

PERANCANGAN APLIKASI MOBILE BERBASIS ANDROID UNTUK PENDAKI PEMULA

Raden Annisa Nur Fauziah¹, Dicky Hidayat, S. Sn, M. Ds²

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Industri Kreatif
Universitas Telkom
Bandung

ABSTRAK

Indonesia memiliki berbagai potensi daya tarik pariwisata yang berdampak pada kemajuan industri pariwisata yang membuat Indonesia menjadi salah satu destinasi wisata utama di dunia. Salah satu daya tarik pariwisata yang tidak pernah sepi peminat adalah daya tarik minat khusus pada kegiatan mendaki gunung. Mengingat resiko yang cukup tinggi, kegiatan pendakian gunung memerlukan persiapan yang matang. Tidak jarang terdengar hal-hal mengenai hilang atau tersesatnya pendaki saat melakukan pendakian gunung. Kejadian tersebut bisa diminimalisir apabila pendaki mempersiapkan diri dengan sebaik- baiknya sebelum melakukan pendakian gunung.. Hal tersebut melatar belakangi perancangan tugas akhir ini. Disamping itu, dengan melihat kecenderungan masyarakat yang terbiasa mendapatkan mendapatkan informasi secara cepat dan mendominasinya Android pada pasar *smartphone*, maka dirancanglah *mobile application* untuk mendaki gunung.

Secara garis besar, tujuan yang dicapai dalam perancangan ini yaitu membuat masyarakat tertarik untuk mempelajari dan mempersiapkan kegiatan pendakian gunung dengan baik. Sesuai dengan tujuan tersebut, metode yang digunakan untuk memecahkan masalah di atas yaitu metode analisis perbandingan matriks, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pendaki gunung memerlukan media informasi tentang pendakian gunung di Indonesia.

Perancangan media yang digunakan melalui desain produk *mobile application* yang dirancang dengan mudah dan menarik melalui pendekatan fitur dan visual. Dengan adanya perancangan *mobile application* ini, pendaki gunung pemula dapat dengan mudah mendapatkan informasi gunung-gunung di Indonesia.

Kata kunci: Pariwisata, pendakian gunung, panduan pendakian, aplikasi Android

ABSTRACT

Indonesia has a range of potential tourism attractions that have an impact on the progress of the tourism industry that Indonesia was one of the major tourist destinations in the world. One attraction that never deserted tourism enthusiasts is the attraction of particular interest in mountaineering activities. Given the high risk, mountaineering activities require thorough preparation. Not uncommon to hear the things misled about lost hiker doing mountaineering activities in Indonesian mountain. The incident could be minimized if the climbers prepare as well as possible before making the climb a mountain. That becomes behind of this final project. By looking at the trend of people who are accustomed to getting information quickly and Android dominating Indonesian smartphone market, then designed a mobile application for Indonesian mountain climbing

In a broad outline, with a goal that was achieved in the design that is to make people are interested in learning and prepare in mountaineering with goods. In accordance with the purpose, the method used to solve the problem on the analysis methods comparison matrix, questionnaires, interviews, and literature. Based on the results of research mountaineer, it is known that they need information media about mountaineering in Indonesia.

The design of media used through product design mobile application that is designed with easy and attractive with features and visual approach. With the design mobile application, beginner mountaineer can easily get information about mountains in Indonesia.

Key words: Tourism, mountaineering, the guide to mountaineering, Android application

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara yang kaya akan daya tarik pariwisata baik berupa keindahan alam, kekayaan keragaman budaya, maupun potensi wisata minat khusus, telah menjadi salah satu destinasi wisata utama di dunia. Fenomena industri pariwisata di Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir mengalami kemajuan yang pesat. Ada tiga jenis tema daya tarik wisata di Indonesia, yaitu daya tarik wisata keunikan dan keindahan yang telah

tersedia di alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata yang ketiga adalah daya tarik wisata minat khusus.

Salah satu daya tarik wisata yang tidak pernah sepi peminat adalah kegiatan mendaki gunung. Mengingat tingginya resiko yang dapat terjadi pada saat melakukan pendakian, kondisi fisik dan stamina yang prima juga berbagai ilmu pengetahuan pendukung dan peralatan standar pendakian juga menjadi salah satu unsur penting yang harus

diperhatikan bagi setiap pendaki gunung. Tidak jarang terdengar di media massa, baik cetak maupun elektronik, mengenai hilang atau tersesatnya para pendaki gunung saat melakukan pendakian. Salah satunya terjadi pada pendaki Gunung Slamet pada September 2013. Berdasarkan hasil pengamatan, kasus hilang atau tersesatnya pendaki tersebut disebabkan karena tidak mengetahui rute hingga tersesat (jogja.okezone.com, *Purbalingga, Pendaki Hilang di Gunung Slamet Ditemukan Kritis*, 14-09-2013, 23:16 WIB). Berbagai hal memiliki potensi untuk mendatangkan hal yang tidak diinginkan saat melakukan pendakian, antara lain faktor cuaca tidak diprediksi sebelumnya dan persiapan yang kurang.

Kejadian-kejadian tersebut dapat diminimalisir apabila para pendaki mempersiapkan diri dengan sebaik-baiknya sebelum melakukan pendakian dan mematuhi segala peraturan (adat istiadat) yang berlaku di wilayah setempat. Pengetahuan pendukung pendakian sebenarnya bisa didapat dari berbagai sumber, mulai dari buku panduan mendaki, informasi dari pendaki lain, internet, dan masih banyak lagi.

Perkembangan teknologi pun sebenarnya dapat mempermudah pendaki untuk mendapatkan pengetahuan pendakian, termasuk *mobile application* pada *smartphone*. *Mobile application* adalah perangkat

lunak yang berjalan pada perangkat *mobile* seperti *smartphone* atau *tablet PC*. Saat ini, penjualan *smartphone* dengan sistem operasi Android menjadi juara. Hal ini disebabkan karena harga *smartphone* yang menggunakan sistem operasi Android lebih terjangkau oleh masyarakat Indonesia. Melihat kecenderungan masyarakat saat ini yang terbiasa untuk mendapatkan informasi secara cepat dan mendominasinya Android pada pasar *smartphone* di Indonesia, maka diharapkan perancangan *mobile application* untuk mendaki gunung berbasis Android ini dapat menjadi solusi yang lengkap dan aplikatif sehingga dapat menjadi panduan bagi pendaki gunung pemula sehingga dapat mempersiapkan diri sebelum melakukan pendakian.

Permasalahan

- a. Kegiatan mendaki gunung banyak diminati berbagai lapisan masyarakat, namun banyak yang tidak diimbangi dengan persiapan yang matang
- b. Media panduan pendaki gunung yang ada saat ini dirasakan masih kurang praktis dan menarik
- c. Dibutuhkan media lain yang lebih praktis, menarik dan aplikatif

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, masalah yang akan diselesaikan adalah bagaimana merancang media informasi tentang panduan mendaki gunung untuk pemula melalui *mobile application*?

Pengumpulan Data dan Analisis

- a. Observasi
Penulis akan melakukan observasi secara tidak langsung dengan

membandingkan media yang sudah ada sebelumnya yaitu aplikasi mendaki gunung.

b. Studi Pustaka

Metode ini akan dilakukan dengan mencari dan membaca literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti serta menjadi acuan *desain* untuk dijadikan sebagai panduan dalam penyusunan perancangan.

c. Kuesioner

Metode kuesioner dilakukan oleh penulis dengan membagikan sejumlah pertanyaan kepada masyarakat yang melakukan pendakian gunung dan pengguna *smartphone* untuk mengetahui data profil masyarakat yang melakukan pendakian gunung.

d. Wawancara

Penulis menggunakan metode tersebut untuk mengumpulkan informasi mengenai pendakian gunung baik kepada komunitas pecinta alam maupun masyarakat umum yang melakukan pendakian gunung.

Tinjauan Pustaka

Pariwisata

UU No.10 Tahun 2009 (Sunaryo, 2013:1) mendefinisikan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sementara pengertian dari istilah pariwisata sendiri adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang melakukan kegiatan

wisata.

