

**PERANCANGAN MEDIA INFORMASI E-  
GUIDEBOOK PERJALANAN BUS BANDROS  
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS  
OBJEK WISATA KOTA BANDUNG**

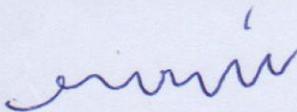
**TUGAS AKHIR**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana/Magister Teknik  
Pada  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Arsitektur dan Desain  
Institut Teknologi Nasional Bandung

Bandung, 18 Agustus 2023

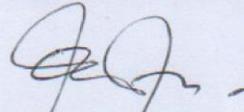
Mengetahui / Menyetujui,

**Dosen Pembimbing I**



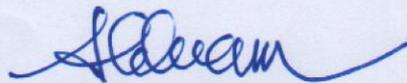
**Dr. phil. Eka Noviana, M.A.**  
NID/NIDK: 0430117402

**Dosen Pembimbing II**



**Sri Retnoningsih, S.Sn., M.Ds.**  
NID/NIDK: 0426097405

**Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Ketua,**



**Aldrian Agusta, S.Sn., M.Ds.**  
NID/NIDK: 0416086901

# Perancangan Media Informasi E-Guidebook Perjalanan Bus Bandros Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Objek Wisata Kota Bandung

NIDYA ZULHAMRI<sup>1</sup>, EKA NOVIANA<sup>2</sup>, SRI RETNONINGSIH<sup>3</sup>

Email : nidyazoldyck@gmail.com

## ABSTRAK

Bandros merupakan transportasi pariwisata Kota Bandung. Bandros terdapat generasi pertama yaitu pada tahun 2013, dan generasi ke 2 pada tahun 2018. Bus Bandros memberikan ilmu yang bermanfaat mengenai sejarah Kota Bandung, sehingga Bandros disukai segala kalangan usia, terutama anak remaja. Akan tetapi hanya sedikit informasi dari banyak yang telah disampaikan tour guide yang di ingat oleh wisatawan setelah menaiki Bandros. Hal ini sangat disayangkan melihat besarnya minat wisatawan dalam mengetahui sejarah Kota Bandung. Sehingga dalam memaksimalkan penyampaian informasi diperlukan media tambahan sebagai penunjang wisatawan berupa E-Guidebook Infografik yang dapat dengan mudah di akses semua orang sebagai media berwisata sambil belajar. Menggunakan metode pengambilan data wawancara remaja 15-19 tahun, kuesioner, survei lapangan, desain thinking, dan analisis Swot. Sehingga diharapkan E-Guidebook dapat menjadi media pembelajaran efektif terhadap wisatawan remaja lokal maupun luar Kota Bandung.

Kata kunci: bandros, wisata, kota bandung, informasi, Buku elektronik

## ABSTRACT

*Bandros is a tourism transportation for the City of Bandung. Bandros had its first generation, namely in 2013, and the second generation in 2018. Bandros buses provide useful knowledge about the history of the city of Bandung, so Bandros is liked by all ages, especially teenagers. However, only a small amount of information has been conveyed by the tour guide which is remembered by tourists after climbing Bandros. This is very unfortunate to see the great interest of tourists in knowing the history of the city of Bandung. So that in maximizing the delivery of information, additional media is needed to support tourists in the form of an Infographic E-Guidebook which can be easily accessed by everyone as a medium for traveling while studying. Using the data collection method of interviewing youth 15-19 years, questionnaires, field surveys, design thinking, and SWOT analysis. So it is hoped that the E-Guidebook can become an effective learning medium for local and foreign youth tourists from the city of Bandung.*

**Keywords:** bandros, tour, bandung city, information, electronic book

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bandros (Bandung Tour on The Bus) merupakan angkutan wisata Kota Bandung. Pada generasi pertama diresmikan pada tanggal 31 Desember 2013 dan generasi kedua pada tahun 2018. Bandros akan mengajak para wisatawan berkeliling Kota Bandung lengkap dengan Tour Guide melalui Bangunan bersejarah dan tempat Hits di Kota Bandung.

Angkutan pariwisata Bus Bandros merupakan bus dengan atribut penunjang keamanan, keselamatan, dan kenyamanan serta dilengkapi dengan tanda khusus untuk keperluan wisata (Nuralia, 2019). Jadwal beroperasi bus ini dari jam 08.00–16.00 WIB dengan tarif Rp 20.000 hingga Rp40.000 dengan muatan 23-24 orang/bus.

