

PERANCANGAN *E-GUIDEBOOK* UNTUK Mendukung Efisiensi Penyampaian Informasi pada Tur Bus SURABAYA *SIGHTSEEING CITY TOUR (SSCT)*

Muhammad Iqbal Efendi¹, Irhamna Nirbhaya Carecca²

^{1,2}Program Studi Desain Grafis, Fakultas Vokasi
Universitas Negeri Surabaya
Email: muhammad.21016@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT) merupakan program wisata kota yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk memperkenalkan sejarah dan budaya melalui rute bus wisata. Saat ini, penyampaian informasi selama tur masih mengandalkan penjelasan lisan pemandu, yang memiliki keterbatasan waktu, efisiensi, dan bahasa. Penelitian ini bertujuan merancang *e-guidebook* sebagai media digital pendukung tur SSCT. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, studi literatur, dan analisis desain dengan pendekatan 5W+1H. Hasil perancangan berupa *e-guidebook* digital yang dapat diakses wisatawan melalui perangkat pribadi, berisi informasi sejarah dan destinasi wisata, dilengkapi foto, infografik, dan narasi dwibahasa (Indonesia–Inggris). *E-guidebook* ini mendukung fungsi edukatif dan promosi wisata serta memberikan pengalaman wisata yang lebih mandiri, informatif, dan modern.

Kata Kunci: *e-guidebook*; Pariwisata; Surabaya; Sejarah; Digital.

Abstract

Surabaya Sightseeing Citytour (SSCT) is a city tour program organized by the Surabaya City Government to introduce history and culture through a bus route. Currently, the delivery of information relies on verbal explanations from tour guides, which are limited by time, efficiency, and language barriers. This study aims to design an e-guidebook as a digital medium to support the SSCT tour. The methods used include observation, interviews, literature study, and design analysis using the 5W+1H approach. The result is a digital e-guidebook accessible via tourists' personal devices, containing historical and tourist destination information, complemented with photos, infographics, and bilingual narratives (Indonesian–English). This e-guidebook serves both educational and promotional functions and provides a more independent, informative, and modern tourism experience.

Keyword: *e-guidebook*; Tourism; Surabaya; History; Digital

PENDAHULUAN

Kota Surabaya sebagai kota metropolitan dan pusat pemerintahan Provinsi Jawa Timur memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Selain dikenal sebagai kota perdagangan dan industri, Surabaya juga kaya akan peninggalan sejarah, budaya, dan landmark ikonik yang menjadi daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Pemerintah Kota Surabaya secara aktif mengembangkan potensi ini melalui berbagai program wisata edukatif, salah satunya adalah Surabaya *Sightseeing City Tour (SSCT)*, yaitu layanan bus wisata tingkat gratis yang mengajak pengunjung menjelajahi titik-titik penting kota, seperti Tugu Pahlawan, Balai Kota, Museum Siola, dan lainnya. Layanan ini dirancang tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran sejarah dan budaya kota.

Namun, dalam pelaksanaannya, penyampaian informasi selama tur masih bergantung pada narasi

lisan dari pemandu wisata (*tour guide*). Hal ini menghadirkan sejumlah kendala, seperti keterbatasan waktu, kesulitan dalam menjangkau seluruh penumpang secara optimal, serta hambatan bahasa, khususnya bagi wisatawan asing. Tidak semua informasi dapat tersampaikan secara menyeluruh, terutama ketika kondisi perjalanan tidak kondusif, seperti suara kendaraan yang bising atau wisatawan yang duduk di bagian belakang bus. Selain itu, belum tersedia media pendukung digital yang dapat diakses secara mandiri untuk memperkaya pemahaman pengunjung.

Di tengah perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi media, penyediaan media informasi visual interaktif menjadi kebutuhan yang mendesak dalam sektor pariwisata. Kehadiran media digital seperti *e-guidebook* dapat menjadi solusi efektif untuk mengatasi keterbatasan penyampaian informasi secara lisan. *E-guidebook* merupakan panduan elektronik yang dapat diakses melalui perangkat pribadi wisatawan, seperti smartphone atau tablet, dan dirancang untuk memberikan informasi yang lengkap, menarik, dan komunikatif dalam dua bahasa (Indonesia–Inggris). Dengan dukungan tampilan visual berupa foto, ilustrasi, ikon, hingga infografik, *e-guidebook* mampu menghadirkan pengalaman wisata yang lebih informatif, personal, dan modern.

