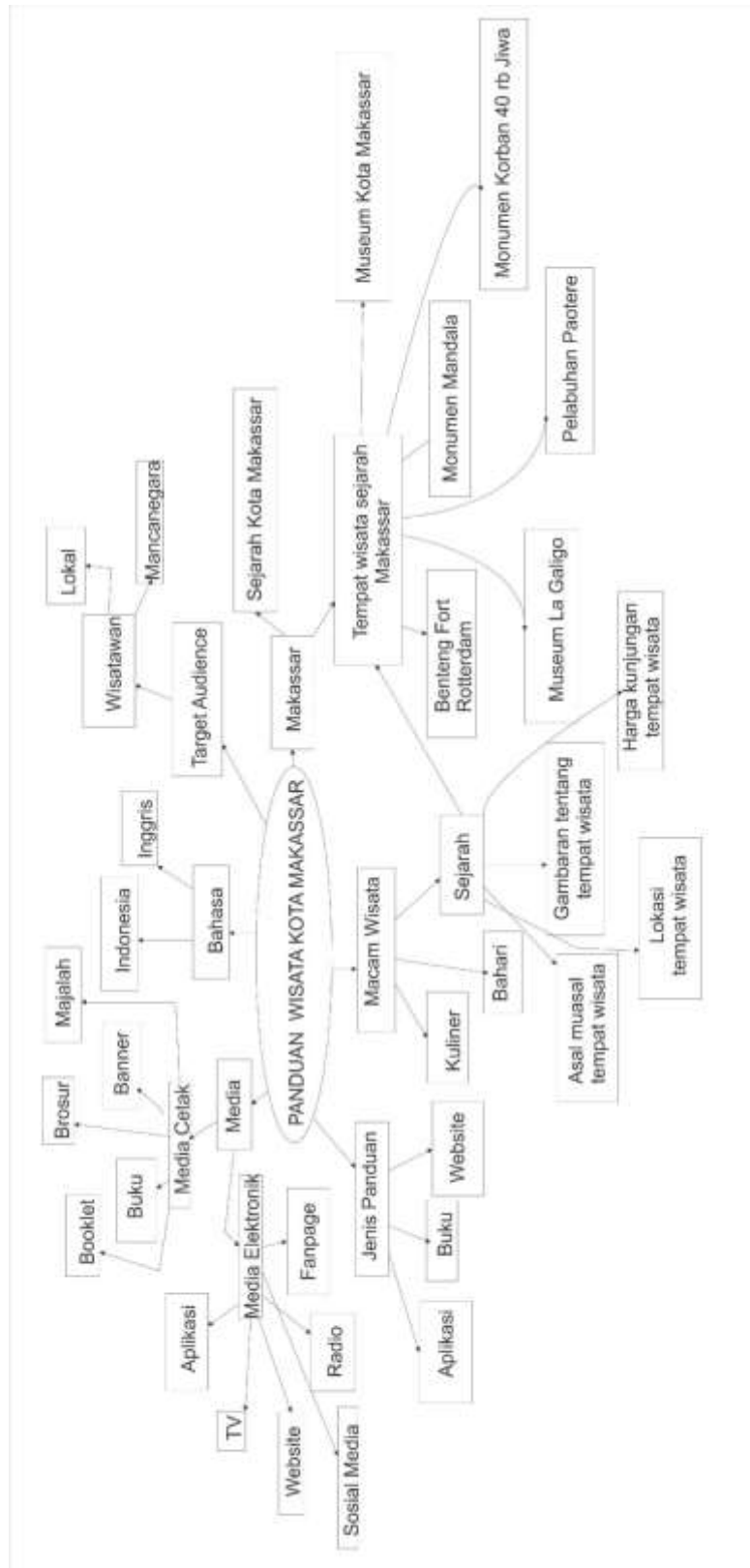
A. Pembahasan Perancangan

1. Pra Perancangan

Pra Perancangan merupakan tahap awal untuk memulai perancangan Media Aplikasi. Dengan proses yang dilakukan mulai dari, curah ide/*Brainstorming*, pemetaan gagasan/*Mind Mapping* konsep, tema, ide, materi, *flowchart*, *storyline*, media utama, media pendukung, media promosi, *storyboard*, dan eksplorasi sketsa. Seperti di bawah ini:

a. Curahan Gagasan/*Brainstorming*

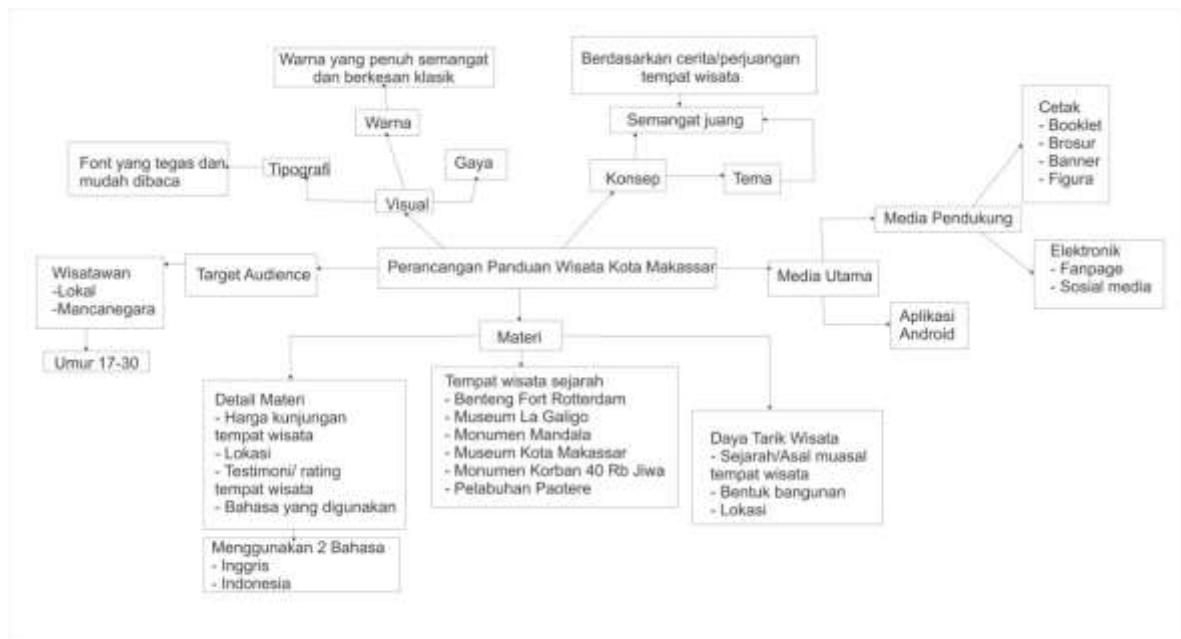
Ide gagasan/*brainstorming* yang akan dibuat berdasarkan pengelompokan data berdasarkan data yang telah dikumpulkan sebelumnya, juga berdasarkan judul perancangan ini yang terkait. Ide-ide yang terlintas dan dikelompokkan berdasarkan jenis-jenis, dan macam-macamnya terkait desain dan materi tempat wisata. Curahan gagasan ini diperlukan agar dapat gambaran besar apa yang akan dirancang dalam pembuatan media aplikasi panduan wisata. Seperti apa media yang biasanya digunakan dalam pembuatan panduan wisata, juga target *audience* dan beberapa media promosi yang digunakan untuk mempromosikan media. Seperti terlampir di bawah ini



Gambar 4.1. *Brainstorming*

b. Pemetaan Gagasan/*Mind Mapping*

Setelah melakukan *Brainstorming* maka yang dilakukan adalah pemetaan Gagasan/*Mind Mapping*. Pemetaan gagasan ini berdasarkan dari pengelompokkan di *Brainstorming*. Dalam pemetaan gagasan ini dapat dilihat seperti apa yang dirancang, Menggunakan media aplikasi yang berbasis *android* juga materi yang akan dibahas berupa wisata sejarah yang berada di Kota Makassar, asal usul tempat wisata hingga lokasinya. Penggunaan tipografi, warna dan gaya berdasarkan konsep desain yang telah diusung.



Gambar 4. 2. Pemetaan gagasan/*Mindmapping*

c. Konsep

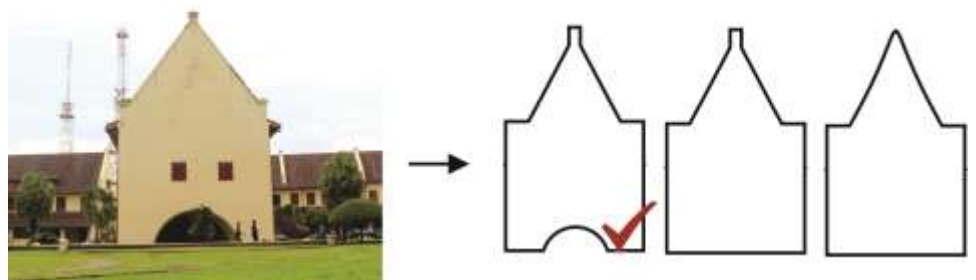
Berdasarkan hasil dari *Brainstorming*, konsep yang akan digunakan yaitu “Semangat” dalam arti semangat juang. Semangat perjuangan pahlawan dalam mempertahankan kemerdekaan di Sulawesi Selatan khususnya Makassar. Diberbagai tempat wisata sejarah yang ada di Kota Makassar mempunyai *history* tersendiri sehingga dijadikan objek wisata sejarah untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya wisatawan. Jadi dalam proses perancangan ini penulis akan merancang sebuah media panduan wisata sejarah di Kota Makassar berbasis *android* yang didalamnya meliputi sejarah/asal-muasal terbentuknya bangunan dan kisah dibaliknya, lokasi yang dapat dilihat bagi para *target audienc* juga gambaran tentang objek wisata sehingga menarik wisata untuk berkunjung. Dalam perancangan ini penulis juga ingin menciptakan kesan tentang bagaimana semangat perjuangan pada masa itu di Kota Makassar juga berbagai daerah sehingga terbentuklah dan dibangunlah sebuah objek wisata tersebut.

d. Tema

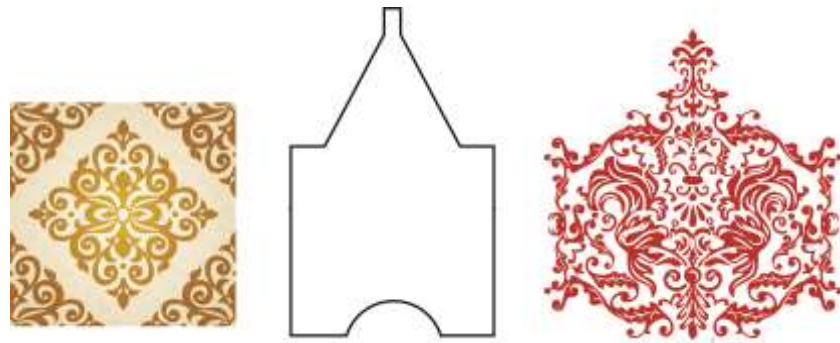
Adapun tema dari hasil *Mind Mapping* yang diangkat pada perancangan panduan wisata sejarah ini yaitu “Semangat Juang”. Disesuaikan dengan hasil materi. Pemilihan tema ini saling terkait dengan konsep desain sehingga dalam memberikan informasi dapat tersampaikan kepada wisatawan baik secara verbal maupun non verbal.

