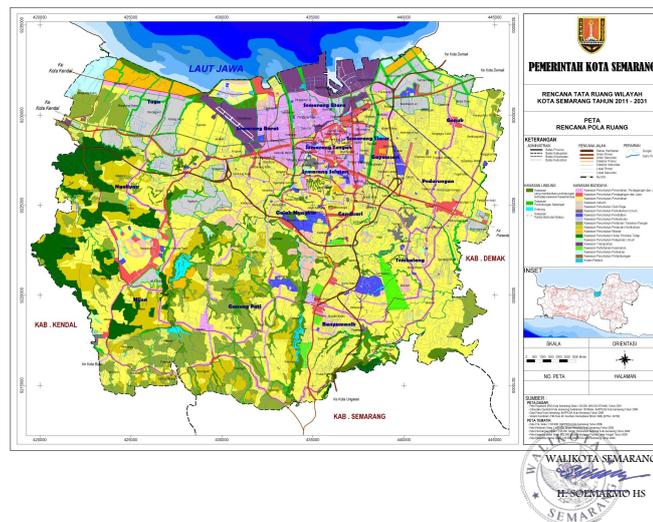


BAB II TINJAUAN UMUM

2.1 Kota Semarang

Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang telah berdiri sejak 5 Mei 1547. Secara geografis, kota ini terletak di pantai utara Jawa Tengah, dengan batas wilayah meliputi Kabupaten Kendal di sebelah barat, Kabupaten Demak di sebelah timur, Kabupaten Semarang di sebelah selatan dan Laut Jawa di sebelah utara. Kota Semarang berada pada koordinat sekitar 6°50'-7°10' Lintang Selatan dan 109°35'-110°50' Bujur Timur, dengan luas wilayah mencapai sekitar 37.369,70 km² yang mencakup area dataran rendah dan dataran tinggi (Pemerintah Kota Semarang, 2018). Kondisi Geografis Kota Semarang dapat dilihat melalui Gambar 2.1.

LAMPIRAN III : PERATURAN DAERAH KOTA SEMARANG
NOMOR 14 TAHUN 2011 TENTANG
RENCANA TATA RUANG WILAYAH KOTA
SEMARANG TAHUN 2011 – 2031



Gambar 2 1 Peta Wilayah Kota Semarang
(sumber: <https://pusdataru.jatengprov.go.id/dokumen/RTRW-Prov/1-Kota-Semarang/Lampiran-Peta-Pola-Ruang>)

Kota Semarang memiliki 16 kecamatan dan 177 kelurahan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2024), kondisi demografis Kota Semarang mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya. Jumlah penduduk di Kota Semarang pada akhir tahun 2023 sebesar 1.695,74 jiwa dengan rincian jenis kelamin laki-laki sejumlah 838,44 jiwa atau 49,45%, dan jenis kelamin perempuan 856,31 jiwa atau 50,55% dari keseluruhan jumlah penduduk.

2.1.1 Perkembangan Pariwisata di Kota Semarang

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2024), jumlah kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2021 Kota Semarang mencapai sekitar 2.663.684, dan mengalami peningkatan pesat pada tahun 2022 mencapai 5.338.233 jumlah kunjungan wisatawan domestik, dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2023 yaitu tercatat 6.478.883 jumlah kunjungan wisatawan domestik.

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2021 Kota Semarang yaitu 77 wisatawan, lalu mengalami kenaikan pada tahun 2022 yaitu mencapai 4.918 wisatawan mancanegara, dan mengalami peningkatan drastis pada tahun 2023 yaitu mencapai 13.992 wisatawan mancanegara. Berdasarkan data terakhir dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang (2024) pada bulan Juli 2024, perkembangan statistik pariwisata Kota Semarang mengalami kenaikan sebesar 0,05 poin dibandingkan bulan sebelumnya, serta Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Kota Semarang tercatat mencapai 61,18%.



Gambar 2 2 Perkembangan jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Semarang

Jumlah total kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara pada tahun 2021 yaitu sekitar 2.663.761 wisatawan, tahun 2022 mencapai 5.343.151 wisatawan, dan tahun 2023 mencapai 6.492.875 wisatawan. Berdasarkan data jumlah total kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara Kota Semarang,

terjadi peningkatan setiap tahunnya dengan persentase kenaikan sekitar 21,53% dari tahun 2022 ke 2023.

2.1.2 Ikon Pariwisata Kota Semarang

1. Lawang Sewu



*Gambar 2 3 Foto Lawas Gedung Lawang Sewu
(sumber: <https://www.titiktemu.co/historia/pr-862176500/lawang-sewu-semarang-di-jaman-belanda-adalah-kantor-perusahaan-kereta-api-swasta>)*

Lawang Sewu merupakan bangunan bersejarah yang didirikan pada era penjajahan Belanda, berasal dari kata “Lawang Sewu” jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia berarti “seribu pintu”. Kata Sewu (seribu dalam Bahasa Jawa), adalah representasi komunitas Semarang mengenai jumlah pintu yang dimiliki oleh Lawang Sewu, walaupun jumlah pintu yang tersedia tidak mencapai seribu, tetapi jumlah tepatnya adalah 429 buah pintu. Namun Lawang Sewu memiliki sejumlah jendela yang ketinggian dan lebarnya menjadikan jendela itu tampak seperti gerbang. Selain pintu dan jendela yang berukuran besar, setiap pintu memiliki daun pintunya. Masing-masing dengan total keseluruhan sebanyak 1200 daun pintu. Beberapa pintu memiliki dua daun pintu, dan ada juga yang mempunyai 4 daun pintu yang terdiri dari dua daun pintu berayun, serta dua daun pintu sliding (Brahmanto, 2022).

Menurut riset dari Brahmanto (2022), Lawang Sewu mulai dibangun oleh Belanda pada 27 Februari 1904 dan selesai pada tahun

1907. Pada mulanya bangunan ini berperan sebagai pusat administrasi Perusahaan kereta api swasta yang dimiliki oleh Belanda dengan nama *Nederlands Indische Spoorweg Maatschappij* (NIS). Perusahaan ini yang pertama kali menciptakan rel kereta api di Indonesia yang menyambungkan Semarang, Surakarta, serta Yogyakarta. Rute Pertama yang dibangun yaitu Semarang Temanggung di tahun 1867. Direksi NIS mempercayakan perancangan bangunan kepada Prof. Jacob F. Klinkhamer dan B.J. Queendag. Keduanya berdomisili di Amsterdam. Seluruh proses perancangan Gedung dilakukan di Belanda. Setelah desain selesai, gambar-gambar rancangan itu selanjutnya dibawa ke Kota Semarang.

Lawang Sewu merupakan salah satu dari struktur yang memiliki kekuatan integritas arsitektur perpaduan antara pengaruh luar *indische* dengan keunikan lokal yang kuat dan responsif terhadap cuaca serta lingkungan sekitar yang masih ada. Dari segi penampilan bangunan Gedung Lawang Sewu mengadopsi gaya *Romanesque Revival*. Pada umumnya, Gedung Lawang Sewu tidak memiliki makna simbolis yang signifikan, tetapi jika dilihat dari skala kota atau area tempat gedung berlokasi yang terletak di pusat-pusat, Kota Semarang ini eksistensinya sangat penting bagi pengembangan citra lingkungan dan dapat berfungsi sebagai “*landmark*” untuk Kota Semarang. Seluruh bangunan ini adalah sebuah karya yang begitu menakjubkan sehingga disebut “Mutiara dari Semarang” (Wibawa, 2015).

Lawang Sewu menyimpan sejarah yang sunyi dari pernyataannya pada era penjajahan Belanda. Sesudah ditinggalkan oleh NIS, Gedung ini kerap digunakan oleh kolonialis Belanda dan Jepang sebagai penahanan. Jika menyaksikan Sejarah gelap yang dimiliki oleh Lawang Sewu menjadikan bangunan ini punya seribu kisah dengan elemen mistis. Dimulai dengan pemanfaatan Lawang Sewu sebagai penjara, serta tempat penyiksaan narapidana, sampai

pertarungan antara pahlawan dan kolonialis Jepang yang menyebabkan banyak kehilangan jiwa.



Gambar 2 4 Foto Kini Gedung Lawang Sewu
(sumber: <https://warakngendog.com/landmark/lawang-sewu/>)

Setelah lama terbengkalai, PT. KAI sebagai pemilik Gedung Lawang Sewu mengamati pentingnya renovasi Gedung. Hal ini dikarenakan nilai Sejarah Lawang Sewu yang sangat berharga, oleh karena itu bangunan ini perlu dijaga dan dilestarikan. Kini, Lawang Sewu berfungsi sebagai destinasi tempat wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan, serta menjadi ikon dari Kota Semarang.

2. Kota Lama Semarang



Gambar 2 5 Gedung Kota Lama Semarang
(Sumber: <https://www.alinea.id/gaya-hidup/intip-pesona-kota-lama-semarang-yang-otentik>)

Kawasan Kota Lama Semarang atau mendapat julukan “*The Little Netherland*” merupakan kota yang bersejarah. Kota Lama

Semarang merupakan kawasan kota kuno di Kota Semarang yang mulai dibangun sejak pada masa penjajahan Belanda, wilayah ini adalah pusat kegiatan Masyarakat kolonial Belanda yang mulai ada pada abad ke-19 (Raditya, 2017).

Kawasan Kota Lama seluas 35 Hektar ini menjadi saksi Sejarah pertumbuhan Kota Semarang. Kawasan Kota Lama diakui sebagai Kawasan dengan beragam etnis karena dulunya menjadi tempat tinggal Masyarakat lokal, etnis Tionghoa, dan orang Eropa yang Sebagian besar berprofesi sebagai pedagang (Firdausyah & Dewi, 2020).

Kota Lama Semarang berada di Kelurahan Bandarharjo, Kecamatan Semarang Utara. Batas Kota Lama Semarang terletak di utara Jalan Merak dengan stasiun Tawang, di sisi timur Jalan Cendrawasih, di sisi Selatan Jalan Sendowo dan bagian barat Jalan Mpu Tantular, serta di sepanjang Sungai Semarang. Luas Kota Semarang sekitar 0,3123 km (Purwanto, 2005). Sama halnya seperti kota-kota lain yang terletak di bawah pemerintahan kolonial Belanda, didirikan benteng Kota Lama sebagai markas tentara. Benteng ini memiliki bentuk segi lima serta pertama kali didirikan di bagian barat Kota Lama Semarang. Benteng ini hanya memiliki satu pintu di bagian Selatan dan lima tower pengawas. Setiap Menara diberi nama: *Zeeland, Amsterdam, Utrecht, Raamsdonk dan Bunschoten*. Pemerintah Belanda mengalihkan pemukiman Tiongkok pada tahun 1731 di sekitar pemukiman Belanda, guna mempermudah pengawasan terhadap semua aktivitas Masyarakat Cina. Oleh karena itu benteng tidak hanya berfungsi sebagai pusat militer, tetapi juga berfungsi sebagai Menara pemantau untuk segala aktivitas orang Tiongkok.

Pada tahun 2015, Kota Lama Semarang ditetapkan sebagai daftar sementara *World Heritage Lists (WHS)* atau Kota Warisan

Dunia oleh UNESCO, karena dianggap sebagai “*Best Preserved Colonial City*” (Sonaesti & Purwanto, 2022).

Keberagaman karakter atau nilai yang ada pada Kota Lama Semarang tidak hanya memberikan keuntungan, tetapi juga untuk Kota Semarang sebagai daerah yang memiliki warisan bernilai tinggi (Alfanando, 2022). Kota Semarang sudah menjadi identik dengan karakter dan identitasnya sebagai kawasan bersejarah, saat ini Kota Lama Semarang telah berkembang menjadi destinasi wisata yang berfokus pada budaya dan Sejarah setelah adanya program revitalisasi yang dilaksanakan sejak tahun 2017 di bidang infrastruktur dan bangunan cagar budaya.

3. Klenteng Sam Poo Kong



Gambar 2 6 Bangunan Klenteng Sam Poo Kong
(Sumber: <https://labirutour.com/blog/klenteng-sam-poo-kong>)

Klenteng Sam Poo Kong menjadi salah satu tujuan destinasi wisata yang berlokasi di ibu kota Provinsi Jawa Tengah, dengan posisi yang strategis menjadi nilai plus bagi Klenteng Sam Poo Kong sehingga banyak dikunjungi oleh wisatawan. Dahulu hanya berfungsi sebagai tempat ibadah umat Konghucu, kini klenteng ini telah berubah menjadi destinasi wisata yang diakui oleh masyarakat (Lokaprasidha & Lokaprasidha, 2020). Klenteng ini terletak di kawasan Simongan, bagian barat daya Kota Semarang. Berdiri di atas lahan seluas 3,2

hektar dengan lima bangunan, yaitu Klenteng Utama, Gua Sam Poo, Tho Tee Kong, dan tempat pemujaan Kyai Juru Mudi (Lestari, 2019).

Klenteng Sam Poo Kong merupakan bangunan warisan budaya yang memiliki nilai sejarah budaya yang tinggi (Marcella, 2012). Klenteng ini pertama kali dibangun pada tahun 1724 oleh komunitas Tionghoa sebagai bentuk penghormatan kepada Laksamana Cheng Ho, yang dianggap sebagai leluhur mereka. Jumlah wisatawan yang datang ke Klenteng ini, biasanya meningkat ketika ada acara khusus, seperti Tahun Baru Imlek, serta upacara untuk memohon berkah yang selalu diadakan setiap malam Jumat Kliwon dan Selasa Kliwon. Selain itu, ada juga upacara untuk menghormati kehadiran armada yang dikendalikan oleh Laksamana Cheng Ho sebagai Sam Poo Tay Djien. Laksamana Cheng Ho adalah seorang muslim, namun ia dianggap sebagai dewa oleh masyarakat Tionghoa di Kota Semarang. Hal itu dapat dimaklumi karena kepercayaan dalam agama Kong Hu Cu meyakini bahwa manusia yang telah meninggal dunia dapat memberikan bantuan kepada yang masih hidup (Lokaprasidha & Lokaprasidha, 2020).

Lebih lanjut (Lokaprasidha & Lokaprasidha, 2020), Klenteng ini memiliki beberapa daya tarik, yaitu Klenteng besar dan Goa Sam Poo, merupakan pusat kegiatan yang berisi patung Sam Poo Tay Djien, serta Goa Lama yang memiliki sumber air yang dianggap banyak khasiat. Tho Tee Kong, merupakan tempat para umat berdoa atas tanah subur dan hasil panen. Makam Kyai Juru Mudi, merupakan tempat pemujaan Wang Jing Hong, juru mudi armada Cheng ho, yang dimakamkan di dekat klenteng. Penghormatan Mbah Kyai Jangkar, merupakan jangkar besar yang menjadi simbol kapal Cheng Ho. Pohon Rantai, merupakan pohon unik dengan batang menyerupai rantai yang menggunakan tambang kapal darurat. Relief Sejarah, merupakan relief yang menggambarkan perjalanan Laksamana Cheng Ho dalam tiga bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin.

Sebagai sebuah Klenteng yang merupakan warisan budaya dalam bentuk arsitektur yang memiliki nilai utama sebagai tempat ibadah umat Tionghoa, hal ini yang menarik banyak wisatawan untuk berkunjung. Alasan utama dijadikan destinasi wisata adalah karena Sam Poo Kong merupakan peninggalan budaya dan sejarah, sehingga tempat tersebut menjadi lokasi yang tidak hanya untuk belajar, tetapi juga berwisata budaya, memperkenalkan budaya yang ada di Sam Poo Kong, sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin mengetahui nilai-nilai yang dimiliki Klenteng Sam Poo Kong.

4. Candi Gedong Songo



Gambar 2 7 Candi Gedong Songo
(Sumber: <https://inikotasemarang.com/candi-gedong-songo/>)

Candi Gedong Songo merupakan salah satu destinasi wisata yang terletak di Kota Semarang. Kata “Gedong Songo” berasal dari bahasa Jawa, “Gedong” berarti bangunan atau rumah, dan “Songo” berarti sembilan (Ermawati, 2021). Dilihat dari arsitekturnya, Candi Gedong Songo dibangun antara abad ke-7 hingga ke-9 masehi dengan latar belakang agama Hindu. Sesuai dengan namanya, terdapat sembilan kelompok candi yang masih utuh. Kelima kelompok candi tersebut tersebar, mulai dari Candi Gedong I di bawah hingga Candi Gedong V di atas (Setiawan & Vanel, 2023).

Candi Gedong Songo merupakan peninggalan agama Hindu yang dibangun oleh putra Sanjaya dari Dinasti Shailendra dengan

tujuan menjadi guru besar. Candi Gedong Songo juga digunakan sebagai tempat peribadatan umat Hindu karena di dalamnya juga terdapat patung-patung dewa, seperti Siwa Mahaguru, Mahadewa, Guruga Mahesa Smarardhani, Siwa Mahakala dan Ganesha. Selain itu, terdapat Lingga dan Yoni yang merupakan ciri khas candi Hindu (Ermawati, 2021).

Kawasan Candi Gedong Songo terletak di Desa Darum, Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Candi Gedong Songo berada di lereng selatan Gunung Ungaran pada ketinggian sekitar 1.200 meter di atas permukaan laut, sehingga suhu di tempat ini sangat rendah. Candi Gedong Songo ini merupakan daya tarik wisata unggulan dan juga dijadikan sebagai simbol dan maskot pariwisata karena merupakan aset penghasil pendapatan terbesar di Kota Semarang (Nugroho, 2016). Budaya dan kepercayaan masyarakat Desa Candi sebenarnya mayoritas beragama Islam, meskipun ada juga yang beragama lain. Kawasan Candi Gedong Songo dianggap sebagai tempat suci oleh penduduk setempat, meski berbeda latar belakang agama. Pada hari-hari tertentu, pemujaan masih dilakukan di kawasan candi tersebut. Selain itu, kawasan candi ini masih sering digunakan untuk beraktivitas pada malam hari untuk mencari kedamaian dan pencerahan. Hingga saat ini, warga sekitar meyakini bahwa kawasan Candi Gedong Songo mempunyai kekuatan untuk membantu menyelesaikan permasalahan dan mencari solusi. Bahkan tak jarang pengunjung melakukan ritual menyendiri di Candi Gedong Songo untuk mencari “wangsit” atau pencerahan.

5. Simpang Lima



Gambar 2.8 Alun-alun Simpang Lima Semarang
(Sumber: <https://hotelpantes.com/hotel-pantes-blog/jalan-kawasan-simpang-lima>)

Simpang Lima merupakan sebuah alun-alun di pusat Kota Semarang, berada di antara Jalan Pahlawan, Jalan Pajajaran, Jalan Ahmad Yani, Jalan Gajah Mada, Jalan Dalan. Terdapat juga pusat perbelanjaan dan *department store* di sebelah taman. Di antaranya Hotel Ciputra, Hotel Horison, Hotel Grand Santika, Mal Ciputra, E Plaza dan Plaza Simpang Lima. Kawasan Simpang Lima ini sangat strategis dan banyak dikunjungi wisatawan, terletak di jantung Kota Semarang dan memiliki konektivitas jalan serta fasilitas pendukung lainnya yang sangat baik. Simpang Lima ini mempunyai ciri khas tersendiri dan mempunyai keunggulan karena berada di tengah persimpangan lima jalan yang berpotongan, menjadikan bangunan-bangunan di sekitar kota, seperti halnya Lawang Sewu yang menjadi identitas dari Kota Semarang, Simpang Lima juga menjadi salah satu *landmark* dari Kota Semarang (Krisnando, 2018).

Menurut Muljadinata (2019) dalam S. Widiatoro & Wijayati (2024), Simpang Lima merupakan komponen utama dataran pancasila yang menjadi salah satu ruang terbuka di Kota Semarang yang keberadaannya sudah direncanakan sejak zaman Hindia-Belanda. Peta tahun 1922 dalam rancangan Karsten sudah menunjukkan Jalan K.H

Ahmad Dahlan dan Jalan Pahlawan, menunjukkan bahwa Herman Thomas Karsten menciptakan kota *modern* dari cikal bakal kawasan Simpang Lima Kota Semarang.

Alun-alun baru Kota Semarang pertama kali dirancang oleh Presiden Soekarno, di mana kawasan Simpang Lima dirancang sebagai pusat kegiatan masyarakat dengan fokus budaya dan pendidikan. Perancangan ruang baru ini mengambil konsep lokal sebagai tempat untuk bersantai dan berkumpul, yang dirancang untuk menampung lebih dari 100.000 masyarakat (S. Widiatoro & Wijayati, 2024).

2.2 Promosi Wisata

Promosi merupakan langkah yang dilakukan oleh suatu pihak dengan tujuan meningkatkan penjualan, mengenalkan sebuah merek, maupun meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek atau produk tertentu. Menurut Kotler & Keller (2016), Promosi yang dilakukan adalah upaya untuk menginformasikan dan menawarkan produk maupun jasa dengan tujuan menarik perhatian konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Promosi dapat berupa dengan berbagai bentuk, mulai dari iklan hingga pemasaran pribadi oleh pihak tertentu dengan tujuan meningkatkan pemasaran mereka (Kotler & Keller, 2016). Promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam media seperti, percetakan poster, brosur majalah, hingga materi lainnya yang dapat disebar ke berbagai pusat aktivitas.