Jenis-jenis Pariwisata

Pariwisata dikemukakan tergantung dari jenis dan temanya. Biasanya dibagi menjadi tiga jenis tema daya tarik pariwisata: 1) daya tarik wisata alam, 2) daya tarik wisata budaya, dan 3) daya tarik wisata minat khusus (Sunaryo, 2013:25). Pendapat lain disampaikan oleh Warpani dan Warpani (2007:50) yang membedakan jenis pariwisata dari karakternya, yakni pariwisata pelancongan dan pariwisata petualangan. Karakter pariwisata pelancongan lebih mengarah pada wisatawan pasif dimana kegiatan yang dilakukan bersifat santai. Berbeda dengan karakter pariwisata petualangan yang menantang bahkan mengandung resiko tinggi yang biasanya diinginkan oleh wisatawan aktif seperti arung jeram, berselancar, pendakian puncak gunung, panjat tebing, dan lain-lain.

Pendakian Gunung

Pendakian gunung merupakan apresiasi yang luas terhadap pegunungan dimana didalamnya terdapat hal-hal yang berhubungan dengan olahraga, rekreasi, pariwisata, perlindungan keanekaragaman hayati dan sumber daya alam, apresiasi masyarakat dan budaya, bahkan pembangunan yang berkelanjutan (Connaly, 2005: 2).

Jenis Pendakian Gunung

Wijaya (2011:1) membedakan jenis-jenis pendaki gunung berdasarkan tujuannya antara lain 1) peneliti ilmiah dalam bidang vulkanologi, geologi, biologi, arkeologi, sosiologi, speleologi, etimologi; 2) pendaki gunung minat khusus dengan tujuan lintas gunung, latihan navigasi, buka jalur, latihan

survial; 3) pendaki amatir yang bertujuan untuk menikmati alam, terlibat, kemping, rekreasi, dan melatih mental-fisik.

Mobile Application

Menurut *Mobile Marketing Association* (2008: 1) *mobile application* adalah perangkat lunak yang beroperasi pada perangkat mobile dan melakukan tugas-tugas tertentu bagi pengguna ponsel.

User Interface

Gargenta dan Nakamura (2014: 87) menjelaskan dua cara untuk merancang desain UI Android yaitu *declarative user interface* dan *programmatic user interface*. *Declarative* UI melibatkan menggunakan XML untuk menyatakan apa yang akan terlihat seperti UI, mirip dengan membuat halaman web menggunakan HTML. Sedangkan *programmatic* UI melibatkan penulisan kode Java untuk mengembangkan UI.

Views dan Layout

Menurut Gargenta dan Nakamura (2014: 89) secara umum Android memiliki empat jenis *layout* sebagai berikut.

- *Linear Layout*, tata letak sederhana dan paling umum yang didalamnya hanya memaparkan konten-kontennya di samping satu sama lain, baik secara horizontal maupun vertikal.
- *Table Layout* meletakkan konten-kontennya ke dalam sebuah tabel, dan *views* yang terdapat didalamnya adalah *Table Row widget*.
- *Frame Layout*, menempatkan konten-kontennya di atas satu sama

lain sehingga konten terbaru akan menutupi konten sebelumnya.

- *Relative Layout*, memaparkan konten-konten relatif terhadap satu sama lain. Hal ini sangat kuat karena tidak mengharuskan untuk sarang layout ekstra untuk mencapai tampilan tertentu.

Action Bar

Action bar menyediakan navigasi konsisten di seluruh *platform* dan memungkinkan aplikasi pengguna menuju ke permukaan tindakan (Deleon, 2012: 27).

Muliti-pane Layouts

Multi-pane layouts memungkinkan pengguna untuk menggabungkan beberapa pandangan ke satu tampilan senyawa (Deleon, 2012: 27).

User Experience

User experience (UX) adalah pengalaman yang didapatkan oleh pengguna ketika berinteraksi dengan perangkat lunak. Tidak ada pandangan yang objektif terhadap baik dan buruknya sebuah UX, yang ada hanya pandangan subjektif antara baik atau buruknya pengalaman-pengalaman khusus untuk pengguna.

Warna

Danger (1992:51) menyatakan bahwa warna adalah salah satu dari dua unsur yang menghasilkan daya tarik visual, dan kenyataannya warna lebih berdaya tarik pada emosi daripada akal.

Tipografi

Tipografi merupakan ilmu memilih dan menata huruf sesuai pengaturannya pada ruang-ruang yang tersedia guna

menciptakan kesan tertentu sehingga menolong pembaca mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin (Wibowo, 2013: 115). Sedangkan Menurut Frank Jefkins (1997:248) tipografi merupakan seni memilih huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia, menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai naskah untuk proses *typesetting*, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda.

Logo

Logo merupakan identifikasi dari sebuah perusahaan karena logo harus mampu mencerminkan citra, tujuan, jenis, serta objektivitasnya agar berbeda dari yang lainnya. Farbey (1997:91) mengatakan bahwa banyak iklan memiliki elemen-elemen grafis yang tidak hanya terdapat ilustrasi, tetapi juga terdapat muatan grafis yang penting seperti logo perusahaan atau logo merek, simbol perusahaan, atau ilustrasi produk.

Ilustrasi

Ilustrasi gambar adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan (Kusmiyati,1999: 46). Secara umum ilustrasi selalu dikaitkan dengan menjelaskan sebuah cerita. Gambar ilustrasi adalah gambar atau bentuk visual lain yang menyertai suatu teks, tujuan utama dari ilustrasi adalah memperjelas naskah atau tulisan dimana ilustrasi itu. Dengan demikian, gambar ilustrasi adalah gambar yang bercerita yang memiliki tema sesuai dengan tema isi cerita tersebut.

Business Model Canvas

Osterwalder dan Pigneur (2013: 14) mendefinisikan sebuah model bisnis merupakan gambaran tentang dasar pemikiran untuk menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai yang dibuat oleh organisasi. Sedangkan pengertian dari *business model canvas* sendiri adalah sebuah konsep yang menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, serta mengubah model bisnis. *Business model canvas* berfungsi untuk mendeskripsikan dan memanipulasi sebuah model bisnis dengan mudah yang kemudian dapat menciptakan strategi- strategi alternatif baru untuk model bisnis tersebut. Konsep ini meliputi sembilan blok yaitu, 1) segmentasi pelanggan (*customer segments*), 2) proporsisi nilai (*value proporation*), 3) saluran (*channels*), 4) hubungan pelanggan (*customer relationships*), 5) arus pendapatan (*revenue streams*), 6) sumber daya utama (*key resources*), 7) aktifitas kunci (*key activities*), 8) kemitraan utama (*key patnerships*) dan 9) struktur biaya (*cost structure*).

Profil Institusi



Gambar 1.1 Logo Bandung Techno Park

Bandung Techno Park (BTP) merupakan wadah yang mewujudkan masyarakat informasi Indonesia dengan

membentuk tenaga ICT yang berkompeten dan berdaya saing. Lokasi BTP berada di kawasan Pendidikan Telkom, Jalan Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung. Ir. Jangkung Raharjo, MT yang merupakan Direktur Utama dari BTP menegaskan BTP bukan hanya milik IT Telkom, perguruan tinggi lain juga bisa bergabung di BTP. Setiap perguruan tinggi tentunya memiliki keunggulan yang berbeda-beda. Setiap keunggulan bisa digabungkan untuk bersama-sama mengembangkan BTP.

Visi:

Bandung Techno Park memandang dirinya sebagai elemen masyarakat yang harus menjadi motor penggerak bagi terbentuknya Masyarakat Informasi Indonesia (MII) sebagai bagian Masyarakat Informasi Global, melalui kreasi, inovasi dan penggunaan Information and Communication Technology/Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT/TIK) dalam pengembangan sumber daya manusia, ekonomi dan budaya berbasis pengetahuan atau *Knowledge Based Human Resource (K-Worker)*, *Economy (K-Economy)* dan *Culture (K-Culture)*, baik di lingkup daerah Bandung dan Jawa Barat maupun nasional.

Misi:

- Meningkatkan kerjasama antara *Academic – Business – Government* dalam pengembangan ICT yang meliputi: Infrastruktur, Aplikasi, Content, Konteks, dan Regulasi.
- Mendorong perkembangan ekonomi dan budaya berbasis pengetahuan dan teknologi.

- Menciptakan tenaga ICT yang mandiri dan berdaya saing tinggi.
- Menumbuhkembangkan masyarakat yang mampu memanfaatkan ICT dalam peningkatan kesejahteraan.
- Menciptakan techno-preunership di masyarakat.

Khalayak Sasaran

- a. Demografis: Remaja dan Dewasa yang berusia 16-25 tahun berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang merupakan pengguna *smartphone* berbasis Android.
- b. Geografis: Pengguna Android khususnya yang berdomisili di Indonesia.
- c. Psikografis: Pendaki gunung pemula yang memiliki mobilitas tinggi.
- d. Perilaku: Pendaki gunung yang pemula yang mencari informasi melalui *smartphone*.

Hasil Analisis

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diteliti, dapat diambil kesimpulan bahwa persiapan pendakian gunung merupakan hal yang terpenting pada kegiatan pendakian. Resiko yang terjadi pada kegiatan tersebut sangat tinggi dan tak terduga. Mengingat hal tersebut, para pendaki pemula perlu mempelajari panduan pendakian secara matang. Mulai dari teknik *backpacking* hingga pengenalan medan gunung. Populasi penelitian merasa membutuhkan media yang praktis untuk mendapatkan informasi-informasi tersebut sehingga aplikasi pendakian gunung tersebut bisa menjadi salah satu solusi yang baik bagi pengguna, terutama pendakian gunung. Fitur yang bisa diadaptasi dari aplikasi-aplikasi perbandingan yang sudah ada ialah fitur *offline map* dan desain

interface yang sederhana namun tersampaikan pesannya dengan baik pada aplikasi WalkMe, fitur daftar gunung-gunung yang dapat dibagi menjadi kategori pada aplikasi Panduan Pendaki, serta fitur Informasi umum tentang taman nasional Tips perjalanan, kontak dan informasi area taman, aturan taman nasional, dan berita terkini tentang gunung dari aplikasi Natinonal Parks.

Konsep Perancangan

Konsep Pesan

- Membantu persiapan pendaki pemula untuk mengetahui apa saja hal-hal yang perlu dipersiapkan untuk melakukan pendakian gunung.
- Mengedukasi pendaki pemula untuk mengorganisasikan pengetahuan-pengetahuan tentang pendakian yang dilakukan pada saat mendaki gunung.
- Menjadi salah satu media yang membantu meminimalisir resiko ketika melakukan kegiatan mendaki gunung pada pendaki pemula.

Konsep Kreatif

Untuk membuat aplikasi panduan pendakian gunung lebih menarik, maka penulis membuat konsep kreatif yang dapat membantu dalam pencapaian konsep pesan yang ada. Konten pada aplikasi panduan ini tidak hanya sekedar panduan pendakian dan informasi gunung-gunung yang ada di Indonesia tetapi ditambahkan pula fitur yang memiliki konsep kreatif pendekatan personal. Pendekatan personal yang dimaksud adalah dengan membuat fitur yang memiliki informasi-informasi pribadi yang dapat dengan mudah ditambah oleh pengguna. Fitur-fitur tersebut adalah

fitur *itineraries*, *packing check list*, dan akun sosial.

Fitur *itineraries* adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyusun kegiatan perjalanan lengkap dengan informasi pendukung seperti lokasi, jumlah hari, *budget* kendali, *photo spots*, informasi akomodasi, dan lain-lain. Rencana perjalanan sangat penting dibuat baik untuk perjalanan pendek maupun perjalanan panjang.

Pada fitur *packing checklist*, pengguna dapat membuat daftar tentang item-item untuk perjalanan pendakian gunung. Sedangkan pada fitur akun sosial, didalamnya terdapat fitur profil, fitur *badge*, dan fitur *trending*. Pada fitur profil terdapat informasi tentang pengguna, seperti nama dan lokasi tinggal. Selain itu terdapat fitur *badge* yang merupakan fitur dimana terdapat *badge-badge* yang pengguna dapatkan dari setiap kegiatan atau aktivitas pada aplikasi. Dengan fitur *trending*, pengguna dapat mengupdate hal-hal terkini yang berhubungan dengan gunung yang dituju sehingga sesama pengguna aplikasi tersebut dengan mudah mendapatkan informasi-informasi terkini dari pengguna lainnya.

Konsep Media

Media yang digunakan untuk membuat aplikasi adalah *smartphone* berbasis Android serta Playstore sebagai media untuk memasarkan aplikasi panduan pendaki pemula ini. Sistem operasi berbasis Android dipilih berdasarkan hasil kuesioner yang menunjukkan jumlah responden lebih banyak menggunakan *smartphone* berbasis Android dibandingkan *smartphone* dengan sistem operasi lain. Aplikasi

tersebut dapat digunakan pada *smartphone* Android yang memiliki maksimal resolusi layar 1080 x 1920 *pixels* dengan 441 ppi. Untuk Playstore sendiri merupakan media resmi dari Android sebagai sarana untuk memasarkan aplikasi-aplikasi yang dibuat khusus untuk Android. Sehingga pengguna dapat mengunduh aplikasi panduan pendakian gunung ini melalui Playstore.

Aplikasi panduan pendaki gunung ini akan menggunakan konsep “gratis” sebagai model bisnis. Iklan dijadikan konsep bisnis dimana pengguna dapat merasakan manfaat penawaran gratis. Periklanan merupakan sumber pendapatan yang sudah mapan yang memungkinkan adanya penawaran aplikasi gratis. Aplikasi ini bisa bersifat *online* maupun bersifat *offline*. Fitur lain yang akan menjadi bagian dalam perancangan aplikasi ini adalah informasi tentang gunung- gunung di Indonesia, peralatan pendakian gunung, pengetahuan *first aid*, teknik *survial*, serta fitur pendekatan personal yang telah dikemukakan sebelumnya. Berikut adalah *wireframe* dari aplikasi tersebut.

Konsep Visual Warna

Warna-warna yang digunakan pada aplikasi ini adalah warna-warna yang banyak dijumpai di alam. Pemilihan palet warna pada aplikasi panduan pendaki ini bertujuan untuk menggambarkan suasana pendakian gunung dan memberikan kesan kedekatan dengan alam.



Gambar 1.2 Palet Warna

Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan adalah sans serif dengan jenis huruf Futura. Pemilihan jenis huruf tersebut bertujuan untuk menggambarkan kesan informal pada aplikasi tersebut. Sedangkan untuk penjelasan dari fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi tersebut akan menggunakan jenis tipografi serif. Sedangkan untuk jenis huruf untuk tipografi serif yaitu Lora agar memudahkan pengguna membaca informasi-informasi yang ada.

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWX
YZ 1234567890

Gambar 1.3 Jenis Huruf Futura

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
1234567890

Gambar 1.4 Jenis Huruf Pigeon

Layout

Perancangan aplikasi ini akan menggunakan layout dengan format *linear layout* dan *relative layout* pada *user interface*. Format *linear layout* akan digunakan pada menu utama sedangkan untuk sebagian besar menu lainnya akan menggunakan format *relative layout*.

Ilustrasi

Ilustrasi yang akan digunakan pada aplikasi mengacu pada hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan mendaki gunung. Hal-hal tersebut meliputi berbagai macam alat-alat yang

digunakan ketika melakukan kegiatan pendakian gunung. Gaya gambar untuk aplikasi tersebut adalah gaya gambar *vector* tanpa *outline* pada ilustrasinya.

Logo

Mengacu pada konsep *flat design* yang akan digunakan pada aplikasi ini, maka logo aplikasi pun akan menyesuaikan konsep tersebut.

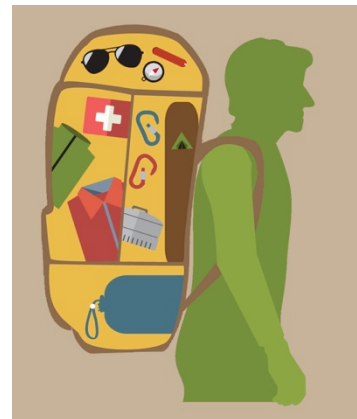
Konsep Bisnis

Dari segi bisnis, aplikasi ini menggunakan konsep *freemium* sebagai model bisnis. Pengguna dapat merasakan manfaat penawaran gratis untuk fasilitas dasar, dan membayar untuk fasilitas lainnya. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010: 96) hanya sebagian kecil pengguna yang mau membayar untuk layanan *premium*, biasanya kurang dari 10 persen dari total pengguna. Untuk mengatasi hal tersebut, iklan dijadikan konsep bisnis pada aplikasi *lite* agar pendapatan tetap masuk. Periklanan merupakan sumber pendapatan yang sudah mapan yang memungkinkan adanya penawaran aplikasi gratis. Platform *multi-sided* dimana terdapat pertemuan antara dua atau lebih pihak yang berbeda namun saling menguntungkan. Disatu sisi, aplikasi panduan ini akan dirancang semenarik mungkin melalui beberapa fitur, desain, serta jasa gratis. Sedangkan disisi lainnya menghasilkan pendapatan dengan menjual ruang kepada pemasang iklan.

Hasil Perancangan Ilustrasi



Gambar 1.5 Ilustrasi *10 Essentials*
(Sumber: *File Pribadi*)



Gambar 1.6 Ilustrasi *How to Pack*
(Sumber: *File Pribadi*)



Gambar 1.7 Ilustrasi *Survival Kit*
(Sumber: *File Pribadi*)



Gambar 1.8 Ilustrasi Pada Fitur *Rules*
(Sumber: *File Pribadi*)

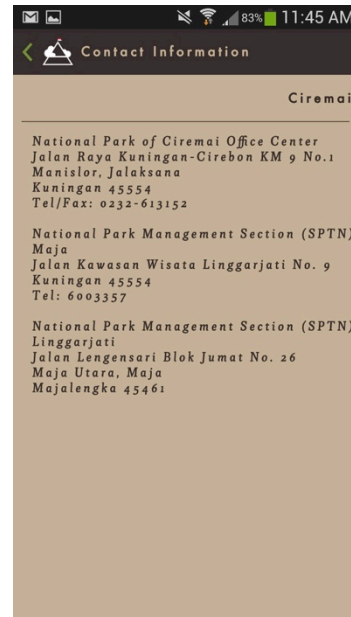


Gambar 1.9 Implementasi ilustrasi pada fitur *First Aid Basic*
(Sumber: *File Pribadi*)



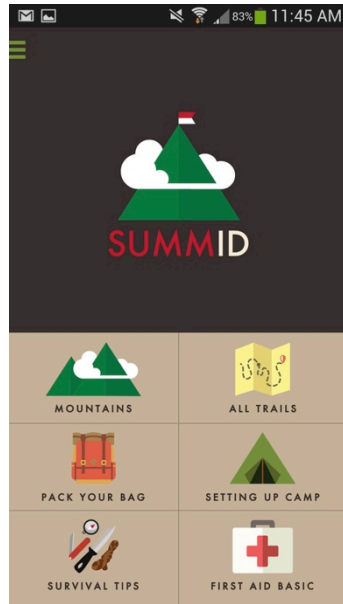
Gambar 1.20 Implementasi ilustrasi pada fitur Peta
(Sumber: *File Pribadi*)

Tipografi

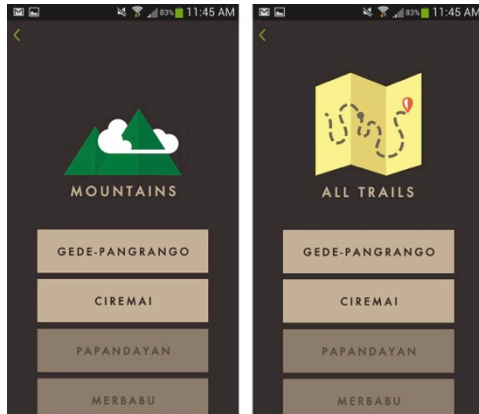


Gambar 1.11 Implementasi Tipografi
(Sumber: *File Pribadi*)

Layout



Gambar 1.12 Implementasi *Relative Layout*
(Sumber: *File Pribadi*)



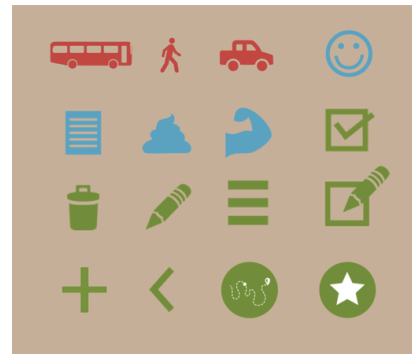
Gambar 1.13 Implementasi *Linear Layout*
(Sumber: *File Pribadi*)

Navigasi

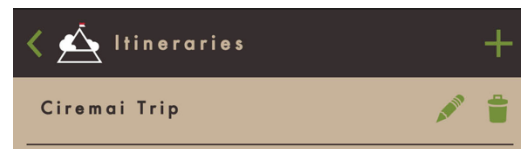


Gambar 1.14 Implementasi Navigasi
(Sumber: *File Pribadi*)

Action Bar

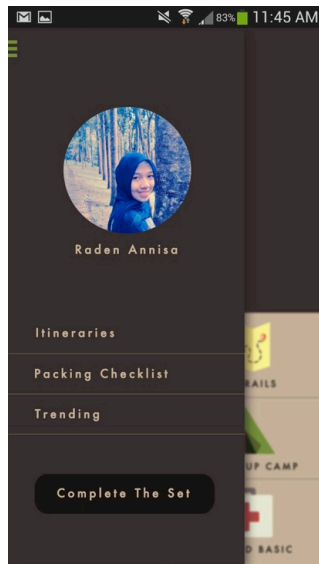


Gambar 1.14 Icon pada Aplikasi
(Sumber: *File Pribadi*)



Gambar 1.15 Implementasi Icon pada
Action Bar
(Sumber: *File Pribadi*)

Multi-pane Layout



Gambar 1.16 Implementasi *Multi-pane Layout*
(Sumber: *File Pribadi*)

Logo



Gambar 1.17 Proses Perancangan logo
(Sumber: *File Pribadi*)



Gambar 1.17 Logo Aplikasi
(Sumber: *File Pribadi*)

Penutup

Dari keseluruhan uraian yang terdapat pada tugas akhir ini, penulis dapat diambil kesimpulan yang merupakan gambaran menyeluruh dari hasil perancangan aplikasi. Dengan dirancangnya aplikasi *mobile* berbasis Android untuk Pendaki Gunung Pemula yang memiliki fitur informasi tentang pendakian gunung dengan pendekatan desain maka pendaki yang membutuhkan informasi seputar informasi gunung-gunung di Indonesia dapat sekaligus mempelajari persiapan pendakian gunung. Aplikasi *mobile* yang menarik, praktis dan aplikatif dapat memberikan kemudahan dan daya tarik dalam pencarian informasi seputar pendakian gunung.

Daftar Pustaka

- Connaly, Craig. 2005. *The Mountaineering Handbook: Modern Tools and Techniques That Will Take You to the Top*. Camden: Ragged Mountain Press.
- Danger, E.P. 1992. *Memilih Warna Kemasan*. Jakarta: PT Pustaka Binama Pressindo
- Deleon, Walter. 2012. *Android Design*. Walter Media Ink.
- Farbey, A.D. 1997. *How to Produce Succesfull Advertising (Kiat Sukses Membuat Iklan)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Gargenta, Marko dan Masumi

Nakamura. 2014. *Learning Android Second Edition*. Sebastopol: O'Reilly Media, Inc.

Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

Moslem, Audi. *Ironisme Pendaki Gunung Sekarang*.
<http://edukasi.kompasiana.com/2013/02/10/ironisme-pendaki-gunung-sekarang-527147.html>.
02-02-2014. 23:16 WIB.

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Warpani, Suwardjoko P. dan Indira P. Warpani. 2007. *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: Penerbit ITB.

Wijaya, Harry dan Christian Wijaya. 2011. *Rekam Jejak Pendakian Gunung di Nusantara*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.