e. Ide

Berdasarkan dari *Brainstorming*, *Mind Mapping*, Konsep dan Tema yang diangkat yaitu “Semangat Juang”. Perancangan ini mengacuh pada objek wisata, di mana Benteng *Fort Rotterdam* sebagai lokasi wisata sejarah potensial. Benteng *Fort Rotterdam* sebagai acuan inspirasi dalam *menlayout* perancangan ini. Seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.3. Ide Bentuk



Gambar 4.4. *Victorian Style* dan Bentuk



Gambar 4.5. Ide Bentuk Tombol

f. Materi

Materi yang akan dijadikan pada media perancangan ini tentang sejarah Kota Makassar juga tempat wisata, lokasi, serta gambaran tentang tempat wisata. Materi yang digunakan menggunakan 2 bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

1) Sejarah Kota Makassar

Kota Makassar adalah Ibu Kota Provinsi Sulawesi Selatan. Makassar merupakan Kota Metropolitan terbesar di kawasan Indonesia Timur dan pada masa lalu pernah menjadi Ibukota Negara Indonesia Timur dan Provinsi Sulawesi. Makassar seperti begitu bertuah bagi penduduk Kota yang terletak di Pesisir Pantai Barat Sulawesi Selatan. Meskipun sejak 1971 resmi bernama Ujung Pandang, namun banyak kalangan terus berupaya untuk mengembalikan nama Makassar. Puncaknya pada 13 oktober 1999. Ketika nama yang memiliki sarat nilai historis itu, akhirnya resmi kembali bernama Kota Makassar. Makassar adalah Kota pelabuhan terbesar di Sulawesi Selatan dan sejak abad ke 18 masehi banyak orang Bugis-Makassar bermukim di sana. Pelabuhan laut menjadi jantung ekonomi Kota Makassar, pada masa itu. Sebab dari Pelabuhan Soekarno Hatta Makassar, maka semua komoditas hasil produksi Makassar didistribuiikan baik untuk pasar domestik maupun pasar ekspor. Makassar juga memiliki bandara udara Internasional, yaitu Bandara Sultan Hasanuddin yang menjadi gerbong saat ini bagi wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Selatan. Selain itu, barang, pelabuhan laut juga menjadi persinggahan kapal-kapal penumpang.

2) Sejarah Tempat wisata

a) Benteng *Fort Rotterdam*

1). Selayang Pandang

Benteng Ujung pandang atau *Fort Rotterdam* (Benteng *Rotterdam*), adalah salah satu peninggalan sejarah keperkasaan kerajaan Gowa yang merupakan kerajaan yang sangat kuat dan Berjaya pada abad XVII, dengan Kota perniagaannya Makassar dan merupakan salah satu Benteng peninggalan Belanda yang pernah dibangun di Indonesia dan masih terawat hingga kini (bahkan Barbara Crossette di New York Times menuliskannya sebagai “the best preserved Dutch *Fort* in Asia”).

Kerajaan Makassar pada masa itu dilihat dari arah laut adalah sebuah yang dilengkapi dengan perBentengan. Kerajaan ini mempunyai 17 Benteng yang melindungi Ibukota Makassar dan daerah sekitarnya. Sebelum dibangun *Fort Rotterdam* di tempat ini terdapat Benteng milik kerajaan Gowa (konon bernama Benteng Ujung Pandang) yang dibangun sekitar tahun 1545 oleh raja Gowa X pada tahun 1545 yang bernama “Imarigau Daeng Bonto Karaeng Lakiung”, yang juga terkenal dengan nama

“Tunipallangga Ulaweng”. Benteng milik kerajaan Gowa tersebut kemudian dihancurkan saat Belanda menduduki daerah ini dan ketika raja Gowa dikalahkan Belanda setelah perjanjian bungaya tahun 1667, Belanda membangun *Fort Rotterdam* sebagai pusat pemerintahan Belanda dan semua Benteng dimusnahkan kecuali *Rotterdam*. Nama *Rotterdam* sendiri diambil oleh Cornelis de Spellman untuk mengingatkan dirinya akan Kota kelahirannya.

2). Deskripsi Bangunan

Benteng ini memiliki arsitektur yang unik yaitu memiliki 5 buah sudut dan dua buah pintu keluar di mana pintu gebangnya berada di sebelah Barat dan pintu kecil yang terdapat di Timur sehingga dari udara menyerupai seekor penyu yang menghadap kelaut sehingga masyarakat Sulawesi Selatan khususnya orang-orang Makassar menyebutnya Benteng panynyua.

Dengan luas areal sekitar 2,5 ha, terdapat 15 bangunan yang 14 di antaranya merupakan peninggalan Belanda dan 1 peninggalan Jepang. Hampir seluruh bangunan berasal dari batu sedimen, batu bata, semen dan kayu.

Dalam bangunan Benteng, terdapat Museum negeri *La Galigo* yang menyimpan pernak-pernik yang berasal dari seluruh daerah di Sulawesi Selatan dari berbagai zaman. Koleksi yang terdapat disini antara lain: geologika, biologika, etnografika, arkeologika, historika, numismatika/heraldika, filologika, keramologika dan seni rupa.

Museum Negeri *La Galigo* sendiri diresmikan oleh Dirjen Kebudayaan Prof. Dr. Ida Bagus Mantra tanggal 24 Februari 1974. Nama "*La Galigo*" diambil dari sebuah epos yang berjudul *I La Galigo*. Kabarnya karya ini merupakan karya sastra kebanggaan orang Bugis dengan naskah sepanjang 31.500 halaman dan lebih panjang dari pada *MahaBarata*.

Nama *I La Galigo* sendiri merupakan nama salah satu tokoh di dalamnya yang merupakan seorang ahli sastra. Legenda dan mitos asal usul orang Bugis yang berada di Kerajaan Luwu dan Wajo pada abad 14 sebelum pindah ke Gowa dan Bone ini sering dipentaskan di beberapa Negara baik di Asia, Eropa maupun Amerika, anehnya di Indonesia, Tempatnya berasal, jarang sekali terdengar sebuah *I La Galigo* dimainkan.

3). Lokasi

Benteng *Rotterdam* atau *Fort Rotterdam* berlokasi di Jalan Ujung Pandang No.1 Makassar, Sulawesi Selatan, Sekitar 5-10 menit dari Balai Kota. Terletak di tepi lautan berhadapan langsung dengan Pantai Losari.

b) Museum *La Galigo*

1). Sejarah Berdirinya Museum *La Galigo*

Keberadaan sebuah Museum di Sulawesi Selatan berawal pada tahun 1938 dengan didirikannya “Celebes Museum” oleh pemerintah *Nederlandsch-indie* (Hindia-Belanda) di Kota Makassar sebagai ibu Kota Pemerintah Sulawesi dan taklukannya (*Gouvernement Celebes on onderhorigheden*). Museum pada waktu itu menempati bangunan dalam kompleks Benteng Ujung Pandang (*Fort Rotterdam*) yakni bekas kediaman Gubernur Belanda admiral C.J Speelman (gedung D), koleksi yang dipamerkan antara lain keramik, piring emas, destar tradisional Sul-sel, dan beberapa mata uang. Menjelang kedatangan jepad di Kota Makassar, Celebes Museum telah menempati 3 gedung (gedungD, I, dan M) koleksi yang dipamerkan bertambah antara lain, peralatan permainan rakyat, peralatan rumah tangga seperti peralatan dapur

tradisional, peralatan kesenian seperti, kecapi, ganrang bulo, puik-puik.dsb

Pada masa pendudukan Jepang, aktivitas Celebes Museum terhenti sama sekali sampai pembubaran Negara Indonesia Timur dan selanjutnya pada tahun 1966 para budayawan berinisiatif untuk merintis kembali pendirian Museum.

Pada tanggal 1 mei 1970 secara resmi dinyatakan berdiri “Museum *La Galigo*” sebagai Museum daerah berdasarkan SK Gubernur Kepala daerah TK. I Provinsi Sulawesi Selatan No. 182/V/1970

Tanggal 24 Februari 1974 Direktur Jenderal Kebudayaan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI Prof I.B.Mantra meresmikan Gedung pameran tetap Museum

Tanggal 28 Mei 1979 berdasarkan SK Menteri pendidikan dan kebudayaan republik Indonesia No. 093/0/1979 “ Museum *La Galigo*” resmi menjadi Museum Provinsi Sulawesi Selatan dan merupakan unit pelaksana teknis di bidang kebudayaan, khususnya bidang perMuseumman.

Pada era otonoi daerah “ Museum *La Galigo*” berdasarkan SK Gubernur Sulawesi Selatan nomor 166

tahun 2001 tanggal 28 Juni 2001 berubah naa menjadi UPTD (Unit Pelayanan Teknis Dinas) pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan

Tanggal 18 Februari tahun 2009 organisasi dan tata kerja unit pelaksana teknis dinas (UPTD) Museum *La Galigo* Dinas Kebudayaan dan Kepariwisaaan Provinsi Sulawesi Selatan diatur berdasarkan peraturan gubernur Sulawesi Selatan no.40 tahun 2009 sampai sekarang.

2). Dibalik nama *La Galigo*

Penamaan “ *La Galigo*” terhadap Museum Provinsi Sulawesi Selatan dengan beberapa pertimbangan dan saran para cendekiawan dan budayawan bahwa

- *La Galigo* atau *I La Galigo* adalah sebuah karya sastra klasik dunia yang besar dan terkenal, bernilai kenyataan kultural dalam bentuk naskah tertulis berbahasa Bugis yang disebut sure’ Galigo, mengandung nilai-nilai luhur, pedoman ideal, merupakan tuntunan hidup dalam masyarakat Sulawesi Selatan pada masa dahulu seperti sstem religi, ajaran kosmos, adat istiadat, pemerintahan tradisional, dll.
- *La Galigo* atau *I La Galigo* adalah nama yang sangat populer dikalangan masyarakat Sulawesi

Selatan. *La Galigo* seorang toko legendrais, putra Sawerigading *opunna ware* dari perkawinannya dengan *we cudai daeng ri sompa* dari kerajaan Luwu sebagai kerajaan tertua di Sulawesi Selatan. Dengan demikian diharapkan nama *La Galigo* dapat merepresentasikan sejarah dan budaya Sulawesi Selatan juga dapat menjadi spirit dalam pengelolaan Museum *La Galigo*.

