PERSEPSI PENGUNJUNG TENTANG DAYA TARIK VISUAL AREA FOTO DI HEHA SKYVIEW

Andre Dwinanda Wisista[1], Stefy Prasasti Anggraeni[2], dan Aris Ryant Kurniawan[3]
[1]Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia
[1]Surel: 20512001@students.uii.ac.id

***ABSTRAK**: HeHa Skyview adalah sebuah tempat yang menawarkan view pemandangan langit di atas Kota Jogja. View merupakan hal yang sangat penting bagi tempat rekreasi ini, maka dari itu preferensi dan persepsi daya tarik visual pengunjung sangat penting untuk diketahui. daya tarik visual dari tempat ini sangat kuat, meskipun jauh dari perkotaan, rutenya susah, dan berbayar, tempat ini masih sangat diminati oleh masyarakat Jogja maupun dari luar kota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi daya tarik visual pengunjung di HeHa Skyview dan untuk mengetahui preferensi visual yang menarik bagi pengunjung di HeHa Skyview. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kualitiatif dan kuantitatif yaitu dengan pengamatan langsung penulis dan didukung dengan perhitungan data hasil wawancara dengan kuesioner. Untuk mempelajari preferensi dan persepsi daya tarik visual pengunjung, teknik analisis yang digunakan yaitu dengan daftar pustaka melalui artikel dan jurnal di internet, penulis juga melakukan observasi di lokasi penelitian dan mengambil data dengan kuesioner. Hasil yang didapat HeHa Skyview ini yang manjadi atraksi utamanya adalah landscape alam hijaunya dan fitur geografisnya yang berkontur sehingga mendukung tempat ini untuk memperlihatkan pemandangan landscape alamnya menjadi lebih luas. Maka dari itu, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik dari setiap area foto di HeHa Skyview ini sangat terpengaruh oleh adanya pemandangan di sekitaran area tersebut, dilihat dari komposisi, proporsi, keseimbangan, maupun warna yang dihasilkan dari pemandangan tersebut, hasilnya sangat krusial bagi persepsi visual yang ditimbulkan oleh pengunjung.*

Kata kunci: Daya Tarik, Persepsi, Preferensi, Visual

PENDAHULUAN

HeHa Skyview adalah salah satu destinasi wisata yang berada di Kota Jogja. Di HeHa Skyview, *selling point* utamanya adalah pemandangan alam indah yang ditawarkan. Meskipun tempatnya yang relatif jauh dari perkotaan, rutenya yang menanjak-nanjak, dan berbayar tempat ini tetap dipenuhi oleh pengunjung yang ingin menikmati keindahan pemandangan alam di Jogja. Untuk menunjang keindahan visual tersebut, maka disediakan banyak fasilitas untuk berfoto dan bersantai menikmati pemandangan di dalam area yang disediakan oleh HeHa Skyview. Masing-masing area foto memiliki latar, fasilitas, dan suasana yang berbeda membuat pengunjung memiliki banyak pilihan dan bisa memilih sesuai preferensi mereka sendiri. Area foto yang latar, pencahayaan, dan suasananya yang berbeda-beda pun di setiap tempatnya menimbulkan perbedaan persepsi yang berbeda-beda bagi pengunjung. Pengunjung hanya menginginkan apa yang ingin dilihat oleh mereka, yang kemudian menyebabkan stimulus lain melemah dan stimulus yang ingin mereka perhatikan akan menonjol dengan kesadaran mereka, Andersen dan Rakhmat dalam (Prastyo, 2021). Di beberapa area foto di HeHa Skyview ini ada yang menjadi favorit dan ada juga yang area fotonya sangat sepi pengunjung padahal sama-sama memiliki pemandangan alam unggul. Maka dari itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi daya tarik visual pengunjung dan juga preferensi visual yang menarik bagi pengunjung di HeHa Skyview, karena kedua hal tersebut merupakan hal yang

penting untuk diketahui agar bisa jadi bahan evaluasi tempat rekreasi yang menjual pemandangan. Masyarakat yang diteliti adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke HeHa Skyview dari kalangan mahasiswa sampai karyawan.