Sekarang bus ini terkenal sebagai transportasi touring yang sangat iconic di Kota Bandung bagi masyarakat lokal maupun wisatawan luar daerah. Bandros berfungsi untuk mengurangi pengguna mobil wisatawan sehingga dapat menurunkan tingkat kemacetan saat berwisata. Bus ini memiliki beberapa varian warna dan rute berbeda, yaitu biru, kuning, ungu, merah muda, dan hijau. Daya tarik bus ini dapat dilihat dari bentuknya yang unik, sehingga menarik perhatian orang-orang yang melihatnya untuk mencoba menaiki Bandros.

Namun, sistem Bandros memiliki beberapa kekurangan, seperti banyaknya wisatawan yang tidak mengerti tentang tahapan dan cara menaiki bus tersebut (Nuralia, 2019). Hal ini dikarenakan kurangnya informasi mengenai tahapan pemesanan/reservasi tiket, dan tempat tunggu bus yang tidak jelas.

Bandros tidak memiliki media informasi tambahan mengenai informasi sejarah yang dijelaskan oleh tour guide, sehingga banyak wisatawan/penumpang yang kebingungan dengan bangunan yang dimaksud. Terutama ini menjadi masalah bagi masyarakat yang tidak terlalu mengenal bangunan dan jalan Kota Bandung. Sedangkan, informasi sejarah yang diberikan cukup menarik, akan tetapi hanya sedikit dari hal yang dijelaskan dimengerti dan di ingat oleh wisatawan.

Hal ini sangat disayangkan, karena pengunjung tertinggi Bus Bandros merupakan anak remaja yang ingin berwisata santai mengelilingi Kota Bandung bersama teman-teman. Serta sebagian besar dari pengunjung remaja tertarik dengan sejarah sebagai sumber wawasan Kota Bandung. Sedangkan informasi yang dapat ditangkap oleh wisatawan hanya sebagian kecil dari keseluruhan, karena penumpang yang cenderung tidak bisa mengikuti seluruh informasi yang diberikan.

Hal ini diperburuk dengan tidak adanya gambaran peta khusus Bandros sehingga wisatawan tidak mengetahui mengenai lokasi yang akan dilalui. Oleh karena itu, sebagai upaya media informasi yang interaktif, menarik, dan edukatif untuk para wisatawan, diperlukan media informasi mengenai sejarah bangunan dalam berwisata menggunakan Bandros.

### 1.2 Manfaat dan Tujuan Perancangan

Diharapkan dengan adanya e-book dapat menjadi daya tarik dan menjadi media edukasi yang lebih efektif dalam menambah wawasan remaja terhadap sejarah pada Kota Bandung. Tujuan jangka pendek dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan media informasi yang lebih rinci, ringan, dan komunikatif kepada wisatawan maupun masyarakat Bandung yang sedang berwisata menggunakan Bandros untuk mendapatkan pengalaman yang lebih baik.

Tujuan jangka panjang yang diinginkan yaitu, dapat menarik lebih banyak wisatawan remaja menggunakan Bandros di Kota Bandung. Serta, dapat menambah wawasan jangka panjang remaja yang berwisata menggunakan Bus Bandros mengenai Kota Bandung.

## **2. METODOLOGI**

### **2.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **2.1.1 Metode Kualitatif**

Metode penelitian berupa pengolahan data berupa deskripsi mengenai riset yang sesuai dengan fakta lapangan dan dilengkapi kuesioner.

Metode perancangan terdapat beberapa tahapan pengambilan data dengan melakukan survei langsung kelapangan untuk mendapatkan pengalaman yang nyata mengenai kondisi yang terbaru. Kemudian diikuti dengan melakukan wawancara kepada pihak Bandros dan wisatawan lokal maupun non lokal yang menaiki bus tersebut untuk mendapatkan informasi berupa insight, permasalahan yang dirasakan.

