# Perancangan Buku Visual *"Beyond The Guidebooks"* Sebagai Media Pendukung Aktivitas *Walking Tour* Kota Tua Jakarta

**Cendikia Queenadita Karmadi [1], Sabar[2], Didit Prasetyo[3]**

*Desain Komunikasi Visual – Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Kota Surabaya, Indonesia*
*Email: [1]queenadita7@gmail.com, [2]sabar@its.ac.id, [3]didit@its.ac.id*

***Abstract***

*As a tourist destination experiencing fluctuations in visitor numbers, Jakarta Old Town has seen a decline in visitors due to the COVID-19 pandemic and negative perceptions towards historical tourism. Therefore, starting in 2023, the Jakarta Old Town Management Unit has developed a Jakarta Old Town Walking Tour program to promote this historic area. The newly launched walking tour program requires significant support. Currently, the program still lacks supporting media to sustain its operations. In designing supporting media for the Jakarta Old Town Walking Tour program, a design thinking method was applied to collect research data through a qualitative approach. This includes observation, literature review, design studies, target audience analysis, as well as interviews with stakeholders and sources. From this research, a big idea concept was formed with the selection of books as the primary medium in the design. This design resulted in a physical visual book with a creative media approach in the form of a traveling diary, and a visual approach using adapted art deco style illustrations. The book can document experiences, thoughts, and feelings while exploring Jakarta Old Town. The book's content includes information about the history of Jakarta Old Town, as well as various activities and accommodations in Jakarta Old Town. It is hoped that the book can support the Jakarta Old Town Walking Tour program, serving as a guide during the tour. The book is also expected to boost the enthusiasm of the younger generation. and enrich their experiences while traveling in Jakarta Old Town.*

*Keywords: Visual Book, Kota Tua Jakarta, Historical Tourism, Walking Tour, Illustration, Cultural Heritage, Generation Z*

## Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor sentral dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada tingkat nasional dan internasional, dengan potensi yang besar untuk berkembang atau menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh globalisasi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Akan tetapi pandemi *coronavirus disease* yang hadir di tahun 2020 telah menjadi tantangan terbesar dalam sejarah pariwisata, menyebabkan penurunan drastis

**DATA PENGUNJUNG KOTA TUA JAKARTA TAHUN 2018-2022**

| Tahun | Total Keseluruhan | | |
|---|---|---|---|
| | Wisatawan Mancanegara | Wisatawan Nusantara | Jumlah |
| 2018 | 299.162 | 9.437.901 | 9.737.063 |
| 2019 | 92.269 | 5.848.808 | 5.941.077 |
| 2020 | 14.476 | 986.881 | 1.001.357 |
| 2021 | 2.830 | 208.671 | 211.501 |
| 2022 | 21.837 | 1.476.008 | 1.497.845 |

Gambar 1. Data Pengunjung Kota Tua Jakarta
(Sumber : Unit Pengelola Kawasan Kota Tua Jakarta)

dalam jumlah kunjungan wisatawan internasional dan domestik (Kemenparekraf, Tren Industri Pariwisata 2021, 2021). Jakarta, sebagai salah satu kontributor utama sektor ekonomi pariwisata nasional Indonesia, memiliki lima destinasi wisata prioritas yang menjadi perhatian Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, baik sebelum maupun setelah pandemi (Dimyati, 2019). Salah satunya adalah Kota Tua Jakarta, kawasan cagar budaya dengan luas sekitar 344 hektar (Kepgub DKI Jakarta No.1766 Tahun 2015, 2015) termasuk dalam program *Destination Management Organization*, yang memiliki nilai *heritage* tinggi. Kawasan Kota Tua Jakarta memegang peranan penting dalam perkembangan Kota Jakarta, menandai asal-usul awal budaya dan sejarah Kota Jakarta (Bhudiharty, 2020)

Dalam perannya sebagai destinasi wisata, Kota Tua Jakarta telah mengalami fluktuasi dalam minat wisatawan seiring waktu (Khopifah, 2020). Fluktuasi pengunjung juga ditunjukan pada **Gambar 1**, data pengunjung Kota Tua Jakarta. Persepsi negatif masyarakat terhadap wisata sejarah, khususnya museum yang dianggap membosankan dan penuh dengan benda-benda kuno yang menyeramkan, berkontribusi pada hal tersebut (Daranca, 2023). Penelitian (Tanudjaja & Santoso, 2022) mengungkapkan bahwa persepsi tentang kawasan Kota Tua Jakarta sebagai tempat yang angker dan tidak nyaman juga menjadi faktor penghambat kunjungan. Buku "Identitas Kota Tua Jakarta: Konstruksi Sosial Masyarakat Lokal" karya Firman Haris mengidentifikasi masalah lain, seperti kurangnya pengemasan wisata yang menarik, belum maksimalnya eksplorasi kearifan lokal, konsep revitalisasi yang hanya terfokus pada aspek fisik, serta minimnya pemahaman wisatawan tentang informasi sejarah dan budaya kawasan bangunan Kota Tua Jakarta (Haris, 2021).

Gambar 2. Foto Kegiatan Walking Tour Kota Tua Jakarta
(Sumber : Instagram Kota Tua Jakarta)

Kini, Pemerintah Daerah Provinsi DKI Jakarta sedang berupaya menjadikan Kota Tua Jakarta sebagai destinasi wisata taraf internasional, dengan serangkaian revitalisasi sejak 2017 hingga 2022 yang mencakup pembangunan dan penataan kawasan yang ramah lingkungan (Rusata & Hamidah, 2023). Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pihak Unit Pengelola Kawasan Kota Tua Jakarta (UPK) terdapat upaya program promosi berupa inovasi *walking tour* yang ditunjukan pada **Gambar 2**. Program ini sedang digiatkan sejak tahun 2023, bertujuan untuk mengenalkan kawasan bersejarah Kota Tua Jakarta kepada wisatawan domestik dan wisatawan intenasional. Program *walking tour* dilaksanakan dengan mekanisme dipandu oleh *tour guide* profesional. *Tour guide* tersebut membawa foto-foto Kota Tua Jakarta dari masa lalu hingga masa kini sebagai materi penjelasan selama tur. Di akhir sesi, peserta akan mengikuti kuis singkat tentang informasi yang telah diberikan

dan pemenang kuis akan memperoleh merchandise eksklusif pengadaan Pemerintah DKI Jakarta. Khusus untuk wisatawan mancanegara, akan menerima oleh-oleh berupa sepuluh kata dalam bahasa Indonesia. Temuan data menunjukan bahwa, terdapat kekurangan dalam program ini, yaitu tidak adanya media khusus yang diberikan kepada peserta untuk mendukung pengalaman tur mereka. Aktivitas tur terbatas hanya pada mendengarkan penjelasan dari *tour guide*. Berdasarkan hasil user persona penulis dengan salah satu peserta tur Kota Tua Jakarta, peserta memiliki kekhawatiran tidak dapat mengingat semua perkataan pemandu dikarenakan informasi yang cukup banyak, meskipun penyampaian *tour guide* sudah sangat menarik. Hal ini dikarenakan peserta tersebut, belum pernah mendengar atau mempelajari informasi sejarah bangunan di Kota Tua Jakarta sebelumnya. Maka dari itu perlu dilakukan perancangan media pendukung aktivitas *walking tour* Kota Tua Jakarta. Sesuai dengan target audiens wisatawan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), yaitu generasi muda khususnya generasi Z (Mutiah, 2022).

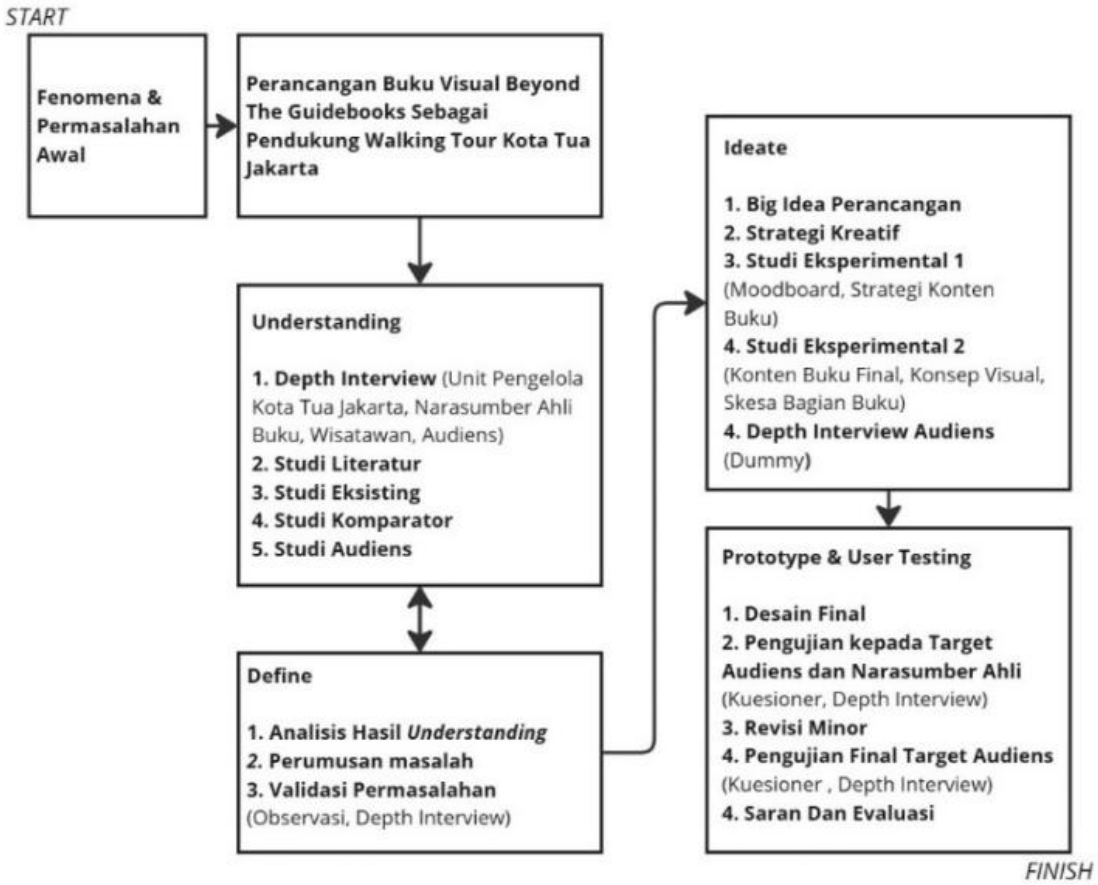
Pemilihan buku sebagai media informasi didasari oleh kemampuannya dalam mengorganisasikan dan menyimpan data secara sistematis. Struktur buku yang linear, dengan bab dan subbab yang saling terkait, memfasilitasi pemahaman mendalam terhadap suatu topik. Selain itu, buku memungkinkan pembaca untuk fokus pada satu ide utama dalam durasi yang cukup, sehingga meningkatkan daya serap informasi (Throness, 2023). Pendekatan visual buku menggunakan ilustrasi, digunakan untuk membantu dan memudahkan pembaca dalam memahami isi materi. Ilustrasi dapat merepresentasikan secara akurat berbagai macam konsep, baik yang bersifat konkrit maupun abstrak, sehingga menjadikan ilustrasi sebagai sarana komunikasi yang efektif dan efisien (Noviadji & Hendrawan, 2021). Media buku dalam perancangan berbentuk buku fisik, digunakan untuk membangkitkan emosi dan rasa. Ditengah maraknya publikasi digital, buku fisik masih memiliki kekuatan untuk menciptakan memori yang kuat. Pengalaman sensori berinteraksi secara langsung pada buku fisik diantaranya dengan merasakan tekstur material, mencium aroma kertas, dan melihat visual dengan mata telanjang dapat meningkatkan keterlibatan dan membantu mengingat informasi, dan memberikan rasa bangga serta kepuasan tersendiri (Isnanto, 2023). Keamanan buku fisik, terutama saat melakukan *walking tour* juga menjadi pertimbangan dari hasil luaran berupa buku fisik.

Rumusan masalah dalam perancangan yaitu, bagaimana merancang buku visual yang dapat menjadi media pendukung kegiatan *walking tour* Kota Tua Jakarta. Tujuannya untuk meningkatkan daya tarik program *walking tour* Kota Tua Jakarta, menarik segmen khusus yaitu generasi muda, terutama generasi Z berusia 18-21 tahun, agar menjadikan customer loyal. Perancangan ini juga bertujuan untuk melestarikan warisan budaya, dan meningkatkan kesadaran Masyarakat akan pentingnya merawat dan mempertahankan warisan budaya untuk generasi mendatang.

## Metode

Metodologi *design thinking* menjadi dasar dalam perancangan untuk menghasilkan solusi yang optimal. Metode tersebut fokus pada pemahaman kebutuhan pengguna dan

menciptakan solusi yang berdampak emosional dan estetika (Swarnadwitya, 2020). Proses *design thinking* terbagi menjadi empat tahap utama: *understanding, define, ideate, prototype and test* (Ingle, 2013). Proses perancangan diawali dengan tahap pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena dan permasalahan melalui pendekatan kualitatif, seperti *depth interview* (stakeholder, narasumber, dan, audiens), studi literatur, dan studi eksisting. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk merumuskan permasalahan yang akan menjadi fokus desain perancangan, temuan permasalahan divalidasi melalui observasi dan *depth interview* untuk memperkuat urgensi permasalahan. Setelah permasalahan terdefinisi, tahap ideasi dilakukan untuk menghasilkan konsep kreatif dan strategi pemecahan masalah. Konsep-konsep tersebut kemudian diuji coba melalui studi eksperimental sebelum diwujudkan dalam bentuk prototipe. Prototipe ini tahap akhir perancangan, yang kemudian diuji coba kepada audiens dan narasumber ahli untuk mendapatkan masukan dan evaluasi yang berguna dalam penyempurnaan perancangan. **Gambar 3** merupakan diagram visualisasi alur perancangan.




Gambar 3 Diagram Alur Penelitian
(Sumber : Karmadi, 2024)

Dalam perancangan, jenis data merupakan kombinasi data primer dan sekunder. Dihasilkan data primer melalui observasi serta *depth interview*. Data yang didapatkan memberikan pemahaman mendalam tentang permasalahan dalam perancangan. Untuk data sekunder berasal dari literatur dan penelitian terdahulu, yang berfungsi sebagai landasan

teori dan pelengkap data primer. Seluruh data yang diperoleh bersifat kualitatif, menghasilkan informasi yang mendalam dan tidak dapat diukur secara numerik.

**Pembahasan**

1. **Analisis Subjek dan Objek Perancangan Pariwisata Kota Tua Jakarta**

   Kota Tua Jakarta, sebagai titik awal Kota Jakarta, pusat awal cerita sejarah dan budaya, menawarkan potensi luar biasa untuk menjadi destinasi wisata yang tidak hanya menarik minat wisatawan domestik, tetapi juga mancanegara. Dengan kekayaan sejarah, budaya, dan arsitektur yang unik, kawasan ini memiliki segala elemen untuk menjadi pusat wisata sejarah, edukasi, dan ekonomi yang unggul. Namun, sebagai sebuah destinasi wisata Kota Tua Jakarta juga dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti tantangan global COVID-19, persepsi negatif masyarakat, kurangnya inovasi dalam pengemasan wisata dan minimnya eksplorasi informasi terkait nilai sejarah bangunan. Sehingga minat wisatawan terhadap Kota Tua Jakarta cenderung fluktuatif dan belum mencapai potensi maksimalnya.

   **Program *Walking Tour* Kota Tua Jakarta**

   Program *walking tour* Kota Tua Jakarta yang digagas oleh Unit Pengelola Kota Tua Jakarta sejak tahun 2023, merupakan strategi promosi yang inovatif dalam menarik minat wisatawan yang lebih spesifik dan berkualitas. Juga sebagai salah satu solusi untuk menghadapi beberapa tantangan pariwisata yang dihadapi Kota Tua Jakarta. Hasil informasi yang diperoleh dari wawancara dengan Unit Pengelola Kawasan Kota Tua Jakarta, mengingat Kota Tua Jakarta sudah cukup dikenal sebagai sebuah destinasi wisata, maka fokus program *walking tour* Kota Tua Jakarta adalah memperdalam pengalaman wisata bagi pengunjung, melalui tur berjalan kaki yang dipandu oleh *tour guid*e professional. Diharapkan pada program ini wisatawan dapat lebih mengenal sejarah, budaya, dan arsitektur unik Kawasan Kota Tua Jakarta. Tujuan jangka panjang program *walking tour* adalah untuk meningkatkan kesiapan Kota Tua Jakarta menjadi wisata bertaraf internasional. Namun, temuan data hasil *depth interview* dengan analisis user persona menunjukkan kekurangan program *walking tour* Kota Tua Jakarta, yaitu minimnya media pendukung untuk peserta. Peserta kesulitan mengingat informasi yang disampaikan pemandu wisata. Hal ini terutama terjadi pada peserta yang belum memiliki pengetahuan sejarah Kota Tua Jakarta sebelum melakukan tur. Pada perancangan ini, penulis berfokus untuk mendukung program *walking tour* Kota Tua Jakarta. Dengan mengambil inspirasi dari keberhasilan *Edinburgh Old Town*, yaitu menyoroti suasana sebagai bagian paling penting dari berwisata, dalam menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan

   **Generasi Z (18-21 Tahun)**

   Menjadi salah satu target utama audiens pariwisata Kemenparekraf, Generasi Z memiliki daya beli yang tinggi, diukur dari jumlah populasinya yang banyak mendominasi penduduk Indonesia. Wisata edukasi telah menjadi tren *niche tourism*, yang diminati

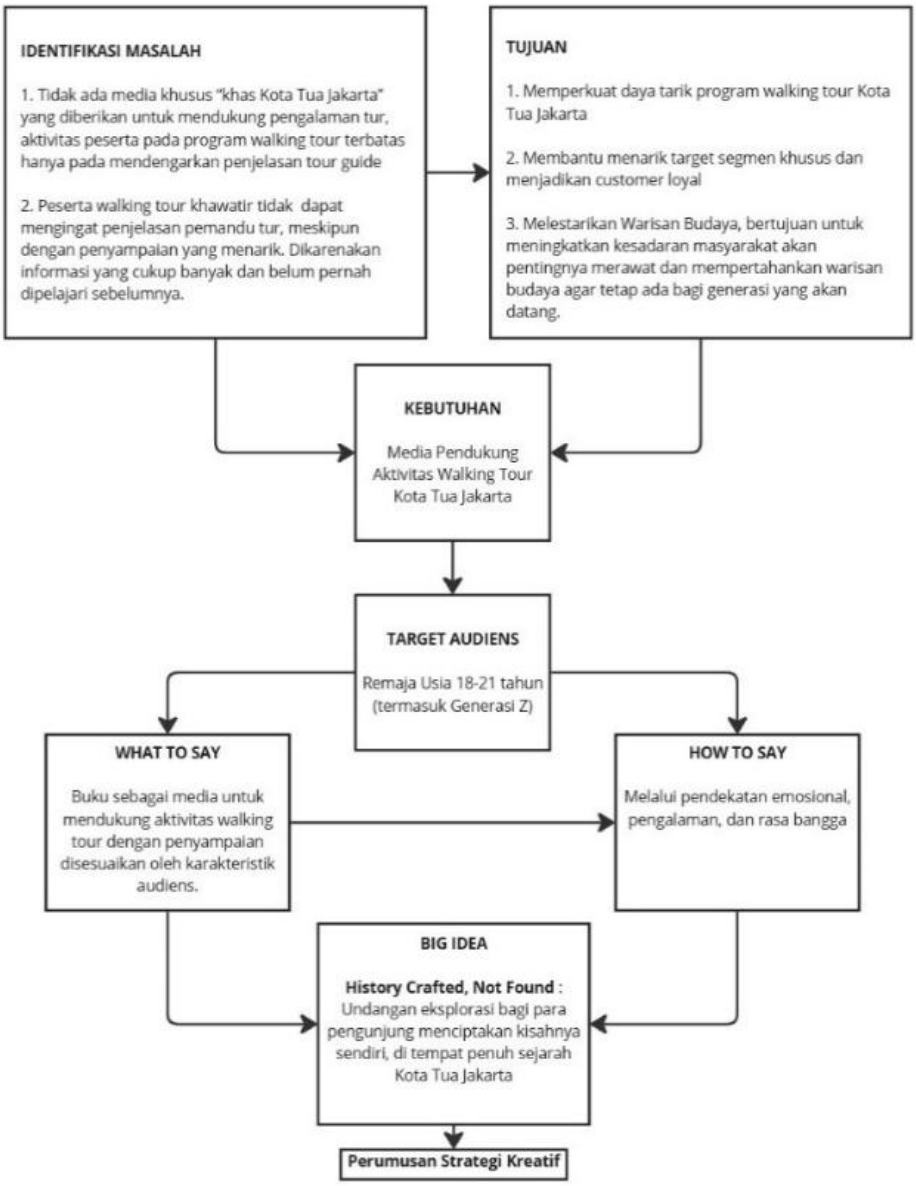
oleh generasi Z. Dengan kemampuan berpikir kritis yang tinggi, mereka mencari pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga yang dapat meningkatkan wawasan pengetahuan dan pemahaman. Wisata menjadi sarana bagi mereka untuk belajar tentang budaya yang berbeda, mengembangkan keterampilan sosial, dan menemukan makna hidup. Terjadi pergeseran dalam preferensi wisata generasi Z. Mereka lebih tertarik pada pengalaman yang personal sesuai dengan kepribadian dan minat dibandingkan dengan loyalitas terhadap merek tertentu.

**Media Buku**

Di era digital, buku fisik tetap relevan sebagai media edukasi dan hiburan, terutama untuk meningkatkan minat membaca, kreativitas, dan pengetahuan. Buku menjadi sarana untuk memahami diri, dunia, dan mengembangkan potensi diri, terutama bagi generasi Z yang menyukai pengalaman autentik. Salah satu tren menarik di kalangan generasi Z setelah pandemi COVID-19, adalah tingginya minat terhadap jurnaling, yaitu menuliskan pemikiran, perasaan dan pengalaman pribadi, terutama pada media buku. Pada perancangan, buku dapat berperan dalam pemaksimalan pengenalan informasi Kawasan Kota Tua Jakarta. Diharapkan melalui perancangan buku dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih interaktif dan mendalam, di mana peserta tidak hanya menjadi pendengar pasif, namun juga aktif terlibat dalam proses pembelajaran dan eksplorasi. Sehingga menciptakan ikatan emosional yang mendalam antara individu dengan Kota Tua Jakarta.

**2. Big Idea**

*Big Idea* merupakan hasil dari proses pemahaman mendalam terhadap topik, permasalahan yang berfungsi menjadi landasan utama dalam perancangan, sebagai penentu arah desain yang bertujuan untuk menyampaikan pesan secara efektif dan membekas di benak pembaca sebagaimana yang ditunjukan pada **Gambar 4**.




Gambar 4. Perumusan Big Idea
(Sumber : Karmadi, 2024)

Konsep *Big Idea, "History Crafted, Not Found"* menempatkan pengunjung sebagai parstisipan aktif untuk mengeksplorasi sejarah dan budaya Kota Tua Jakarta, mendorong terciptanya pengalaman pengunjung yang lebih mendalam dan personal terhadap sejarah. Untuk merealisasikan konsep *big idea*, diterapkan strategi kreatif sebagai wujud perencanaan yang efektif. Strategi kreatif pada perancangan mengadopsi format *Travelling Diary*, buku yang mengajak generasi Z untuk secara aktif mencatat pengalaman kunjungan selama menjelajahi Kota Tua Jakarta. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun koneksi emosional yang lebih kuat antara pengunjung dan situs bersejarah. Selain itu, pendekatan segi visual dengan adaptasi *style art deco* yang modern

dan estetik, melalui penciptaan suasana warna dilakukan untuk menghadirkan pengalaman eksplorasi yang menarik bagi generasi muda agar tidak bosan. Kombinasi antara format *travelling diary* dan desain *style visual* adaptasi a*rt deco* membuat Sejarah Kota Tua Jakarta lebih relevan dan dekat dengan kehidupan generasi muda didukung dengan hasil analisis preferensi target audiens.

## 3. Konsep Desain

### Konten Buku

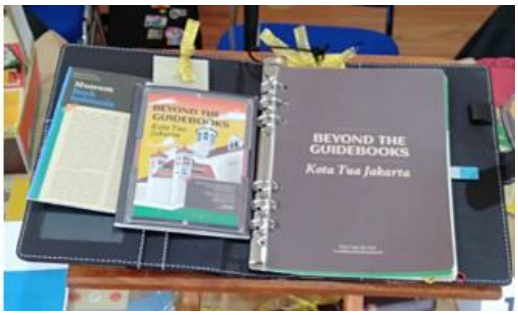
Selain menyajikan informasi sejarah mendalam tentang setiap bangunan bersejarah pada Kawasan Kota Tua Jakarta, buku juga dilengkapi dengan berbagai aktivitas menarik sebagai pendukung aktivitas *walking tour* Kota Tua Jakarta. Buku memuat peta lengkap kawasan, informasi umum tentang kawasan, serta rincian program *walking tour* yang tersedia. Selain itu, terdapat ruang khusus bagi pembaca untuk mencatat kesan dan pengalaman mereka. Melalui berbagai aktivitas dan refleksi yang disediakan, Buku ini menjadi jembatan bagi pengunjung untuk lebih memahami dan menghargai kekayaan sejarah dan budaya Kota Tua Jakarta

### Judul Buku

***"Beyond The Guidebooks"*** bukan sekadar judul buku, tetapi manifesto bahwa buku ini melampaui fungsi panduan wisata biasa. Buku dirancang sebagai alat pembelajaran personal, dengan pendekatan emosional di mana pembaca diajak untuk menuliskan pengalaman dan pemikiran mereka secara langsung. Buku berfungsi sebagai *travelling diary*, membimbing pembaca melakukan eksplorasi destinasi wisata berdasarkan informasi yang disajikan, serta membantu mereka menemukan makna dan tujuan pribadi dalam berwisata.

### Spesifikasi

Ditunjukan dokumentasi prototipe buku pada **Gambar 5** yang memiliki spesifikasi diantaranya dijabarkan pada **Tabel 1**




Gambar 5. Dokumentasi Prototipe Buku
(Sumber : Karmadi, 2024)

Tabel 1. Tabel Spesifikasi Buku
(Sumber : Karmadi, 2024)

| **Spesifikasi Buku** | |
|---|---|
| Jenis | Buku Visual |
| Bentuk | *Travelling Diary* |
| Bidang Kajian | Sejarah Kota Tua Jakarta sebagai pusat awal perkembangan sejarah dan budaya di Kota Jakarta. Berfokus untuk mendukung Kegiatan *Walking Tour* Kota Tua Jakarta |
| Ukuran Buku | A5 21.0 cm x 14,8 cm (Buku catatan perjalanan) & A6 10.5 x 14.8 (Buku saku perjalanan) |
| Bahan Cover | Binder & *Soft Cover* |
| Bahan Isi | *Bookpaper* 80 gsm & Kertas *Matt Paper* 120 gsm |
| Binding | Binder & *Stitch Binding* |
| Finishing | Doff |
| Jumlah Halaman | Kapasitas 60-80 lembar & ± 100 halaman |
| Cetak | *Full Color* |

**Konsep Visual**

**Ilustrasi**

Ilustrasi pada buku tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai elemen utama memperkaya pemahaman pembaca terhadap konten informasi yang disajikan. Dengan gaya adaptasi *Art Deco* yang khas, karakteristik kuat dan modern, elemen-elemen kunci seperti bentuk geometris yang tegas, warna-warna kontras yang berani, serta sentuhan abstrak, diadaptasi pada perancangan, untuk menciptakan tampilan visual yang unik dan konsisten pada seluruh buku. Adaptasi gaya *Art Deco* ini juga disesuaikan dengan kebutuhan audiens, sehingga menghasilkan karya yang relevan dengan zaman modern dan sesuai dengan minat pembaca.

**Tipografi**

Tipografi pada buku memainkan peran penting dalam menciptakan tampilan visual yang menarik dan konsisten. Pada **Gambar 6** merupakan tipografi yang digunakan dalam perancangan. Font Aclonica, yang terinspirasi dari gaya Art Deco digunakan sebagai *headline,* dipilih untuk memberikan sentuhan modern dan estetika yang unik. Crimson

Gambar 6. Tiprografi Perancangan
(Sumber : Karmadi, 2024)

Text, dengan desain serif klasiknya, memberikan kesan elegan dan formal pada *headline* dan *subheadline*. Sementara itu, Roboto, dengan tampilannya yang bersih dan netral, dipilih sebagai font utama untuk *bodytext* karena kemudahan daya bacanya. Kombinasi ketiga tipografi dalam perancangan menciptakan keseimbangan antara gaya visual yang menarik dan kenyamanan membaca

**Warna**

Sesuai dengan hasil moodboard pada studi eksperimen penulis. Visual warna mengambil warna Jakarta sebagai warna aksen. Dan juga serta penggabungan dengan warna *art deco*, dan kesan tua Kota Tua Jakarta yang digambarkan melalui warna dominan coklat. Penerapan penggunaan warna, adalah solid serta kontras. Berikut rincian warna yang digunakan pada perancangan disajikan pada **Gambar 7**.

Gambar 7. Warna Perancangan
(Sumber : Karmadi, 2024)

**Visual Buku**

Proses pembuatan stketsa dimulai dengan tahapan mencari foto aktual, terbaru dan terkini mengenai tiap bangunan di Kota Tua Jakarta baik hadap depan maupun detail interiornya. Foto ini digunakan sebagai proses penerjemahan gambar menjadi ilustrasi. Digunakan software adobe illustrator dalam proses pengerjaan desain perancangan. Proses perancangan visual buku dijelaskan pada **Gambar 8.**

Gambar 8. Proses Visual
(Sumber : Karmadi, 2024)

**Luaran Perancangan**

***"Beyond the Guidebooks"*** adalah buku visual fisik catatan perjalanan yang dilengkapi dengan buku saku perjalanan ke Kota Tua Jakarta.

Gambar 10. Buku Catatan Perjalanan
(Sumber : Karmadi, 2024)

Sesuai dengan **Gambar 9**, Buku catatan perjalanan dirancang sebagai *travelling diary* yang interaktif, mengajak pembaca untuk mendokumentasikan pengalaman mereka sebelum, selama, dan setelah mengikuti *walking tour* di Kota Tua Jakarta. Buku ini berfungsi sebagai ruang bagi pembaca untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan kesan terhadap perjalanan.