STUDI PUSTAKA

1. Pengertian Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris perception berasal dari bahasa Latin *perceptio*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberi arti pada rangsangan sensorik (sensory stimuli). Menurut Robbins (2003:97), persepsi adalah kesan yang diterima individu melalui panca indera, yang kemudian dianalisis (diorganisasikan), diinterpretasikan, kemudian dievaluasi untuk memberi makna pada individu tersebut.

2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Visual

Menurut Ching dan Setiawan dalam (Prastyo, 2021) proses persepsi visual terbentuk oleh beberapa faktor yaitu, bentuk, rupa/wujud, warna dan tekstur:

- Bentuk

Titik, garis, bidang, dan volume adalah elemen utama geometri. Titik ekstensi menjadi garis. Pada dasarnya garis memiliki dimensi yang panjang. Garis dapat menciptakan persepsi kita tentang karakteristik visual dengan memahami hubungan antara lebar dan panjang garis, garis besar, dan kontinuitas.

- Rupa/wujud

Bentuk atau rupa penting dalam membedakan satu bentuk dari yang lain. Ini mengacu pada sebuah garis luar batas 3 dimensi. Bentuk dapat dibagi menjadi dua jenis: melengkung dan lurus. Dalam bentuknya yang paling umum, bentuk kurva adalah lingkaran, tetapi garis lurus mencakup semua poligon yang dapat digambar di dalam lingkaran. Ketidakteraturan dan keteraturan bentuk, bentuk lengkung dapat mengekspresikan kelembutan bentuk yang mengalir.

- Warna

Warna datang dalam segala bentuk di sekitar kita. Warna adalah properti visual dasar yang ditemukan di lingkungan. Warna yang terlihat tidak dapat dibedakan dari objek yang diterangi oleh cahaya, yang mengungkapkan bentuk dan menciptakan ruang. Dalam spektrum cahaya tampak, warna ditentukan oleh panjang gelombangnya. Seperti sinar matahari, cahaya putih terdiri dari semua spektrum warna cerah. Beberapa sumber cahaya, seperti lampu neon atau cahaya yang dipantulkan dari dinding berwarna, dapat menyebabkan ketidakseimbangan spektral. Penerangan membantu membedakan antara tingkat gelap dan terang hitam atau putih.

- Tekstur

Tekstur adalah kualitas permukaan yang terlihat karena struktur tiga dimensinya. Tekstur sering digunakan untuk menggambarkan karakteristik permukaan bahan seperti serat kayu, garis-garis dan batu. Penggunaan tekstur paling dominan saat menjelaskan tingkat kehalusan atau kekasaran permukaan suatu benda. Tekstur terbagi menjadi dua jenis, yaitu tekstur visual dan tekstur nyata. Tekstur visual adalah tekstur yang dapat dilihat melalui indera penglihatan, sedangkan tekstur nyata dapat dirasakan dan nyata melalui sentuhan.

3. Komponen Daya Tarik Wisata

Menurut Cooper dalam (Andrianto & Gima Sugiama, 2016) daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: Attraction (Atraksi), accessibilities (Aksesibilitas), amenities (Amenitas atau fasilitas), dan ancillary service (jasa pendukung pariwisata)". Salah satu komponen yang relevan untuk daya tarik visual adalah komponen Attraction:

- *Attraction*

Sesuatu yang menjadi pemandangan dan dapat membuat wisatawan terkesan berupa kepuasan, kenyamanan dan kesenangan bagi wisatawan yang melihat atau memahaminya. Dalam hal ini dapat berupa atraksi alam, budaya maupun buatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Menurut Sukmadinata (2009), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, presepsi, dan orang secara individual maupun kelompok. Penelitian kualitatif dilakukan dengan survey langsung di lokasi yaitu di HeHa Skyview untuk mengetahui data parameter penelitian yaitu kondisi kontur tanah, komposisi pemandangan, keragaman/keselarasan warna, material objek, dan pencahayaan di setiap poin view, parameter penelitian tersebut didapat dari teori Ching dan Setiawan yaitu faktor yang memengaruhi persepsi visual. Setelah itu penelitian kuantitatif dilakukan dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan survey lokasi dan menyebarkan kuesioner ke masyarakat tentang *view point* yang paling diminati saat berkunjung dan persepsi yang dirasakan di *view point* yang paling disuka dan tidak disukai. Data-data tersebut kemudian dikumpulkan dan dianalisis dengan cara mengelompokkan setiap view point dan dibandingkan faktor daya tariknya berdasarkan bentuk, rupa/wujud, warna, dan teksturnya. Setelah data tersebut dianalisis, kemudian dibuktikan dengan hasil kuesioner yang didapat dan dianalisis kembali dengan teori-teori dan argumen pendukung yang relevan. Setelah menyelesaikan tahap tersebut, akan didapatkan hasil dan kesimpulan yang diharapkan untuk mengetahui preferensi dan persepsi daya tarik visual pengunjung dan faktor yang mempengaruhinya sebagai referensi untuk membangun tempat wisata yang menggunakan pemandangan sebagai penjual utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peta Lokasi



Gambar 1 Peta Lokasi HeHa Skyview
Sumber : Google Maps

Lokasi penelitian dilakukan di HeHa Skyview, Jl. Dlingo-Patuk No.2, Patuk, Bukit, Kec. Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, DIY. Tempat ini merupakan tempat rekreasi yang menawarkan keunggulan view persawahan hijau dengan fasilitas-fasilitas yang memadai.

p-ISSN 2964-8483
Vol 6, No. 1, Juli 2023



Gambar 2 Area foto yang diteliti
Sumber : Google Maps

Area yang di teliti secara spesifik terdapat di 5 titik yaitu:

1. Area Kafe
2. Area *Pathway*
3. Area Tangga
4. Area Belakang
5. Area Resto

2. Daya Tarik dari HeHa Skyview

HeHa Skyview terletak di wilayah yang relatif jauh dari perkotaan Yogyakarta, Tertapi hal itulah yang menjadi salah satu kelebihan dari tempat rekreasi tersebut karena pemandangannya yang masih didominasi oleh persawahan dan pemandangan alam yang indah tanpa kepadatan bangunan-bangunan di kota. Daya tarik tersebut sangat kuat sehingga masyarakat dalam kota maupun luar kota rela mengunjungi tempat ini meskipun letaknya jauh, rutenya berliku-liku, dan masuknya berbayar. Berdasarkan pendapat Yoeti (2002), salah satu hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata adalah atraksi alam yang dapat berupa *landscape*, pemandangan laut, pantai, iklim, dan fitur geografis, di HeHa Skyview ini yang manjadi atraksi utamanya adalah *landscape* alam hijaunya dan fitur geografisnya yang berkontur sehingga mendukung tempat ini untuk memperlihatkan pemandangan *landscape* alamnya menjadi lebih luas.

3. Analisis Daya Tarik Visual pada Area Foto *1* (Area Kafe)



Gambar 3 Area Foto 1
Sumber : Penulis, 2022

Tabel 1 Faktor Persepsi Penulis pada Area Foto 1

No	Parameter Pembentuk Persepsi Visual	Catatan
1.	Bentuk	Bentuk didominasi oleh perbedaan elevasi oleh *landscaping* buatan pada area *pathway* utama dan area kafe, pemandangan landscape alami juga terlihat jelas karena perbedaan elevasi ketinggian tersebut. Perbedaan elevasi antara landscape buatan dan alami terlihat seimbang membuat ruang terasa tidak sempit tergantung persepsi yang melihat.
2.	Rupa/Wujud	Komposisi yang dihasilkan dari view point 1 ini terlihat seimbang dari area buatan dan alaminya, sehingga banyak dijadikan spot foto oleh pengunjung. Area pathway masih terlihat sedikit lebih banyak, namun area pemandangan darat dan udara juga masih terlihat.
3.	Warna	Warna dari *view point* kebanyakan yang terlihat di bagian perkerasan bata, beton, kursi-kursi, meja, dan railing. Warna-warna yang dihasilkan elemen tersebut memberikan kesan bangunan sekitar menjadi lebih masif, dan ruang-ruang kosong yang terlihat di area bawah banyak yang tidak terpakai membuat kesan unfinished, perlu ditambahkan penghijauan kecil seperti pot tanaman yang lebih agar mengurangi kesan *unfinished* tersebut.
4.	Tekstur	Di area ini, pencahayaan banyak terpantul ke material-material pembentuk *pathway* dan *landscaping* buatan, sehingga menimbulkan persepsi tekstur yang kasar. tekstur yang kasar akan menyerap dan membuat penyebaran cahaya tidak merata.

Sumber : Penulis

Area foto 1 (area kafe) merupakan tempat memiliki karakteristik seimbang. Dari bentuk yang seimbang antara pemandangan alami dan buatan, komposisi antara perkerasan dengan *landscape* penghijauan, dan warna penghijauan dengan *pathway*, membuat keseimbangan tersebut menimbulkan persepsi visual yang tidak mencolok dan objek foto bisa terfokus kepada manusianya.

4. Analisis Daya Tarik Visual pada *View Point 2* (Area *Pathway*)



Gambar 4 Area Foto 2
Sumber : Penulis, 2022

Tabel 2 Faktor Persepsi Penulis pada Area Foto 2

No	Parameter Pembentuk Persepsi Visual	Catatan
1.	Bentuk	Perbedaan kontur dari view point dengan daratan pemandangan sangat signifikan, menimbulkan persepsi visual yang luas dan tidak terbatas.
2.	Rupa/Wujud	Garis-garis lengkung banyak dihasilkan dari pegunungan dan langit, sedangkan garis-garis lurus terdapat pada railing dan atap bangunan pada restoran. Garis-garis lengkung tersebut mengekspresikan kehalusan.
3.	Warna	Warna didominasi oleh warna yang ditimbulkan oleh elemen alaminya yaitu hijau dan biru, yang membuat kesan yang menyatu dengan alam dan kesejukan.
4.	Tekstur	Pencahayaan dipantulkan hanya ke *railing pathway* sehingga tekstur riil hanya terdapat di *railing* tersebut, dan karena hal tersebut tekstur visual yang dihasilkan dari *view point* ini tergolong halus karena sebagian besar pemandangan adalah vegetasi.

Area foto 2 yang sangat terlihat adalah luasnya bentang pemandangan hijau tanpa terganggu dari elemen buatan. Tempat ini merupakan area yang paling banyak dijadikan spot foto oleh pengunjung, pemandangan luas tersebut bisa jadi salah satu faktornya. Persepsi visual yang ditimbulkan oleh area ini adalah kesejukan dan keluasan.

5. Analisis Daya Tarik Visual pada *View Point 3* (Area Tangga)



Gambar 5 Area Foto 3
Sumber : Penulis, 2022

Tabel 3 Faktor Persepsi Penulis pada Area Foto 3

No	Parameter Pembentuk Persepsi Visual	Catatan
1.	Bentuk	Di *view point* ini bagian kontur yang berbukit juga terlihat jelas, pemandangan yang jauh dan luas menghasilkan persepsi kontinuitas yang tidak terbatas. Volume tangga yang besar membentuk “batas” antara perkerasan dengan alam
2.	Rupa/Wujud	Garis-garis lurus mendominasi dalam rupa bentuk tangga. Garis lengkung hanya sedikit yang terdapat pada pemandangannya.

No	Parameter Pembentuk Persepsi Visual	Catatan
3.	Warna	Warna yang dihasilkan seimbang, antara elemen buatan seperti tangga dan perkerasan dengan warna hijau dan biru yang dihasilkan oleh pemandangan. Kontras terdapat pada tangga yang memisahkan pemandangan dengan area perkerasan. Perbedaan warna tersebut mempertegas perbedaan tinggi kontur
4.	Tekstur	Tekstur juga seimbang antara kasar dan halus, tetapi pencahayaan lebih dekat dipantulkan ke tangga dan railing menghasilkan tekstur visual yang kasar

Sumber : 10

Area foto 3 memiliki kontur yang variatif dari perkerasan dan pemandangan, garis-garis yang terbentuk kebanyakan lurus yang ditimbulkan oleh tangga. Warna dan tekstur seimbang.

6. Analisis Daya Tarik Visual pada *View Point 4* (Area Belakang)



Gambar 6 Area Foto 4
Sumber **:** Penulis, 2022

Tabel 4 Faktor Persepsi Penulis pada Area Foto 4

No	Parameter Pembentuk Persepsi Visual	Catatan
1.	Bentuk	Perkerasan jalan mengikuti kontur yang menurun, perbedaan elevasi dari view point menjadikan pandangan mata lurus hanya memperlihatkan hutan yang pepohonannya tidak beraturan.
2.	Rupa/Wujud	*Pathway* yang meliuk patah membuat tempat ini didominasi oleh garis-garis lurus, garis-garis kaku tersebut teratur mengikuti kontur yang turun dan membentuk kontinuitas kebawah yang tertutupi oleh pepohonan, komposisi pohon membuat persepsi gersang pada area.
3.	Warna	Warna didominasi oleh warna yang dihasilkan pemandangan hutan, dengan proporsi warna hijau yang terlalu banyak dan juga bermacam-macam membuat tempat ini kurang baik untuk dijadikan spot foto.
4.	Tekstur	Tidak menghasilkan tekstur apapun karena tidak ada tempat untuk memantulkan cahaya, menimbulkan persepsi kosong dan hambar.

Sumber : Penulis

Kontur dari area foto 4 ini menurun, membuat perbedaan elevasi terlihat sangat curam, sehingga memperlihatkan pohon-pohon yang tidak beraturan menimbulkan persepsi gersang. Warna juga didominasi oleh pepohonan tersebut sehingga terlihat membosankan, tidak ada *focal point*.

7. Analisis Daya Tarik Visual pada *View Point 5* (Area Resto)



Gambar 7 Area Foto 5
Sumber : Penulis, 2022

Tabel 5 Faktor Persepsi Penulis pada Area Foto 5

No	Parameter Pembentuk Persepsi Visual	Catatan
1.	Bentuk	Di *View point* ini perbedaan elevasi dan bentuk kontur sangat terlihat, pemandangan pegunungan, sawah, dan perbukitan membentuk view yang selaras dan luas
2.	Rupa/Wujud	Komposisi penyusunan antara bukit, kontur, persawahan, dan langit proporsional. Garis-garisnya juga dibentuk oleh pemandangan pegunungan yang melengkung halus.
3.	Warna	Warna dihasilkan oleh daratan dan langit seimbang, dengan proporsi 50/50, membuat pengunjung berpresepsi bahwa tempat tersebut memiliki warna yang pas tetapi tetap beragam
4.	Tekstur	Tekstur visual tidak terlalu terlihat karena terkena pancaran cahaya langsung. Tekstur halus hanya ditimbulkan dari pepohonan dan tanah.

Sumber : Penulis

Area foto 5 memiliki komposisi yang proporsional dan keselarasan antara bukit, kontur, persawahan, dan langit, sehingga warna yang dihasilkan seimbang membuat persepsi bahwa tempat tersebut memiliki warna beragam yang pas.

8. Hasil Identifikasi

Penulis menyebarkan kuesioner dengan mencantumkan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penilaian setiap *view point* berdasarkan persepsi dan preferensi visual pengunjung dengan angka 1-10 dan alasan pemilihan skor tersebut. Data-data yang didapat adalah berikut:

- Kuesioner

Hasil sementara dari penyebaran kuesioner ini didapat 30 orang responden oleh mahasiswa dan sebagian masyarakat umum yang pernah ke lokasi. Data yang didapat yaitu 18 (60%) mahasiswa dan 12 masyarakat umum (40%), 19 (63%) berusia <25 tahun dan 11 (37%) berusia >25 tahun

- Preferensi dan Persepsi Responden

Di dalam kuesioner penulis memberikan 3 pertanyaan pokok untuk responden yaitu:

1. Penilaian dari angka 1-10 (tidak suka-sangat suka) berdasarkan keindahan visual untuk setiap area foto.

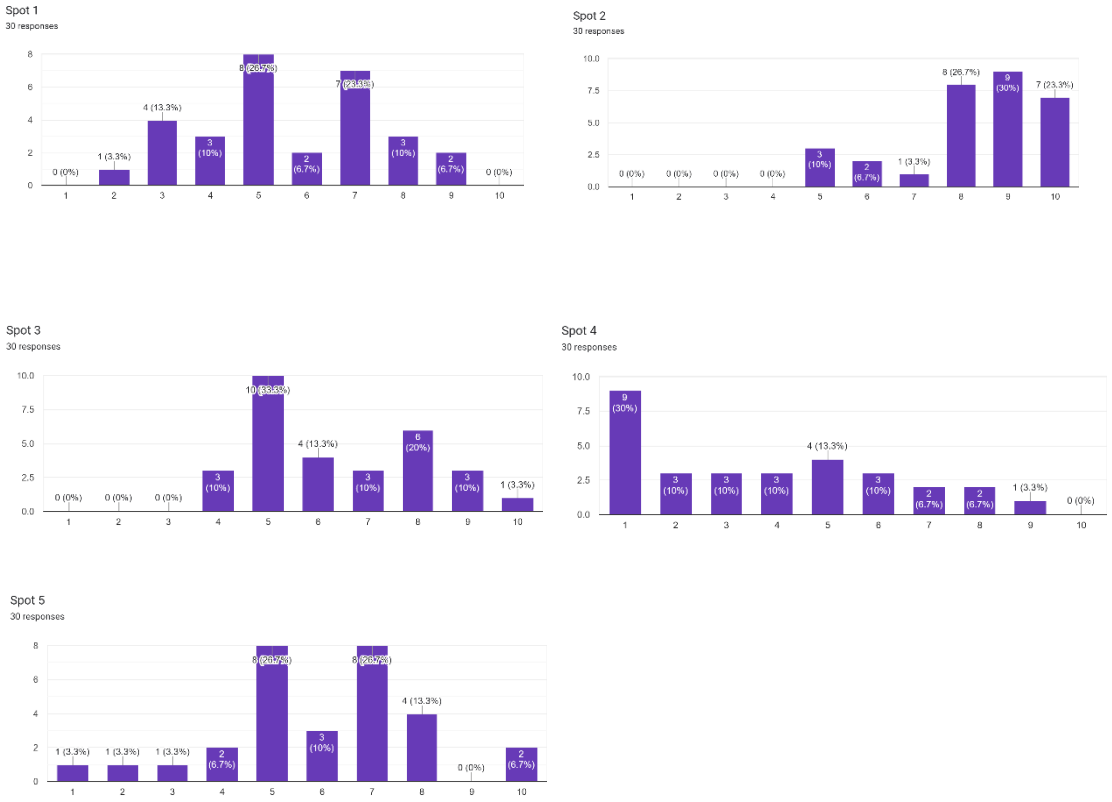


Diagram 1 Grafik hasil kuesioner nilai keindahan visual pada setiap area oleh responden
Sumber : Penulis

Nilai yang diberikan dari responden untuk setiap area foto akan dirata-ratakan. Berdasarkan respon yang didapat area foto 1 (area kafe) mendapat rata-rata nilai 5,6. Area foto 2 mendapat nilai rata-rata tertinggi dari responden yaitu 8,2. Area foto 3 mendapat nilai rata-rata 6,3. Area foto 4 mendapat nilai rata-rata terendah yaitu 3,8. Dan Area foto 5 mendapat nilai rata-rata 6,0.

2. Dari semua view point diatas, manakah yang paling anda **SUKA** tampilan visualnya dan sebutkan alasannya

Responden paling banyak menjawab paling suka pada visual yang disajikan oleh *view point 2* (area pathway) sebanyak 22 (73%) orang, mayoritas memilih *view point 2* (area pathway) sebagai area yang paling disuka karena *view* alamnya yang luas tanpa terhalang object apapun. Mayoritas responden memilih *view point* favoritnya berlandaskan argumen pemandangan hijau yang luas. Persepsi tersebut muncul karena faktor bentuk, kontur dan elevasi yang sangat kontras perbedaannya dari sudut pandang *view point* membuat pandangan pengunjung ke *view* persawahan menjadi lebih luas dan hal tersebut merupakan preferensi visual yang diinginkan oleh pengunjung. Hal tersebut juga merupakan bukti

bahwa daya tarik terkuat dari HeHa Skyview ini adalah pemandangan hijaunya. Teori dari Cooper dalam (Andrianto & Gima Sugiama, 2016) daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen salah satunya yaitu atraksi. Atraksi adalah sesuatu yang menjadi daya tarik dan dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas, rasa nyaman, dan rasa nikmat pada wisatawan yang melihatnya atau melaksanakannya. Dalam hal ini dapat berupa daya tarik alam, budaya, dan daya tarik buatan manusia. Dalam hal daya tarik visual HeHa Skyview ini, daya tarik utamanya adalah pemandangan alamnya. Hal tersebutlah yang membuat pengunjung rela menempuh jarak yang jauh dan membayar untuk memasuki tempat rekreasi ini.

3. Dari semua view point diatas, manakah yang paling anda **TIDAK SUKA** tampilan visualnya dan sebutkan alasannya

View point yang paling tidak disukai terdapat pada *view point 4* (area belakang) sebanyak 23 (76,6%) orang. Alasan pemilihannya mayoritas karena beranggapan tempat yang 'mati' memiliki pemandangannya yang buruk. Pengaturan pepohonan yang tidak teratur membuat cahaya masuk banyak yang terhalang sehingga hal tersebut menimbulkan presepsi gersang, dan 'mati'. Persepsi visual tersebut terbentuk karena warna yang terlalu mendominasi dan juga tidak adanya tekstur yang dapat dipantulkan oleh cahaya, semua objek letaknya jauh dan tidak beraturan. Menurut Ching dan Setiawan dalam (Prastyo, 2021), persepsi visual bisa terbentuk karena 4 faktor yaitu bentuk, wujud/rupa, warna, dan tekstur.

KESIMPULAN

Salah satu hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata adalah atraksi alam yang dapat berupa *landscape*, pemandangan laut, pantai, iklim, dan fitur geografis, di HeHa Skyview ini yang manjadi atraksi utamanya adalah *landscape* alam hijaunya dan fitur geografisnya yang berkontur sehingga mendukung tempat ini untuk memperlihatkan pemandangan *landscape* alamnya menjadi lebih luas. Maka dari itu, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik dari setiap area foto di HeHa Skyview ini sangat terpengaruh oleh adanya pemandangan di sekitaran area tersebut, dilihat dari komposisi, proporsi, keseimbangan, maupun warna yang dihasilkan dari pemandangan tersebut, hasilnya sangat krusial bagi persepsi visual yang ditimbulkan oleh pengunjung. Mayoritas dari pengujung memilih area foto yang didominasi oleh pemandangan hijau dari barat bangunan yang merupakan daerah perkebunan, persawahan, dan pegunungan, menimbulkan persepsi yang positif oleh pengunjung. Dari hal tersebut bisa diambil bahwa pengunjung datang ke HeHa Skyview karena daya tarik visual alamnya yang sangat kuat.

REKOMENDASI

Melihat hasil penelitian diatas, rekomendasi desain dari penulis adalah sebagai berikut:

- Area foto difokuskan pada area barat dari bangunan HeHa Skyview yaitu pemandangan alaminya, karena hal tersebut merupakan daya tarik utama pengunjung.
- Mengolah *landscape* pada bagian timur laut bangunan agar lebih menarik. Bisa dilakukan dengan memanfaatkan kontur, pepohonan tinggi di area foto 5 bisa dikurangi untuk memperluas arah pandang pengunjung dan mengurangi kesan gersang.
- Memperluas *pathway* utama untuk menghindari kepadatan karena area tersebut merupakan area yang paling favorit untuk digunakan berfoto pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Andrianto, T., & Gima Sugiama, A. (2016). *The Analysis of Potential 4A's Tourism Component in the Selasari Rural Tourism, Pangandaran, West Java*. Atlantis Press 0138

Alfian, R. (2020). *Kajian Desain Alun-Alun Kota Malang Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Pengunjung.* Buana Sains Vol. 20 No. 2, 2020 131-38

Aprilia, S. (2015). *Kajian Tema secara Persepsi Visual pada Museum Angkut di Kota Batu, Jawa Timur.* Jurnal Intra Vol. 3 No. 2, 2015 459-470

Brahmanto, E. (2022). *Foto Selfie Sebagai Daya Tarik Minat Khusus Di Heha Sky View Patuk Gunungkidul Yogyakarta*. Jurnal Pariwisata Dan Budaya Vol. 13 No. 2, 2022 2655-5433

Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1995). *Tourism Principles and Practice*. Volume 6. Pearson. www.pearson.com/uk

HeHa Skyview (2020). *Ingin Wisata Murah tapi Kekinian? Cobain ke Heha Sky View!.* https://hehaskyview.com/2020/12/18/ingin-wisata-murah-tapi-kekinian-cobain-ke-heha-sky-view/

HeHa Skyview (2020). *Sudah Bahagia? Jangan Lupa Oleh-olehnya ya!.* https://hehaskyview.com/2020/08/25/sudah-bahagia-jangan-lupa-oleh-olehnya-ya/

Isnan, W. (2016). Karakteristik dan Preferensi Pengunjung Wisata Alam Bantimurung. Info Teknis EBONI Vol. 13 No. 1, 2016 69-78

Prastyo, E. B. (2021). *Persepsi Visual Pengunjung Caffe Terhadap Elemen Interior Bergaya Klasik Di Sukoharjo*. Surakarta. 2721-8686

Rizhki & Buchori, I. (2014*). Preferensi Pengunjung terhadap Daya Tarik Objek Wisata Teluk Palu di Kota Palu*. Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota Vol. 10 No. 4, 2014 425-439

Robbins, S. P. (2003) *Perilaku Organisasi: Konsep Kontroversi Aplikasi*. Edisi Kedelapan. Trans. Pujaatmaka, H & Molan, B. Jakarta: Pt. Prenlindo.

Sari, G. (2018). *Perencanaan Lanskap Kawasan Wisata Berkelanjutan Danau Bandar Khayangan di Rumbai Pesisir, Pekanbaru Riau*. Jurnal Lanskap Indonesia Vol. 10 No. 2

Sibakul (2020*). Heha Sky View: Menikmati Pemandangan Jogja Dari Ketinggian.* https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/pasarkotagedeyia/blog/2022/07/15/heha-sky-view-menikmati-pemandangan-jogja-dari-ketinggian/

Studi Desain Komunikasi Visual, P., & Syahril Iskandar, M. (2011). *Pembentukan Persepsi Visual Pada Iklan Televisi*. In *VISUALITA* Vol. 3, Issue 1. http://visualita.unikom.ac.id/

Sukmadinata & Syaodih, N. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Yulianti S. (2020). *Evaluasi Daya Tarik Wisata Kebun Raya Cibodas Dalam Sudut Pandang Kualitas Visual.* Jurnal Lanskap Indonesia Vol. 12 No. 1 ,10.29244