

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum PT Kereta *Commuter* Indonesia

1. Sejarah Umum KAI *Commuter Line*

Pada tahun 2008, PT. Kereta *Commuter* Jabodetabek (KCJ) resmi menjadi anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (persero) dan sejak tahun 2017 berganti nama menjadi PT. Kereta *Commuter* Indonesia. PT Kereta *Commuter* Indonesia (KCI) mengelola KRL *Commuter Line* yang beroperasi di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya, menyediakan layanan transportasi kereta komuter yang menghubungkan pusat-pusat bisnis di Jakarta dengan kawasan pinggiran kota. Sistem ini menggunakan kereta rel listrik (KRL) dan memiliki panjang total jalur sekitar 418 km dengan 93 stasiun yang melayani lebih dari satu juta penumpang setiap harinya. KRL (Kereta Rel Listrik) atau KRL *Commuter Line* merupakan salah satu moda transportasi publik yang sangat diminati di kawasan Jabodetabek, Indonesia. (Rossanti & Muriyanti, 2020).



Gambar 4.1 Logo PT Kereta *Commuter* Indonesia (KCI)

(Sumber : <https://www.commuterline.id>)

Sejak diluncurkan, KRL telah mengalami peningkatan jumlah penumpang yang signifikan. Pada tahun 2016, jumlah penumpang mencapai 280 juta, dan pada tahun 2017 meningkat menjadi 338 juta. Data terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2023, jumlah penumpang KRL mencapai sekitar 290 juta, dengan proyeksi lonjakan menjadi 314

juta pada tahun 2024. Karakteristik penumpang kereta *commuter* menunjukkan bahwa mereka umumnya adalah perempuan muda dengan pendidikan menengah ke atas, yang menggunakan kereta untuk keperluan sehari-hari seperti bekerja dan bersekolah. Pola perjalanan yang tinggi dan kepemilikan kendaraan pribadi juga mencerminkan kebutuhan akan transportasi yang efisien dan dapat diandalkan. Penelitian lebih lanjut dapat membantu dalam merancang layanan yang lebih baik dan meningkatkan pengalaman pengguna kereta *commuter*. KRL menawarkan berbagai keunggulan dalam segi pelayanan dan inovasi produk yang membuatnya menjadi pilihan utama bagi para pengguna. Beberapa di antaranya yaitu biaya terjangkau, keamanan, kenyamanan, kecepatan dan efisiensi (Rossanti & Muriyanti, 2020).

2. Visi dan Misi KAI *Commuter Line* Visi

KAI Commuter Line

Menjadi solusi ekosistem transportasi urban terbaik di Indonesia.

Misi KAI Commuter Line

- 1) Menyediakan transportasi urban yang mengutamakan keselamatan, keamanan, dan efisiensi dengan berbasis digital serta berwawasan lingkungan.
- 2) Mengembangkan solusi transportasi urban yang terintegrasi melalui investasi sumber daya manusia, teknologi, dan operasi serta pemeliharaan.
- 3) Memajukan dan menginisiasi pengembangan transportasi urban untuk Indonesia melalui kolaborasi dengan pemangku kepentingan.
- 4) Mengembangkan human capital yang mempunyai kompetensi, daya saing unggul, dan dapat menyesuaikan terhadap perubahan.

3. Layanan KAI *Commuter Line*

Kereta Rel Listrik (KRL) telah menjadi moda transportasi utama bagi masyarakat Jabodetabek, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT KAI *Commuter* Indonesia (KCI) sangat berpengaruh terhadap

popularitasnya. Masyarakat memilih KRL karena berbagai faktor, termasuk kemudahan akses, tarif yang ekonomis, dan peningkatan kualitas layanan. PT Kereta *Commuter* Indonesia (KCI) terus berupaya meningkatkan kualitas layanan KRL. Meskipun ada tantangan seperti keterbatasan armada dan kenyamanan penumpang, upaya pembenahan terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus meningkat. Keselamatan dan keamanan penumpang menjadi prioritas utama dalam pengoperasian KRL. Berbagai langkah diambil untuk meminimalkan risiko kecelakaan dan memastikan perjalanan yang aman bagi semua pengguna (Makmun & Wijaya, 2020).

PT Kereta *Commuter* Indonesia (KCI) terus berinovasi untuk meningkatkan layanan kepada penumpang, terutama pengembangan infrastruktur stasiun dan inovasi penerapan sistem pembayaran yang mudah. KAI *Commuter Line* berfokus pada pembangunan stasiunstasiun yang strategis untuk mendukung operasional kereta *Commuter Line*. Stasiun-stasiun ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam kegiatan sehari-hari, memfasilitasi perjalanan yang lebih efisien dan nyaman. Selain itu, KAI *Commuter Line* juga menerapkan sistem pembayaran yang memungkinkan penumpang melakukan pembayaran secara praktis dengan menggunakan Kartu *Multi Trip*. Inovasi ini merupakan bagian dari transformasi pembayaran yang cukup berdampak, dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempermudah akses bagi masyarakat (Makmun & Wijaya, 2020).

4. Kartu *Multi Trip*

Kartu *Multi Trip* (KMT) adalah kartu Prabayar yang diterbitkan oleh PT Kereta *Commuter* Indonesia, dirancang untuk mempermudah proses transaksi tiket elektronik bagi penumpang *Commuter Line*. KMT berfungsi sebagai uang elektronik yang memungkinkan pengguna untuk melakukan perjalanan tanpa harus antri di loket, serta menawarkan proses yang cepat dan praktis (Makmun & Wijaya, 2020).



Gambar 4.2 Kartu *Multi Trip* KAI *Commuter Line*

(Sumber : <https://www.commuterline.id>)

Fitur utama pada kartu *Multi Trip* diantaranya yaitu Transaksi Tanpa Antri, pengguna dapat melakukan pembayaran tiket KRL dengan mudah dan cepat, tanpa perlu menunggu di loket. Penggunaan yang Luas, selain untuk perjalanan menggunakan KRL, KMT juga dapat digunakan untuk pembayaran parkir di stasiun dan di merchant yang bekerja sama dengan PT Kereta *Commuter* Indonesia. Cek Saldo dan Top Up, saldo KMT dapat dicek melalui mesin pembaca saldo yang tersedia di stasiun, serta melalui aplikasi C-Access yang dapat diunduh di smartphone dengan fitur NFC. Pengisian ulang saldo juga dapat dilakukan di mesin isi ulang di stasiun (Makmun & Wijaya, 2020). Kartu *Multi Trip* (KMT) memiliki desain kartu yang standar dan cenderung kaku, namun pada tahun 2019 PT Kereta *Commuter* Indonesia (KCI) meluncurkan desain Kartu *Multi Trip* (KMT) edisi khusus yang bervariasi pada momen-momen tertentu.

4.2. Hasil Penelitian

Setelah penulis melakukan penelitian dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dan wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan penelitian, peneliti berhasil menemukan beberapa temuan mengenai data yang peneliti butuhkan. Dalam penelitian yang peneliti lakukan terhadap Desain Komunikasi Visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya

Generasi Urban, peneliti mendapatkan data tentang tampilan serta penyajian desain kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban terkait unsur visual tipografi, *layout*, warna, ilustrasi, dan upaya KAI *Commuter Line* mempertahankan *Brand Image* melalui desain kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang peneliti kemukakan pada bab I, yaitu untuk mengetahui tampilan desain komunikasi visual Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line* dan upaya KAI *Commuter Line* dalam mempertahankan *Brand Image* melalui desain Kartu *Multi Trip* (KMT).

Desain komunikasi visual pada suatu produk tentu sangat penting untuk mempertahankan brand image dari sebuah perusahaan. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara kepada perancang desain dari kartu multi trip edisi gaya generasi urban dan akademisi ilmu komunikasi yang bertujuan memberikan pemahaman tentang brand image.

Berikut merupakan hasil penelitian yang didapatkan peneliti dari kegiatan wawancara online (*whatsapp call*) kepada Rifqi Herdandi selaku perancang desain kartu *Multi Trip*, yang dilakukan peneliti pada tanggal 7 Juli 2024 dan Bapak Rizky Fauzi, S.I.kom., M.I.kom. yang dilakukan pada tanggal 8 September 2024. Sebagai berikut:

4.2.1. Desain Komunikasi Visual

Ada beberapa elemen grafis pada desain komunikasi visual yang berperan penting dalam menyampaikan pesan melalui desain visual seperti tipografi, *layout*, warna, dan ilustrasi (Wahyuningsih, 2015). Dari hasil wawancara yang dilakukan dalam mencari tahu tampilan desain komunikasi visual kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban KAI *Commuter Line*, telah didapatkan informasi dari Rifqi Herdandi sebagai perancang desain.

Kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban merupakan kartu *Multi Trip* dengan desain edisi khusus dalam rangka menyambut HUT KAI *Commuter Line* ke-15. Desain kartu *Multi Trip* tersebut

memiliki konsep desain yang berbeda dengan kartu *Multi Trip* lainnya, yaitu menggambarkan tentang pelayanan dan fasilitas KAI *Commuter Line*. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Rifqi Herdandi selaku perancang desain:

“Konsep yang ingin saya tampilkan adalah dinamis dan *colorful*. Dinamis, karena KRL moda transportasi yang cepat, tepat waktu, jangkauannya luas, dan bisa menggunakan banyak pembayaran. Konsep *colorful* dan ceria terinspirasi dari konten sosial media tentang padatnya suasana KRL, dan merubah itu menjadi lebih ceria. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 7 Juli 2024)”.

Dalam pembuatan desain visual tentu saja melewati tahap dan proses sehingga mendapat hasil desain sedemikian rupa, Rifqi Herdandi menyampaikan:

”Prosesnya cukup panjang, berawal dari saya mendapat info tentang kompetisi, lalu saya pahami terlebih dahulu *brief* dan ketentuan lombanya. Setelah dapat ide inti dari tema gaya generasi urban, saya membuat daftar yang akan dibuat yaitu seputar keunggulan KRL seperti, praktis, aman, selamat, hemat, cepat, tidak macet. Setelah masuk ke tahap pencarian inspirasi dengan melihat referensi desain lain. Lalu, pembuatan sketsa kasar. Dari beberapa sketsa kasar, saya memilih salah satunya dan melakukan tracing digital dengan *software adobe illustrator* hingga *finishing*. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 7 Juli 2024)”.

Tahap pembuatan desain kartu *Multi Trip* melalui proses yang cukup panjang, dari mulai pencarian informasi, ide, serta pembuatan desain dengan sketsa manual dan *finishing digital*. Desain kartu *Multi Trip* juga mencakup beberapa elemen visual seperti warna, tipografi, layout, dan ilustrasi. Rifqi Herdandi menyebutkan ada beberapa elemen visual yang terdapat pada desain:

“Warna tersebut dipilih berdasarkan beberapa kriteria, seperti biru dan hijau agar desain terlihat lebih sejuk dan

menggambarkan ketenangan. Abu-abu dan oranye menggambarkan *livery* dari KRL itu sendiri, warna kuning di jalur KRL layang, untuk menggambarkan jalur layang Manggarai-Jakarta Kota khususnya di Gondangdia, dan beberapa warna lainnya ditambahkan untuk menambah kesan *colorful* pada desain. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 7 Juli 2024)”.

Rifqi Herdandi mengatakan bahwa warna-warna yang dipilih dalam desain kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban sangat dipertimbangkan, setiap warna yang dipilih memiliki kriteria dan makna dalam desain kartu *Multi Trip*. Lalu Rifqi Herdandi menjelaskan elemen lainnya:

“Tipografi pada desain ini untuk menyampaikan pesan tentang USP atau keunggulan dari KRL itu sendiri, Yaitu Praktis, Cepat, Mudah. Hal ini bermakna tagline dari *Multi Trip* KRL. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 7 Juli 2024)”.

Tipografi yang ditampilkan pada desain kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban merupakan pesan tentang keunggulan dari KRL atau *Commuter Line*. Jenis *font* yang digunakan pada tipografi yaitu *font sans serif* dan *script* karena kriteria tertentu:

”*Font script* dipilih agar memberikan kesan dinamis, sedangkan *sans serif* dipilih agar memberikan kesan formal dan lebih mudah diedit mengikuti lekukan desain. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 7 Juli 2024)”.

Selain tipografi, *layout* yang digunakan dalam desain memiliki kriteria pemilihannya, hal ini sesuai dengan yang disampaikan Rifqi Herdandi:

“*Layout* lengkungan digunakan agar menimbulkan kesan yang dinamis pada desain, dan memudahkan untuk menambah elemen desain lainnya dalam *artboard*. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 7 Juli 2024)”.

Kemudian Rifqi Herdandi juga menyebutkan ada beberapa elemen visual ilustrasi yang menjadi elemen inti desain:

“Ilustrasi stasiun, tentunya menggambarkan tempat yang dilalui kereta dan menggambarkan kemegahan dari arsitektur. Jalur Layang, menggambarkan moderinitas dan perkembangan infrastruktur kereta, dibuat melengkung memberi kesan dinamis. Empat jenis kereta (KRL Jogjasolo, KRL Jabodetabek, KRL Bandara Soetta, KRD Prameks), keempat kereta ini merupakan kereta yang sudah support pembayaran KMT. Interior KRL beserta penumpang, ilustrasi ini menggambarkan suasana pengguna KRL yang merasa aman dan nyaman. Rerumputan, sebagai ornamen pelengkap agar desain memberi kesan tenang dan *colorful*. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 7 Juli 2024)”.

4.2.2. *Brand Image*

Brand image merupakan sesuatu yang sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap perusahaan dengan pengalaman terhadap perusahaan tersebut. Dari hasil wawancara yang dilakukan untuk mencari tahu upaya KAI *Commuter Line* dalam mempertahankan *brand image* melalui desain kartu *multi trip*, telah didapatkan informasi dari Bapak Rizky Fauzi, S.I.kom., M.I.kom. sebagai akademisi ilmu komunikasi.

Dalam upaya mempertahankan *brand image*, ada banyak faktor yang mempengaruhi, seperti dalam segi konsistensi dan inovasi pada *brand*, hal ini dibenarkan oleh Bapak Rizky Fauzi yang mengatakan:

“Banyak faktor yang mempengaruhi *Brand Image*, seperti dari segi pemasarannya, konsistensi dari merek tersebut dalam melakukan kegiatan penjualan produknya, dan dalam inovasi agar dapat terus bersaing. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 8 September 2024)”.

Pentingnya membangun *brand image* bagi perusahaan, karena *brand image* merupakan representasi dari perusahaan itu sendiri, Bapak Rizky Fauzi Mengatakan:

“Sangat penting, karena *image* suatu perusahaan itu adalah representasi dari perusahaan itu sendiri, orang akan terus menggunakan suatu produk jika orang tersebut berpikir produk itu layak. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 8 September 2024)”.

Brand Image dari KAI *Commuter Line* dinilai sudah terbentuk dengan baik dalam segi kualitas layanan, namun untuk mempertahankan *brand image* tersebut dibutuhkan berbagai hal, seperti yang Bapak Rizky Fauzi sampaikan:

“Konsistensi dalam kualitas pelayanan sangat mempengaruhi sekali bagi *brand image*, baik dalam membentuk atau mempertahankan *Brand Image*. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 8 September 2024)”.

Selain konsistensi, dalam mempertahankan *brand image* juga memerlukan suatu inovasi baik dari segi pelayanan, fasilitas, ataupun produk. Desain suatu produk merupakan hal yang cukup berpengaruh terhadap *brand image*, Bapak Rizky Fauzi membenarkan hal tersebut dengan mengatakan:

“Menurut saya desain suatu produk tentu mempengaruhi sekali, karena desain suatu produk dapat berada di *top of mind* dari desain yang bagus dan mudah diingat oleh orang lain. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 8 September 2024)”.

Upaya atau cara dalam mempertahankan *brand image* tentu berbeda tiap perusahaan, termasuk pada KAI *Commuter Line* yang mengedepankan pelayanan, Bapak Rizky Fauzi katakan:

“Dengan terus berinovasi, meningkatkan *service excellent*, meningkatkan *professionalism*, kebersihan dan fasilitas ditingkatkan, dan yang terpenting adalah kualitas sumber daya manusia yang harus selalu di *upgrade*. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 8 September 2024)”.

Desain kartu *multi trip* edisi gaya generasi urban menampilkan kesan yang menarik dan berbeda dari kartu *multi trip* lainnya. Melalui kartu *multi trip* edisi gaya generasi urban KAI *Commuter Line* berupaya menyampaikan pesannya, seperti yang dikatakan Bapak Rizky Fauzi:

“Menurut saya penyampaian pesan dalam kartu *multi trip* edisi gaya generasi urban ini sudah tersampaikan dengan baik, namun visual pada desain terlalu menumpuk dan kurang maksimal, pesan yang disampaikan mungkin cukup tersampaikan, namun desainnya terlalu ramai. (Hasil Wawancara Peneliti yang dilakukan pada tanggal 8 September 2024)”.

4.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, maka dapat dikemukakan pembahasan yang berdasarkan atas tujuan penelitian yaitu **“Menganalisis desain komunikasi visual Kartu Multi Trip (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban KAI Commuter Line dengan prinsip gestalt”** dan **“Menganalisis upaya KAI Commuter Line dalam mempertahankan Brand Image melalui desain Kartu Multi Trip**

(KMT)”

4.3.1. Aspek Desain Komunikasi Visual pada Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban

Pada desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban terdapat visual ilustrasi kereta KAI *Commuter Line* dari berbagai jenis kereta *commuter* yang ada di Indonesia, dilengkapi dengan visual ilustrasi situasi didalam kereta *commuter*, dengan kombinasi turunan warna jingga, biru, hijau, dan putih yang menjadi ciri khas KAI *Commuter Line*. Ilustrasi dominan pada kereta *commuter* yang memiliki *layout* melengkung dari sisi kiri ke sisi kanan, terdapat garis penegas dan aksen *lighting* pada ilustrasi, serta beberapa unsur tipografi berwarna putih sebagai penjelas elemen visual. Konsep dari Desain Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban ini mendeskripsikan tentang kenyamanan dari pelayanan yang disediakan KAI *Commuter Line*. Hal ini berkaitan dengan image dari brand KAI *Commuter Line* yang mengutamakan kualitas pelayanannya, dan “Pilihan Cerdas” menjadi tema yang digunakan dalam Desain Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban.

A. Tipografi

Dalam desain komunikasi visual, tipografi dikatakan sebagai "*visual language*". Tipografi adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu berkaitan dengan huruf dan digunakan sebagai sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Dengan demikian, tipografi memainkan peranan penting dalam komunikasi visual untuk menciptakan kesan tertentu yang membantu pembaca agar dapat membaca teks tersebut dengan nyaman. Tipografi yang digunakan pada desain sangat berpengaruh terhadap efektifitas desain. Faktor estetika yang lebih mendalam pada tipografi dapat memberikan timbal balik yang tepat kepada bentuk desain itu sendiri. Ada beberapa elemen tipografi yang

digunakan pada desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban.



Gambar 4.3. Analisis Elemen Tipografi Pada Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban

(Sumber : Penulis)

Tipografi “#PilihanCerdas” pada desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban menggunakan *font Script*. *Script* adalah *font* yang menyerupai tulisan tangan tegak bersambung, dan memberikan kesan elegan pada desain. Tipografi ini dibuat lebih besar dibanding yang lainnya, memenuhi prinsip *legibility* daripada suatu huruf. *Font script* digunakan untuk memberikan kesan formal dan casual pada tipografi. Kejelasan dan penggabungan huruf yang baik untuk membentuk suatu kata berpengaruh pada *Readability*. Tipografi #PilihanCerdas pada desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban memiliki kombinasi huruf yang jelas untuk membentuk suatu kata, dan membuat tulisannya mudah dibaca. Tipografi #PilihanCerdas dapat terbaca dalam jarak tertentu karena ukurannya yang cukup besar, dan memenuhi prinsip *Visibility* pada tipografi. Tipografi #PilihanCerdas merupakan “sub-tema” pada desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban.

Kejelasan informasi tipografi yang disampaikan pada suatu desain mempengaruhi prinsip *Clarity*.

Tipografi “Gaya Generasi Urban” terletak pada ujung desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban. Tipografi ini menggunakan jenis *font Script*. Pemilihan huruf pada tipografi cukup tepat, dengan menggunakan huruf besar (kapital) dan kecil dapat memenuhi prinsip *Legibility* dan *Readability*, yaitu kejelasan serta kemudahan dalam membaca informasi yang disampaikan dalam suatu kalimat. Tipografi “Gaya Generasi Urban” terlalu kecil untuk jenis *font Script*, dan berkurangnya *Visibility* dari suatu *font*. Informasi yang disampaikan cukup tepat dan jelas (*Clarity*), yaitu mempresentasikan tema yang ada pada desain.



Gambar 4.4. Analisis Elemen Tipografi Pada Desain Kartu *Multi Trip* (KMT)

Edisi Gaya Generasi Urban

(Sumber : Penulis)

Tipografi “Praktis, Hemat, Engga Macet, dan Cepat” menggunakan jenis *font Sans serif*. *Sans serif* merupakan jenis *font* yang tidak memiliki kaki. Tipografi ini dibuat melengkung mengikuti *flow* dari desain visual Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban. *Font sans serif* bersifat solid dan memberikan kesan modern dan fleksibel. Ukuran *font* yang digunakan cukup

besar, sehingga memenuhi prinsip *Legibility* pada tipografi. Komposisi *font* cukup seimbang dan mudah untuk dibaca (*Readability*). *Font* jenis *Sans serif* dan ilustrasi menciptakan perpaduan yang tepat, sehingga tipografi dapat dibaca dalam jarak tertentu. Informasi yang disampaikan cukup jelas, karena menggunakan bahasa Indonesia dan menjelaskan informasi tentang beberapa kelebihan dari penggunaan transportasi KAI *Commuter Line*.

Tipografi “Aman & Selamat” menggunakan jenis *font* yang sama, yaitu *font Sans serif*. Tipografi ini dibuat tegak lurus, namun ditempatkan pada bagian ilustrasi yang cukup sempit, sehingga mengurangi *Legibility* pada tipografi. *Font* dapat dibaca dengan jelas, dan memiliki ukuran yang dapat dilihat dalam jarak tertentu. Informasi yang disampaikan dalam tipografi dapat tersampaikan dengan jelas, yaitu informasi tentang beberapa keunggulan dari transportasi *Commuter Line*.



Gambar 4.5. Analisis Elemen Tipografi Pada Desain Kartu *Multi Trip*

(KMT) Edisi Gaya Generasi Urban

(Sumber : Penulis)

Tipografi “Jogjakarta, Manggarai, dan Jakartakota” digunakan sebagai penanda pada ilustrasi yang menggambarkan beberapa stasiun-stasiun besar yang dilalui oleh *Commuter Line*. Tipografi ini

menggunakan jenis *font Sans serif*. *Legibility* pada tipografi ini terasa kurang, karena warna dari *font* cukup mirip dengan warna yang ada pada ilustrasi latar dari tipografi, dan kurangnya *Legibility* juga dipengaruhi oleh *font* tidak menggunakan *Outline* yang membuatnya kurang menonjol. *Font* dari tipografi memiliki jarak yang cukup, membuat *font* dapat dibaca dengan mudah (*Readability*). Ukuran *font* pada tipografi cukup kecil, dan mengurangi *Visibility* pada tipografi. Kejelasan informasi yang disampaikan pada tipografi cukup jelas, informasi tentang nama-nama stasiun besar yang dilalui oleh transportasi KAI *Commuter Line*, yaitu Stasiun Jogjakarta, Stasiun Manggarai, dan Jakartakota.

B. Layout

Layout atau tata letak adalah sebuah konsep desain yang digunakan untuk mengatur komposisi unsur grafis dalam suatu media, seperti poster, brosur, atau situs web, dengan tujuan menciptakan kesatuan dan keteraturan dalam desain. Tata letak elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu membantu mendukung konsep atau pesan yang dibawanya.



Gambar 4.6. Analisis *Layout* Pada Desain Kartu *Multi Trip* (KMT)

Edisi Gaya Generasi Urban (Sumber : Penulis)

Pada desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line*, objek gambar ilustrasi lebih ditonjolkan. Ilustrasi gambar pada Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban memiliki visual yang melengkung horizontal asimetris, membuat keseimbangan desain Kartu *Multi Trip* menjadi kurang baik, namun masih nyaman untuk dilihat (*Balance*).

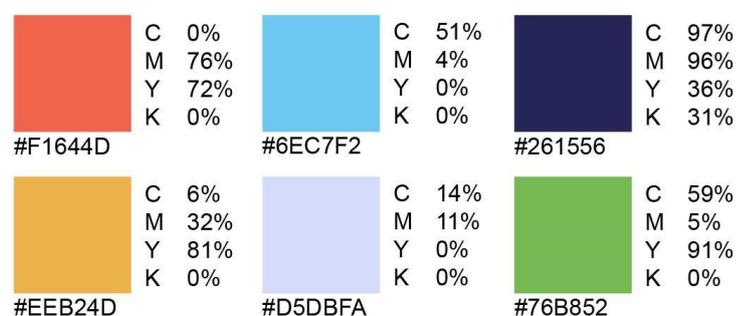
Ilustrasi pada gambar memiliki proporsi yang melengkapi antara elemen satu dengan elemen lainnya. Pada bagian ilustrasi kereta, dibuat dengan ukuran yang berbeda-beda, dan menciptakan dimensi antara kereta yang dibuat besar (bagian depan) dengan kereta bagian belakangnya. Ukuran *font* dari tipografi yang digunakan cukup proporsional dan mudah untuk dibaca, dengan mengikuti ukuran dari bagian polos ilustrasi desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban (*Proportion*). Perbedaan ukuran antar elemen-elemen ilustrasi menciptakan kontras yang dominan pada elemen visual kereta *Commuter Line*, dan menjadi elemen yang paling menarik perhatian dibanding elemen visual lainnya. Elemen tipografi memiliki ukuran yang berbeda-beda, ukuran *font* tipografi “#PilihanCerdas” terasa lebih menonjol dibandingkan dengan tipografi lainnya, dan menciptakan kontras yang cukup besar. Warna yang digunakan adalah variasi warna Oranye, Biru, Hijau, Putih, dan memiliki tone radiant yang sama (*Contrast*).

Desain visual Kartu *Multi Trip* Gaya Generasi Urban menekankan titik fokus ilustrasinya pada elemen Kereta *Commuter Line* yang merupakan elemen visual dominan. Pada bagian sisi dari elemen Kereta *Commuter Line*, terdapat logo dari KAI *Commuter* yang bertepatan dengan titik fokus dari desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban (*Focus*). Adanya logo KAI *Commuter* pada titik fokus mengarah pada informasi awal yang

disampaikan tentang produk Kartu *Multi Trip*. Desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban menjadi wadah menyampaikan informasi seputar kelebihan dari penggunaan transportasi kereta KAI *Commuter Line*. Elemen visual dari desain membuat pengguna berpikir dan berinteraksi dengan desain, seperti ilustrasi situasi didalam gerbong kereta, serta tipografi yang menunjukkan pesan dan informasi seputar KAI *Commuter Line*. Semua elemen saling terhubung dan menciptakan kesan yang lebih dalam bagi pengguna (*Gaze-motion*).

C. Warna

Warna yang digunakan pada desain visual Kartu *Multi Trip* Gaya Generasi Urban adalah kombinasi oranye dan putih keabuan sebagai warna utama, warna biru dominan gelap sebagai outline, dengan *background* warna biru muda pada ilustrasi. Desain Visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban menggunakan warna yang dominan dalam ilustrasinya, yaitu kombinasi oranye, biru, putih keabuan. Hal tersebut menandakan identitas dari KAI *Commuter Line* pada ilustrasi. Ilustrasi kereta *Commuter* pada desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban menggunakan warna dominan oranye dan putih keabuan pada elemen ilustrasi kereta *Commuter*, dengan warna biru gelap.



Gambar 4.7. Analisis Warna Pada Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi

Gaya Generasi Urban

(Sumber : Penulis)

Warna yang digunakan pada ilustrasi kereta menggambarkan warna asli yang digunakan pada kereta *commuter*. Warna oranye dan putih memberikan kesan yang hangat terhadap visual. Warna pada ilustrasi stasiun Jogjakarta, Manggarai, dan Jakartakota menggunakan warna kombinasi biru muda dan variasi warna putih, dengan warna biru gelap pada *outlinenya*. Warna biru muda pada ilustrasi stasiun dan oranye pada ilustrasi kereta *commuter*, memberikan kontras terhadap visual, sehingga menciptakan harmonisasi visual. Warna hijau digunakan pada ilustrasi pendukung visual rumput, melambangkan pertumbuhan dan kesuburan. Warna hijau yang kontras dan berbeda dari warna ilustrasi lainnya, memberikan kesan rileksasi terhadap desain. *Font* pada ilustrasi menggunakan warna dominan putih dan biru gelap sebagai *outline* dari *font* tipografi, hal ini meningkatkan keterbacaan dari tipografi.

Warna keseluruhan pada Desain Visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban menggunakan warna sekunder oranye, yaitu warna kombinasi antara merah dan kuning, membuat visual dari elemen ilustrasi menjadi lebih kontras, sehingga mudah untuk dikenali dan lebih menarik perhatian pengguna. Warna tersier biru muda sebagai warna *background* dari ilustrasi, dan warna netral putih abu-abu menjadi *highlight*, dengan warna biru gelap yang menjadi warna dari *outline* desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban KAI *Commuter Line*.

D. Ilustrasi

Terdapat empat jenis kereta yang menjadi ilustrasi utama, yaitu KRL Lin Jabodetabek, KRL Lin Basoetta, KRL Lin Jogja, dan KA Prameks (Prambanan Ekspres).



Gambar 4.8. Analisis Elemen Ilustrasi Pada Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban
(Sumber : Penulis)

Ilustrasi kereta KAI *Commuter Line* dibuat secara horizontal, dengan menggunakan *flow* yang melengkung satu sama lain dan membentuk harmoni dalam ilustrasi. Ilustrasi kain batik yang membentang mengikuti ilustrasi kereta. Gaya ilustrasi yang digunakan pada gambar empat jenis kereta menggunakan gaya ilustrasi yang tegas. *Outline* pada ilustrasi menjadi garis yang berpengaruh pada ketegasan ilustrasi kereta *commuter*. Tipografi pada ilustrasi kereta menggambarkan keunggulan dari transportasi kereta *commuter* yaitu “Praktis, Cepat, dan Hemat”.



Gambar 4.9. Analisis Elemen Ilustrasi Pada Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban
(Sumber : Penulis)

Ilustrasi Stasiun Jogjakarta, Stasiun Manggarai, dan Stasiun Jakartakota yang menjadi *background* dari ilustrasi desain visual Kartu *Multi Trip* Gaya Generasi Urban. Ilustrasi stasiun dibuat horizontal, dengan secara berurutan dan berdekatan antar satu stasiun dengan stasiun lainnya. Gaya ilustrasi dibuat tegas dengan *outline*. Ilustrasi terletak pada dimensi terbelakang dari desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban. Warna biru muda dalam ilustrasi membuat kontras yang dinamis, memberi kesan menyegarkan.