Promosi dalam pariwisata berperan sangat penting untuk menyampaikan informasi kepada wisatawan. Perancangan dan penggunaan media dalam kegiatan promosi menjadi sebuah kebutuhan yang penting agar promosi dapat memberikan hasil yang diharapkan dan tidak menjadi kegiatan yang menghamburkan dana. Promosi objek wisata alam, seni, maupun budaya di suatu daerah memiliki kompleksitas yang lebih besar dibandingkan mempromosikan suatu produk perusahaan. Keduanya memiliki karakteristik yang berbeda. Promosi pada objek

wisata sangat penting dalam konteks pelaksanaan otonomi daerah. Setiap kawasan atau daerah perlu memiliki kesadaran yang lebih untuk memaksimalkan potensi objek wisatanya guna meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) (Manafe et al., 2016).

Tujuan promosi adalah untuk memberikan informasi, menarik perhatian, meningkatkan keinginan, dan mendorong minat konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan (Sanjaya, 2015).

Promosi bertujuan untuk menarik masyarakat untuk berminat membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi kreatif harus dapat mampu untuk memengaruhi konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan. Namun promosi harus disampaikan dengan cara yang efektif agar konsumen dapat lebih cenderung memilih produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya (Sanjaya, 2015). Promosi juga bertujuan untuk mengenalkan sesuatu kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengetahui dan juga tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Manafe et al. (2016) tujuan promosi objek wisata suatu daerah dapat dikategorikan ke dalam beberapa tujuan, diantaranya:

1. Membuat promosi lokalitas wisata dengan tujuan memperkenalkan wisata yang menarik dan menguntungkan bagi wisatawan.
2. Meningkatkan citra objek wisata suatu daerah di pasar domestik maupun internasional.
3. Menyebarkan pengetahuan terkait produk-produk wisata yang telah di kembangkan maupun yang sudah di kembangkan.
4. Membangun serta membina komunikasi yang baik dan efektif dengan media juga pers internasional.

2.3 Tourism Storytelling

Konsep *storytelling* dalam pariwisata menjadi pendekatan strategis yang semakin diperhatikan oleh pelaku industri. Menurut Tilden (2007), *storytelling* dalam konteks pariwisata mencakup berbagai unsur penting seperti nilai edukatif, informasi yang mudah dipahami, penggunaan properti yang menarik dan artistik, serta keberagaman tema yang disampaikan secara maksimal (Pasaribu et al., 2022)

Di Indonesia, pemanfaatan *storytelling* sebagai pendekatan yang efektif untuk mengenalkan dan memasarkan destinasi wisata turut menjadi fokus perhatian Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), hal itu ditegaskan oleh Rizki Handayani selaku Deputi Bidang Produk Wisata dan Penyelenggaraan Kegiatan, yang menyebutkan bahwa *storytelling* merupakan strategi yang tepat untuk mengangkat nilai-nilai dan daya tarik pariwisata di berbagai daerah (Fikri, 2020).

Secara esensial, pendekatan ini mengedepankan peran cerita sebagai alat komunikasi yang kuat dan fleksibel, yang dapat diaplikasikan melalui berbagai media promosi pariwisata. *Storytelling* dinilai signifikan karena manusia pada dasarnya adalah makhluk pencerita (*homo narrans*) yang secara naluriah lebih mudah tersentuh oleh cerita yang menarik daripada oleh data atau penalaran logis semata (Priliantini et al., 2023). Sebuah narasi yang dirancang dengan baik mampu membangkitkan rasa ingin tahu yang berujung pada terciptanya destinasi baru, sekaligus memperkuat daya tarik lokasi wisata yang telah ada. Lebih dari itu, *storytelling* juga dapat membangun kedekatan emosional antara pengunjung dan destinasi, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan tak terlupakan.

Berdasarkan buku "*Marketing for Tourism and Hospitality*" oleh Hudson (2009) menekankan bahwa *storytelling* mampu membantu destinasi wisata yang membedakan diri dari kompetitor serta membentuk identitas unik yang lebih mudah diingat (Nuria & Limpas, 2024). Hudson menguraikan tiga poin utama dalam penerapan *storytelling*:

1. Membangkitkan emosi wisatawan agar mereka merasa terhubung dengan destinasi.
2. Menonjolkan keunikan destinasi dalam lanskap pariwisata yang kompetitif.
3. Menciptakan pengalaman yang mudah diingat melalui narasi yang menarik, karena cerita yang kuat lebih membekas di benak wisatawan dibandingkan dengan informasi faktual semata.

2.4 *Video Mapping*

Menurut Ekim (2011), *video mapping* merupakan salah satu teknik proyeksi video terbaru yang digunakan hampir setiap permukaan menjadi tampilan video yang dinamis. Manfaat dari *video mapping* adalah menciptakan ilusi secara fisik pada gambar melalui penggabungan elemen audio-visual.

Menurut Ahmad & Sofyan (2013), menyatakan *video mapping* merupakan teknologi hiburan yang baru serta inovatif. Teknik yang memproyeksikan gambar video pada bangunan, struktur atau hampir semua jenis permukaan dan objek 3D.

Menurut Rompas et al (2019) *video mapping* merupakan teknik yang memanfaatkan pencahayaan dan proyeksi untuk menciptakan ilusi visual pada objek, sehingga menghasilkan transformasi yang terjadi akibat proyeksi yang pada grafik digital ke objek, benda, dan permukaan. *Video mapping* juga merupakan sebuah pendekatan baru yang berfungsi sebagai ungkapan seni proyeksi gambar menggunakan teknologi pencahayaan.

Lebih lanjut, menurut Ahmad (2013), juga mengatakan bahwa yang menjadi hal utama dalam membuat *video mapping* adalah proyektor video. Di mana untuk objek kecil dan untuk proyeksi objek membutuhkan 5600 lumens. Namun, terkadang dibutuhkan hingga 20.000 lumens agar mendapatkan hasil gambar yang jelas dan akurat pada permukaan besar atau untuk jarak jauh.

2.4.1 *Prinsip Dasar Video Mapping*

Menurut Rohman et al (2020), inti dari *video mapping* adalah *projection*, yaitu suatu transformasi dari satu bentuk ke bentuk yang lain. Dalam Konteks *video mapping* ini, yang diproyeksikan adalah *scene* dari video. Perasaan terhadap kedalaman dan jarak yang terlihat dalam proyeksi itu adalah akibat dari perubahan persepsi visual yang memanfaatkan permainan cahaya dan bayangan. Banyak pembuat video menggunakan pencahayaan dan bayangan buatan untuk mencapai efek serta ilusi optik yang sesuai dengan harapan mereka.

Selanjutnya menurut (Rohman, 2020), objek yang direncanakan dapat berupa *motion graphic* atau animasi 3D yang terdiri dari bentuk geometris, garis, atau ruang. Proyektor mengubah input-input tersebut menjadi lebih menarik dan

eksploratif, seperti memutar, merotasikan, serta memberikan *highlight* yang menjadi objek proyeksi sebagai titik fokus yang diamati oleh audiens. Secara ringkas, prinsip yang terdapat dalam *video mapping* adalah sebagai berikut:

*(SHAPE, LINE, SPACE) + (LIGHT & SHADOW) -> OPTICAL ILLUSION ->
CHANGING PERCEPTION OF FORM*

2.4.2 Tahapan Perancangan *Video Mapping*

Menurut Ratu et al (2018), dalam merancang *video mapping* membutuhkan 3 tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahap pertama adalah pra produksi, dalam tahap pra produksi meliputi proses penentuan ide & tema, pengumpulan data, dan *storyboard*.

Dalam tahap pra-produksi dimulai dengan penentuan ide dan tema, yaitu perencanaan cerita yang akan diangkat. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang mendukung tujuan penelitian, yang terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang didapatkan melalui sumber secara langsung di lapangan, sedangkan data sekunder merupakan informasi yang didapat melalui studi literatur, yang meliputi buku, jurnal, serta internet yang relevan dengan penelitian. Selanjutnya, konsep cerita divisualisasikan melalui *storyboard*, berupa kumpulan gambar dan penjelasan audio dan durasi. *Storyboard* akan membantu memperjelas dan mengarahkan dalam proses pembuatan animasi 3D.

Selanjutnya, tahap produksi. Dalam tahap ini, meliputi proses pembuatan maket, pemetaan maket, *animating*, dan *rendering*. Proses dimulai dengan membuat maket, yaitu model objek yang akan diproyeksikan menggunakan proyektor LCD. Maket dapat terbuat dari bahan, seperti *cardboard* dan *styrofoam*. Lalu, dilanjutkan dengan pemetaan maket, yaitu pengukuran jarak antara proyektor LCD dengan maket, termasuk tinggi, panjang, serta posisi stabil proyektor. Tahap berikutnya adalah *animating*, yang melibatkan penambahan efek animasi pada video yang akan digabungkan dalam *video mapping*. Lalu, dalam tahap produksi akan diakhiri dengan *rendering*, yaitu menggabungkan animasi yang telah selesai dengan animasi lainnya untuk menghasilkan satu *video mapping* (Ratu et al., 2018).

Tahap terakhir adalah pasca produksi Dalam tahap ini, meliputi proses *final editing*, *final rendering*, dan animasi *video mapping*. Proses dimulai dari *final editing*, yaitu mengoreksi alur cerita agar sesuai dengan *storyboard* dan hasil yang diharapkan. Setelah itu, melakukan *final rendering*, yaitu menggabungkan hasil *file compositing* dengan *editing* menjadi satu film animasi. Terakhir, pada tahap animasi *video mapping*, animasi akan ditampilkan sesuai dengan konsep dan tujuan yang telah dirancang (Ratu et al., 2018).

2.4.3 Peralatan *Video Mapping*

Dalam memproduksi *video mapping*, terdapat beberapa peralatan yang digunakan, antara lain:

1. Proyektor LCD (Liquid Crystal Display)

Proyektor LCD merupakan teknologi dalam proyektor digital. Perangkat ini berperan untuk memperbesar tampilan gambar agar terlihat jelas pada layar. Proyektor sebagai alat output memproyeksikan gambar ke permukaan sebagai layar presentasi. Proses buka-tutup pada setiap pikselnya yang akan membentuk gambar untuk diproyeksikan (Rompas et al., 2019).

Proyektor dengan ukuran 5700 *ansi lumens* merupakan proyektor standar yang cukup untuk memproyeksikan hingga ukuran 3m x 4m. Selain itu, *output* cahayanya dapat dipastikan terlihat terang bahkan saat di luar ruangan pada malam hari, serta menghasilkan warna yang maksimal (Sya'Roni & Pramonojati, 2014)

Video mapping dengan skala besar pastinya menggunakan proyektor yang memiliki spesifikasi yang tinggi, contohnya *video mapping* di candi prambanan. Dilansir dari (Siaran Pers, 2016), Epson menggunakan 14 unit proyektor yang dirancang khusus untuk proyeksi skala besar dalam *video mapping* di candi prambanan. Fasad candi prambanan yang merupakan batu alam dan tidak memiliki permukaan berwarna putih, menjadi salah satu tantangan utama dalam pertunjukan *video mapping*. Proyektor yang digunakan adalah

proyektor 3LCD Laser EB-L1505U dengan tingkat kecerahan hingga 12.000 ANSI lumens, serta Proyektor 3LCD EB-Z10000 dan EB-Z11000 yang memiliki tingkat kecerahan hingga 11.000 ANSI lumens. Teknologi proyektor ini menghasilkan proyeksi visual yang tajam dengan warna cerah dan natural, yang menjadi ciri khas teknologi Epson.



Gambar 2 9 Proyektor 3LCD Laser EB-L1505U
(Sumber : <https://www.solusisuksespratama.co.id/high-brightness-projector/epson-eb%E2%80%91111505u/>)

2. Maket

Maket merupakan bangunan yang dirancang untuk mempermudah visualisasi hasil desain, baik secara struktur, interior, eksterior, maupun *site plan*. Umumnya dibuat dari bahan, seperti kayu, kertas, *styrofoam*, dan material lainnya (Rompas et al., 2019).



Gambar 2 10 Contoh Maket

(Sumber :
<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fjournal.unsrat.ac.id%2Findex.php%2Finformatika%2Farticle%2Fdownload%2F28105%2F27575&psig=AOvVaw0LrX7eOlc>)

3. Komputer

Dalam proses pembuatan *video mapping*, perangkat komputer memiliki peran penting untuk memastikan bahwa seluruh elemen visualisasi dapat berjalan dengan lancar. *Video mapping*, yang melibatkan simulasi animasi kompleks, rendering 3D, serta sinkronisasi waktu nyata dengan proyektor, memerlukan komputer dengan spesifikasi yang mumpuni. Dilansir dari (Lyzvisual, 2023) *Video mapping* memerlukan spesifikasi komputer atau laptop yang tepat untuk memastikan performa optimal dalam menjalankan perangkat lunak dan memproyeksikan konten dengan baik. Untuk kebutuhan ini, perangkat lunak Resolume Arena sering digunakan sebagai acuan karena spesifikasinya yang memenuhi kebutuhan teknis *video mapping*.

Spesifikasi minimum untuk menjalankan Resolume Arena meliputi sistem operasi Windows 7, RAM 4GB, kartu grafis dengan memori minimal 2GB, dan prosesor berkecepatan 2,0 GHz. Namun, untuk hasil yang lebih baik, disarankan menggunakan perangkat dengan prosesor Intel i7 berkecepatan 2,6 GHz, RAM 16GB, SSD untuk penyimpanan, dan kartu grafis dengan memori 8GB. Sistem operasi yang direkomendasikan adalah Windows 10 atau macOS Mojave.

Resolusi konten menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kebutuhan perangkat keras. Misalnya, untuk memutar animasi 4K, spesifikasi yang direkomendasikan mencakup prosesor i7, kartu grafis dengan memori 8GB, RAM 16GB, dan SSD. Sementara itu, untuk konten dengan resolusi lebih rendah, seperti Full HD (1080p), spesifikasi dapat sedikit diturunkan ke prosesor i5, kartu grafis dengan memori 2/4GB, RAM 8GB, dan SSD.

Selain resolusi konten, jumlah konten yang dimainkan secara bersamaan juga memengaruhi kebutuhan spesifikasi. Jika banyak konten diputar, terutama dengan resolusi tinggi, diperlukan perangkat dengan prosesor berkecepatan dasar lebih dari 3,8 GHz, RAM lebih dari 16GB, dan kartu grafis dengan memori 8GB untuk memastikan kinerja tetap optimal.

Jumlah output display atau proyektor juga menjadi pertimbangan penting. VGA Card yang digunakan harus mampu menangani resolusi total dari semua proyektor. Sebagai contoh, untuk tiga proyektor dengan resolusi masing-masing 1024×768 piksel dan satu monitor 1920×1080 piksel, diperlukan kartu grafis seperti NVIDIA RTX 3060 Ti yang mampu menangani resolusi hingga 8K.

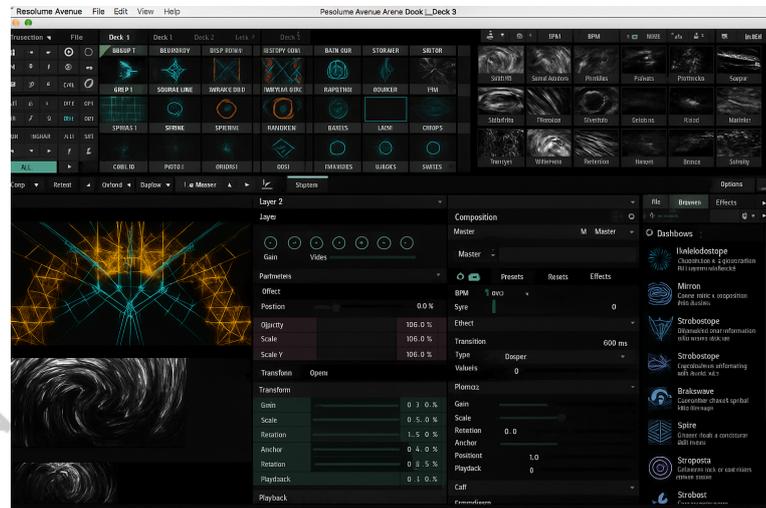
Durasi penggunaan *video mapping* juga berdampak pada kebutuhan perangkat keras. Acara dengan durasi pendek biasanya memanfaatkan laptop karena portabilitasnya, sedangkan instalasi jangka panjang membutuhkan PC dengan komponen yang lebih tahan lama, sistem pendingin yang baik, dan daya tahan performa yang tinggi. Semua faktor ini perlu diperhitungkan untuk memastikan perangkat dapat mendukung kebutuhan *video mapping* dengan lancar.

2.4.4 Perangkat Lunak

Pemilihan perangkat lunak tergantung pada jarak proyeksi dan objek yang digunakan untuk pemetaan proyeksi. Setiap perangkat lunak memiliki perbedaannya masing-masing baik dalam jarak tembak maupun proses pengoperasiannya (Surya & Adi, 2018). Perangkat lunak yang biasa digunakan dalam perancangan *video mapping*, yaitu:

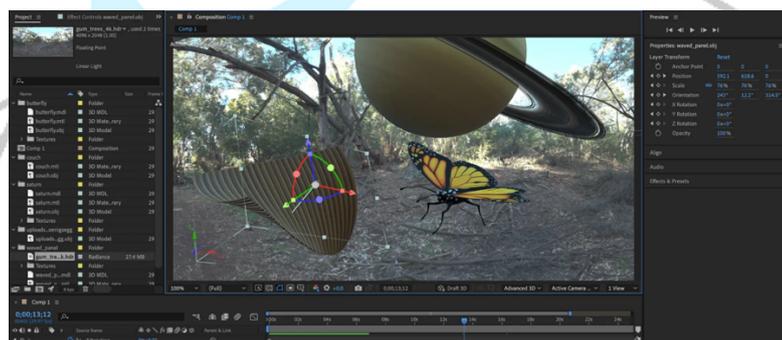
1. Resolume Arena, yaitu perangkat lunak sederhana, namun dapat digunakan sebagai alat pemutaran pemetaan proyeksi yang cukup canggih. Dengan perangkat lunak tersebut dapat dengan mudah memetakan objek. Selain itu, perangkat lunak ini juga mempunyai

jarak proyeksi yang cukup jauh yaitu mencapai 16m x 16m (Surya & Adi, 2018).



Gambar 2 11 Resolume Arena
(Sumber : <https://images.app.goo.gl/viv4HeQGHDpAnsPm8>)

2. Adobe After Effect, yaitu perangkat lunak profesional untuk kebutuhan *Motion Graphic Design*. Perangkat lunak ini dapat digunakan untuk menangkap, melacak, melakukan *rotoscoping*, mengomposisi, dan menganimasikan dalam efek visual digital, grafik gerak, dan aplikasi pengkomposisian. Ia juga berfungsi sebagai editor non-linear, editor audio, dan *transcoder* media yang sangat sederhana. (Kowel et al., 2023).



Gambar 2 12 Adobe After Effect
(Sumber : <https://www.techradar.com/pro/software-services/adobe-after-effects-2024-review>)

2.4.5 Audio

Audio merupakan salah satu unsur penting yang berperan untuk menciptakan sistem komunikasi yang memanfaatkan bentuk suara, seperti sinyal

frekuensi listrik yang dapat mentransmisikan unsur-unsur suara. Menurut Sudjana & Rivai (2007) dalam bukunya berjudul “Teknologi Pengajaran”, mengatakan media audio juga dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan informasi, termasuk pesan dalam bentuk audio. Media jenis ini berguna karena dapat menarik minat, ide, emosi, dan keinginan pendengar (Ichsan et al., 2021).

2.4.6 Animasi

Menurut Munir (2012) dalam bukunya berjudul “MULTIMEDIA Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan”, Animasi merupakan gambar tetap atau biasa disebut dengan still image yang disusun secara berurutan serta direkam menggunakan kamera. Sedangkan menurut Vaughan (2011) animasi adalah sebuah teknik untuk membuat gambar *still* menjadi hidup. Pendapat lain juga menyatakan bahwa Animasi menjadikan visualisasi yang lebih hidup dan menarik serta dapat membantu memahami konsep yang kompleks dengan lebih efektif (Ardian & Munadi, 2015).

1. Animasi 2D

Jenis animasi ini lebih dikenal sebagai film kartun, yang pembuatannya menggunakan teknik animasi gambar tangan (*hand-drawn animation*) atau animasi sel (*cell animation*), baik dengan cara digambar langsung pada film maupun secara digital. Jenis animasi ini memiliki karakter visual yang bersifat flat atau dua dimensi. Dilihat dari segi teknis pembuatannya, terdapat dua metode, yaitu manual dan digital (Rompas et al., 2019).

2. Animasi 3D

Menurut Hendratman (2015) dalam bukunya yang berjudul “*The Magic of Blender 3D Modelling*”, mengatakan bahwa animasi 3D adalah menciptakan gambar yang bergerak dalam sebuah ruang digital 3 dimensi (Haryanto & Haan, 2022). Disebut animasi 3 dimensi karena jenis animasi ini memiliki sifat kedalam atau *depth* pada objek yang halus, pencahayaan yang realistis, serta kesan ruang yang lebih nyata jika dibandingkan dengan dua dimensi (Rompas et al., 2019).

2.4.7 *Motion Graphic*

Menurut Betancourt (2020) dalam bukunya berjudul “*The History of Motion Graphics*”, mengatakan *motion graphic* memiliki dua metode, yaitu dengan menggerakkan gambar, atau menggabungkan *sequence* gambar-gambar yang memiliki kontinuitas sehingga dapat terlihat bergerak. *Motion graphic* merupakan elemen yang penting untuk membuat *audience* tidak merasa bosan dalam melihat sebuah visual. Penggunaan metode pembuatan *Motion graphic* umumnya menggunakan metode *frame by frame*. *Motion graphic* dapat memberikan informasi maupun pesan yang ingin disampaikan dengan dinamis dan efektif. Teks, tipografi, dan grafis juga termasuk dalam *motion graphic*. *Motion graphic* juga biasanya dikombinasikan dengan audio dan umumnya ditampilkan pada media elektronik.

Menurut Roberts (2018), proses produksi *motion graphic* terdiri dari beberapa tahapan utama, yaitu penulisan *script*, pembuatan *style frame*, perekaman *voice over (VO)*, pemilihan musik, pembuatan *thumbnail* dan *storyboard*, penyusunan *animatic*, hingga tahap terakhir akhir, yaitu *animation*. Menurut Ronfard et al. (2022) dalam bukunya berjudul “*The Prose Storyboard Language: A Tool for Annotating and Directing Movies (Version 2.0, Revised and Illustrated Edition)*”, langkah awal dalam pembuatan *motion graphic* adalah pada tahap pra-produksi, yaitu mencakup riset untuk memahami topik yang akan diangkat, diikuti dengan penulisan naskah, penyusunan *storyboard*, serta perancangan konsep visual dan audio yang meliputi gaya ilustrasi, palet warna, dan *mood* suara.

Menurut Hadi et al. (2023), pada tahap produksi dilakukan pembuatan elemen visual berupa aset, seperti karakter, ikon, *background*, dan teks. Setelah itu, dilakukan pengumpulan dan penerapan audio yang relevan untuk memperkuat pesan visual. Seluruh aset visual kemudian dianimasikan menggunakan *software*, dengan penyesuaian *timing* berdasarkan audio agar tercipta sinkronisasi antara elemen visual dan audio. Pada tahap pasca-produksi meliputi penyelarasan akhir antara audio dan visual, serta proses *editing* dan *mixing* audio untuk memastikan kualitas suara yang seimbang dan mendukung penyampaian pesan visual.

2.5 Struktur Tiga Babak (*Three Act Structure*)

Struktur tiga babak adalah salah satu bentuk penyusunan cerita dalam skenario yang sering digunakan, karena mencerminkan prinsip dasar dalam penceritaan, yakni bahwa setiap cerita memiliki bagian awal, tengah, dan akhir. (Pratista, 2008). Secara umum, struktur tiga babak membagi alur cerita menjadi tiga bagian utama yang disebut sebagai tahap pengenalan, tahap pengembangan konflik, dan tahap penyelesaian (Kristianto & Goenawan, 2021). Sebuah naskah akan terasa lebih hidup jika mampu menghadirkan ketegangan dramatis melalui penggunaan struktur naratif tiga babak (Juwita et al., 2021).

2.6 Visualisasi Objek Wisata Kota Semarang

Menurut Kard et al., (1999) dalam bukunya yang berjudul "*Readings in Information Visualization, using vision to think*", mengatakan visualisasi merupakan penggunaan teknologi komputer untuk merepresentasikan data yang interaktif dalam bentuk visual dengan tujuan untuk memperkuat proses pemahaman dan pengamatan.

Berdasarkan data di atas menyatakan bahwa visualisasi merupakan suatu teknik penggunaan komputer dengan tujuan untuk menemukan metode terbaik dalam merepresentasikan data. Teknik ini memungkinkan penulis untuk mengamati simulasi dan komputasi yang sebelumnya sulit untuk terlihat, serta dapat memperkaya proses penemuan ilmiah dan mengembangkan pemahaman yang lebih dalam, salah satu contohnya adalah dengan menampilkan informasi atau data dalam bentuk gambar, contoh : grafik, struktur *free*, pola, warna. Beberapa tujuan dari visualisasi adalah:

1. Mengeksplorasi

Eksplorasi merujuk pada kegiatan untuk menjelajahi hal baru. Dalam konteks visualisasi, mengeksplorasi dapat dalam bentuk menjelajahi data atau informasi yang ada dan dapat digunakan sebagai elemen untuk mengambil keputusan.

2. Menghitung

Menghitung adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai dimensi atau bentuk dari suatu objek. Dalam visualisasi, menghitung dapat diartikan sebagai sebuah proses analisis suatu data yang sudah dihitung dan disajikan dalam bentuk gambar seperti grafik atau tabel sehingga penulis hanya perlu untuk mengambil keputusan berdasarkan data yang sudah dihitung.

3. Menyampaikan

Data mentah yang telah diolah dan disajikan dalam bentuk grafik atau tabel adalah contoh penyampaian informasi secara visual. Pendekatan visualisasi ini dapat mempermudah pemahaman penulis karena data yang disajikan dalam bentuk grafik lebih mudah untuk dimengerti, tidak rumit, dan dapat langsung menyampaikan inti dari sebuah informasi yang ingin disampaikan.

2.6.1 Ilustrasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata ilustrasi didefinisikan sebagai gambar, foto, dan lukisan untuk memperjelas isi suatu karangan atau buku. Tujuan dari ilustrasi juga berbeda dengan gambar, ilustrasi membantu untuk merangsang imajinasi pembaca sehingga pembaca mendapatkan informasi yang jelas dan tidak membayangkan sendiri bentuk dari informasi yang dibaca. Ilustrasi juga dapat membantu pembaca memahami pesan yang ingin disampaikan (Thabroni, 2020).

Menurut Anas et al. (2018) Ilustrasi merupakan sebuah gambar yang dibuat untuk menjelaskan informasi dengan cara memberikan representasi visual. Inti dari ilustrasi terletak pada pemikiran, ide, dan konsep yang mendasari pesan yang ingin disampaikan melalui gambar. Tugas ilustrator adalah menghidupkan atau mewujudkan tulisan dalam bentuk visual. Mereka menggabungkan pemikiran analitis dan keterampilan praktis untuk menghasilkan sebuah gambar yang menyampaikan pesan yang jelas.