### **2.2 Metode Perancangan**

Design Thinking berupa metode dalam memecahkan masalah dan kekurangan dari Bandros. Membuat media yang efektif sebagai sumber informasi jasa Bus Bandros. Terdapat beberapa tahapan design thinking berupa Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test (Wolniak, 2017). Terdapat permasalahan khusus seperti tidak adanya media informasi pendukung mengenai objek wisata yang akan dilalui ketika menaiki Bus Bandros. Kurangnya media informasi bandros dalam bentuk E-book untuk memberikan visual yang menarik berupa informasi sejarah Bandung kepada remaja .

#### **2.2.1 Empathize**

Empathize merupakan merupakan tahapan dalam mempelajari masalah dilapangan yang dipecahkan dengan memahami kebutuhan target audience dengan melakukan wawancara, observasi, dan survei lokasi secara terperinci.

#### **2.2.2 Define**

Define, merupakan tahapan melihat semua data yang telah didapatkan untuk dianalisis dan menentukan masalah yang dapat diselesaikan (Anggie Irfansyah, 2022). Serta mulai ke tahap menyusun konten buku dari permasalahan tersebut.

#### **2.2.3 Ideate**

Ideate merupakan tahapan pencarian ide dengan melakukan brainstorming sebanyak-banyaknya untuk menemukan ide yang menarik, dan solusi yang paling tepat terhadap permasalahan informasi Bandros.

#### **2.2.4 Prototype**

Prototype yaitu tahapan desain prototype dalam bentuk mock-up media sosial dan buku. Pembuatan informasi mementingkan aspek-aspek dan teori dalam desain seperti menggunakan sistem grid, jenis huruf, footer, header dan lainnya sebagai acuan dalam membuat desain layout agar desain terlihat rapi, terstruktur, dan mudah dibaca (Surahmat & Zhahira, 2022).

#### **2.2.5 Test**

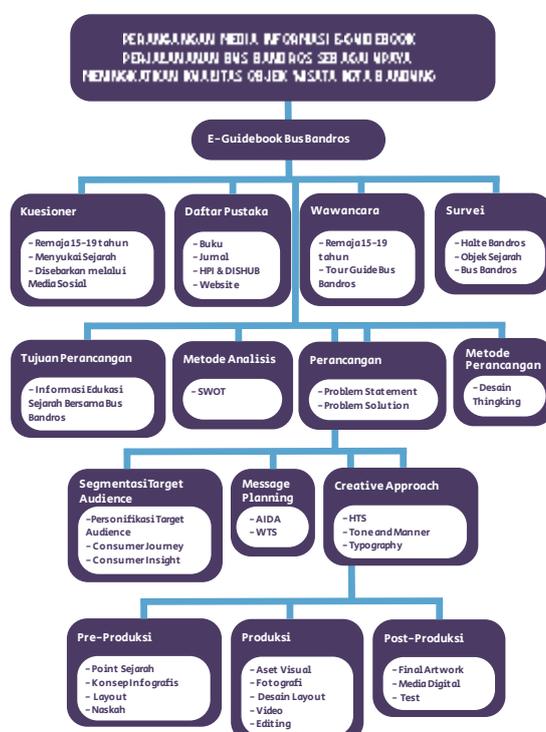
Test merupakan tahapan pengujian e-book yang telah dibuat kepada target audience yang sedang berwisata menggunakan Bus Bandros. Kemudian hasil tes ini akan mendapatkan kesimpulan apakah dapat mencapai target harapan yang diinginkan, dan terbukti dapat menjadi solusi masalah yang dikaji.

### 2.3 Metode Analisis Data (SWOT)

Berdasarkan Hasil analisis menggunakan Matriks SWOT terhadap Bus Bandros, terdapat *strength, weakness, opportunity, dan threat*. mendapatkan hasil dari matriks *Opportunity + Weakness (P+W)* yaitu membuat informasi yang menarik mengenai Sejarah Kota Bandung yang dilalui Bandros sebagai media pendukung wisatawan disertai dengan gambaran perubahan sejarah Kota Bandung.

### 2.4 Kerangka Perancangan

Berikut merupakan kerangka tahap perancangan E-Guidebook Bus Bandros.



Gambar 1. Kerangka Alur perancangan (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil Wawancara



Gambar 2. Pengunjung bandros responden wawancara (Dokumentasi Pribadi)

Pengunjung : Caca,Wafi, Aliya, dan Arum merupakan remaja yang suka membaca buku, traveling ke alam yang sejuk, suka sejarah, menyukai hal yang unik, dan sederhana. Responden mengaku tidak terlalu tahu mengetahui Bus Bandros, dan mendapatkan informasi dari orang sekitar dan melihat langsung lewat.

Setelah mencoba, kekurangan yang dirasakan seperti informasi Tour Guide cenderung susah untuk di ingat. Sehingga informasi yang disampaikan mudah terlupakan, hal ini juga dikarenakan responden yang lebih mudah mengingat informasi jika terdapat media informasi yang bisa di baca sambil mendengarkan Tour Guide. Sering kali, bangunan yang dimaksud juga sering terlewat, tertutup, hancur, renovasi, dan kebingungan dengan bangunan yang dimaksud karena bangunan bandung yang terlalu dempet. Oleh karena hal itu, responden menginginkan media penunjang yang dapat dilihat sambil melakukan wisata Bersama Bandros karena keingintahuan dalam melihat bentuk asli dari bangunan bersejarah tersebut.



**Iis Sutresno  
Karniawati,  
54 tahun,  
Koordinator  
HPI DPD  
Jabar,  
Tour Guide**



**Widian  
Basugi,  
57 tahun,  
Koordinator  
HPI DPD Jabar  
Tour Guide Bus  
Bandros.**

Gambar 3. Koordinator HPI & Tour guide Bus Bandros (Dokumentasi Pribadi)

Tour Guide : Iis Sutresno Karniawati atau lebih dikenal dengan Bu Iis, usia 54 tahun, domisili Bandung, bekerja sebagai tour guide semenjak 1993, kemudian menjadi salah satu koordinator HPI sejak 1995 dan bekerja di Bus Bandros sejak tahun 2018. Widian Basugi atau lebih dikenal Pak Widi, usia 57 tahun, domisili Cimahi, bekerja sebagai tour guide dan koordinator HPI, bekerja di Bus Bandros sejak tahun 2018.

Terdapat 11 tour guide yang melakukan kontrak dengan DISHUB, sedangkan yang bekerja di Bus Bandros merupakan 30-40 anggota HPI Jabar yang bekerja bergantian dengan jadwal yang fleksible, serta 15 supir dengan 12 Bus Bandros yang beroperasi. Shelter ditandai dengan Logo Bandros di pinggir jalan Alun-Alun dan sebrang Museum Geologi. Perubahan rute Bus Bandros menjadi hanya 1 rute karena populernya rute kuning dan di anggap paling efektif. Bandros juga memiliki berbagai jenis tingkat pelatihan pemandu wisata, seperti overland, city tour, dan lokal.

Pada Bus Bandros terdapat beberapa SOP yang harus dijaga, seperti etika dan seragam pemandu, seperti Senin-Rabu baju hitam seragam, Kamis laki laki berpakaian pangsi dan perempuan kebaya, pada hari Jumat menggunakan batik, Sabtu-Minggu menggunakan rompi HPI. Guiding di bandros cukup sulit karena pengunjung yang datang berasal dari latar belakang yang berbeda dan memiliki tujuan yang berbeda dalam naik Bandros. Sehingga tour guide harus dapat membaca hal tersebut dan menarik perhatian penumpang, tidak jarang mendapat penumpang yang tidak mendengarkan tour guide hingga tertidur. Sering terjadinya

macet membuat tour guide harus mengeluarkan seluruh tabungan cerita agar suasana tetap terbangun. Hal ini diperparah jika penumpang ramai maka prioritas adalah menyelesaikan semua antrian.

Tour guide memiliki tanggung jawab memberikan wawasan yang disesuaikan dengan usia, anak-anak di ajak bermain dan tebak-tebakan, remaja SMP-kuliah bisa dimasukkan ke cerita bersejarah dan biasanya merupakan yang paling tertarik dengan informasi yang diberikan tour guide. Sedangkan kalau lansia lebih menikmati alur perjalanan sambil mengenang masa lalu sambil mendengarkan musik. Cukup banyaknya informasi terkadang tidak semua objek wisata tersampaikan sehingga terdapat beberapa bangunan yang terlewatkan. Setiap pemandu memilih menceritakan objek dan informasi apa yang menarik dengan penyampaian masing-masing. Diharapkan meningkatkan kualitas Bus Bandros, serta tingkat etika supir dan pemandu harus menambah wawasan, mendukung kerapian dalam berseragam.

### 3.2 Hasil Kuesioner

Menyebarkan kuesioner melalui Whatsapp kepada remaja SMP dan SMA luar dan dalam Kota Bandung. Sehingga mendapatkan informasi mengenai pengetahuan, minat, dan ketertarikan remaja terhadap Bus Bandros dan sejarah Kota Bandung. Hingga saat ini, terdapat sebanyak 109 responden yang memberikan data berupa :



Gambar 4. Diagram Hasil Survei Respon Target Audience (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan data di atas, maka disimpulkan bahwa remaja dengan rentan usia 15-19 tahun memiliki minat sangat tinggi dalam belajar sejarah Kota Bandung, sebanyak 98,2%. Kemudian didukung dengan 92,7% remaja yang berminat untuk menaiki Bus Bandros. Ketertarikan muncul dikarenakan rasa penasaran yang tinggi dan keinginan untuk mengetahui sejarah Kota Bandung. Sebanyak 67,9% dari anak remaja lebih suka membaca sambil mendengarkan cerita. Hal ini dikarenakan 84,4% responden merasa informasi yang disampaikan cenderung lebih mudah dimengerti, lebih diingat dalam jangka panjang dan 93,6% memiliki kegemaran dalam mengoleksi buku.

### 3.3 Problem Statement dan Problem Solution

*Problem Statement* yaitu, tidak adanya media informasi penunjang yang komunikatif mengenai tempat yang dilewati wisata luar Kota Bandung ketika menaiki Bus Bandros. *Problem Solution* berupa membuat media informasi berupa E-book perjalanan Bus Bandros sebagai media pembelajaran yang efektif terhadap wisatawan remaja lokal maupun luar Kota Bandung.

### 3.4 Segmentasi Target Audience

Demografis : Laki laki dan perempuan remaja, usia 15-19 tahun

Georafis : wisatawan lokal dan luar Kota Bandung

Psikografis : Remaja yang suka jalan-jalan, membaca buku dan tertarik dengan informasi sejarah wisata maupun kuliner menarik yang ada di Kota Bandung

Teknografis : Masyarakat pengguna smartphone dan media sosial.

### **3.5 Personifikasi dan Insight Target Audience**

Nasha Nurul Fadhila atau lebih dikenal Caca merupakan remaja yang berusia 19 tahun. Caca suka jalan jalan terutama di daerah yang penuh dengan pohon dan sejuk, serta mencoba lokasi baru karena rasa penasaran yang tinggi.

Caca menyukai sejarah sehingga sering sekali pergi main ke Gramedia untuk melihat-lihat buku, atau membelinya untuk dikoleksi jika buku tersebut unik dan menarik. Selain itu Caca suka membaca E-book dan webtoon di waktu senggang. Caca tipe orang yang dapat belajar dengan efektif jika mendengarkan sambil membaca buku, karena apa yang terlihat, terbaca dan terdengar dapat teringat dalam jangka panjang. Caca menyukai hal-hal yang praktis dan murah sehingga sering kali menggunakan aplikasi dalam kegiatan sehari-hari seperti KAI Akses, dan aplikasi ojek online. Selain itu, Caca memiliki sifat yang mandiri dan pekerja keras untuk mendapatkan hal yang diinginkan.

### **3.6 Konsep Pesan**

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan teliti melalui problem statement, insight target audience yang menaiki bandros merupakan remaja, serta problem solution yang ditawarkan berdasarkan permasalahan yang terjadi di lapangan maka mendapatkan what to say berupa, "Belajar rasa bermain bersama Bandros". Penyampaian informasi mengenalkan sejarah Kota Bandung dengan asik dan unik karena adanya visual dengan pendekatan buku infografis dengan bahasa yang santai dan dan mudah dipahami. Hal ini diwujudkan dengan membuat E-book yang berisikan informasi penting, funfact, sejarah Kota Bandung untuk anak remaja yang dilengkapi dengan pendekatan infografis. Sehingga dapat menambah wawasan mengenai sejarah Kota Bandung sambil berwisata bersama Bus Bandros di Kota Bandung.

### **3.7 Perancangan E-Book**

Tone and manner yang digunakan memberikan nuansa menyenangkan yang dapatkan melalui warna kuning, adem dari warna hijau, semangat dari warna merah dan colorfull mengikuti ragam warna-warni bus Bandros permen sehingga menarik bagi target audience untuk menarik perhatian. Warna yang dipilih juga sesuai dengan gender Perempuan maupun laki laki remaja karena sangat bervariasi sehinggaterlihat bermain.



#462E5E # E82628 #12B49B #E5C847 #D391BF #C2E8F7

Gambar 5. Tone and Manner Karya (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Menggunakan Typografi yang memberikan kesan bermain sehingga tidak monoton dan ringan.

Headline : Private Kids

BodyText : Poppins

Sub Headline : Beanstalker  
DEMO Regular

qwertyuiopasd fghjklzxcvbnm  
QWERTYUIOPASDFGHJKL  
ZXCVBNM[]\_ /1234567890

qwertyuiopasd fghjklzxcvbnmQ  
WERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM  
| | . / 1234567890

qwertyuiopasd fghjklzxcvbn  
m QWERTYUIOPASDFGHJKLZX  
CVBNM []\_ /1234567890

Gambar 6. Typeface E-Book (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

<p><b>APA?</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>	<p>HEADLINE DISINI</p>		<p><b>FUNFACT!</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>
<p><b>DIMANA?</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>			<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>
<p><b>KAPAN?</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>			<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>
<p><b>Kenapa?</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>	<p><b>SIAPA?</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>	<p><b>BAGAIMANA?</b></p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>	<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and diam necummy nibh mollisod. In euismod, adipiscing veniam, qui necumid. In euismod, adipiscing veniam.</p>

Gambar 7. Format Layout E-Book (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

### 3.8 Hasil E-Book

Hasil perancangan media utama berupa karya E-Guidebook yang digunakan untuk mendampingi perjalanan dalam menaiki Bus Bandros sehingga *target audience* mendapatkan informasi yang lebih informatif. Banyaknya pelajar yang melakukan wisata bersama teman maupun dengan sekolah dapat menggunakan bandros buku ini akan menambah fasilitas tour guide dalam menjelaskan informasi bangunan serta bentuk yang dilalui. Data konten dirangkep dari berbagai sumber terpercaya salah satunya informasi dan visual buku juga bereferensi dari buku berjudul "Album Bandoeng Tempo Doeloe karya Sudarsono Katam & Lulus Abadi".



Gambar 8. QR Code E-Book

*E-Book* ini dibuat dengan sistem digital ber ukuran A5 sehingga mempermudah akses terhadap buku dimanapun berada, dapat disimpan, dan dapat di akses kapanpun. Buku dapat di akses melalui QR Code yang dapat dipasang pada bus. Kemudian dilengkapi dengan gambar bangunan masa lampau dan masa sekarang serta ilustrasi yang dapat memperjelas konten buku serta menambah estetika. Pada cover buku dirancang menjelaskan isi buku dengan bentuk ilustrasi Bus Bandros yang otentik awalnya berwarna merah. Pemilihan warna merah

*Perancangan Media Informasi E-Guidebook Perjalanan Bus Bandros Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Objek Wisata Kota Bandung*

pada bus ini dikarenakan warna ini merupakan warna Bus Bandros pertama yang ada, sebab pada masa tersebut Bus Bandros sempat di sponsori oleh Telkomsel. Kemudian Terdapat bentuk asap yang berwarna biru menyatu dengan warna langit yang akan menghiasi perjalanan target audience. Pada asap tersebut memperlihatkan beberapa bangunan sejarah yang dilalui oleh Bus Bandros. Asap ini juga menggambarkan masa lampau yang akan diceritakan oleh para tour guide. Pada cover ini terdapat judul buku yaitu "Historical Bandung On The Bus".

Pada isi konten buku terdapat Daftar isi bangunan yang akan dilewati, peta rute ,sejarah, dan visual gambar lokasi. Pada setiap lokasi akan terdapat gambar pada masa lampau dan masa kini yang diikuti dengan konten berisikan sejarah lokasi tersebut berdasarkan rumus 5W+1H yang dibuat ringkas dan mudah dimengerti. Isi buku ini dapat melengkapi penjelasan tour guide dan mempermudah target audience dalam mengetahui titik bangunan yang dilewati serta penataan warna dan layout yang playfull. Terdapat ornament ilustrasi yang melengkapi infografis buku pada setiap halamannya. Kemudian pada cover belakang buku terdapat nama perancang buku dan harapan dalam penggunaan buku dengan 28 halaman tersebut.