Gambar 9. Buku Saku Perjalanan
(Sumber : Karmadi, 2024)

Sedangkan, buku saku perjalanan berperan sebagai panduan dasar bagi para pengunjung. Buku ini berisi informasi sejarah yang relevan dengan Kota Tua Jakarta serta beberapa aktivitas ringan untuk memperkaya pengalaman belajar, sesuai dengan visualisasi yang disajikan pada **Gambar 10.** Buku saku ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan sebelum mengikuti *walking tour* untuk memberikan pemahaman awal tentang situs-situs bersejarah yang akan dikunjungi. Selain itu, buku ini juga dapat berfungsi sebagai pengingat singkat selama dan setelah *walking tour*. Dengan kombinasi kedua buku ini, pengunjung dapat memperoleh pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna saat menjelajahi Kota Tua Jakarta.

Gambar 11. Media Pendukung
(Sumber : Karmadi. 2024)

Sebagaimana ditunjukkan dalam visualisasi pada **Gambar 11** Buku visual ***"Beyond The Guidebooks***" memiliki media pendukung mencakup *bookmark* dan kemasan box. *Bookmark* dengan dua ukuran yang berbeda memudahkan pembaca untuk menandai halaman pada buku. Sedangkan kemasan box yang didesain khusus, dengan ukuran pas untuk buku, berfungsi sebagai wadah pelindung serta elemen estetika yang menambah nilai koleksi buku.

Rencana distribusi buku akan difokuskan pada wilayah Kota Tua Jakarta dengan dua pendekatan utama. Pertama, sebagai bagian dari program *walking tour* Kota Tua Jakarta, buku menjadi salah satu daya tarik tambahan bagi peserta tur. Kedua, buku ini juga akan tersedia di beberapa lokasi-lokasi strategis di sekitar Kota Tua untuk menjangkau wisatawan yang lebih luas. Dengan demikian, diharapkan buku ini dapat menjadi referensi yang mudah diakses bagi audiens yang ingin mengenal sejarah dan budaya Kota Tua Jakarta

***User Test***

Tahap akhir dari proses perancangan adalah *user test* yang dilakukan secara *online zoom* dengan melibatkan narasumber ahli buku dan target audiens perancangan berusia 18-21 tahun.

Gambar 12. User Test dengan Narasumber Ahli
(Sumber : Karmadi, 2024)

Pada **Gambar 12,** *user test* yang dilakukan dengan mbak yola terdapat beberapa masukan yang telah penulis perbaiki dalam perancangan. Untuk masukan lainnya terkait pada perancangan buku ini adalah perluasan visual dengan penambahan foto-foto dari berbagai sudut museum untuk memperkaya pengalaman estetika pembaca, disarankan juga agar buku tidak terlalu padat menggunakan satu bahasa saja, nantinya menggunakan kamus *mini* sebagai penerjemah dalam buku tersebut.

Gambar 13. User Test dengan Audiens secara Zoom
(Sumber : Karmadi, 2024)

*User test* final perancangan kepada target audiens dilakukan melalui media zoom digambarkan pada **Gambar 13**. Selain itu dilakukan juga *user test* secara online melalui *form* kuesioner kepada audiens. Hasil dari *user test* adalah buku visual diterima dengan baik oleh audiens. Audiens memvalidasi bahwa buku sudah sesuai dengan tujuannya untuk memenuhi kebutuhan informasi dan sebagai pendukung aktivitas *walking tour* Kota Tua Jakarta. Audiens mengapresiasi visualisasi dalam buku yang membantu untuk mebayangkan Kota Tua dan membangkitkan minat mereka berkunjung serta mengikuti *walking tour* Kota Tua Jakarta. Meski demikan, audiens juga memberikan sejumlah rekomendasi untuk meningkatkan kualitas buku, antara lain penambahan informasi mengenai waktu kunjungan yang ideal, event rutin, fasilitas umum dan memberi elemen interaktif.

## Kesimpulan

Buku visual ***'Beyond the Guidebooks'*** adalah perpaduan unik antara buku sejarah dan buku aktivitas. Dilengkapi dengan ilustrasi yang menarik, buku ini menyajikan informasi sejarah Kota Tua Jakarta secara ringkas dan mudah dipahami. Selain itu, berbagai aktivitas yang disertakan mengajak pembaca untuk berpartisipasi aktif dalam proses belajar. Dengan demikian, buku ini tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga menjadi alat untuk memperkaya pengalaman wisata saat di Kota Tua Jakarta. Pengembangan media terutama buku dengan topik Kota Tua Jakarta sebaiknya melibatkan kolaborasi dengan dinas terkait

untuk memaksimalkan potensi konten. Buku catatan perjalanan dengan format binder memungkinkan penambahan konten edukasi yang relevan dan sejalan dengan audiens. Buku saku dapat diperkaya dengan informasi tambahan konten maupun elemen interaktif.

**Ucapan Terimakasih**

Ucapan rasa syukur kepada Allah SWT atas mukjizat dan rahmatnya. Sehingga perancangan tugas akhir dapat selesai. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada kepada mama dan bapak, dosen pembimbing (Bapak Sabar dan Bapak Didit), dosen penguji (Ibu Oyn, Ibu Tika, Ibu Putri, Bapak Bendra, Bapak Sayatman, Ibu Atsilia, Ibu Andita, Bapak Eka, dan Bapak BB), Unit Pengelola Kota Tua Jakarta (Mas Ario & Bapak Irfal), Narasumber Ahli(Ibu Watiek Ideo dan Mbak Yola Nadian), serta seluruh teman penulis yang sangat mendukung (Aska, Ishma, Salwa, Agni, Anin, Naomie, Neng Danti, Cahya, Lady, Nisa, Vito, Jeje, dan Caca). Tidak lupa, rasa terima kasih disampaikan untuk seluruh pihak yang telah terlibat dalam perancangan tugas akhir ini.

**Daftar Pustaka**

*Bali Travel Diaries*. (2019). Retrieved from My Big Adventure.

Bhudiharty, S. (2020). Studi Komparatif : Penerapan Program Destination Management Organization (DMO) Kementrian Pariwisata Pada Destinasi Wisata Kota Tua Jakarta. *Jurmal Industri Pariwisata, 3*.

Daranca, U. (2023). Upaya Peningkatan Wisata di Jakarta melalui Museum: Strategi Pengembangan Museum Nasional Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies, 1*(1).

Dimyati, V. (2019, September 14 ). *Mengenal Potensi Pariwisata di Jakarta sebaga Penyumbang Devisa*. Retrieved from inews: https://www.inews.id/travel/destinasi/mengenal-potensi-pariwisata-di-jakarta-sebagai-penyumbang-devisa

Dwitami, T. H., & Kusumalestari, R. R. (2023). Makna Journaling Bagi Generasi Z. *Bandung Conference Series : Journalism, 3*. https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcsj.v3i2.9245

Haris, F. (2021). *Identitas Kota Tua Jakarta : Kontruksi Sosial Masyarakat Lokal.* Padasan.

Ingle, B. R. (2013). *Design Thingking For Enterpreneurs and Small Businesses.* Apress.

Isnanto, T. W. (2023, September 28). *Kelebihan dan Kekurangan Membaca Buku Digital vs. Buku Fisik.* Retrieved from Dispusip.Jakarta: https://dispusip.jakarta.go.id/dinas/publications/article/kelebihan-dan-kekurangan-membaca-buku-digital-vs-buku-fisik

Kemenparekraf. (2021). *Tren Industri Pariwisata 2021*. Kemenparekraf. https://doi.org/https://api2.kemenparekraf.go.id/storage/app/resources/Buku_Tren_Pariwisata_2122_825b87ea0f.pdf

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Kepmen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor SK/30/OT.00.06/MK/2022*.

(2015). *Kepgub DKI Jakarta No.1766 Tahun 2015*. Gubernur DKI Jakarta.

Khopifah, U. (2020). SIKAP TERHADAP KEBIJAKAN REVITALISASI KOTA TUA JAKARTA DAN KEPUASAN WISATAWAN (STUDI KORELASI DI KAWASAN KALI BESAR, KOTA TUA JAKARTA). *Repository Universitas Negeri Jakarta*.

Loan, P. D., & Hoang, V. M. (2023). Generation Z's Travel Trend and Behavior : A Systematic Literature Review. *Journal of Economics, Finance and Management Studies, 6*(4). https://doi.org/https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i4-13

MNC, P. (2021, Juli 2). *Menakar Minat Baca Gen Z di Tengah Gempuran Digital*. Retrieved from Edukasi Okezone: https://edukasi.okezone.com/read/2021/07/02/65/2434316/menakar-minat-baca-gen-z-di-tengah-gempuran-digital-2

Mutiah, D. (2022). *Gen Z dan Milenial Jadi Harapan Utama Penuhi Target Kunjungan Wisatawan Nusantara 1,4 Miliar di 2023*. Https://Www.Liputan6.Com/Lifestyle/Read/5155933/Gen-z-Dan-Milenial-Jadi-Harapan-Utama-Penuhi-Target-Kunjungan-Wisatawan-Nusantara-14-Miliar-Di-2023.

Mutiah, D. (2022, Desember 16). *Gen Z dan Milenial Jadi Harapan Utama Penuhi Target Kunjungan Wisatawan Nusantara 1,4 Miliar di 2023*. Retrieved from Liputan 6.

Noviadji, B. R., & Hendrawan, A. (2021). Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Pengenalan Bidang Keilmuan Desain. *Jurnal Desain, 8*. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30998/jd.v8i2.7930

Rusata, T., & Hamidah, S. (2023). Pembangunan Inklusif di Urban Heritage Kota Tua Jakarta Melalui Pariwisata Kreatif. *Jurnal Pengembangan Kota, 11*. https://doi.org/10.14710/jpk.11.2.225-236

Stillman, D., & Stillman, J. (2019). *Generasi Z.* Gramedia Pustaka Utama.

Swarnadwitya, A. (2020). Design Thinking: Pengertian, Tahapan dan Contoh Penerapannya. *Binus University Of School of Information Systems*.

Tanudjaja, M. Q., & Santoso, J. P. (2022). PENGADAAN DESTINASI WISATA EDUKASI DAN RUANG TERBUKA SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI WISATA KOTA TUA. *Jurnal Stupa Sains, Teknologi, Urban, Perancangan Arsitektur, 4*.

Throness, T. (2023). Why Books Are Better Than Video. *Professional Leadership Institute*.

Witono, N. A. (2021). Tinjauan Teori Untuk Perancangan Desain Cover Buku Jurnal Sebagai Pendukung Kesehatan Mental Gen Z. *Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (KOMA DKV) 2021, 2*.