

**PERANCANGAN PROMOSI OBJEK WISATA NAGARI SULIK AIA
KABUPATEN SOLOK MELALUI MEDIA *WEBSITE***

JURNAL

**Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual**



Oleh :

**YULIA PUTRI MAYASARI
14027014/2014**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

PERANCANGAN PROMOSI OBJEK WISATA NAGARI SULIK AIA KABUPATEN SOLOK MELALUI MEDIA *WEBSITE*

Yulia Putri Mayasari¹, Budiwirman², Riri Trinanda³

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email: yuliaputrimayasari02@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari perancangan promosi wisata Sulik Aia untuk menginformasikan dan mempromosikan objek wisata nagari Sulik Aia Kabupaten Solok kepada para wisatawan melalui media *website* sehingga wisatawan dapat mengenal dan mengunjungi tempat wisata tersebut. *Website* adalah salah satu media yang efektif untuk melakukan promosi dan sosialisasi. *Website* dapat menampung banyak informasi secara runtut dan terstruktur.

Metode yang digunakan pada perancangan ini menggunakan metode *Glass Box*. Proses perancangan dimulai dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Perancangan ini menggunakan metode analisis data SWOT untuk menganalisa kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang ada.

Berdasarkan hasil perancangan promosi objek wisata nagari Sulik Aia melalui media *website*, dapat disimpulkan bahwa dalam membuat sebuah desain diperlukan beberapa hal yang mendasar dan kuat sebagai pedoman dalam melakukan promosi *online*. Perancangan promosi melalui *website* ini telah mempertimbangkan bentuk, ukuran, warna, serta tipografi agar dapat mencapai tujuan yang dimaksud dalam sebuah promosi. *Website* merupakan salah satu media yang efektif dalam melakukan promosi. Media pendukung yang digunakan dalam perancangan ini terdiri dari *x-banner*, poster, baju kaos, stiker, mug, tas dan tiket.

Kata kunci : perancangan, promosi, wisata, *website*

¹ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual.

² Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

³ Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

PROMOTION DESIGN OF NAGARI SULIK AIA SOLOK DISTRICT'S TOURIST ATTRACTION THROUGH WEBSITE MEDIA

Yulia Putri Mayasari¹, Budiwirman², Riri Trinanda³

Visual Communication Design Department

FBS Universitas Negeri Padang

Email: yuliaputrimayasari02@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this design are to inform and promote tourist attraction of Sulik Aia in Solok District to the tourists through website media, thus tourists can get to know and visit those tourist attractions. Website is one of the effective media for doing promotion and socialization. Website can accommodate a lot of information in a coherent and structured manner.

Method that used in this design was the Glass Box method. The design process began by collecting data through observation, interviews and documentation. This design used SWOT data analysis method to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

Based on the results of the tourist attraction promotion design in Sulik Aia Nagari through the website media, it can be concluded that in the making of a design, there are some fundamental and substansial things needed as a guide in conducting online promotions. Design of promotions through this website has consider the shape, size, colors, and typography in order to achieve the intended purpose in a promotion. Website is one of the effective media in conducting promotions. The supporting media used in this design consisted of x-banners, posters, T-shirts, stickers, mugs, bags and tickets.

Keywords: planning, promotion, tourism, website

¹ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual.

² Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

A. Pendahuluan

Potensi alam yang dimiliki oleh Sumatera Barat merupakan suatu prospek yang bagus yang dan harus dikembangkan dengan baik. Contohnya Kabupaten Solok. Kabupaten Solok terkenal dengan keindahan alam yang mempesona dan mempunyai destinasi-destinasi wisata yang menarik minat wisatawan. Tetapi masih banyak alam-alam di Kabupaten Solok yang tidak kalahnya juga yang bisa dikelola dan dijadikan sebagai objek wisata untuk menjadikan Kabupaten Solok sebagai daerah destinasi wisata. Khususnya nagari Sulik Aia.

Nagari Sulik Aia merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan X Koto Diatas Kabupaten Solok. Nagari Sulik Aia memiliki alam yang indah dan masih asri. Nagari Sulik Aia memiliki kekhasan alam dan budaya seperti Gunung Merah Putih, Janjang Saribu, Puncak Batu Galeh, Air Terjun Timbulun, dan Rumah Gadang 20 Ruang. Nagari Sulik Aia memiliki potensi wisata yang bagus, tetapi pengembangan objek wisata nagari Sulik Aia masih dibidang belum maksimal, kurangnya publikasi dan promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Fasilitas yang belum memadai yang ada ditempat wisata ini juga membuat kurang diminati wisatawan. Namun wisata alam yang berpotensi di nagari sangat banyak dan tidak kalah menarik dan bagus dengan wisata lain yang ada di daerah Indonesia. Melihat maraknya kemunculan objek wisata yang ada di Sumatera Barat dan besarnya kebutuhan masyarakat untuk berekreasi, dengan kondisi inilah penulis tertarik untuk membuat suatu perancangan promosi potensi objek wisata nagari Sulik Aia untuk dapat memperkenalkan dan menginformasikan mengenai objek wisata Sulik Aia ini.

Promosi untuk potensi wisata yang dimiliki nagari Sulik Aia ini akan dilakukan dengan media *website*. Desfadlianto (2015) *website* adalah sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau bergerak, animasi, suara, dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan

dengan jaringan. Pemilihan media *website* disini karena pada zaman sekarang merupakan zaman teknologi yang semuanya serba canggih dan kebiasaan masyarakat pada zaman sekarang adalah melihat dan mencari sesuatu melalui internet. *Website* adalah salah satu media efektif untuk melakukan promosi dan sosialisasi. Melalui *website* informasi mengenai objek wisata nagari Sulik Aia ini diharapkan bisa dikenal oleh masyarakat luas agar tempat wisata ini ramai dikunjungi oleh masyarakat. Disamping *website*, agar promosi dan pengenalan lebih efektif juga ditunjang beberapa media pendukung seperti, *x-banner*, poster, stiker, baju kaos, mug, dan tas.

A. Metode Perancangan

Metode perancangan merupakan cara berfikir dengan menyesuaikan rumusan masalah dan tujuan perancangan hingga menghasilkan suatu produk atau hasil rancangan. Metode perancangan ini memudahkan perancang dalam merancang promosi melalui media *website*. Metode perancangan ini menggunakan metode *Glass Box*. Qhadafi dalam jurnal (2017:8) metode kotak kaca (*glass box method*) adalah metode berpikir rasional yang secara objektif dan sistematis menelaah suatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional (irasional) misalnya sentimen dan selera.

Metode perancangan dalam karya akhir ini diawali dengan pengumpulan data baik dari data primer melalui observasi dan wawancara maupun data sekunder dari buku dan internet.

B. Metode Analisis Data

Perancangan promosi melalui media *website* ini penulis menggunakan metode analisis SWOT. Odario (2017) analisis SWOT digunakan untuk menganalisa kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*).

a. Kekuatan (*Strength*)

Dari data-data yang diperoleh dari hasil penelitian maka kekuatannya yaitu:

- 1) Objek wisata Nagari Sulik Aia merupakan salah satu objek wisata alam yang unik di Kabupaten Solok.
- 2) Satu-satunya objek wisata alam yang memiliki alam yang indah dan masih asri.
- 3) Tempatnya sangat nyaman untuk piknik, *refreshing*, dan sebagainya. Pesona alam yang memiliki daya tarik sendiri yang masih alami.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan yang terdapat pada objek wisata Nagari Sulik Aia ini adalah

- 1) Wisatawan masih banyak yang belum mengetahui tentang adanya tempat wisata ini karena kurangnya media promosi.
- 2) Peningkatan fasilitas di tempat wisata yang masih belum maksimal.
- 3) Kurangnya informasi yang mengulas tempat wisata Nagari Sulik Aia di media promosi

c. Peluang (*Opportunity*)

- 1) Dengan konsep wisata yang berbeda dengan wisata lain menjadikan objek wisata ini berbeda dari objek wisata lainnya.
- 2) Dengan adanya media promosi *website* informasi akan tersebar dengan cepat kepada target audien karena jangkauannya lebih luas dan tidak terbatas waktu dan wilayah .

d. Ancaman (*Threat*)

- 1) Mulai gencarnya tempat-tempat wisata lain dalam melakukan promosi.

- 2) Menjamurnya objek wisata di Kota dan Kabupaten Solok, bahkan luar daerahnya pun. Sehingga sulit untuk menarik pengunjung atau wisatawan ketempat ini.
- 3) Wisatawan lebih memilih tempat wisata dengan fasilitas yang lengkap.

D. Pembahasan

1. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah *website*. Penulis melakukan perancangan melalui beberapa proses dengan membuat layout kasar, layout eksekusi dan layout komprehensif. Perancangan promosi melalui media website ini menampilkan informasi dan berbagai foto mengenai objek wisata Nagari Sulik Aia, sehingga wisatawan lebih mudah mengetahui informasi mengenai objek wisata Nagari Sulik Aia. Bekti (2015:35) menyimpulkan bahwa:

Website adalah kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau bergerak, animasi, suara atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dalam jaringan-jaringan halaman.

2. Konsep Verbal

Konsep verbal pada perancangan ini mengarah pada tagline nagari Sulik Aia yaitu “Shine Sulita” yang berarti “Bersinarlah Sulik Aia”. Dengan penggunaan *tagline* ini diharapkan target audien dapat mengingat wisata nagari Sulik Aia.

3. Konsep Visual

Perancangan ini menggunakan beberapa konsep visual sebagai berikut :

a. Ilustrasi / gambar

Merupakan elemen yang dapat mampu menjelaskan informasi agar target audien dapat memahami isi *website*.

b. Tipografi

Menurut Sihombing (2015) tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan perangkat visual yang pokok dan efektif. Pemilihan font sangat berpengaruh dalam menentukan karakter atau yang mewakili dari apa yang dituliskan. Font yang digunakan pada perancangan promosi ini antara lain :

<i>Sweet Sixteen</i>	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Poppins	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Poppins Medium	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Font ini juga digunakan pada media pendukung dengan tujuan agar antar media memiliki kesatuan, sehingga media utama dan media pendukung memiliki satu identitas.

c. Warna

Warna merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan. Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Warna juga menunjang keindahan dan kenyamanan membaca pada orang yang melihatnya. Warna yang digunakan pada perancangan promosi ini adalah :

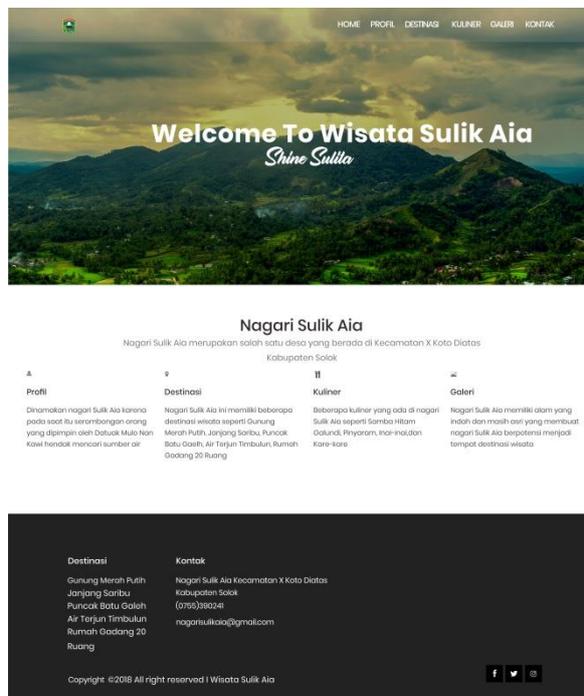
	C : 20 R : 213 M : 13 G : 215 Y : 20 B : 205 K : 0		C : 62 R : 105 M : 0 G : 190 Y : 100 B : 0 K : 0
	C : 0 R : 95 M : 0 G : 93 Y : 0 B : 93 K : 80		C : 0 R : 254 M : 0 G : 254 Y : 0 B : 254 K : 0
	C : 93 R : 34 M : 87 G : 34 Y : 88 B : 34 K : 79		

d. Layout

Layout meliputi penyusunan dan pembagian tempat dalam suatu halaman. Menurut Naser (2018), *layout* situs merupakan tata letak elemen halaman *website*. *Layout* yang baik dapat membuat tampilan halaman lebih menarik, rapi dan seimbang, sehingga enak dilihat dan mudah dibaca.

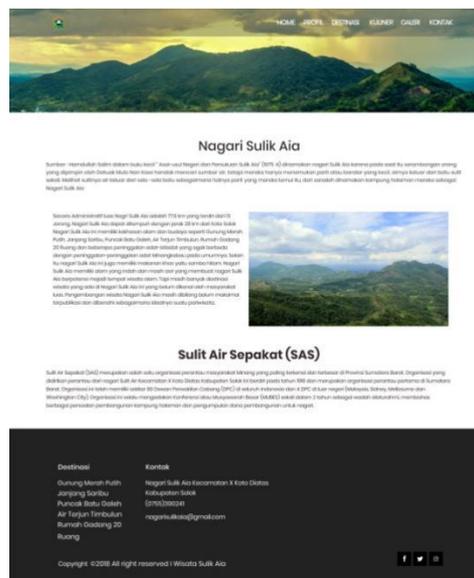
E. Final Desain

1. Media Utama (Website)



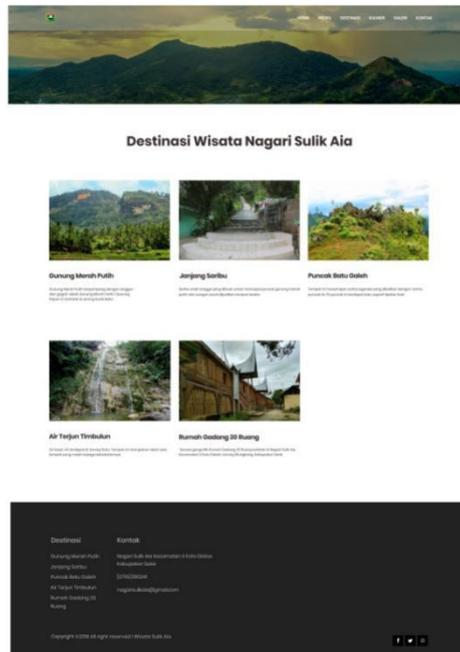
Tampilan halaman *home*

Tampilan awal pada *website*, pengunjung disuguhkan dengan foto alam nagari Sulik Aia. Halaman ini juga bisa langsung menuju ke halaman yang diinginkan, yang berada pada bagian atas halaman. Ada enam menu yang tersedia yaitu *home*, profil, destinasi, kuliner, galeri, dan kontak. Sebelum langsung menuju halaman yang diinginkan pada halaman *home* telah tersedia ringkasan halaman profil, destinasi, kuliner dan galeri. Jika ingin melanjutkan membaca pengunjung cukup klik pada judul maka akan langsung menuju pada halaman yang diinginkan. Halaman home berisikan informasi umum yang dibutuhkan pengunjung *website*. Hal ini tentu membant pengunjung *website* dalam mendapatkan informasi dengan mudah.



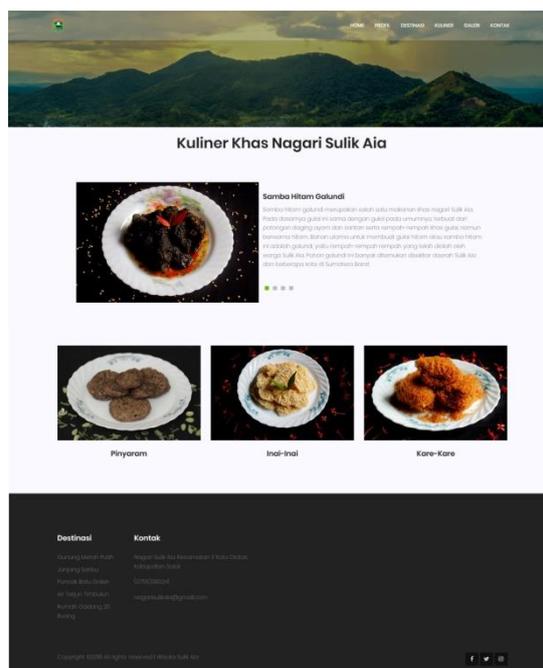
Tampilan halaman profil

Halaman profil berisi tentang sejarah nagari Sulik Aia. Halaman ini menjelaskan bagaimana asal mula dinamakan nagari Sulik Aia dan juga berisi informasi luas nagari beserta destinasi wisata yang ada di nagari Sulik Aia. Bukan hanya itu pada halaman ini juga diceritakan sejarah singkat tentang salah satu organisasi yang ada di nagari Sulik Aia.



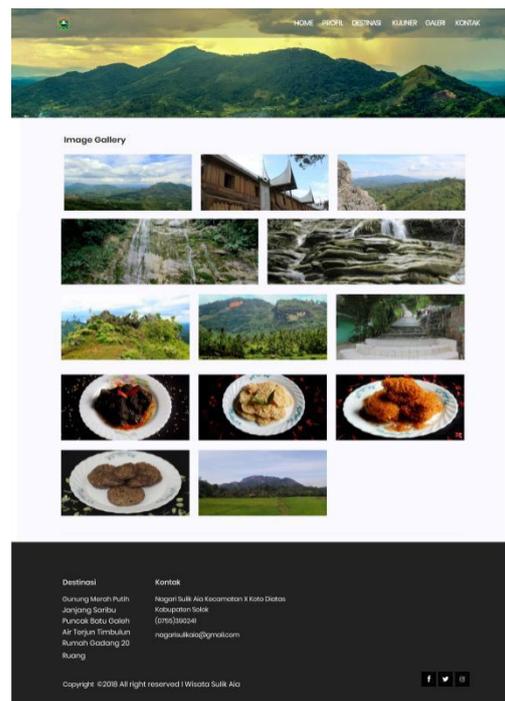
Tampilan halaman destinasi

Halaman destinasi berisi informasi mengenai destinasi wisata yang ada di nagari Sulik Aia. Halaman ini juga menampilkan foto dari tempat wisata yang bertujuan untuk membuat lebih menarik namun juga dapat memperjelas dan memberikan gambaran dari teks yang ada.



Tampilan page kuliner

Halaman kuliner menampilkan macam-macam makanan khas nagari Sulik Aia seperti samba hitam galundi, pinyaram, inai-inai, dan kare-kare. Tampilan penjelasan kuliner dibuat *slide* agar terkesan lebih menarik.

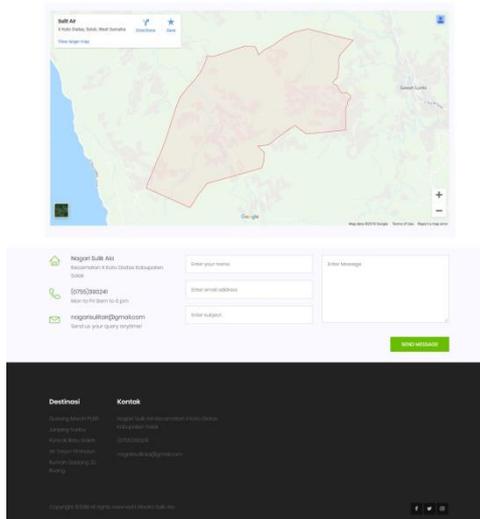


Tampilan halaman galeri

Halaman galeri berisikan foto-foto tempat wisata dan kuliner nagari Sulik Aia.



Lokasi Dan Kontak



Tampilan page kontak

Halaman kontak ini berisi kontak yang bisa dihubungi oleh pengunjung *website* bila memerlukan informasi lebih lanjut. Halaman ini juga memiliki *maps* / peta lokasi nagari Sulik Aia. *Maps* pada *website* didukung dengan fitur *google maps*, dimana orang yang mengakses dapat langsung mengetahui lokasi yang ingin dituju.

2. Media Pendukung

a. X-Banner



Desain terpilih adalah alternatif 1. Desain ini menampilkan tipografi dan ilustrasi tersusun dengan simetris yang bertujuan agar target audien lebih mudah memahami pesan yang disampaikan.

b. Poster



Final desain poster yang terpilih adalah alternatif 3 karena tipografi dan ilustrasi tersusun simetris memiliki kesan keseimbangan yang kuat dengan warna *background* yang cerah menampilkan kesan bersinar sesuai dengan konsep tagline dari nagari Sulik Aia.

c. Baju Kaos



Final desain baju kaos yang terpilih adalah alternatif 1. Baju kaos ini hanya menampilkan tipografi yang terkesan lebih simpel dan menarik.

d. Stiker



Desain yang terpilih adalah alternatif 2. Desain pada stiker ini dibuat semenarik mungkin, agar dapat menjadi pengingat bagi audien. Desain stiker ini menampilkan tagline dari nagari Sulik Aia agar audien dapat mengingat keberadaan wisata Sulik Aia.

e. Mug



Final desain mug yang terpilih adalah alternatif 1. Desain mug ini hanya menampilkan tipografi yang memberikan kesan sederhana dan lebih menarik.

f. Tas



Final desain tas yang terpilih adalah alternatif 3 karena desainnya yang sederhana yang hanya menggunakan tipografi tanpa ilustrasi dengan *background* putih yang membuat desain lebih menarik.

g. Tiket



Desain yang terpilih adalah alternatif 2. Tiket ini nantinya akan diberikan saat pengunjung memasuki are wisata desain tiket dirancang dengan informasi yang singkat dan seperlunya.

F. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan promosi objek wisata nagari Sulik Aia melalui media *website*, dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan

sebuah desain diperlukan beberapa hal yang mendasar dan kuat sebagai pedoman dalam melakukan promosi *online*. Perancangan *website* telah mempertimbangkan bentuk, ukuran, warna, serta tipografi agar dapat mencapai tujuan yang dimaksud dalam sebuah promosi. *Website* merupakan salah satu media yang efektif dalam melakukan promosi. Promosi melalui media *website* ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada target audien yang belum mengetahui objek wisata nagari Sulik Aia.

G. Saran

1. Diharapkan kepada pemerintah setempat agar lebih memperhatikan tempat wisata yang ada di nagari Sulik Aia dengan memberikan fasilitas yang lengkap dan memadai serta meningkatkan promosi melalui media promosi yang efektif agar apa yang dipromosikan tersampaikan kepada target audien.
2. Diharapkan kepada masyarakat setempat untuk dapat menjaga keasrian dan keindahan tempat wisata ini.
3. Dengan adanya media *website* ini diharapkan masyarakat dapat memahami informasi yang ada pada *website* dan memberikan respon positif dengan meningkatkan kunjungan wisatawan untuk kedepannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Bekti, Bintu Humairah. 2015. *Mahir Membuat Website dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS, JQuery*. Yogyakarta: ANDI
- Desfadlianto. Syafwan dan Riri Trinanda. 2015. *Perancangan Company Profile Cafe Rumah Bako Melalui Media Website*. Google Scholar. (Online) diakses pada 22 Februari 2018
- Kadaroeman, Qhadafi Tsagif. 2017. *Perancangan Kampanye Sosial Lindungi Anak Dari Video Game Kekerasan Dengan Rating System Dan Parental Control*. Bandung: Universitas Pasundan.

Naser Abdul, Syafwandi, dan San Ahdi. 2018. *Perancangan User Interface dan User Experience Dalam Hamalan Website Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang*. Google Shcolar. (Online) diakses pada 25 Oktober 2018

Odario Tantra Yudha De Yudanur, Budiwirman dan San Ahdi. 2017. *Perancangan Katalog Promosi Produk The Happy Shop*. Google Scholar. (Online) diakses pada 3 November 2018

Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama