

# Redesain Peta Digital Interaktif “Surabaya Map” Suara Surabaya Media dengan Konsep *Active and Simplified*

Christyan Budi Susilo dan Denny Indrayana S. ST, M.Des

Desain Produk Industri, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember ( ITS ) Surabaya  
 Jl. Arief Rahman Hakim, Surabaya 60111  
 E-mail: dennyits@yahoo.com

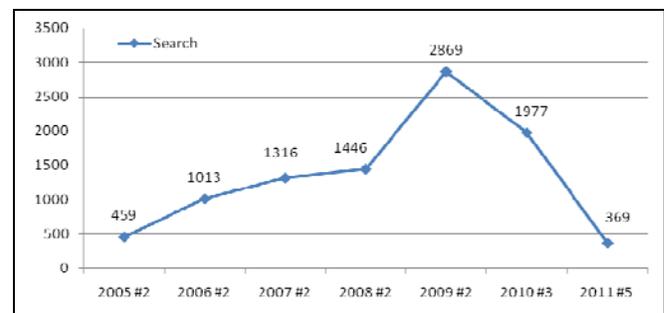
**Abstrak**—Sebuah Peta memiliki peranan penting dalam membantu seseorang dalam memandu menemukan lokasi tertentu. Surabaya Map merupakan salah satu peta digital lokal yang berupa *interactive media* yang menawarkan konten berupa lokasi di kota Surabaya. Dengan jumlah yang sangat besar yaitu lokasi bisnis, hiburan dan lokasi lainnya di Surabaya membuat kota ini memiliki banyak alternatif bagi masyarakat yang ingin mengunjungi lokasi tertentu sehingga sebuah peta sangat berpotensi untuk membantu masyarakat. Namun kenyataannya Surabaya Map kurang mampu memfasilitasi kebutuhan tersebut baik dari segi konten peta maupun tampilan visualnya. Informasi yang sedikit dan tampilan desain yang kurang menarik serta usia media yang sudah lama membuat media ini terus menerus kehilangan perhatian dari masyarakat. Hal ini membutuhkan perhatian mengingat potensi yang besar tentang media tersebut untuk dikembangkan. Maka diperlukan langkah untuk mendesain ulang dan melakukan riset kembali dengan berdasarkan metode teori *interactive media dan information design* diharapkan mampu menggali dan merancang Surabaya Map dengan penyajian yang baru dan berbeda. Diharapkan media menjadi sarana yang sangat bermanfaat dan berpengaruh bagi masyarakat khususnya warga kota Surabaya.

**Kata Kunci** – Peta digital, Surabaya, *Interactive Media*, *City Directory*, *City Guide*.

## I. PENDAHULUAN

**P**ERKEMBANGAN teknologi di dunia terutama di bidang komputer membuat sebuah perubahan media yang semula konvensional menjadi digital. Hal ini dialami semua media dan salah satunya adalah Peta. Media yang dahulu berbentuk konvensional atau cetak kini peta dikemas dalam bentuk media baru berupa digital melalui perangkat komputer yang berupa gambar maupun bentuk interaktif. Di Indonesia perkembangan peta digital sudah dimulai sejak tahun 2000an contohnya JJDB, Yogyakarta Map, Solo Map dan Surabaya Map. Dari sekian peta digital tersebut yang kini masih eksis adalah Surabaya Map. Peta tersebut dibuat dan dimiliki oleh Surabaya Suara Media yang lebih dikenal dengan sebutan SS. Ini adalah sebuah peta digital berbasis animasi flash interaktif yang dapat dijumpai di situs Suara Surabaya pada bagian peta Surabaya. Media yang dibuat dan dirilis pertama kali di tahun 2005 ini mendapat sambutan baik bagi masyarakat Surabaya hingga akhirnya versi ke dua dirilis di tahun 2006. Namun keberadaannya kini tidak dikembangkan lagi sehingga

Surabaya Map yang tertampil saat sekarang ini adalah versi terakhir. Disertai dengan perkembangan kota Surabaya yang pesat dan tidak diikuti perkembangan Surabaya Map menyebabkan penurunan minat pengguna terhadap media. Hal itu dikarenakan mereka menilai bahwa Surabaya Map sudah tidak dapat memenuhi kebutuhan mereka. Pada tabel berikut menunjukkan bahwa sejak tahun 2009 hingga saat ini Surabaya Map mengalami penurunan.



Tabel. 1. Statistik Surabaya Map berdasarkan keyphrases periode tahun 2005 – September 2011



Tabel. 2. Hasil Kuesioner terhadap 100 responden.

Dari data data tersebut dapat ditelusuri lebih lanjut bahwa masyarakat menilai media tersebut mengalami penurunan yang drastis dari waktu ke waktu. Potensi kota Surabaya yang saat ini memiliki keanekaragaman lokasi menarik tidak seimbang dengan keinginan Suara Surabaya untuk mengembangkan media dikarenakan faktor internal. Kurangnya media yang lebih baik membuat diperlukannya sebuah perancangan ulang atau redesign

terhadap Surabaya Map agar media yang sempat populer di era 2000an dapat dikembalikan kembali.

Menurut Baer Kim, information design yang baik dapat disajikan tidak hanya berupa teks baik berupa *headline*, *bodytext*, dan *caption* disusun secara deskriptif namun juga dikombinasikan dengan konten berbentuk gambar yang merepresentasikan tentang suatu lokasi tertentu dan juga elemen pendukung lainnya seperti *grouping*, *weight and scale*, *imagery*, *structure*, *graphic element*, warna, suara dan gerakan [1]. Media yang berupa peta memerlukan standar penyajian peta yang baik agar dapat dimengerti oleh pengguna. Tampilan sebuah peta seperti warna, berbagai simbol, penamaan jalan, legenda dan petunjuk peta [2] juga diterapkan.

Surabaya Map merupakan media interaktif digital yang disajikan melalui perangkat komputer. Menurut Peerce Sharp Rogers sebuah desain media yang dikemas berbentuk interaktif memiliki elemen dasar yang meliputi: [3]

- *User Experience*

Adalah bagaimana sebuah produk berperilaku terhadap seseorang dan orang tersebut mendapatkan timbal balik seperti rasa senang dan kepuasan dari apa yang telah dilakukannya baik itu memegang atau menyentuh.

- Proses Desain Interaksi

Sebuah media dibangun berdasarkan identifikasi kebutuhan untuk memenuhi *user experience*, kemudian mengembangkan desain tersebut dan dibangun sehingga media dapat mengkomunikasikan dan dinilai. Untuk kemudian evaluasi akan didapat ketika selama proses *user experience* ditawarkan.

- *Usability Goals*

Media interaktif memiliki acuan yang harus dicapai ketika produk tersebut telah dihasilkan meliputi *Effectiveness*, *Efficiency*, *Safety*, *Utility*, *Learnability*, *Memorability*.

- *User Experience Goals*

Seorang pengguna juga harus memiliki acuan jika ia sedang atau telah berinteraksi dengan produk meliputi rasa nikmat, kepuasan, menarik, nyaman, seru menghibur, membantu, bermanfaat, menantang, mengherankan, lucu, dan sebagainya.

- Prinsip Desain

Desain interaktif memiliki prinsip desain dasar agar media tersebut benar-benar dapat berinteraksi secara penuh dengan pengguna agar pengguna dapat merasakan *user experience* meliputi *Visibility*, *Feedback*, *Constraints*, *Consistency*, *Affordance*.

Media interaktif digital memiliki tampilan antarmuka dimana pengguna berinteraksi dengan media yang dinamakan *GUI (Graphical User Interface)* yang adalah turunan dari *Human Computer Interaction (HCI)* di mana sebuah *GUI* akan tertampil di sebuah perangkat elektronik yang disusun dengan berbagai elemen teks dan elemen grafis yang akan merepresentasikan media saat pengguna berinteraksi. *GUI* berperan penting seberapa besar pengguna dapat dengan mudah mengoperasikan media tersebut. Menurut O. Galitz

Wilbert sebuah *GUI* atau dapat disebut sebagai *user interface design* memiliki 17 komponen utama yang meliputi *Aesthetically Pleasing*, *Clarity*, *Compatibility*, *Consistency*, *Configurability*, *Comprehensibility*, *Control*, *Directness*, *Efficiency*, *Recovery*, *Familiarity*, *Flexibility*, *Forgiveness*, *Predictability*, *Responsiveness*, *Responsibility*, *Transparency*, dan *Trade-off*.

## II. METODE DESAIN

Jenis Data yang didapatkan diperoleh dari berbagai sumber secara absah yang dapat mendukung untuk proses redesain. Pencarian data dilakukan melalui :

- Mengidentifikasi Fenomena dan Problematika
- Studi eksisting dan studi kompetitor serta komparator
- Hasil wawancara R&D Suara Surabaya Media
- Studi Literatur dan teori yang berhubungan
- Hasil dari polling dan kuesioner untuk mengetahui keinginan audiens serta menemukan permasalahan.

Jadi dalam riset ini diperoleh data primer berupa hasil Kuesioner kepada responden dan Wawancara kepada pihak *stakeholder* yaitu Suara Surabaya Media serta melalui studi tentang peta digital baik peta *eksisting* maupun kompetitor dan komparator. Selain itu diperoleh juga data Sekunder melalui beberapa buku literatur dan teori serta observasi..

Teknik sampling dalam redesain ini, penggunaan metode kuisisioner maupun polling mengenai gaya visual, informasi teks dan gambar, warna, elemen grafis, serta objek apa saja yang diperlukan untuk diaplikasikan ke dalam peta digital dan detail desain akan dilakukan berdasarkan target *audiens* yang tepat agar dapat memiliki konten dan tampilan visual yang sesuai sehingga Surabaya Map yang baru dapat sesuai dengan keinginan *audiens* dan diharapkan dampak yang diinginkan dapat terwujud.

Kemudian dari teknik sampling didapatkan populasi. Populasi yang sesuai dengan judul dari redesain ini dan dengan berbagai pertimbangan pihak *stakeholder* Target *audiens* yang akan disasar dan diteliti adalah orang pada tahap dewasa muda hingga lanjut dengan umur 25 – 50Tahun sebagai target primer dan 18-24 tahun sebagai target sekunder. Keduanya bagi mereka yang berpenduduk di kota Surabaya sebagai warga asli maupun warga pendatang.

### 1. Demografis

- Jenis kelamin: Unisex
- Warga Surabaya asli maupun pendatang pada tahap dewasa muda hingga lanjut (25 – 50 Tahun). Sebagai target primer merupakan usia yang sudah berkeluarga.
- Usia antara 18- 24 tahun sebagai target sekunder yang biasanya merupakan usia sekolah hingga mahasiswa.
- Pendidikan : SMA – S3
- Pekerjaan : Mahasiswa , Karyawan, Wiraswasta dan Dengan tingkat pendidikan dan pekerjaan tersebut,

target diharapkan telah mengetahui atau menggunakan peta digital sebagai sarana penunjang mereka.

2. Psikografis

Segmentasi Psikografis Surabaya Map memiliki beberapa karakteristiknya antara lain:

- Rasa keingintahuan tinggi
- Mengetahui perkembangan teknologi
- Hiburan sebagai kebutuhan di waktu luang
- Mengetahui perkembangan kota Surabaya
- Berpikir rasional, objektif, dan konkrit
- Tertarik dengan lawan jenis
- Suka bepergian atau berjalan-jalan dengan teman ataupun kerabat dan keluarga
- *uptodate* terhadap informasi
- Penikmat musik, film, televisi, dan hiburan lainnya

Berdasarkan karakter target audiens tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa target audien telah berada pada tahap aktualisasi diri. Mereka yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi serta konsumtif terhadap suatu produk ataupun jasa dan mereka yang suka bepergian ataupun berlibur untuk membahagiakan diri sendiri atau keluarga sekaligus sebagai aktualisasi diri mereka di lingkungan sosial.

tahun 2009 hingga september 2011 pengguna Surabaya Map mengalami penurunan drastis lebih dari 90%, hal ini menandakan bahwa Surabaya Map semakin kurang diminati dan dikunjungi pengguna. Dari fenomena tersebut didapati beberapa permasalahan antara lain masih informasi yang tidak relevan antara media dengan kondisi nyata, informasi yang kurang jelas, tampilan desain yang sudah tidak menarik, dan kesadaran menggunakan Surabaya Map yang kurang. Langkah redesain diperlukan untuk mengembalikan citra Surabaya Map dan hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Rudi selaku Manager R&D Suara Surabaya Media.

Dari penelitian dari identifikasi masalah tersebut munculah judul penelitian yang kemudian didukung dengan data, media eksisting dan tinjauan pustaka yang diperoleh untuk kemudian akan menghasilkan suatu konsep baru yang nantinya didukung dengan polling serta kuesioner. Diharapkan akan menghasilkan sebuah strategi komunikasi dan strategi visual yang akan menentukan kriteria desain dan dipakai sebagai acuan pada beberapa alternatif desain sebelum dilempar ke target audien menjadi hasil desain final.

III. KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN

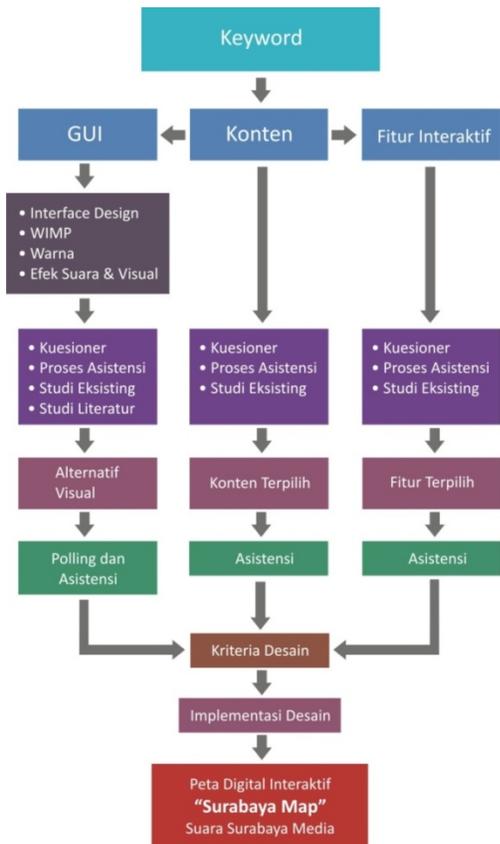
Surabaya Map akan memosisikan diri sebagai Peta Digital Interaktif yang selalu menghadirkan informasi lokasi di Surabaya yang selalu baru, terlengkap, dan uptodate guna membantu dengan cepat menjawab penuh kebutuhan masyarakat akan segala informasi lokasi di kota Surabaya.

Kemudian user need dari Surabaya Map adalah Pengguna membutuhkan penyajian peta Surabaya dalam bentuk yang lebih interaktif, lebih mudah digunakan, lebih bermanfaat, lebih memuaskan dan mampu menjawab apa yang mereka perlukan dan inginkan. Surabaya Map memerlukan keunikan dalam produk maka Surabaya Map akan dirancang sebagai berikut :

- Berisi informasi tentang Kota Surabaya Map dengan segala fasilitas dan akomodasi secara informatif dan uptodate.
- Menggunakan media yang sering dijumpai masyarakat.
- Penggunaan media yang mudah dan nyaman

Surabaya Map merupakan salah satu peta digital local yang masih eksis. Keinginan stakeholder dan penulis yang ingin mengembalikan citra Surabaya Map untuk menjadi lebih dari sekedar peta digital biasa. Jadi dalam redesain petadigital ini media akan berisi tentang segala lokasi di kota Surabaya yang dilengkapi konten selengkap dan menarik agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan memiliki nilai estestis dan ekonomi. Keberagaman lokasi di Surabaya membuat potensi Surabaya Map semakin besar untuk dikembangkan lebih dari sekedar Peta digital biasa.

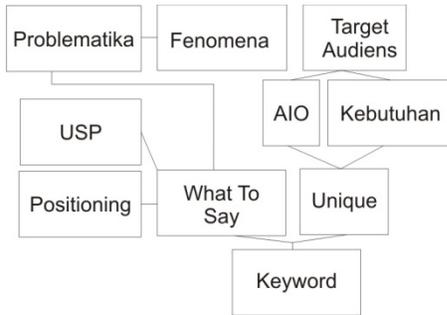
Konsep *active and simplified* adalah sebuah konsep yang akan membuat Surabaya Map menjadi media yang aktif menyajikan kebutuhan pengguna berupa segala konten yang kompleks di kota Surabaya serta memiliki fitur yang memiliki fungsi penunjang yang lain dan semua fasilitas tersebut dikemas dalam bentuk sebuah media terintegrasi dan sederhana sehingga Surabaya Map terlahir kembali lebih dari



Tabel. 3. Proses Perancangan Surabaya Map

Teknik Desain Redesain Surabaya Map dimulai dengan adanya fenomena yang menyebutkan bahwa lebih dari sejak

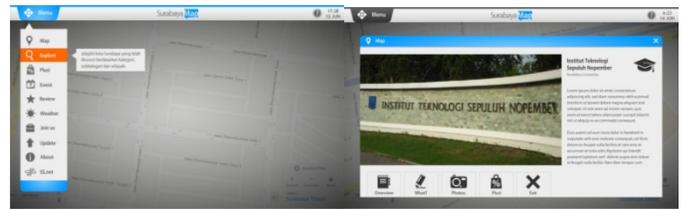
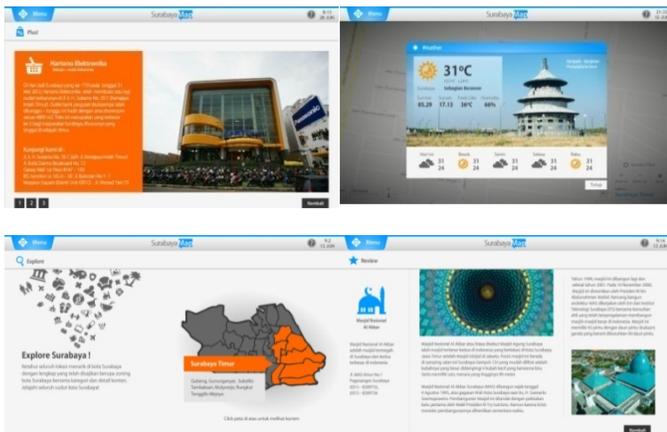
sekedar peta biasa. Segala lokasi di Surabaya akan tersusun secara rapi berdasar kategori dan subkategori. Dan dengan konsep tersebut diharapkan Surabaya Map dapat memberikan konten secara kontinu sehingga pengguna tidak menggunakan media untuk sesekali saja namun juga berkelanjutan atau berguna untuk sehari-hari. Konten yang disajikan merupakan kontribusi dari masyarakat Surabaya yang telah dibantu oleh tim Surabaya Map dalam penyusunan konten yang baik.



Tabel 4. Proses Konsep Surabaya Map

Konsep dan preferensi dari *audiens* kemudian diaplikasikan kedalam desain Surabaya Map yang baru. Media berbasis windows ini menggunakan metode *streaming* untuk mengetahui konten tertentu yang terdapat di dalam peta. Media ini dilengkapi berbagai fitur dimulai dari iklan, *review* lokasi, hingga informasi cuaca dengan format .exe(executable). Surabaya Map versi baru akan menggunakan resolusi sebesar 1000 x 600 untuk menyesuaikan pengguna dengan layar monitor *widescreen* maupun *square*.

Peta ini adalah peta yang dapat disebut juga sebagai *city guide*, informasi yang ditawarkan selain dari sebuah peta dan konten namun juga terdapat informasi pendukung lainnya sehingga seseorang pengguna tidak hanya menemukan informasi alamat melainkan informasi verbal yang sangat detail dan gambar yang detail tentang informasi lokasi serta didukung informasi penawaran dan *event*.



Gambar. 3. Tampilan hasil redesain Surabaya Map

Peta ini akan diperbaharui tiap 1 bulan sekali dengan konten merupakan hasil kontribusi dari masyarakat Surabaya yang telah terdaftar sebelumnya, sehingga konten yang ditawarkan benar-benar berkualitas. Surabaya Map dikemas dengan *tagline* “The Perfect City Guide”

#### IV. KESIMPULAN

Untuk pembuatan dalam redesain Surabaya Map dibutuhkan penelitian yang mendalam dengan berbagai sumber yang sebelumnya diperoleh agar dapat mengetahui permasalahan dan pesan apa yang ingin untuk disampaikan sehingga peta ini dapat menjadi media yang efektif bagi pengguna khususnya masyarakat Surabaya baik asli maupun pendatang. Setelah melalui proses perancangan dan penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa Surabaya Map memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan guna menjawab kebutuhan masyarakat. Dengan media yang berbentuk peta disertai informasi mendetail yang dikemas dalam bentuk interaktif teori informasi desain dan desain interaktif merupakan hal yang vital dalam proses perancangan Surabaya Map. Kemudian dibutuhkan juga perancangan konten dan grafis yang dibutuhkan agar untuk media ini dapat bermanfaat secara penuh bagi pengguna. Pertimbangan aspek manajemen terhadap media juga sangat diperlukan mengingat peta ini dibuat berdasarkan partisipasi masyarakat serta media ini tidak hanya sebagai fasilitas gratis namun dapat menghasilkan profit dalam nilai ekonomi. Surabaya Map tentunya akan lebih dapat memiliki citra dan kegunaan lebih jika media ini dapat dikembangkan di perangkat *mobile* yang merupakan paling banyak dimiliki dan digunakan sehari-hari.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Baer Kim, 2008. *Information Design Workbook ; graphic approaches, solutions And inspiration + 30 case studies*. Minneapolis: Beverly, Mass (2008)
- [2] Totok Gunawan, Sukwardjono, Agus Soedarsono Sukoco dan Soewadi. *Fakta dan Konsep Geografi untuk SMA atau MA untuk kls XII*. Bekasi : Perpustakaan Nasional, Katalog dalam Terbitan ( KDI ) (2007).
- [3] Preece Sharp Rogers, *Interaction Design Beyond Human Computer Interaction 2nd edition*. US : Wiley (2007).