3). Lokasi

Berada di dalam bangunan Benteng *Fort Rotterdam* yang berlokasi Jalan Ujung Pandang No.1 Makassar, Sulawesi Selatan, Sekitar 5-10 menit dari Balai Kota. Terletak di tepi lautan berhadapan langsung dengan Pantai Losari.

c) Museum Kota Makassar

Didirikan atas ide yang dilonatrkan oleh H.B Amiruddin Maula, SH. M.si, saat mengawali masa jabatawannya sebagai WaliKota Makassar.

Museum ini menempati gedung Balai Kota lama yang terletak di jantung Kota, sebuah bangunan bersejarah yang didirikan pada masa colonial Belanda, tepatnya pada tahun 1916. Museum Kota Makassar yang pembukaan perdananya berlangsung pada tanggal 7 Juni 2000 hadir

untuk melayani kebutuhan masyarakat akan informasi mengenai identitas Kota Makassar, sejarah, dan budaya penduduknya yang pluralistik. Melalui kegiatan seminar, pameran dan festival yang disponsorinya. Potensi kesejarahannya dan kulural secara kreatif dikaji dalam upaya merevitalisasi budaya lokal.

1). Selayang pandang

Museum Kota Makassar sebelumnya tahun 1999 dikenal sebagai Balai Kota (*Geementhuld*) yang dibangun pada masa pemerintahan Belanda sekitar abad XX tepatnya 1 April 1906 dengan fungsi awal sebagai Kantor Pusat Pemerintahan Belanda. Pertama kali digunakan oleh WaliKota pertama yang bernama J.E Danbrink (1918-1927) sehingga pada masa kemerdekaan gedung ini difungsikan sebagai pusat Pemerintahan WaliKotamadya Ujung Pandang.

2). Deskripsi Bangunan

Karena dibangun pada masa pemerintahan Belanda maka gaya arsitektur Eropa sangat kental. Berlantai 2, pintu dan jendela berbentuk kubah serta ventilasi pada atap yang merupakan ciri khas bangunan Eropa

3). Lokasi

Museum Kota Makassar terletak di pusat Kota Makassar tepatnya di Jalan Balai Kota, Kelurahan Baru, Kecamatan Ujung Pandang. Secara geografis terletak antara 5 80 LS dan 199 0 24 BT dengan ketinggian 0-3 m dari permukaan laut.

d) Monumen Mandala

Monumen Mandala merupakan sebuah tugu yang dibangun untuk mengenang jasa perjuangan para pahlawan dalam membebaskan Irian Barat dari tangan para penjajah sekaligus hadiah atas jasa mantan Presiden Indonesia yang ke-2 yaitu Soeharto. Terletak tepat di jantung Kota Makassar, akses jalan yang harus tempuh untuk bisa sampai ke Monumen Mandala ini sangat mudah, hanya perlu menuju ke jalan Perintis Kemerdekaan, jalan Urip Sumoharjo, jalan G.Bawakaraeng lalu berbelok kiri ke arah jalan Jend.Sudirman, dengan jarak tempuh sekitar 25 km. Bisa juga melalui jalur Tol Ir.Sutami dengan jarak tempuh hanya 17 km. Sedangkan jika dari Pelabuhan Soekarno Hatta, Dolaners dapat menjangkau Monumen Mandala melalui jalan Nusantara, jalan A.Yani, jalan Jend.Sudirman, dengan jarak sekitar 5 km.

Monumen Mandala merupakan menara yang menjulang setinggi 75 meter di pusat Kota Makassar dan terdiri atas 4 lantai, di lantai 1 terdapat diorama relief dan replika pakaian dan perjuangan masyarakat Sulawesi Selatan pada abad XVII. Sedangkan di lantai 2 terdapat diorama dan relief yang menceritakan tentang perjuangan pembebasan Irian Barat. Di lantai 3 Dolaners bisa melihat replika ruang kerja Panglima Mandala, lengkap dengan peta Irian Barat, foto-foto persiapan pemberangkatan pasukan, tanda jabatan dan pakaian yang dipergunakan pada saat operasi Mandala. Memasuki lantai 4 adalah ruang pandang di mana Dolaners dapat melihat suasana Kota Makassar dari ketinggian. Ruang ini berada di ujung menara dengan ketinggian sekitar 73-75 meter dari permukaan tanah. Pada dinding luar Monumen Mandala direalisir kobaran api yang melambungkan gelora semangat untuk membebaskan Irian Barat, sedangkan di dalam tubuh Monumen ini terdapat relief yang menceritakan sejarah perjuangan pembebasan Irian Barat.

e) Monumen Korban 40.000 Jiwa

Monumen korban pembantaian 40.000 jiwa ini berada di wilayah yang asri dan tertata rapi. Di lahan tersebut berdiri beberapa bangunan seperti pendopo, Monumen dan

relief (gambar timbul) pada dinding-dindingnya. Serta salah satu sisi bangunan, berdiri salah satu patung yang tingginya sekitar empat meter. Patung tersebut menggambarkan seorang korban yang selamat dari pembantaian dengan kaki yang buntung serta tangannya menggunakan penyangga.

Berdasarkan beberapa sumber informasi, jika disekitar Monumen tersebut, aksi beringas pasukan *Westerling* dilakukan dengan menggunakan berondongan senjata. Tidak hanya itu, dalam sebuah buku yang ditulis oleh Horst H. Geerken menyebutkan bahwa komandan khusus Belanda itu, juga menginstruksikan untuk melakukan penggal kepala sebagai salah satu aksi cepat untuk membunuh. "Ratusan karung sarat penggalan kepala dilarung ke laut untuk menghilangkan identitas," demikian kalimat yang dikutip dari buku yang berjudul *Indonesian Voices* tersebut.

Selain dibuang ke laut, puluhan korban juga dikuburkan dalam satu lubang raksasa. Dan sebagian korban yang lainnya dikuburkan ditempat mereka dibantai yang tersebar di beberapa daerah di Sulawesi Selatan waktu itu.

Kini, lubang raksasa tersebut sudah tak terlihat lagi karena pada tahun 1970 lubang tersebut telah ditutup total,

dan pada tahun 1994 dibangun Monumen atas inisiatif WaliKota Makassar pada saat itu.

Namun terlepas dari itu semua, Monumen ini menjadi bukti sejarah atas perlakuan *Westerling* beserta pasukan Belanda lainnya terhadap pejuang dan rakyat Sulawesi Selatan. Melihat Monumen tersebut, ada perasaan yang meremang. Bahkan tidak sedikit pengunjung dan keluarga korban yang menangis mengenang sejarah ketika rakyat dikumpulkan ditengah terbuka kemudian diberondong dengan senjata dan dikuburkan dalam satu lubang. Monumen korban 40.000 jiwa ini terletak sekitar empat kilometer sebelah utara pusat Kota Makassar, atau tepatnya di jalan Laggau, Makassar Sulawesi Selatan. Tempat itu dapat dijangkau menggunakan angkutan umum. Dari lapangan Karebosi atau angkutan jurusan Tello. Lalu berhenti diperbatasan antara jalan Pongtiku dengan jalan Laggau. Nah dari sana, Anda tinggal melanjutkan dengan berjalan kaki sekitar 200 meter menuju Monumen itu. Di tempat bersejarah ini, pengunjung tidak dikenakan tarif masuk. Tetapi yang perlu Anda ketahui waktu kunjungan ke Monumen ini, mulai hari Senin – Sabtu dimulai pukul 8 pagi hingga 4 sore hari.

f) Pelabuhan Paotere

Pelabuhan Paotere adalah salah satu pelabuhan tertua di Indonesia, yang merupakan warisan dari Kerajaan Gowa-Tallo, pada abad ke-14. Pelabuhan Paotere terletak di Kecamatan. Ujung Tanah, Makassar, Sulawesi Selatan. berjarak 5 km dari pusat Kota Makassar.

Pelabuhan ini merupakan tempat persinggahan berbagai kapal layar masyarakat Sulawesi yang datang dari berbagai wilayah di Indonesia. Selain sebagai pelabuhan perahu-perahu rakyat, seperti Phinisi dan Lambo, pelabuhan ini juga masih dipakai untuk bongkar muat barang dan pusat niaga para nelayan.

Saat ini, Pelabuhan Paotere telah dijadikan sebagai kawasan pariwisata yang menarik untuk dikunjungi. Selain disuguhi deretan kapal rakyat khas Makassar, yaitu Kapal Phinisi. Para wisatawan yang berkunjung, dapat juga melihat pemandangan panorama *sunset* yang indah dan terbenam di antara perahu - perahu.

Para wisatawan pun dapat menikmati suguhan ikan segar dari tangkapan para nelayan. Berbagai jenis olahan ikan, disajikan di restoran - restoran *seafood* yang berada di sekitar Pelabuhan Paotere.

Jenis jenis ikan yang disajikan disini antara lain ikan kerapu, ikan cepak, dan ikan baronang yang menjadi menu andalan, selain itu juga tersedia makanan *seafood* lainnya seperti kepiting udang dan cumi cumi.

Selain ikan segar terdapat juga ikan yang telah diawetkan yang dapat dijadikan oleh oleh dari Makassar, seperti ikan teri, ikan kakap merah dan ikan asin. Ikan - ikan olahan ini dapat kita jumpai disepanjang jalan Pelabuhan Paotere.

g. *Flowchart*

Flowchart ini adalah alur gambaran media yang dirancang. Berdasarkan materi komunikasinya, *flowchart* ini memberikan alur ke sebuah halaman akses juga bagian-bagian yang akan diakses. Seperti materi tentang sejarah tempat wisata lalu untuk mengakses lokasinya dapat ke tombol lokasi agar mengetahui titik lokasi berada menuju tempat wisata. Adapun gambarannya seperti di bawah ini :

Gambar 4.6. *Flowchart*

h. *Storyline*

Dari hasil perancangan pada *flowchart* maka dirancang sebuah *storyline* untuk memperjelas gambaran garis besar disetiap halaman seperti loading, halaman login, halaman menu utama, dan halaman materi, seperti pada tabel di bawah ini :

Halaman Fitur	File	Keterangan Isi
Halaman Loading	Hal 1	Loading Logo
Halaman Pilih Bahasa	Hal 2	Halaman ini berisikan menu pilih bahasa

Halaman Menu Utama	Hal 3	Halaman ini berisikan daftar wisata sejarah paling dicari dan list tempat wisata, juga tombol menuju menu galeri dan maps.
Halaman Materi	Hal 4	Halaman yang berisi materi sejarah tentang objek wisata itu sendiri dan peta tempat wisata dan beberapa gambar objek wisata.
Halaman Peta	Hal 5	Halaman ini berisi tentang lokasi wisata yang berada di satu wilayah.
Halaman Lokasi	Hal 6	Halaman ini berisikan maps/navigasi untuk melacak di mana titik berada dan akan menuju ke lokasi tempat wisata yang akan dituju, disambungkan dengan google maps
Halaman gallery	Hal 7	Halaman ini berisikan foto tempat wisata dan suasana di tempat wisata

Tabel 4.1. *Storyline*

i. Media Utama, Media Pendukung dan Media Promosi

1) Media Utama

Media utama dalam perancangan ini berupa aplikasi sebagai media informasi/panduan wisata sejarah di Kota Makassar. Aplikasi ini dibuat dengan perangkat keras (*hardware*) laptop dan perangkat lunak (*software*) *android studio*.

2) Media Promosi

a. X-Banner

X-Banner merupakan media pendukung sekaligus sebagai media promosi akan mempromosikan media utama agar tersampaikan dengan jelas. menggunakan cetak digital printing dengan bahan *Luster Paper*. Dengan ukuran 60 cm x 160 cm.. Seperti di bawah ini.



Gambar 4.7 X-Banner

b. Gantungan Kunci

Menggunakan bahan akrilik. Media ini bertujuan sebagai media souvenir dan oleh-oleh khas Makassar.



Gambar 4.8. Gantungan Kunci

c. *Tshirt*

Baju kaos ukuran M dan L yang dicetak menggunakan teknik sablon



Gambar 4.9. Tshirt

d. Topi

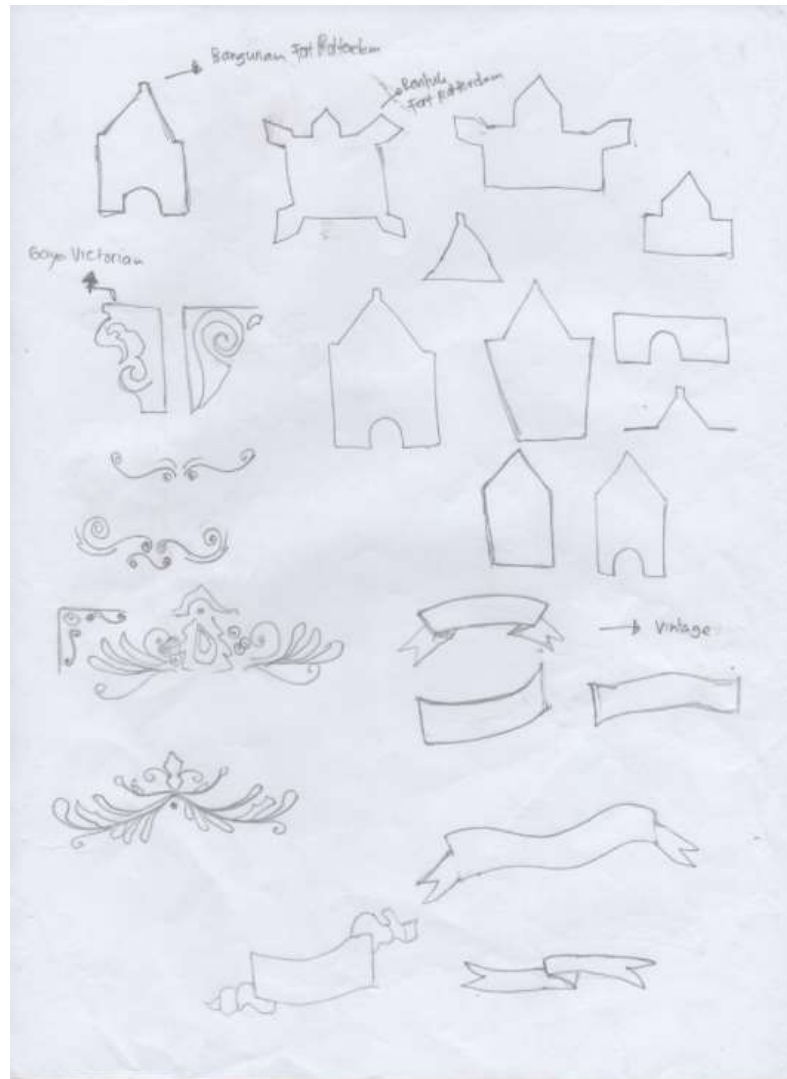
Topi digunakan sebagai media promosi, dengan teknik sablon. Logo diterapkan pada media topi.



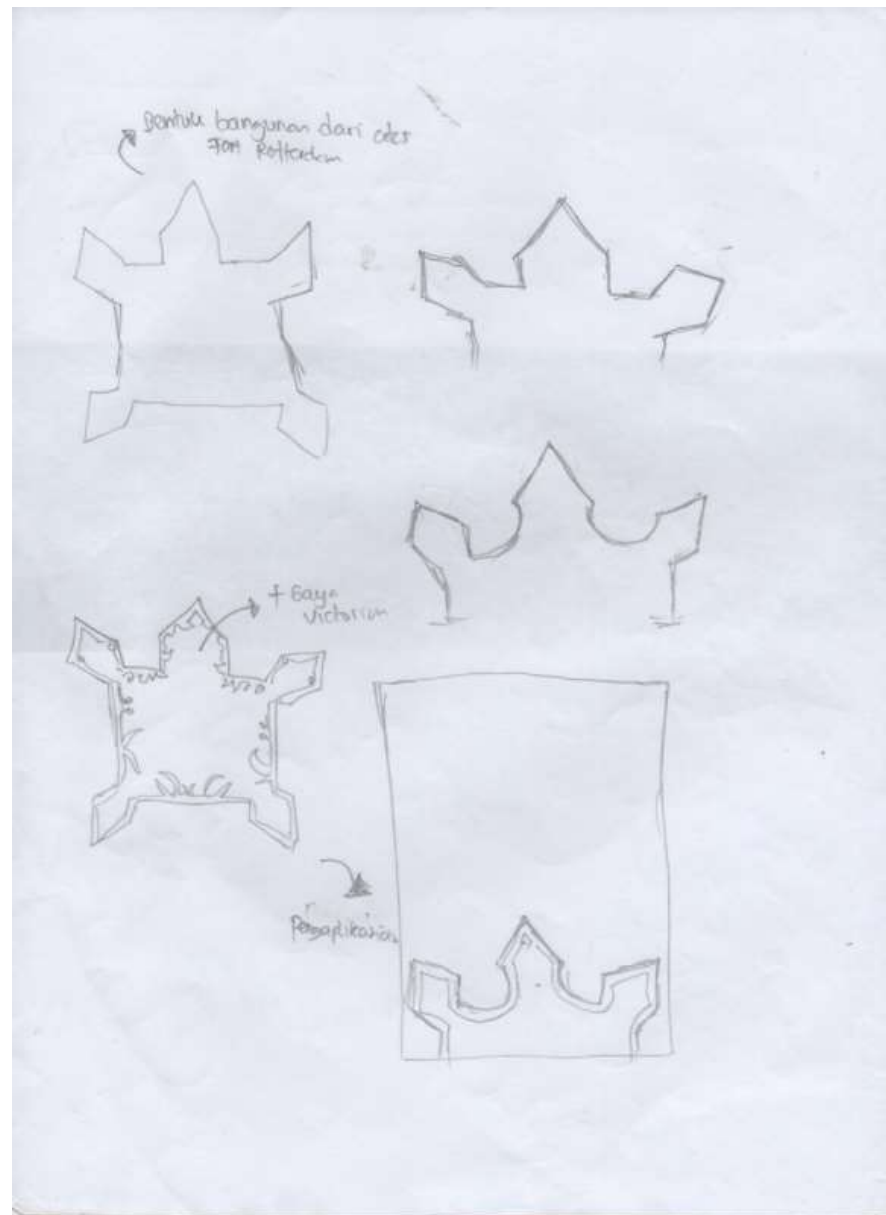
Gambar 4.10. Topi

j. Explorasi Sketsa

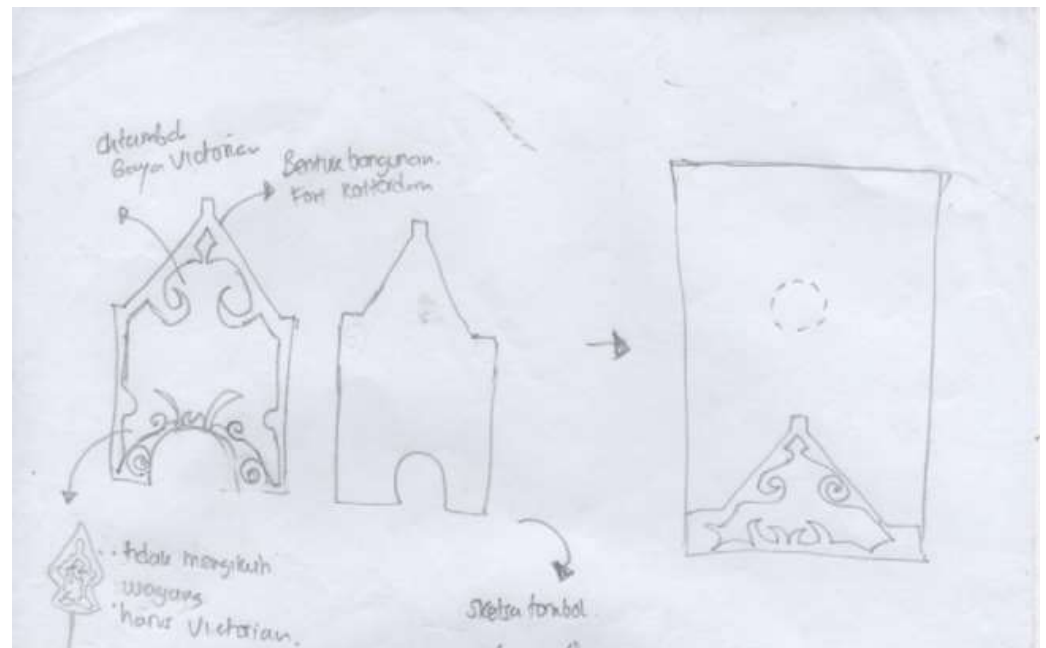
1) Sketsa



Gambar 4.11. Sketsa Bentuk Gaya Desain

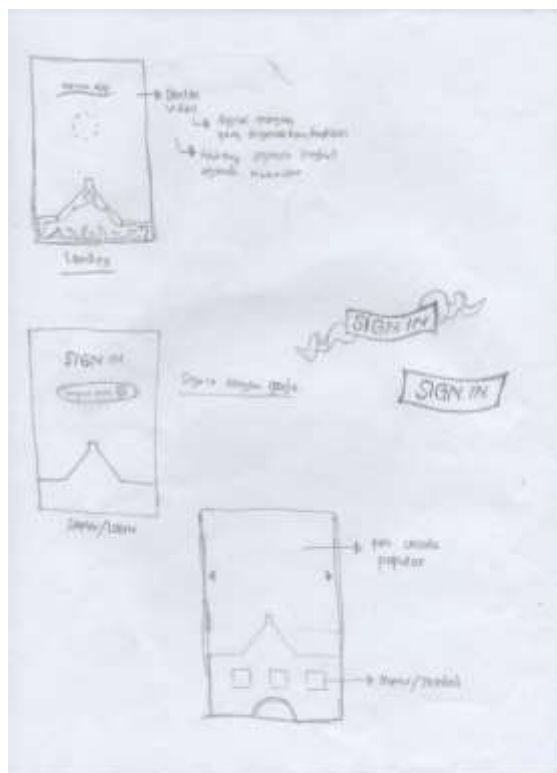


Gambar 4.12. Sketsa Bentuk "Fort Rotterdam"

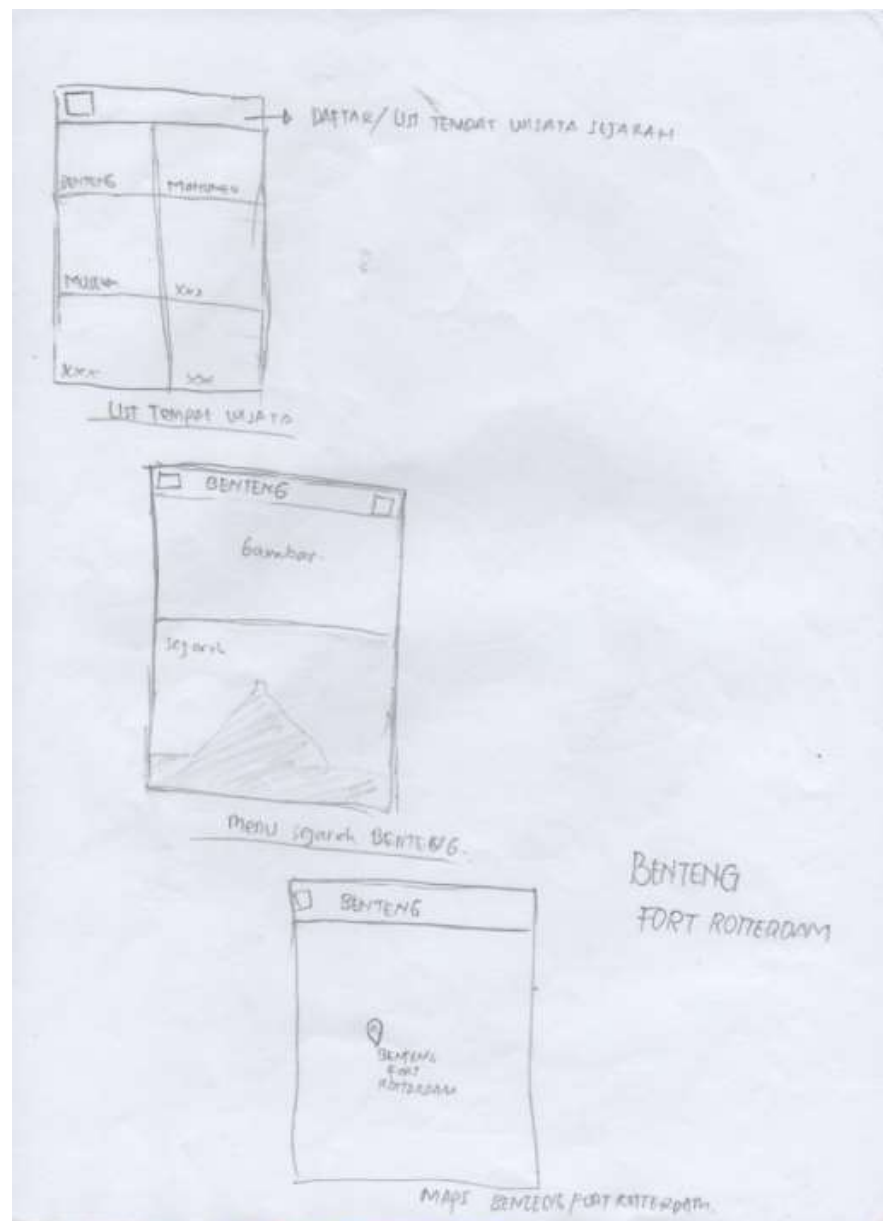


Gambar 4.13. Sketsa Pengaplikasian ke Media

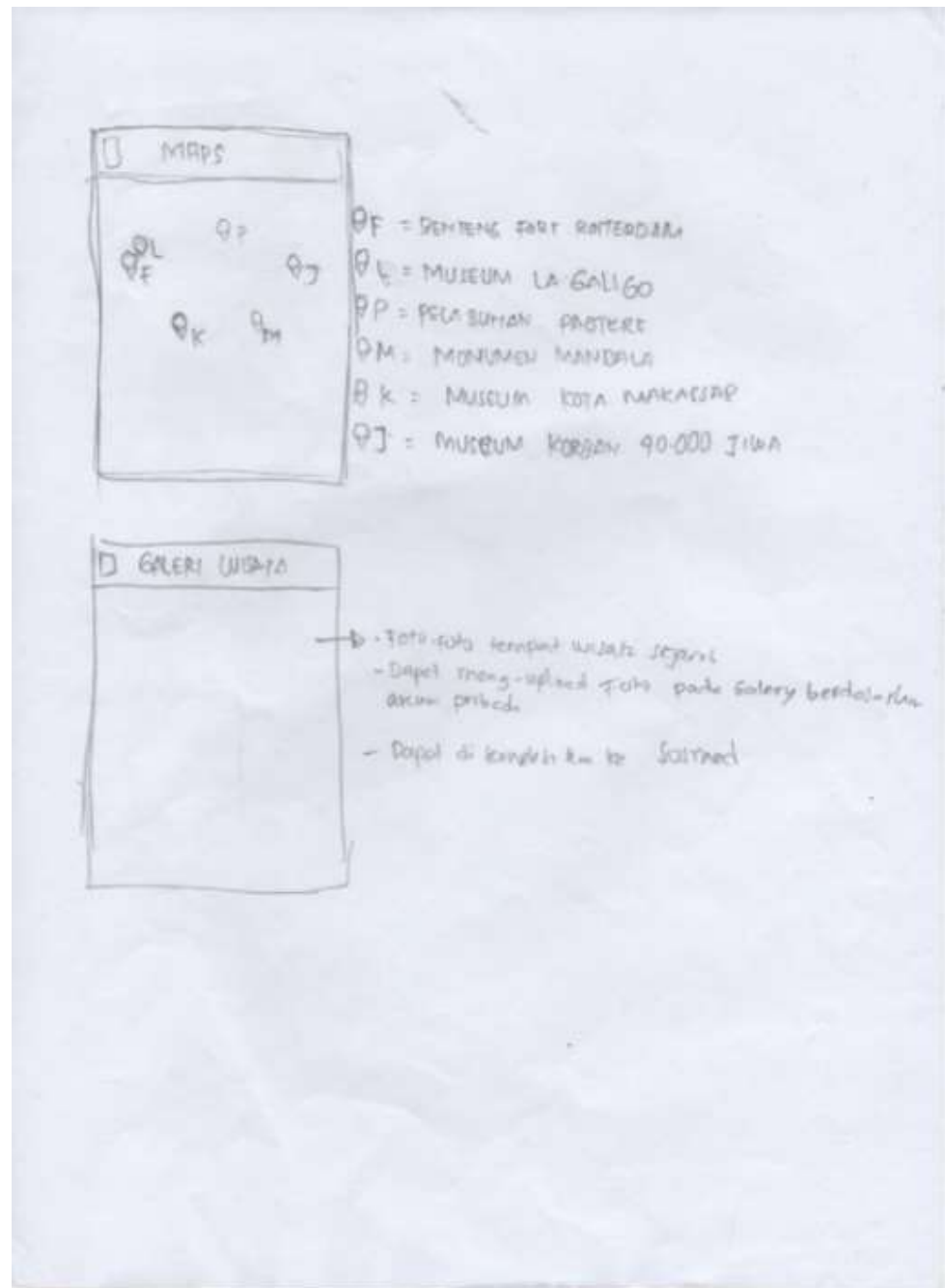
2) Sketsa Halaman/UI



Gambar 4.14. Sketsa Halaman *Loading/Menu*

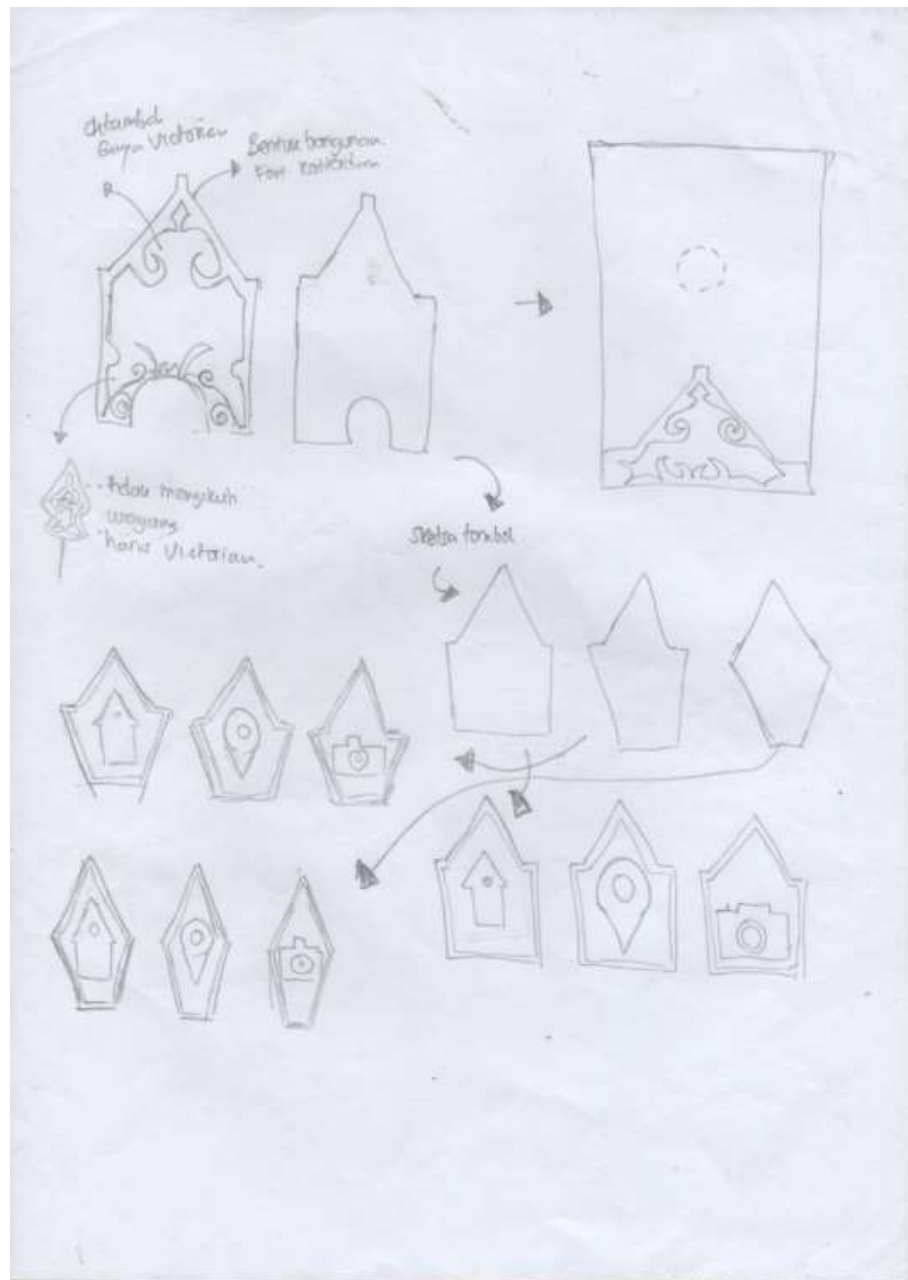


Gambar 4.15. Sketsa Halaman Materi



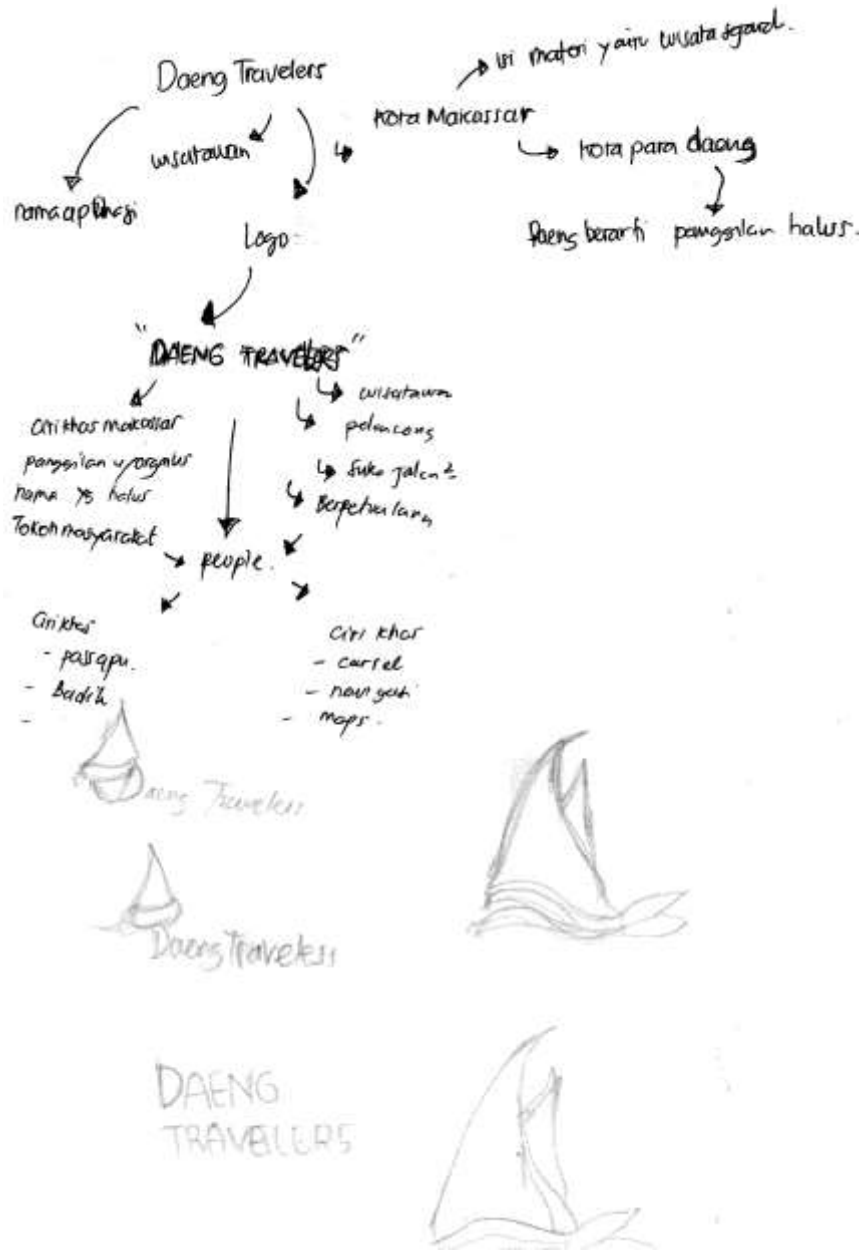
Gambar 4.16. Sketsa Halaman Maps/Peta

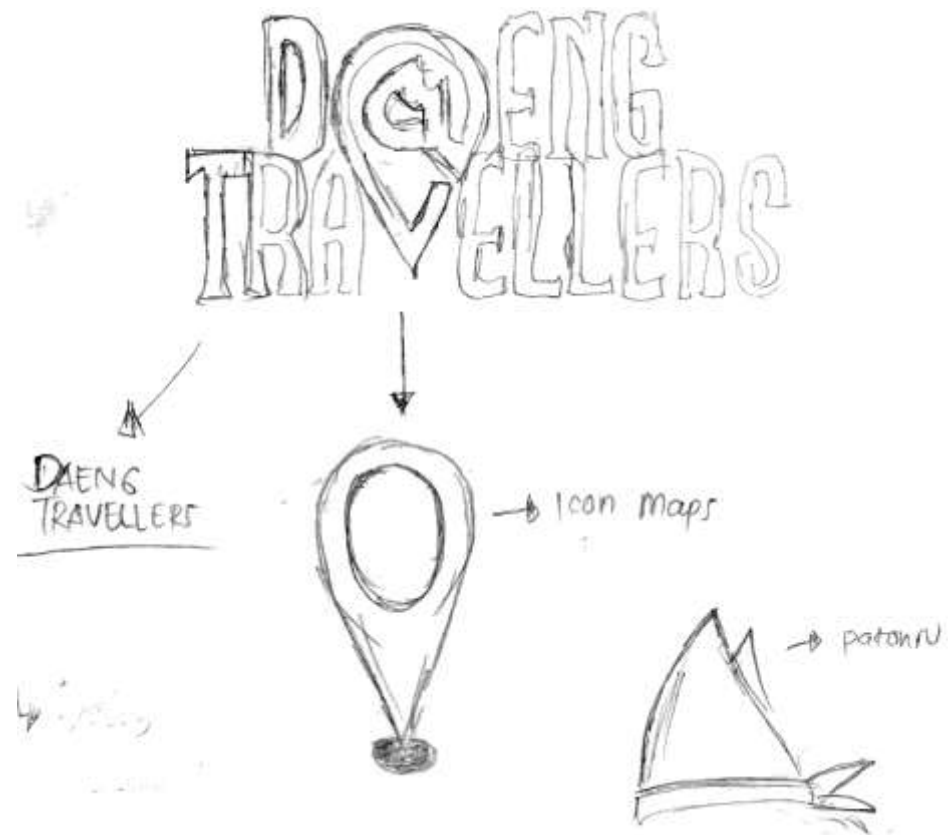
3) Sketsa Tombol



Gambar 4.17. Sketsa Tombol & Alternatif Tombol

4) Sketsa Logo





Gambar 4.18. Sketsa Logo

2. Perancangan

a. Digitalisasi

1) Logo



Gambar 4.19. Logo Aplikasi



Gambar. 4.20 Aplikasi Icon

2) Background



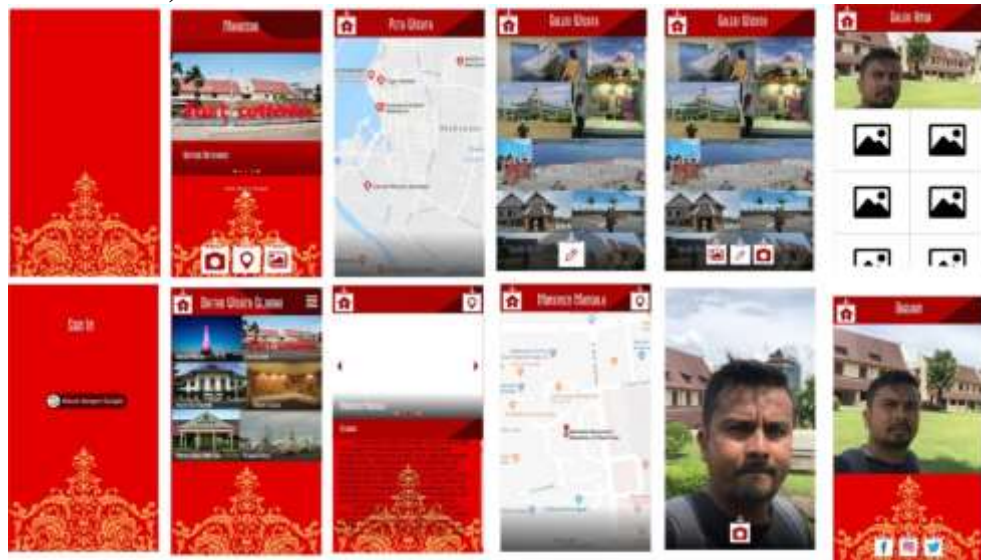
Gambar 4.21. Digitalisasi Background “Bentuk Bangunan *Fort Rotterdam*”

3) Tombol



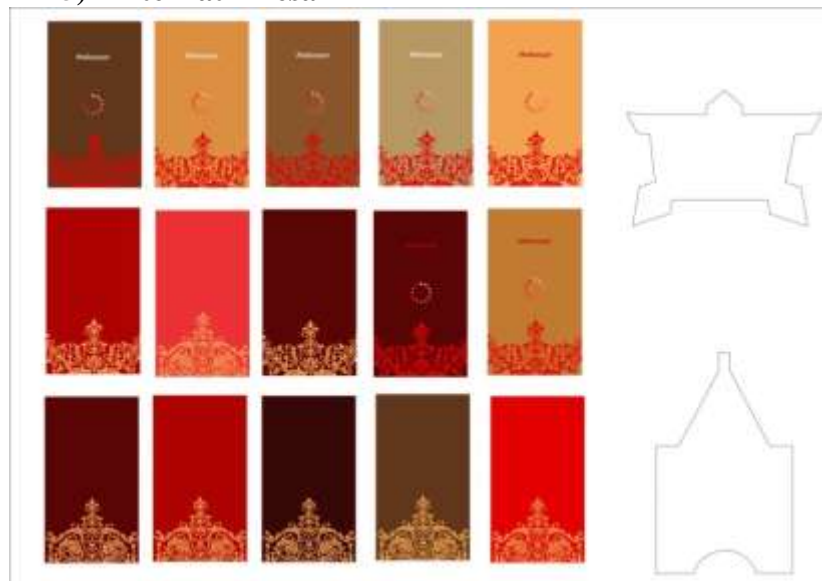
Gambar 4.22. Digitalisasi Tombol

4) Halaman



Gambar 4.23. Digitalisasi Halaman/UI

5) Alternatif Desain



Gambar 4.24. Digitalisasi Alternatif Desain “Pilihan Warna”