Gambar 9. Halaman E-Book



Gambar 10. Mockup Halaman Spread E-Book

### 3.9 Media Pendukung

Media pendukung pada E-Guidebook ini merupakan media sosial TikTok, dikarenakan sosial media ini yang paling digemari penggunaannya sebagai sumber informasi bagi anak remaja. Dengan membuat video promosi naik Bus Bandros menggunakan buku, serta keunggulan fungsinya yang dapat digunakan oleh pengunjung. Dengan format video 16:9, resolusi 720x1280 pixel, ukuran file <50 KB dalam bentuk video pendek berdurasi kurang lebih 1 menit.

Berikut link video konten promosi : <https://youtu.be/PLLNstP-WyU>



Gambar 11. Mockup Media Pendukung

#### 3.9.1 Narasi Konten TikTok

Buku ini berisikan sekitar 12 lokasi bersejarah yang dilalui oleh bandros, untuk mendapatkan buku ini kita harus menaiki bus bandros terlebih dahulu dengan menyiapkan uang 20.000/orang. Rute yang akan dilalui merupakan lokasi populer wisatawan di Kota Bandung.

Buku ini cocok banget loh untuk digunakan oleh orang yang suka mendengarkan sambil membaca. Selain itu, juga cocok untuk orang seperti aku yang mudah bosan jika hanya mendengarkan cerita saja. Setelah mendapatkan QR Code buku ini, kalian akan dapat menggunakan informasi buku ini hingga dapat membacanya kapan saja dan dimana saja. Sehingga buku ini juga cukup praktis untuk wisatawan yang ingin mencari destinasi wisata bersejarah di Kota Bandung.

Pada halaman buku ini juga dibuat dengan menyesuaikan rute Bus Bandros sehingga dengan membaca buku ini kita tidak perlu takut kehilangan informasi mengenai bangunan-bangunan apa saja yang akan dilewati berikutnya. Yuk Nyobain pengalaman wisata menyenangkan dan edukatif bersama Bus Bandros.

#### 3.10 Test

Test dilakukan bersama 4 anak remaja bernama Vidia Amalia Diana dengan usia 18, Rima Camelia Bruginting dengan usia 18, Rahmi Nurasana Suryana dengan usia 19, Aurel Lusiana usia 19. Mendapatkan hasil berupa, bukunya menarik dari ilustrasinya, penggunaan warna yang cerah dan setiap halaman memiliki pola warna yang berbeda sehingga pengunjung tidak hanya fokus pada gambarnya aja tapi juga membaca informasi yang mencakup point-point penting. Informasi tidak membosankan karena dibuat rinci.

Foto gedung sebelum dan sesudah menarik banget karena belum pernah melihat gambarannya ternyata terdapat gedung yang berbeda banget dari sekarang dan terdapat juga

yang masih mempertahankan bentuknya hingga saat ini. Banyak dari informasi di buku yang tidak di jelaskan oleh tour guide.



Gambar 12. *Target Audience Test E-Book* Pada Bus Bandros (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Menurut pengunjung remaja fungsi E-guidebook sebagai penunjang perjalanan bandros sudah tercapai dengan tingkat kesukaan dengan buku berdasarkan fungsi, informasi, bentuk, tingkat tercapai tujuan, manfaat, desainnya berdasarkan pengalaman menggunakan mendapatkan hasil tingkat kepuasan 9/10. Buku ini dinilai menggemaskan, lucu, menghibur, warnanya enak dilihat, bisa untuk mengisi waktu luang ketika macet dan ketika jeda. Dengan durasi waktu membaca keseluruhan objek wisata satu ke objek wisata lain ketika mobil berjalan cukup banyak, bahkan masih terdapat banyak waktu luang untuk melihat sekitar.

#### **4. KESIMPULAN**

Bus Bandros merupakan Transportasi pariwisata yang digunakan untuk membangun tingkat perekonomian dan menurunkan tingkat kemacetan ketika berwisata di Bandung. Transportasi ini memiliki banyak manfaat bagi pengunjungnya karena mendeskripsikan sejarah bangunan yang dilalui secara singkat sehingga menjadi salah satu wisata edukasi pilihan. Pengunjung yang paling menyukai sejarah dan mendengarkan informasi dari tour guide merupakan anak remaja usia 15-19 tahun. Sedangkan informasi yang diberikan terkadang terdapat hambatan keadaan bus, fasilitas, dan karena keterbatasan waktu, sehingga remaja tidak dapat mengingat informasi yang diberikan dalam jangka panjang. Hal ini sangat disayangkan dikarenakan banyaknya remaja yang sangat tertarik dengan sejarah kota bandung, sehingga diperlukan fasilitas pendukung berupa E-Guidebook yang dapat melengkapi penjelasan tour guide ketika berwisata.

Dengan adanya buku ini, dapat menyelesaikan permasalahan yang dirasakan pengunjung ketika menaiki Bandros, seperti menentukan rute dan titik yang akan dilewati, bangunan apa saja yang akan dijelaskan, bentuk bangunan yang terkadang tertutupi pohon atau sudah hancur dapat terlihat pada masa keadaan jayanya pada masa lampau pada buku tersebut. Kemudian terdapat informasi yang lebih rinci mengenai masing-masing bangunan dengan point-point sehingga dapat dibaca dengan tempo yang masih berlebih untuk wisatawan menikmati perjalanan ketika membaca buku tersebut. Sehingga buku ini dapat menjadi solusi dalam memenuhi media penunjang Bus Bandros sebagai media wisata edukatif yang lebih efektif, mudah di ingat, ringan, rinci, dan komunikatif dan dapat memberikan pengalaman yang lebih baik. Oleh karena itu diharapkan dapat menjadi daya tarik lebih dengan adanya E-Guidebook diharapkan dapat meningkatkan objek wisata Bus Bandros di Kota Bandung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. K., Rusli, B., & Buchori, R. A. (2021). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGOPERASIAN BUS WISATA BANDUNG TOUR ON BUS / BANDROS ( STUDI DI BANDROS KORIDOR KUNING ). 13(1), 7–11.
- Anggie Irfansyah. (2022). 5 Tahap Design Thinking. <https://eduparx.id/blog/insight/5-tahap-design-thinking/>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2022). Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Berdasarkan Pintu Masuk Kota Bandung (Jiwa), 2019-2021. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/16/622/1/perkiraan-jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-kotabandung-berdasarkan-pintu-masuk-kota-bandung.html>
- Hasan, S., & Muhammad, N. (2020). Sistem Informasi Pembayaran Biaya Studi Berbasis Web Pada Politeknik Sains Dan Teknologi Wiratama Maluku Utara. IJIS - Indonesian Journal On Information System, 5(1), 44. <https://doi.org/10.36549/ijis.v5i1.66>
- Koesninda, S., & Priyatmono, A. F. (2020). Menggali Potensi Aset Wisata Kreatif di Kawasan Petilasan Keraton Kartasura. Sinektika: Jurnal Arsitektur, 17(1), 80–87. <https://doi.org/10.23917/sinektika.v17i1.10871>
- Nuralia, Z. R. (2019). Perencanaan Angkutan Wisata Di Kota Balikpapan. Jurnal Perencanaan Angkutan Wisata Di Kota Padang. <http://digilib.ptdisttd.net/id/eprint/654%0A>
- Pemerintah Kota Bandung. (2020). Tentang Kota Bandung. <https://www.bandung.go.id/profile>
- Putri, K. E. (2021). SEJARAH, ASAL USUL, RUTE DAN TARIF BANDROS BANDUNG. <https://jackalholidays.com/sejarah-asal-usul-rute-dan-tarif-bandros-bandung/>
- Surahmat, A., & Zhahira, L. C. (2022). Analisis Desain Poster Call For Paper ICRAMET Tahun 2015 - 2021. Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual, 15(2), 244–257. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v15i2.2853>
- Wolniak, R. (2017). The Design Thinking Method and its Stages. SYSTEMY WSPOMAGANIA W INŻYNIERII PRODUKCJI Inżynieria Systemów Technicznych, 6(6), 247–255
- Katam, Sudarsono dan Lulus Abadi. 2005. Album Bandoeng Tempo Doeloe. Bandung : NavPress Indonesia