Oleh karena itu, perancangan *e-guidebook* digital untuk SSCT ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi penyampaian informasi, tetapi juga mendukung citra Kota Surabaya sebagai kota wisata yang ramah teknologi, serta memperkuat upaya promosi pariwisata yang adaptif terhadap kebutuhan wisatawan era digital.

KERANGKA TEORETIS

E-Guidebook

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa *e-guidebook* dapat menjadi solusi efektif dalam penyebaran informasi wisata. Nida Ul'inayah (2023), dalam karyanya *Perancangan E-Guidebook Wisata Palabuhanratu*, menghasilkan panduan digital untuk mengatasi overtourism dengan mendistribusikan arus wisatawan ke destinasi alternatif. Studi serupa dilakukan oleh Tiara Fadila Distria (2021) berjudul *Perancangan E-Guidebook Bandung Selatan*, yang bertujuan mempromosikan kawasan Bandung Selatan sebagai alternatif destinasi wisata untuk mengurangi kepadatan di Bandung Utara. Keduanya menekankan pentingnya penyampaian informasi yang menarik dan komprehensif serta visual yang komunikatif. *E-guidebook* dirancang agar mudah diakses, informatif, dan membantu pengalaman wisata yang lebih mendalam dan mandiri. *E-guidebook* adalah panduan digital berisi informasi seputar destinasi wisata, akomodasi, transportasi, dan layanan pendukung lainnya, yang dapat diakses secara praktis melalui perangkat digital seperti ponsel atau tablet. Distria *et al.* (2021) menyatakan bahwa *e-guidebook* dapat menjadi pusat informasi sekaligus alat promosi pariwisata yang efektif. Sementara itu, Arief *et al.* (2021) menambahkan bahwa *e-guidebook* juga mempermudah wisatawan dalam merencanakan perjalanan melalui informasi lengkap mengenai jalur, objek wisata, dan fasilitas, sehingga mendorong peningkatan kunjungan.

Wisata Bus City Tour

Menurut Afifah & Anggraini (2022), *City Tour Bus* adalah layanan transportasi wisata yang memungkinkan wisatawan berkeliling kota dan mengunjungi destinasi utama dengan nyaman. Layanan ini kerap dilengkapi pemandu wisata atau sistem informasi audio otomatis yang memberikan pengetahuan tentang sejarah, budaya, dan keunikan kota. Setiawan *et al.* (2021) menyebutkan bahwa kehadiran pemandu wisata dapat meningkatkan makna dan nilai edukatif dari tur tersebut. Putra & Wahyuni (2023) juga menekankan bahwa *City Tour Bus* di kota-kota besar seperti Surabaya menjadi daya tarik utama yang mendorong pertumbuhan wisata kota.

Desain Sampul

Desain sampul dalam *e-guidebook* merupakan elemen visual pertama yang menentukan daya tarik pengguna. Refyan, Noviana, dan Resmisari (2023) menyebut bahwa desain sampul harus sesuai dengan karakter audiens dan tema, mencakup elemen penting seperti judul, ilustrasi, tipografi, serta komposisi visual yang kuat. Wardaya (2020) menambahkan bahwa ilustrasi yang tepat dapat membangun keterlibatan emosional pembaca dan meningkatkan pemahaman isi buku. Sampul yang efektif mampu menyampaikan pesan utama dan membentuk persepsi awal pengguna terhadap isi panduan.

Layout

Layout adalah penyusunan elemen-elemen visual seperti teks, gambar, dan grafis agar informasi dapat tersampaikan secara jelas dan menarik. Gumelar (2014) menjelaskan bahwa tata letak merupakan refleksi dari identitas pembaca dan berpengaruh besar terhadap keterbacaan serta daya tarik visual. Warna, tipografi, dan gambar adalah tiga elemen utama yang harus dirancang secara harmonis.

Warna

Warna merupakan elemen penting dalam desain visual yang tidak hanya berfungsi sebagai aspek estetika, tetapi juga memengaruhi persepsi, suasana hati, dan pemahaman audiens terhadap informasi yang disampaikan. Menurut Pujiyanto (2019), pemilihan warna yang tepat dapat meningkatkan keterbacaan, memperjelas pesan, serta menciptakan emosi atau nuansa tertentu. Dalam konteks *e-guidebook*, warna dapat digunakan untuk membedakan kategori informasi, menarik perhatian, serta membentuk identitas visual yang konsisten dan mudah dikenali.

Tipografi

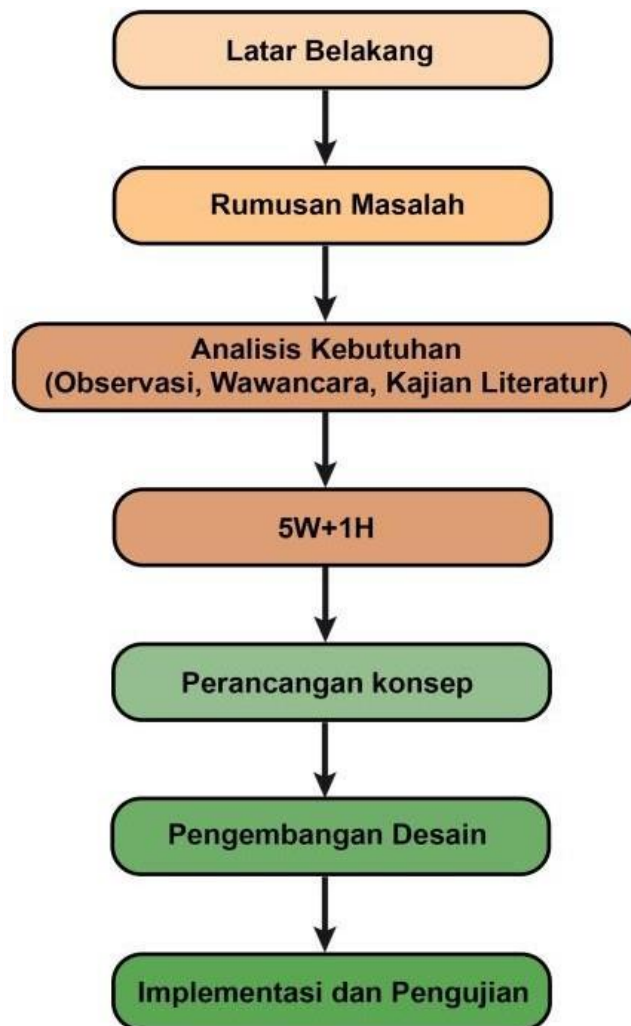
Tipografi adalah seni dan teknik dalam mengatur huruf dan teks untuk menyampaikan pesan secara visual dan komunikatif. Brewer (1971) menyatakan bahwa tipografi mencakup pemilihan jenis huruf, pengaturan baris teks, serta struktur dan pola halaman. Tipografi yang baik tidak hanya meningkatkan keterbacaan, tetapi juga menciptakan harmoni visual. Iswanto (2023) menegaskan bahwa penguasaan tipografi akan memperkuat kualitas estetika dan efektivitas pesan dalam desain visual, serta membangun citra profesional dari sebuah produk komunikasi visual seperti *e-guidebook*.

Gambar

Gambar memiliki peran vital dalam memperkuat pesan visual dan menarik perhatian audiens. Menurut Birtanol *et al.* (2024), penggunaan gambar dengan resolusi tinggi, pencahayaan yang baik, dan komposisi yang tepat sangat penting untuk menghasilkan desain yang profesional dan efektif. Gambar yang relevan dan berkualitas dapat memperjelas narasi, membangun suasana, serta meningkatkan keterlibatan audiens, khususnya dalam media digital. Dalam *e-guidebook*, gambar berfungsi tidak hanya sebagai ilustrasi, tetapi juga sebagai alat bantu visual untuk memperkuat isi dan meningkatkan pengalaman pengguna.

METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis perancangan media visual yang bertujuan untuk menghasilkan *e-guidebook* digital sebagai media pendukung informasi wisata bagi pengunjung Surabaya *Sightseeing City Tour* (SSCT).



Gambar 1. Tabel Skematika Perancangan
(Sumber: Dokumen Penulis)

Lokasi pengumpulan data dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya yang beralamat di Gedung Siola, Jl. Tunjungan No.1-3 lantai 2, Genteng, Surabaya, Jawa Timur 60275. Lokasi ini dipilih karena merupakan instansi pengelola utama program SSCT, sekaligus pusat informasi mengenai rute, operasional, serta kebijakan wisata kota Surabaya. Metode pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengikuti langsung perjalanan tur bus SSCT untuk mengamati interaksi antara pemandu wisata dan wisatawan, termasuk cara penyampaian informasi, tingkat keterlibatan pengunjung, hingga penggunaan media atau alat bantu selama tur berlangsung.

Selain itu, diamati pula bagaimana perilaku wisatawan dalam mencari informasi tambahan selama mengunjungi destinasi wisata. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, pemandu wisata (*tour guide*), serta wisatawan SSCT untuk menggali pengalaman mereka terkait penyampaian informasi, kendala yang dihadapi, serta harapan mereka terhadap media pendukung yang ideal. Data sekunder diperoleh melalui kajian literatur dan dokumentasi. Kajian literatur melibatkan pencarian sumber dari internet berupa jurnal, artikel, dan studi kasus terkait penerapan *e-guidebook* dalam sektor pariwisata, digitalisasi layanan *city tour*, serta contoh implementasi serupa di kota lain. Informasi mengenai SSCT juga diperoleh dari situs resmi Pemkot

Surabaya, media sosial Disbudpar, serta artikel berita terkait. Dokumentasi yang dikumpulkan meliputi arsip kegiatan SSCT, laporan program, materi panduan wisata, serta dokumentasi visual berupa foto pelaksanaan tur sebelumnya.

Teknik analisis data menggunakan pendekatan 5W+1H (*What, Why, When, Where, Who, dan How*) sebagai dasar dalam merumuskan solusi dari permasalahan keterbatasan informasi selama tur. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi akar masalah dan mengembangkan struktur informasi dalam *e-guidebook* agar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Proses perancangan *e-guidebook* dimulai dari tahap analisis kebutuhan, meliputi observasi, wawancara, dan studi literatur untuk memahami konteks permasalahan dan karakteristik pengguna. Selanjutnya dilakukan perancangan konsep yang mencakup penentuan tujuan, fitur utama, format visual, serta platform digital yang akan digunakan. Tahap berikutnya adalah pengembangan desain, yaitu penyusunan antarmuka visual yang *user-friendly*, pemilihan warna dan tipografi yang sesuai dengan identitas kota Surabaya, serta integrasi elemen interaktif. Setelah itu, dilakukan uji coba terhadap wisatawan dan pengelola SSCT untuk mengevaluasi efektivitas informasi dan tampilan *e-guidebook*. Hasil evaluasi menjadi dasar untuk penyempurnaan desain sebelum implementasi penuh. Dengan skema ini, *e-guidebook* diharapkan mampu menghadirkan pengalaman wisata yang lebih informatif, modern, dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Wawancara dengan Kak Nabil dari Disbudporapar Kota Surabaya mengungkap bahwa Surabaya *Sightseeing Citytour* (SSCT) merupakan program city tour edukatif dengan bus khusus, menyusuri lokasi ikonik seperti Tugu Pahlawan, Balai Kota, dan Gedung Siola. Layanan ini didampingi dua tour guide, dan ditujukan bagi masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, dan wisatawan lokal maupun mancanegara. Pemesanan tiket dilakukan melalui situs resmi Tiket Wisata Surabaya. Namun, beberapa tantangan ditemukan, seperti penyampaian informasi yang bergantung penuh pada narasi lisan tour guide, keterbatasan penguasaan materi sejarah oleh pemandu baru, serta kendala bahasa bagi wisatawan asing.

Observasi lapangan menunjukkan layanan berjalan tertib, namun sebagian wisatawan kesulitan menangkap informasi ketika kondisi jalan bising atau duduk di posisi belakang. Tidak adanya media informasi pendamping juga menjadi hambatan tersendiri dalam memperdalam pemahaman wisatawan tentang destinasi. Dokumentasi kegiatan dilakukan dalam bentuk foto dan video selama proses wawancara dan perjalanan SSCT. Hasil dokumentasi ini menjadi bahan pengembangan media visual pendukung, khususnya *e-guidebook*. Berdasarkan temuan tersebut, dirumuskan kebutuhan akan *e-guidebook* sebagai media digital yang informatif, bilingual, dan mudah diakses melalui perangkat pribadi. Media ini diharapkan dapat menjembatani keterbatasan penyampaian informasi dan meningkatkan pengalaman wisata secara mandiri. Desain *e-guidebook* menggunakan pendekatan visual kolase dinamis yang memadukan foto dokumentatif, infografik, ikon, dan teks dalam komposisi yang tidak kaku. Warna dominan krem dipilih untuk kesan hangat dan bersih, dengan aksen merah untuk penekanan informasi penting. Dari sisi tipografi, digunakan *font* Newake untuk judul dan subjudul agar terlihat tegas dan modern, serta Arial untuk teks isi karena netral dan mudah dibaca. Tata letak menggunakan pendekatan modular acak untuk menghindari kesan monoton dan menjaga ritme visual.



Gambar 2. Font Newake
(Sumber: Google)



Gambar 3. Pallet Warna
(Sumber: Dokumen Penulis)

a. *E-Guide Book* Tus Bus SSCT

Pada Karya yang dihasilkan dalam perancangan ini berupa media informasi digital berbentuk *E-Guidebook* untuk program *Surabaya Sightseeing City Tour* (SSCT). *E-guidebook* ini dirancang dalam format PDF interaktif sebanyak 10 halaman terpisah, dengan setiap file mewakili satu topik atau destinasi wisata yang dilalui oleh rute bus SSCT. Satu *file* pertama berisi informasi umum mengenai SSCT itu sendiri, meliputi pengenalan layanan, jadwal pemberangkatan, alur pemesanan tiket, serta syarat dan ketentuan bagi wisatawan. Sembilan *file* lainnya secara khusus membahas masing-masing destinasi wisata yang dilewati, yaitu Balai Pemuda, Tugu Pahlawan, Museum Olahraga Surabaya, Museum dr. Soetomo, Museum Pendidikan, Peneleh *Heritage*, Kota Lama Surabaya, Museum Polrestabes Surabaya, dan Museum Djasas Bank. Setiap halaman *e-guidebook* destinasi dilengkapi dengan informasi sejarah tempat, jam operasional, harga tiket masuk, fasilitas yang tersedia, serta fakta-fakta menarik yang dapat memperkaya pengalaman wisatawan.

Penyusunan konten dilakukan secara visual dan naratif, dengan pendekatan dwibahasa (Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris), serta diperkaya dengan ilustrasi foto, ikon, dan infografik yang mendukung keterbacaan dan daya tarik media. Dengan demikian, *e-guidebook* ini diharapkan mampu menjadi panduan informatif yang modern, praktis, dan mendukung pengalaman wisata yang lebih mandiri serta menyenangkan.



Gambar 4. Desain *E-guidebook* pertama
(Sumber: Dokumen Penulis).

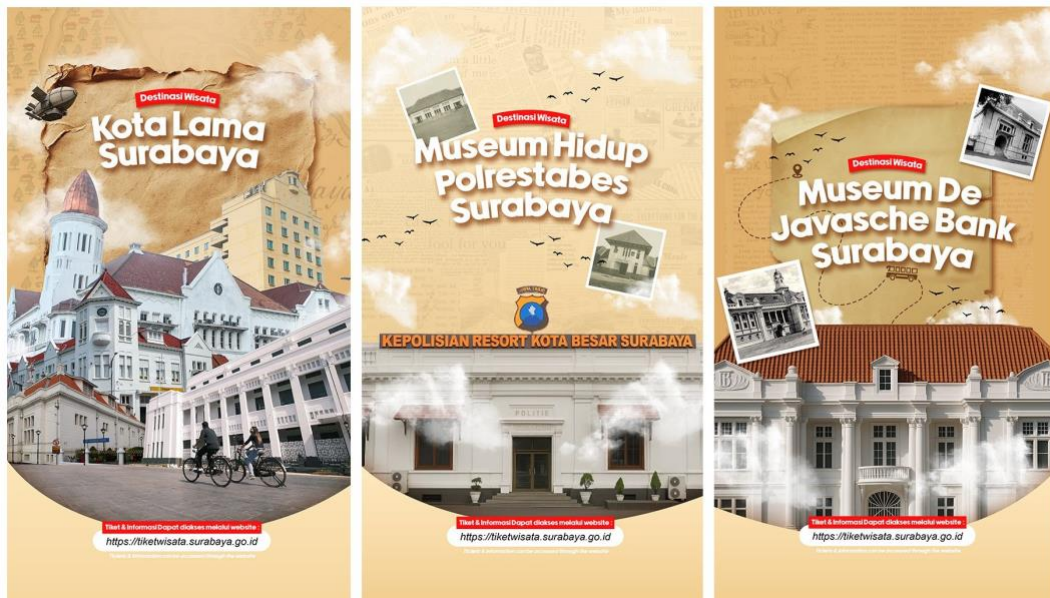
Pesan akan disampaikan secara verbal melalui teks naratif yang bersifat informatif dan deskriptif, menggunakan bahasa Indonesia yang komunikatif dan dilengkapi terjemahan bahasa Inggris untuk memudahkan wisatawan mancanegara. Gaya bahasa dibuat ringan, tidak kaku, dan mudah dipahami, sehingga tetap menarik untuk dibaca oleh berbagai kalangan usia. Penyampaian isi disusun seperti alur cerita, agar wisatawan seolah diajak berpetualang mengenal Surabaya secara bertahap.