Gambar 4.25. Alternatif Tombol



Gambar 4.26. Digitalisasi Alternatif Desain “Tombol”



Gambar 4.27. Digitalisasi Alternatif Desain “Background

3. Final Perancangan

Berdasarkan dari hasil proses pra produksi hingga perancangan yang dilalui dengan membuat digitalisasi tampilan aplikasi, tombol, icon dan logo. Maka hasil akhir perancangan panduan wisata ini seperti dibawah ini:

a. Media Utama

Media Utama pada perancangan panduan wisata ini berukuran 1366 pixels x 768 pixels menggunakan aplikasi *Android Studio*. Seperti di bawah ini:



Gambar 4.28. Aplikasi *Daeng Travellers*



Gambar 4.29. Halaman Loading *Daeng Travellers*



Gambar 4.30. Halaman Pilih Bahasa Daeng *Travellers*



Gambar 4.31. Halaman Menu Daeng *Travellers*



Gambar 4.32. Halaman Daftar Wisata Daeng Travellers



Gambar. 4.33 Halaman Sejarah Daeng Travellers



Gambar 4.34. Halaman Peta Daeng *Travellers*



Gambar 4.35. Halaman Upload Gambar Daeng *Travellers*

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan perancangan panduan wisata Kota Makassar dalam bentuk aplikasi, maka uraian-uraian yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Media ini dirancang dengan tujuan dapat memberikan informasi kepada masyarakat khususnya wisatawan terhadap objek wisata yang ada di Kota Makassar. Objek wisata ini berkhusus pada wisata sejarah yang ada di Kota Makassar. Wisatawan dapat mengakses dengan mudah menggunakan aplikasi yang dapat diinstal di *smartphone playstore android*.
2. Perancangan ini mengangkat tema semangat perjuangan berdasarkan materi yaitu wisata sejarah. Objek wisata sejarah mempunyai histori tersendiri baik itu perjuangan para pahlawan untuk memperjuangkan daerahnya, oleh karenanya dibangunlah objek wisata untuk mengenang seperti halnya Monument Mandala, maupun Museum digunakan sebagai penyimpanan barang-barang berharga.

B. Saran

Agar media ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, adapun saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan yaitu :

1. Kiranya pihak pemerintah dapat menggunakan media ini sebagai media promosi untuk objek wisata sejarah Kota Makassar, juga pihak-pihak terkait seperti masyarakat dan para wisatawan yang berkunjung ke Kota Makassar.
2. Dengan adanya aplikasi panduan wisata ini diharapkan wisatawan mudah mengakses jalan menuju lokasi wisata dan mengetahui sejarah singkat tentang objek wisata itu sendiri.
3. Diharapkan semakin banyak media promosi untuk memperkenalkan wisata sejarah Kota Makassar, maupun media panduan wisata khusus untuk pariwisata di Kota Makassar.
4. Untuk penelitian dan perancangan selanjutnya diharapkan mampu membuat inovasi yang lebih terhadap wisata yang ada di Kota Makassar, khususnya wisata sejarah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, M., Ibrahim, A., & Simarmata, T. (2015). Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis *Android*. *Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Android*.
- Anis & Ma'mur Nuraeni. 2007. *WaliKota Makassar Legenda dari Timur* ; Yapensi Jakarta
- Casofa, F., & Isa, A. (2013). *Gerbang Kreatifitas; Jagat Desain Grafis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2008. *Album Sejarah dan Kepurbakalan Sulawesi Selatan*; Wisata Kultural Historis. Makassar;
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Natsir, Mohammad, & dkk, 2013. *Bangunan Sejarah di Kota Makassar*, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Balai Pelestarian Cagar Budaya Makassar. Makassar
- Parera, J. A., & Dani, S. R. (2015). Perancangan Aplikasi Sistem Navigasi Objek Wisata Berbasis *Android*. *Perancangan Aplikasi Sistem Navigasi Objek Wisata Berbasis Android*.
- Said, Azis. (2006). *Dasar Desain Dwimatra*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Said, Azis., Cahyadi, Dian., & Arifin, Irfan. (2017). *Struktur Media Pembelajaran Dalam Perspektif Desain Komunikasi Visual*. Makassar: UNM.
- Saputra, Irwan Ade. Aspa, Andi, 2015. *City Branding Makassar*. Makassar; Vier Antares Institue
- Sirajuddin, Ilham Arief. 2009. *Informasi Umum Pembangunan Kota Makassar* , WaliKota Makassar;
- Soekadijo, R. (2000). *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- UPT Museum *La Galigo*, 2017. *Museum La Galigo*; Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan, Makassar.
- Undang Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan

Ahmad, Wijayanto Agus. (2013). *Aplikasi Mobile Lokasi Objek Wisata Kota dan Kabupaten Tegal berbasis Android. Aplikasi Mobile Lokasi Objek Wisata Kota dan Kabupaten Tegal berbasis Android.*

Arsy. 2016. *Pelabuhan Paotere Salah Satu Pelabuhan Tertua di Indonesia.* (Online) (<http://www.arsy.co.id>) diakses 29 mei 2017)

(<https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/16> Diakses 6 Juni 2017) Badan Pusat Statistik. 2015. *Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Provinsi Sulawesi Selatan.*(Online). (<https://sulsel.bps.go.id>, diakses 6 Juni 2017)

(<https://bertzzie.com> diakses 6 Juni 2017) Bertzzie. 2013. *Elemen Layout.* (Online).

(<http://dolandolen.com> diakses 29 mei 2017) Dolaners, 2016. *Monumen Mandala.*(Online).

(<http://dkv.binus.ac.id/2015/08/26/jenis-jenis-warna-berdasarkan-keharmonisannya/> diakses 29 Mei 2017) DKV Binus. 2015. *Jenis jenis Warna Berdasarkan Keharmonisaannya.* (Online)

(<https://www.indonesiakaya.com>, diakses 29 mei 2017) Ibo, Ahmad. *Museum Kota Makassar.* (Online).

(<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-aplikasi-dan-sejarah-perkembangan-aplikasi/>, diakses pada 21 Desember 2017) Ibrahim, Adzikra. 2016. *Pengertian Aplikasi dan Sejarah Perkembangan Aplikasi.* (Online).

(<http://wisatasulawesi.com>, diakses 29 mei 2017) Wisata Sulawesi. 2013. *Monumen Korban 40.000 Jiwa, Wisata Sejarah Sulawesi.* (Online).

(<https://www.dumetschool.com> diakses 29 mei 2017) Sawa, Bartholo Bush. 2014. *Macam-macam jenis huruf James Craig.*(Online).

LAMPIRAN



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 15926/S.01P/P2T/11/2017
 Lampiran :
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
 Walikota Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Seni dan Desain UNM Makassar Nomor : 2085/UN36.21/LT/2017 tanggal 06 November 2017 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **NURUL HIKMAH**
 Nomor Pokok : 1386141017
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)
 Alamat : Kampus FSD UNM Parangtambung, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

" PERANCANGAN PANDUAN WISATA KOTA MAKASSAR "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **09 November s/d 09 Desember 2017**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada tanggal : 08 November 2017

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN
 Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

A. M. YAMIN, SE., MS.

Pangkat : Pembina Utama Madya
 Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth
 1. Dekan Fak. Seni dan Desain UNM Makassar di Makassar;
 2. Peringgal.



**PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 90111
Telp +62411 – 3615867 Fax +62411 – 3615867
Email : Kesbang@makassar.go.id Home page : <http://www.makassar.go.id>



Makassar, / 0 - November 2017

K e p a d a

**Yth. KEPALA DINAS PARIWISATA
KOTA MAKASSAR**

Di -

MAKASSAR

Nomor : 070 / *Yug* -II/BKBP/XI/2017
Sifat :
Perihal : **Izin Penelitian**

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat dari Kepala Dinas Koordinasi Penanaman Modal Daerah Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 15926/S.01P/P2T/11/2017, Tanggal 08 November 2017, Perihal tersebut di atas, maka bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa:

Nama : **NURUL HIKMAH**
NIM / Jurusan : 1386141017 / Desain Komunikasi Visual
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) UNM
Alamat : Kampus FSD UNM Parangtambung, Makassar
Judul : **"PERANCANGAN PANDUAN WISATA KOTA MAKASSAR"**

Bermaksud mengadakan **Penelitian** pada Instansi / Wilayah Bapak, dalam rangka **Penyusunan Skripsi** sesuai dengan judul di atas, yang akan dilaksanakan mulai tanggal **10 November s/d 09 Desember 2017**.

Sehubungan dengan hal tersebut, pada prinsipnya kami dapat **menyetujui dengan memberikan surat rekomendasi izin penelitian ini** dan harap diberikan bantuan dan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan kepada Bapak untuk dimaklumi dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota Makassar Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.

A.n. **WALIKOTA MAKASSAR**
KEPALA BADAN KESBANG DAN POLITIK
Jb. KABID HUBUNGAN ANTAR LEMBAGA

Drs. IRIANSJAH R. PAWELLERI, M.AP
Pangkat : Pembina
NIP : 19621110 198603 1 042

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Prop. Sul – Sel. di Makassar;
2. Kepala Unit Pelaksana Teknis P2T Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Prop. Sul Sel di Makassar;
3. Dekan Fak. Seni dan Desain UNM Makassar di Makassar ;
4. *Mahasiswa yang bersangkutan*



REKOMENDASI

NOMOR : 008/2875/DPAR/XI/2017

Menindaklanjuti Surat dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik dengan Nomor : 070/4849-II/BKBP/XI/2017, Tanggal 10 November 2017, Perihal **Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian** maka kami dari Dinas Pariwisata Kota Makassar pada prinsipnya memberi izin sekaligus memberi Data Survey kepada :

Nama	: NURUL HIKMAH
NIM / Jurusan	: 1386141017 / Desain Komunikasi Visual
Pekerjaan	: Mahasiswa (S1) UNM
Alamat	: Kampus FSD UNM Parangtambung, Makassar
Judul	: "PERANCANGAN PANDUAN WISATA KOTA MAKASSAR"
Tanggal	: 10 November s/d 09 Desember 2017

Demikian Rekomendasi ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 13 November 2017

Kepala Dinas,



Ir. Hj. RUSMAYANI MADJID, MSP
 Pangkat : Pembina Utama Muda
 Nip : 19650305 199001 2 001





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

Makassar, 4 Desember 2017

Nomor : 2247/UN36.21/LT/2017
 Lamp : 1 (Satu) rangkap
 Hal : **Permohonan Izin Mengadakan Penelitian**

Kepada Yth :

Yth : 1. Kepala Museum Kota Makassar
 2. Kepala BPCB Makassar
 3. Kepala Pengelola Monumen Mandala
 4. Kepala Museum La Galigo
 5. Kepala Pengelola Monumen Korban 40.000 jiwa

di
 Tempat

Dengan hormat disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa dalam rangka penyelesaian studi Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.