Gambar 4.10. Analisis Elemen Ilustrasi Pada Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban
(Sumber : Penulis)

Ilustrasi suasana pengguna layanan kereta *Commuter Line* yang ada didalam kereta. Ada empat ilustrasi orang dewasa dan satu anak kecil yang sedang duduk didalam kereta. Terlihat ilustrasi tiga orang dewasa yang sedang duduk dengan nyaman didalam kereta, dan seorang ibu yang duduk bersama anaknya yang masih kecil. Objek pada ilustrasi digambarkan lengkap seperti suasana didalam gerbong kereta, yang terdapat tempat duduk, *hand grip*, dan jendela kereta. Dibagian belakang ilustrasi terdapat tipografi yang

bertuliskan “aman” dan “selamat”, selaras dengan ilustrasi orang yang duduk dengan tenang karena merasa aman dan nyaman menggunakan transportasi kereta *commuter*. Ilustrasi dibuat dengan gaya yang tegas menggunakan *outline*.

4.3.2. Penerapan Gestalt Pada Desain Visual Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban

KAI *Commuter Line* telah menjadi salah satu transportasi yang banyak digunakan untuk perjalanan darat antar kota. Fokus dari KAI *Commuter Line* adalah kualitas pelayanan yang selalu berinovasi, untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan pada penumpang saat menggunakan transportasi kereta *commuter*. Kartu *Multi Trip* (KMT) merupakan salah satu inovasi yang dikembangkan KAI *Commuter Line*. Pada awal rilis, Kartu *Multi Trip* (KMT) memiliki desain kartu yang standar dan formal. Seiring berjalannya waktu, KAI *Commuter Line* mulai mengeluarkan KMT dengan desain yang menarik, seperti pada desain Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban yang mewakili para generasi urban pengguna transportasi KAI *Commuter Line*. Desain visual KMT Edisi Gaya Generasi Urban memiliki elemen-elemen dengan penerapan gestalt.

A. *Similarity*

Pada desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban pola yang tercipta dari ilustrasi membentang secara horizontal. Ilustrasi kereta *commuter* menerapkan prinsip *similarity* dalam segi bentuk dan warna. Bentuk yang diciptakan dari ilustrasi kereta *commuter* (KRL Lin Jabodetabek dan KRL Lin Basoetta) memiliki kemiripan dalam segi bentuk dan warna, sehingga membuat pandangan mata mengelompokkan gambar tersebut sebagai sederet kereta. Ilustrasi kereta yang lainnya (KRL Lin Jogja dan KA Prameks) juga terdapat prinsip *similarity*, kemiripan dalam segi bentuk dan warna ilustrasi kereta *commuter*.

Ilustrasi *handgrip* pada suasana didalam kereta dengan bentuk dan pola yang konsisten. Prinsip kesamaan pada ilustrasi handgrip menciptakan sebuah kesatuan visual yang mudah dilihat dan dipahami.

Prinsip *similarity* pada tipografi berupa kesamaan warna. Tipografi pada desain visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban memiliki warna yang sama, yaitu menggunakan warna putih sebagai warna dasarnya, dan hitam sebagai warna *outlinenya*. Prinsip *similarity* pada tipografi membentuk kesamaan visual pada tipografi, membuat yang melihat tipografi tersebut sebagai visual yang mudah dikenali.



Gambar 4.11. Analisis Gestalt Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban

(Sumber : Penulis)

Ilustrasi semak-semak yang memiliki bentuk serupa dan warna yang sama, yaitu warna hijau. Prinsip *similarity* pada ilustrasi ini membuat visual sebagai sebuah kesatuan.

B. *Continuity*

Ilustrasi kain motif batik yang membentang, memiliki pola motif batik konsisten dan berulang pada bentuk dan warnanya. Prinsip

continuity pada ilustrasi kain motif batik yang diulang-ulang membentuk kontinuitas visual detail yang membuat mata pengamat dapat mengikuti alur visual dari elemennya.



Gambar 4.12. Analisis Gestalt Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban
(Sumber : Penulis)

Lengkungan dari ilustrasi kain batik dilanjutkan dengan ilustrasi visual jalur kereta yang melengkung, dan kereta yang sedang melintas. Penggunaan warna yang konsisten dan seragam pada tingkat kecerahannya, membuat mata mudah mengikuti pola warna yang berulang dari elemen ilustrasi.

C. *Proximity*

Ilustrasi stasiun-stasiun yang dilalui oleh kereta *commuter*, seperti Stasiun Jogjakarta, Stasiun Manggarai, dan Stasiun Jakartakota. Objek pada ilustrasi ini saling berdekatan dan cenderung dikelompokkan dalam satu kesatuan. Elemen visual stasiun yang berbeda-beda disusun secara berdekatan, sehingga menciptakan kesatuan visual. Warna yang digunakan pada elemen visual ini menggunakan tingkat kecerahan yang sama, menambah prinsip *proximity* dari ilustrasi.



Gambar 4.13. Analisis Gestalt Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban
(Sumber : Penulis)

Pada ilustrasi orang yang duduk didalam kereta pada ilustrasi cenderung dikelompokkan sebagai objek yang sama.



Gambar 4.14. Analisis Gestalt Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban
(Sumber : Penulis)

Elemen visual orang disusun sedemikian rupa dan berdekatan satu sama lainnya. Prinsip *proximity* pada ilustrasi orang yang duduk

didalam kereta membuat elemen visual menjadi kesatuan yang mudah dikenali.

D. Closure

Pada ilustrasi kereta *commuter*, elemen visual kereta *commuter* tidak lengkap seutuhnya, ada bagian yang terputus atau tidak ditampilkan. Bagian belakang kereta dari elemen visual kereta *commuter* tidak utuh, tetapi manusia akan cenderung melengkapi kekurangan yang dilihat, dan membentuk gambaran yang lengkap.



Gambar 4.15. Analisis Gestalt Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban
(Sumber : Penulis)

Ilustrasi jalur kereta yang melengkung secara horizontal terputus pada pertengahan, dan dilanjutkan dengan elemen visual motif kain batik. Elemen visual yang tidak lengkap karena adanya prinsip *closure* yang membuat bagian tidak lengkap dari elemen tersebut seakan dilengkapi oleh elemen visual motif kain batik.

Tipografi “aman selamat” yang sebagian hurufnya tertutup. Pada elemen tipografi terdapat prinsip *closure*, yang membuat pembaca

cenderung melengkapi huruf yang terlihat tidak lengkap. Ada beberapa huruf dari tipografi yang tertutup elemen visual lainnya, namun tetap dapat dipahami.

E. *Figure/Ground*



Gambar 4.16. Analisis Gestalt Desain Kartu *Multi Trip* (KMT) Edisi Gaya Generasi Urban

(Sumber : Penulis)

Perbedaan antara elemen utama dengan latar belakang terdapat pada elemen visual kereta *commuter* yang lebih menonjol dibandingkan dengan elemen visual lainnya, seperti visual suasana didalam kereta dan elemen visual stasiun. Prinsip *Figure/Ground* ini membuat visual dari ilustrasi menjadi lebih kontras. Objek utama ilustrasi lebih menonjol karena menggunakan *outline* yang tegas.

4.3.3. Upaya KAI *Commuter Line* dalam mempertahankan *Brand Image* melalui desain Kartu *Multi Trip* (KMT)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rizky Fauzi, S.Ikom., M.Ikom. selaku akademisi Ilmu Komunikasi, upaya KAI *Commuter Line* dalam mempertahankan *Brand Image* sudah cukup baik dengan memenuhi beberapa indikator *Brand Image*, seperti

Keunggulan Merek (*Favorable*), Kekuatan Merek (*Strenght*), Keunikan Merek (*Uniqueness*).

1) Keunggulan Merek (*Favorable*)

Dalam mempertahankan *Brand Image*, ada beberapa hal yang dilakukan KAI *Commuter Line* seperti konsistensi dari layanan yang dilakukan oleh KAI *Commuter Line*, dari yang disampaikan dalam wawancara Bapak Rizky Fauzi mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dari suatu perusahaan dapat berdampak besar terhadap *Brand Image* perusahaan tersebut. Selain kualitas pelayanan, KAI *Commuter Line* melakukan inovasi terhadap produknya, seperti inovasi pada fasilitas moda transportasi keretanya, hingga inovasi pembayaran. Inovasi produk tersebut juga dilakukan dalam segi desain produk, yaitu desain produk kartu *Multi Trip* yang bervariasi.

Inovasi desain kartu *Multi Trip* tersebut diterapkan pada kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban. Kemudian wawancara Rifqi Herdandi sebagai perancang desain mengatakan bahwa banyak elemen dari desain kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban yang merepresentasikan fasilitas dan layanan dari KAI *Commuter Line*, seperti ilustrasi fasilitas interior kereta yang membuat penumpang nyaman, dan layanan dari KAI *Commuter Line* berupa tipografi. Hal tersebut menjadi keunggulan dalam mempertahankan *Brand Image* dari KAI *Commuter Line*.

2) Kekuatan Merek (*Strenght*)

Membangun *Brand Image* bagi suatu perusahaan adalah hal yang penting, karena *Brand Image* merupakan representasi dari perusahaan tersebut. Sebagai akademisi Ilmu Komunikasi Bapak Rizky Fauzi juga mengatakan bahwa *Brand Image* yang baik dapat membentuk loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

KAI *Commuter Line* berupaya mempertahankan *Brand Image* dengan konsisten terhadap kualitas pelayanan produknya, sehingga

pengguna akan menjadikan *top of mind* KAI *Commuter Line* sebagai produk jasa transportasi darat yang mengedepankan kemudahan dan kenyamanan. Kemudahan pengguna dalam menggunakan produk juga diterapkan pada kartu *Multi Trip* yang memudahkan pengguna dalam transaksi tiket perjalanan.

3) Keunikan Merek (*Uniqueness*)

Dalam mempertahankan *Brand Image*, KAI *Commuter Line* melakukan inovasi pada produknya, seperti inovasi pada desain produk kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban yang berupaya untuk merepresentasikan fasilitas dan layanan KAI *Commuter Line*. Dalam wawancara, Bapak Rizky Fauzi mengatakan bahwa desain produk sangat berpengaruh dalam mempertahankan *Brand Image* suatu perusahaan. Desain produk yang unik akan menjadikannya *top of mind* dari merek tersebut, keunikan dari sebuah desain dapat dilihat dari berbagai hal. Pada kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban memiliki keunikan sendiri dalam segi desain yang berbeda dari desain-desain kartu *Multi Trip* edisi sebelumnya. Pada wawancara dengan Rifqi Herdandi perancang desain mengatakan bahwa pada kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban dibuat lebih *colorful* agar memiliki kesan yang ceria dan dinamis. Keunikan pada desain kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban juga disampaikan dalam elemen-elemen ilustrasi dan tipografi pada desain. Elemen ilustrasi tersebut menggambarkan tentang kualitas pelayanan dan fasilitas KAI *Commuter Line*. Hal ini menjadikan kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban berbeda dari kartu *Multi Trip* edisi lainnya.