Secara visual, tampilan *e-guidebook* memadukan foto dokumentasi destinasi wisata dengan infografik sederhana yang menjelaskan informasi penting seperti sejarah, fungsi, dan fakta menarik dari tempat-tempat yang dikunjungi.

“Perancangan *E-Guidebook* untuk Mendukung Efisiensi Penyampaian Informasi Pada Tur Bus Surabaya
Sightseeing City Tour (SSCT)”



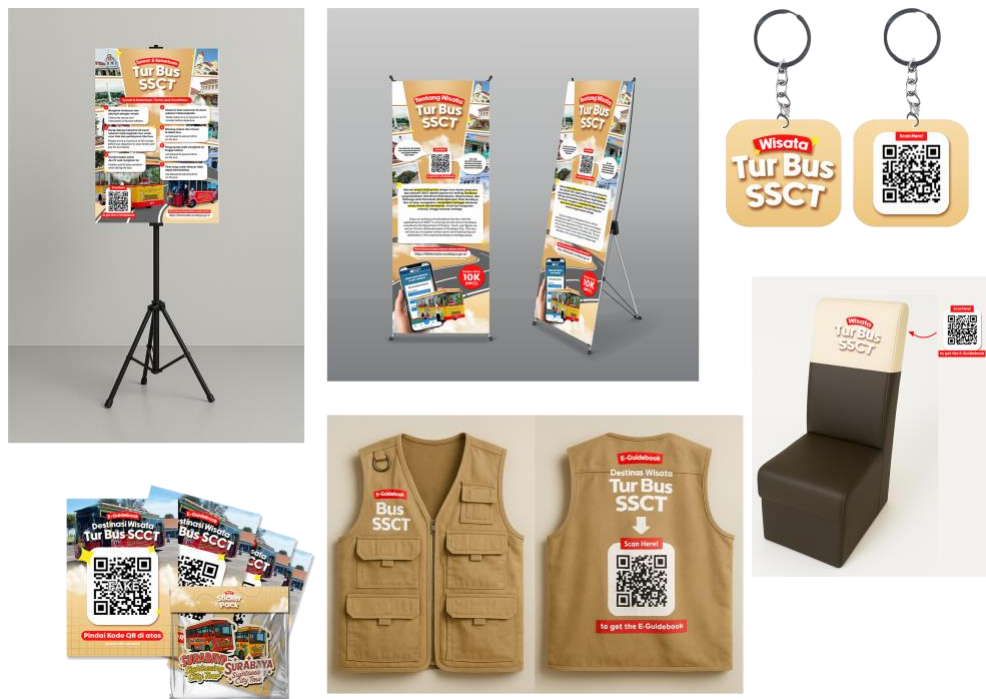
Gambar 5. Desain *E-guidebook* kedua
(Sumber: Dokumen Penulis)



Gambar 6. Desain *E-guidebook* ketiga
(Sumber: Dokumen Penulis)

Warna dominan krem dipilih untuk menciptakan kesan hangat dan bersih, sementara aksesoris merah digunakan secara selektif untuk penekanan informasi penting dan visual *highlight*. Tidak digunakan ilustrasi ikon kota karena visual lebih menekankan dokumentasi nyata. Tata letak disusun secara variatif agar tidak monoton dan mampu menciptakan pengalaman visual yang dinamis. Setiap halaman dirancang dengan komposisi berbeda agar pembaca tidak merasa bosan.

b. Media Penunjang



Gambar 7. Desain Media Penunjang
(Sumber: Dokumen Penulis)

Dalam mendukung penyebaran informasi dan meningkatkan aksesibilitas terhadap *E-Guidebook* Surabaya *Sightseeing City Tour* (SSCT), sejumlah media penunjang dirancang secara strategis dengan mengedepankan integrasi visual dan fungsi promosi. Salah satu media utamanya adalah poster tripod stand yang dipasang di titik awal pemberangkatan, yakni di *Tourism Information Center* (TIC) Balai Pemuda Surabaya. Poster ini dicetak dalam ukuran A2 atau A1 menggunakan bahan kaku dan ditampilkan pada tripod stand dengan desain visual menarik yang konsisten dengan tampilan *e-guidebook*. Elemen penting dalam desain poster meliputi QR code besar yang mudah dipindai, logo SSCT, ilustrasi kota Surabaya, serta ajakan singkat seperti “Scan di sini untuk panduan digitalmu!”.

Selain itu, tersedia *sticker pack* sebagai *merchandise* SSCT yang memuat ilustrasi bus serta tipografi bertema tur kota. Salah satu stiker dalam set tersebut juga menyertakan QR code yang langsung terhubung ke *e-guidebook*. Dicetak dengan ukuran $\pm 10.5 \times 14.8$ cm dan bahan tahan air, stiker ini menjadi media promosi praktis yang bisa dibawa pulang oleh wisatawan. Untuk memperkuat kehadiran visual di ruang publik, X-Banner berukuran 60 x 160 cm juga disiapkan dan ditempatkan di titik strategis seperti lobi TIC dan jalur wisatawan. Banner ini menampilkan ilustrasi kota Surabaya, QR code, serta pesan persuasif seperti “Kenali Surabaya Lebih Dekat – Scan di sini”.

Identitas visual SSCT juga diterapkan dalam bentuk rompi *tour guide*, di mana bagian belakang rompi dicetak QR code yang bisa dipindai langsung oleh peserta selama perjalanan berlangsung. Hal ini memudahkan wisatawan mengakses informasi digital tanpa perlu bertanya secara langsung. Tidak hanya itu, sarung kursi bus juga didesain secara khusus dengan mencantumkan QR code pada bagian belakang sandaran kursi, sehingga penumpang dapat memindainya langsung dari tempat duduk. Sebagai pelengkap, tersedia gantungan kunci bertema SSCT yang dijual sebagai *merchandise*, dan sekaligus menjadi media promosi digital berkelanjutan karena juga dilengkapi QR code pengarah ke *e-guidebook*. Kombinasi seluruh media penunjang ini dirancang agar saling terintegrasi dalam menyampaikan

informasi secara modern, menarik, dan mudah diakses oleh wisatawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan *e-guidebook* untuk program Surabaya *Sightseeing City Tour* (SSCT) menghasilkan media informasi digital yang bertujuan mendukung efisiensi penyampaian informasi wisata selama tur berlangsung. *E-guidebook* dirancang dalam format interaktif dan multi bahasa (Bahasa Indonesia–Inggris), memuat informasi sejarah, deskripsi destinasi, dan elemen visual pendukung seperti foto, ikon, serta infografik. Perancangan ini dilatarbelakangi oleh kendala penyampaian informasi secara lisan oleh tour guide yang terbatas dalam hal waktu, jangkauan suara, serta hambatan bahasa bagi wisatawan asing. Media ini diharapkan mampu meningkatkan kemandirian wisatawan dalam mengakses informasi, sekaligus mendukung citra Kota Surabaya sebagai destinasi wisata yang adaptif terhadap era digital.

Desain visual *e-guidebook* mengusung gaya kolase dinamis yang bersifat eksploratif dan ekspresif. Elemen-elemen seperti foto dokumentatif, infografik sederhana, ikon/symbol, dan teks dikolaborasikan dalam satu komposisi yang tidak kaku dan mengikuti alur visual yang cair. Gaya ini dipilih untuk memberikan kesan hidup, penuh energi, dan tidak membosankan, sejalan dengan semangat perjalanan wisata kota yang aktif dan beragam. Penggunaan ikon atau simbol juga menambah keragaman visual sekaligus membantu memperjelas informasi dalam *e-guidebook*. Pendekatan kolase memungkinkan desainer mengeksplorasi kebebasan tata letak yang tidak terikat *grid formal*, namun tetap memperhatikan keterbacaan dan kenyamanan visual pembaca.

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan media informasi wisata berbasis digital, khususnya dalam konteks *city tour* di kota-kota besar. Untuk pengembangan selanjutnya, diperlukan eksplorasi format media yang lebih interaktif seperti video, audio narasi, atau integrasi ke dalam aplikasi *mobile* agar pengalaman wisata semakin imersif. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada ruang lingkup distribusi serta belum dilakukannya evaluasi jangka panjang terhadap efektivitas media. Oleh karena itu, disarankan kepada instansi terkait untuk melakukan uji coba langsung terhadap wisatawan serta memperluas kolaborasi dengan pengembang digital guna memperbarui konten secara berkala. Selain itu, model *e-guidebook* ini juga dapat diadaptasi untuk program wisata lain yang diselenggarakan Pemerintah Kota Surabaya maupun daerah lain di Indonesia.

REFERENSI

- Afifah, N., & Anggraini, N. (2022). Efektivitas Layanan City Tour Bus dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kota. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 10(2), 112–122.
- Arief, F., Kurniawan, D., & Sari, M. (2021). Digital Tourism: Perancangan E-Guidebook Destinasi Wisata Alam. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 9(1), 43–52.
- Birtanol, T., Wijaya, A., & Hamzah, D. (2024). Visual Komunikasi dalam Media Digital: Studi Kasus Penggunaan Gambar pada Panduan Wisata. *Jurnal Desain & Teknologi Kreatif*, 6(1), 55–66.
- Brewer, J. M. (1971). *Handbook of Typography: Principles and Application*. New York: Harper & Row.
- Distria, T. F. (2021). Perancangan E-Guidebook Bandung Selatan Sebagai Media Informasi dan Promosi Wisata Alternatif. *Jurnal Desain Grafis Nusantara*, 7(2), 88–97.
- Gumelar, R. (2014). Prinsip Layout dalam Desain Grafis. *Jurnal Seni & Desain*, 3(1), 34–40.
- Iswanto, T. (2023). Tipografi sebagai Unsur Visual dalam Desain Komunikasi Modern. *Jurnal Kreativitas Visual*, 4(2), 101–109.
- Kris. (2022). Katalog: Pengertian, Manfaat, dan Fungsinya. *Kumparan*. <https://kumparan.com/berita-terkini/katalog-pengertian-manfaat-dan-fungsinya-1zCz7oYgV5P/full>
- Nida Ul'inayah. (2023). Perancangan E-Guidebook Wisata Palabuhanratu Sebagai Upaya Distribusi Arus Wisata. *Jurnal Desain Interaktif*, 5(1), 23–32.
- Pemerintah Kota Surabaya. (2024). *Program SSCT (Surabaya Sightseeing City Tour)*. Diakses dari <https://surabaya.go.id>
- Pujiyanto, S. (2019). Psikologi Warna dalam Desain Visual. *Jurnal Desain & Psikologi Komunikasi*, 8(1), 19–28.

- Putra, R., & Wahyuni, S. (2023). City Tour Bus Sebagai Media Edukasi dan Hiburan Wisata Kota Surabaya. *Jurnal Transportasi dan Pariwisata*, 12(3), 134–145.
- Refyan, D., Noviana, I., & Resmisari, A. (2023). Estetika Desain Sampul pada Buku Panduan Wisata. *Jurnal Estetika Desain Visual*, 2(2), 56–64.
- Setiawan, A., Maharani, D., & Santoso, B. (2021). Peran Pemandu Wisata dalam Meningkatkan Nilai Edukasi City Tour. *Jurnal Pariwisata Edukasi*, 5(1), 77–85.
- Wardaya, H. (2020). Ilustrasi dalam Buku Panduan: Fungsi, Estetika, dan Keterlibatan Emosional. *Jurnal Komunikasi Visual Nusantara*, 6(2), 45–53.