Ada beberapa gaya ilustrasi yang digunakan dalam visualisasi Kota Semarang, yaitu :

1. Ilustrasi Naturalis

Ilustrasi naturalis merupakan sebuah gambar yang dibuat dan memiliki bentuk hingga warna yang sama dengan kondisi sesuai kenyataan yang ada di alam tanpa pengurangan atau penambahan unsur apapun (Sari et al., 2022). Ilustrasi naturalis yang digunakan dalam visualisasi objek wisata di Semarang ini bertujuan untuk menggambarkan suasana dan bentuk asli dari objek wisata yang ada di Kota Semarang. Wisatawan dapat membayangkan keindahan tempat wisata dan mendapatkan informasi yang jelas tentang objek wisata yang ada di Kota Semarang.



Gambar 2 13 Ilustrasi Lawang Sewu
(Sumber : https://www.freepik.com/premium-vector/lawang-sewu-vector-illustration_31185625.htm)

2. Ilustrasi Dekoratif

Ilustrasi dekoratif adalah gambar yang berfungsi untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dlebih lebihkan dan dibuat dengan *style* atau gaya tertentu (Soedarso, 2014). Ilustrasi dekoratif dalam visualisasi objek wisata di Kota Semarang bertujuan menggunakan elemen grafis untuk menambah daya tarik. Penggunaan elemen grafis dapat menciptakan tampilan yang menarik, memikat perhatian wisatawan, dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Dengan memanfaatkan desain dekoratif yang menarik, ilustrasi dapat menyampaikan identitas lokal dan kekayaan budaya yang ada di kota

Semarang, memberikan pengalaman visual yang menyenangkan, serta menambah nilai estetika pada destinasi wisata yang dipromosikan.



Gambar 2 14 Ilustrasi Klenteng Sam Poo Kong

(Sumber: https://www.freepik.com/premium-vector/illustration-sam-poo-kong-semarang-indonesia-landmark_13850222.htm)

3. Ilustrasi Minimalis

Dilansir dari laman (*metamorphosys2, 2023*), Ilustrasi dengan gaya minimalis menekankan kesederhanaan dengan hanya menggunakan elemen-elemen esensial untuk menyampaikan pesan atau konsep. Pendekatan ini menghilangkan detail yang tidak perlu, fokus pada bentuk dasar, ruang kosong, dan palet warna terbatas untuk menciptakan visual yang bersih dan efektif.



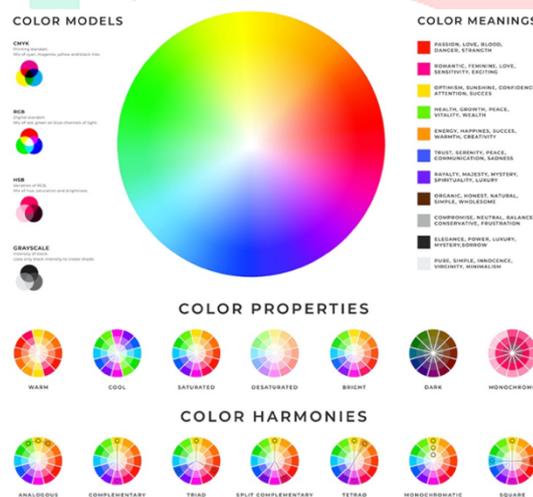
Gambar 2 15 Ilustrasi Candi Gedong Songo

(Sumber : https://www.behance.net/gallery/95248553/Candi-Gedong-Songo-Temple-Line-Art-Flat-Illustration?tracking_source=search_projects|gedong&l=13)

2.6.2 Warna

Salah satu elemen penting dalam visualisasi desain adalah warna. Warna dapat menarik sebagian besar perhatian mata dengan visual *audience*, sehingga menciptakan peluang interaksi dengan *audience*. Warna digunakan untuk menarik perhatian karena memengaruhi psikologi dan emosi *audience* (Pradika et al., 2020)

Menurut Paksi (2021), warna adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, perkembangan teknologi dan seni visual. Pada pencampuran warna aditif, warna cahaya yang disebut spektrum, sedangkan pada pencampuran warna subtraktif, warna zat pada bahan disebut pigmen. Selain itu, warna memiliki makna filosofis, simbolis, dan emosional yang relevan dengan interpretasi psikologi warna. Dalam visual seni, warna merupakan salah satu unsur dasar yang melengkapi unsur lain, seperti garis, bentuk, corak, pola, dan tekstur.



Gambar 2.16 Color Theory

(Sumber: <https://blog.myskill.id/istilah-dan-tutorial/color-theory-mengungkap-keajaiban-warna-dalam-desain-yang-memukau/>)

2.6.3 Tipografi

Menurut Pujiyanto (2013), Tipografi adalah pemilihan, pengklasifikasian, penataan dan susunan harmonis dari karakter-karakter yang divisualisasikan dalam berbagai media serta mempunyai makna tersendiri, yang meliputi *headline*, *sub headline*, dan *body text* (Hermanto, 2018). Sedangkan menurut Patria (2022) tipografi merupakan elemen desain yang informatif, ekspresif, simbolis, dan estetis

yang menjadi tujuan utama, yaitu membantu penerima informasi dalam memahami pesan dengan jelas (Widiantoro et al., 2018).

Fungsi utama dari tipografi adalah membuat teks menjadi bermanfaat dan mudah digunakan. Menurut Pradika et al. (2020) Inti dari elemen visual tipografi adalah tentang kemudahan dalam membaca dan kemudahan dalam mengenali setiap huruf atau kata. Penggunaan elemen tipografi dalam visualisasi desain dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan (Widiantoro et al., 2018). Dalam konteks memvisualisasikan ikon Kota Semarang, elemen tipografi dapat menampilkan informasi sejarah dan budaya terkait wisata Kota Semarang, dengan menggunakan jenis huruf yang dapat menyampaikan pesan dari karakteristik dan keunikan objek tersebut.

2.7 Kesimpulan Literatur

Tabel 2. 1 Kesimpulan Literatur

Objek	Teknik Pengambilan Gambar	Ikonik	Tema	Gaya Visual	Tone/ Warna
Lawang Sewu	<i>Low Angle</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Pintu-pintu berjejer - Jendela kaca 	<ul style="list-style-type: none"> - Mistis - Bersejarah - Megah 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Still Image</i> - Ilustrasi 	Klasik
Kota Lama	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Low Angle</i> - <i>Bird Eye</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Gereja Blenduk - Bangunan Eropa tua 	<ul style="list-style-type: none"> - Nostalgia - Klasik - Eropa tempo dulu 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Still Image</i> - Ilustrasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Klasik - Penuh Warna
Candi Gedong Songo	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Frog Eye</i> - <i>Bird Eye</i> 	Candi di lereng gunung dengan kabut	<ul style="list-style-type: none"> - Budaya - Alam - Sakral 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Still Image</i> - Ilustrasi 	Kehijauan
Klenteng Sam Poo Kong	<i>Low Angle</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Patung Cheng Ho - Gerbang merah 	<ul style="list-style-type: none"> - Spiritual - Oriental - Historis 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Still Image</i> - Ilustrasi 	Khas Tiongkok
Simpang Lima	<i>Bird Eye</i>	Bundaran tengah & keramaian malam hari	<ul style="list-style-type: none"> - Urban - Ramai - Dinamis 	<i>Still Image</i>	Natural

2.8 Kerangka Berpikir



Gambar 2.17 Kerangka Berpikir