Nama : Nurul Hikmah
 NIM : 1386141017
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Kami mohon mahasiswa tersebut diizinkan untuk mengadakan penelitian di Kota Makassar pada bulan Desember tahun 2017.

Untuk memperoleh data penelitian yang berjudul :

Perancangan Panduan Wisata Kota Makassar

Atas bantuan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Dekan

Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum
 NIP 19630121 198903 2 001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar 90224 Telp. (0411) 888524

Nomor: 2085/UN36.21/LT/2017

6 November 2017

Lamp.: 1 (satu) Eks. Proposal

Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian

Yth. : Gubernur Sulawesi Selatan

c.q. Kepala UPT P2T BKMPD Prov. Sulawesi Selatan.
 di Makassar.

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak bahwa dalam rangka penyelesaian studi Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.

N a m a : Nurul Hikmah

NIM : 1386141017

Program Studi : Desain Komunikasi Visual.

kami mohon mahasiswa tersebut diizinkan untuk mengadakan penelitian di Kota Makassar.

Untuk memperoleh data penelitian yang berjudul:

Perancangan Panduan Wisata Kota Makassar.

Atas bantuan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa:

1. Nama : Nurul Hikmah
2. NIM : 1386141017
3. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
4. Judul : Perancangan Panduan Wisata Kota Makassar

Proposal yang disusun oleh mahasiswa tersebut di atas, telah kami periksa dan menyatakan memenuhi syarat/layak untuk **Melaksanakan Penelitian**.

Makassar, 3 November 2017

Pembimbing I

Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds.
 NIP:19551201 198212 1 001

Pembimbing II

Alimuddin, M.Sn
 NIP:19660504 199203 1 003

Mengetahui
 Ketua Program Studi,

Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds.
 NIP:19551201 198212 1 001

3281



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

Nomor : 3216/UN38.21.2/PP/2016

Makassar, 19 Desember 2016

Lamp :

Hal : Permohonan Pembimbing/Konsultan Skripsi/TA

Yth. : 1. Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds.
2. Drs. Alimuddin, M.Sn.

di Makassar

Dengan hormat,

Kami mengharapkan kesediaan Saudara kiranya berkenan menjadi pembimbing/konsultan skripsi/tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : Nurul Hikmah
Stambuk : 1386141017
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Skripsi/TA : Perancangan Buku Panduan Wisata Kota Makassar

Atas kesediaan saudara, kami ucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds.
NIP:19770518200812 1 001

*Coret yang tidak perlu

1. Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds. Bersedia/Tidakbersedia
2. Drs. Alimuddin, M.Sn. Bersedia/Tidakbersedia

Tanda tangan

(.....)
(.....)



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar 90224 Telp. (0411) 888524

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Nomor:3281/UN36.21/HK/2016

Tentang

PENGANGKATAN KOMISI PEMBIMBING

Nurul Hikmah

Program Studi Desain Komunikasi Visual

DEKAN FAKULTAS SENI DAN DESAIN

- Membaca : Permohonan Pengesahan Susunan Komisi Pembimbing bagi Mahasiswa
- Menimbang : a. Bahwa untuk memperlancar Penulisan Skripsi bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya maka dianggap perlu mengangkat Komisi Pembimbing
 b. Bahwa maksud tersebut pada sub a di atas, perlu menerbitkan Surat Keputusannya
- Mengingat : 1. UUD 1945 Pasal 4 ayat (1)
 2. Undang-undang Nomor 2 Tahun 1989
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1974
 4. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999
 5. Keputusan Presiden Nomor 93 Tahun 1999

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
 Pertama : Mahasiswa yang namanya Nurul Hikmah NIM 1386141017 Program Studi Desain Komunikasi Visual telah memenuhi semua persyaratan pengajuan rencana skripsi dengan judul: **Perancangan Buku Panduan Wisata Kota Makassar.**
- Kedua : Susunan Komisi Pembimbing Mahasiswa tersebut terdiri dari:
 1. Dian Cahyadi, S.Sn, M.Ds. (Pembimbing I)
 2. Drs. Alimuddin, M.Sn. (Pembimbing II)
- Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkannya.
- Keempat : Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini dapat diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Makassar
 Pada tanggal : 26 Desember 2016

Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum.
 NIP. 19630121198903 2 001

Tembusan:

1. Rektor Universitas Negeri Makassar
2. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
3. Penasehat Akademik Mahasiswa yang bersangkutan
4. Pembimbing I
5. Pembimbing II
6. Kasubag Pendidikan FSD



**PERPUSTAKAAN
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR**

Kampus FSD Parangtambung, Jln. Dg. Tata/ Malengkeri Tlp. 0411-888524/Fax.0411-888524

SURAT KETERANGAN BEBAS PEMINJAMAN

NOMOR:...../PERPUS.FSD/...K...../20.13.....

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: NURUL HIKMAH
Nim	: 1306141019
Prog. Studi	: DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
Alamat	: JL. BEAUA RAYA NO.12 A

Telah bebas dari peminjaman buku pada perpustakaan Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar dan telah memberikan sumbangan sebesar Rp. 25.000,- untuk pengembangan perpustakaan Fakultas Seni dan Desain. Keterangan ini diberikan kepadanya untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 3 OKTOBER 2013
Pengelola Perpustakaan,



SRI RAHAYU ISWARI, S.Pd

Catatan:

Dibuat 3 rangkap masing-masing

1. Jurusan
2. Perpustakaan
3. Mahasiswa ybs



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. AP.Pettarani Gunung Sari Baru Makassar-90222
Http://perpustakaan.unm.ac.idemail:perpustakaan@unm.ac.id
Telp:081354743230

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA

No: 262 /UN.16/TU/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa :

Nama : Muhammad Hikmah
NIM/ No. Anggota : 180691012
Fakultas/ Jurusan : Jeni dan Desain /Desain Komunikasi Visual
Alamat : Jl. Benar Raya No. 12

Benar sudah tidak mempunyai pinjaman koleksi dan hal lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di UPT Perpustakaan Universitas Negeri Makassar.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepadanya untuk dipergunakan seperlunya

Makassar, 28 Mei 2018

Kepala,

Prof. Oslan Junadi, S.Si., M.Phil., Ph.D
NIP. 19701016 199702 1 001



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 90111
Telp +62411 – 3615867 Fax +62411 – 3615867
Email : Kesbang@makassar.go.id Home page : <http://www.makassar.go.id>



Makassar, /O-November 2017

K e p a d a

Nomor : 070 / *YRg* -II/BKBP/XII/2017
Sifat :
Perihal : Izin Penelitian

Yth. KEPALA DINAS PARIWISATA
KOTA MAKASSAR

Di -
MAKASSAR

Dengan Hormat,

Menunjuk Surat dari Kepala Dinas Koordinasi Penanaman Modal Daerah Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 15926/S.01P/P2T/11/2017, Tanggal 08 November 2017, Perihal tersebut di atas, maka bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa:

Nama : **NURUL HIKMAH**
NIM / Jurusan : 1386141017 / Desain Komunikasi Visual
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) UNM
Alamat : Kampus FSD UNM Parangtambung, Makassar
Judul : **"PERANCANGAN PANDUAN WISATA KOTA MAKASSAR"**

Bermaksud mengadakan **Penelitian** pada Instansi / Wilayah Bapak, dalam rangka **Penyusunan Skripsi** sesuai dengan judul di atas, yang akan dilaksanakan mulai tanggal **10 November s/d 09 Desember 2017**.

Sehubungan dengan hal tersebut, pada prinsipnya kami dapat **menyetujui dengan memberikan surat rekomendasi izin penelitian ini** dan harap diberikan bantuan dan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan kepada Bapak untuk dimaklumi dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota Makassar Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik.

A.n. WALIKOTA MAKASSAR
KEPALA BADAN KESBANG DAN POLITIK
Jb. KABID HUBUNGAN ANTAR LEMBAGA



Drs. IRIANSJAH R. PAWELLERI, M.AP
Pangkat : Pembina
NIP : 19621110 198603 1 042

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Prop. Sul – Sel. di Makassar;
2. Kepala Unit Pelaksana Teknis P2T Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Prop. Sul Sel di Makassar;
3. Dekan Fak. Seni dan Desain UNM Makassar di Makassar ;
4. Mahasiswa yang bersangkutan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
FAKULTAS SENI DAN DESAIN

Alamat: Kampus FSD UNM Parangtambung, Jl. Dg. Tata Makassar Makassar 90224. Telp (0411) 888524

Nomor : 2247/UN36.21/LT/2017
 Lamp : 1 (Satu) rangkap
 Hal : **Permohonan Izin Mengadakan Penelitian**

4/12-2017

Kepada Yth :

- Yth : 1. Kepala Museum Kota Makassar
 2. Kepala BPCB Makassar
 3. Kepala Pengelola Monumen Mandala
 4. Kepala Museum La Galigo
 5. Kepala Pengelola Monumen Korban 40.000 jiwa

di
 Tempat

Dengan hormat disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa dalam rangka penyelesaian studi Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.

Nama : Nurul Hikmah
 NIM : 1386141017
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Kami mohon mahasiswa tersebut diizinkan untuk mengadakan penelitian di Kota Makassar pada bulan Desember tahun 2017.

Untuk memperoleh data penelitian yang berjudul :

Perancangan Panduan Wisata Kota Makassar

Atas bantuan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan

Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum
 NIP 19630121 198903 2 001

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Nurul Hikmah, perempuan kelahiran Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan pada 26 februari 1996. Anak Ketiga dari pasangan Andi Fatimah dengan Muh. Nashir K

Penulis menyelesaikan pendidikan di TK Islam Magra Kaya dan melanjutkan ke sekolah dasar di SD Inpres Mannuruki II pada tahun 2007, ditahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 34 Makassar dan tamat pada tahun 2010. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMK Mutiara Ilmu Makassar jurusan Rekayasa Perangkat Lunak dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi tepatnya Universitas Negeri Makassar (UNM), Fakultas Seni dan Desain (FSD), Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV)