

**REDESAIN WEB G SPORTS CENTER  
GUNUNG PANGILUN PADANG**



**ABK JAILANI  
03697/2008**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENIRUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode September 2013**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**REDESAIN WEB G SPORTS CENTER  
GUNUNG PANGILUN PADANG**

**ABK JAILANI  
03697/2008**

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Abk Jailani untuk persyaratan wisuda periode September 2013 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

Padang, 10 September 2013

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

**Drs. Syafei. M.Ag  
NIP. 196000816.198803.1.004**

**Eliya Pebriyeni, S.Pd. M.Sn  
NIP. 19830201.200912.2.001**

## Abstrak

Tujuan karya akhir ini adalah (1) Perancangan *Desain Web G Sports Center* yang baru dengan tampilan yang lebih menarik dan lebih lengkap, (2) Merancang bentuk-bentuk *visual* dan *verbal* dalam *Desain Web G Sports Center* sehingga maksud dan tujuan tercapai, (3) menciptakan ciri khas yang dapat dikenali dengan mudah oleh Pelanggan. Sumber dari karya akhir ini adalah dengan metode pengumpulan data berupa observasi lapangan, wawancara, juga melalui dokumentasi pada G Sports Center. Hasil karya akhir berupa *Desain Web* yang menarik dan komunikatif, pengunjung Website G Sports Center dapat mencari informasi mengenai G Sports Center karena didalam Web telah disediakan informasi baik berupa *verbal* ataupun *visual*

## Abstract

Purpose of this final work is (1) Web Design Designing the new G Sports Center with a more interesting and more complete, (2) Designing forms of visual and verbal in Web Design G Sports Center so that the aims and objectives are achieved, (3) creating a characteristic that can be recognized easily by the customer. Sources of this thesis is the method of data collection in the form of field observations, interviews, as well as through the documentation at G Sports Center. Final work in the form of an attractive Web Design and communicative, G Sports Center Website visitors can find information about G Sports Center for the Web has provided information in the form of verbal or visual

# **REDESAIN WEB G SPORTS CENTER GUNUNG PANGILUN PADANG**

**Abk Jailani, Syafei<sup>2</sup>, Eliya Pebriyeni<sup>3</sup>**  
**Program Studi Desain Komunikasi Visual**  
**FBS Universitas Negeri Padang**  
**Email : abeintrovert@rocketmail.com**

## **Abstract**

Purpose of this final work is This thesis objectives are (1) Web Design Designing the new G Sports Center with a more interesting and more complete, (2) Designing forms of visual and verbal in Web Design G Sports Center so that the aims and objectives are achieved, (3) creating a characteristic that can be recognized easily by the customer. Sources of this thesis is the method of data collection in the form of field observations, interviews, as well as through the documentation at G Sports Center. Final work in the form of an attractive Web Design and communicative, G Sports Center Website visitors can find information about G Sports Center for the Web has provided information in the form of verbal or visual

Keyword: Design,Sports,and Web

## **A. Pendahuluan**

Sumatera Barat merupakan salah satu kota yang cukup padat, di kota ini banyak terdapat perkantoran, pertokoan, dan universitas negeri maupun swasta banyak terdapat di kota ini, hal ini menyebabkan aktivitas di kota ini selalu ramai, dengan aktivitas yang aktif tentu saja dapat menurunkan kebugaran tubuh, akan tetapi hal itu tidak menjadi masalah, karena kesadaran masyarakat terhadap kebugaran tubuh sangat baik, karena itu pemerintah maupun swasta telah mendirikan fasilitas olahraga yang mampu mempermudah masyarakat untuk melakukan olahraga salah satunya adalah G Sports Center

G Sports Center (GSC) adalah unit usaha PT. Bangun Harapan Indonesia yang bergerak di bidang penyediaan sarana dan prasarana olahraga secara terpadu

(terintegrasi) dan modern. Berlokasi di jalan Gajah Mada No. 105 B Gunung Pangilun Padang, Sumatera Barat. Lokasinya berada ditengah kawasan atau jalur perekonomian kota Padang, kawasan Kampus STIKIP-PGRI, Bung-Hatta, Institut Teknologi Padang, Perkantoran, pemukiman penduduk, kos-kosan mahasiswa, serta lokasi SMA dan MAN.

G Sports Center ini mulai beroperasi desember 2011. G Sports Center menyediakan lima fasilitas olah raga, terdiri dari dua lapangan futsal, tiga lapangan Badminton, Kolam Renang untuk dewasa dan anak-anak, Golf, dan Gymnastics. Pusat olahraga yang dimiliki Fadli Amran, warga Kota Padang tersebut hadir untuk memenuhi kepuasan bagi pencita olah raga. G-Sport Center ini buka setiap hari Senin sampai Minggu, mulai dari pagi hingga pukul 01.00 dini hari. Selain ada lapangan olah raga, juga ada kafe dan G Shop yang menjual peralatan olah raga. serta tempat berkumpul atau *meeting*. Luas bangunan G-Sport Center ini berkisar 5000 M persegi.

Dimulai dari kesukaan pemilik G Sports Center terhadap industri hiburan dan kegiatan olahraga, Bapak Fadly Amran, BBA, selaku pemilik G Sports Center merintis usahanya dalam bidang ini yaitu dimulai dengan mendirikan *Fitness Gold* dan GP Futsal semenjak tahun 2009, usaha ini dimulai dengan prinsip: harus selalu menjadi yang terbaik dan selalu berbeda, terutama pada *Fitness*, dengan desain butik berkesan mewah. dan dilengkapi dengan RPM (*Raw Power in Motion*) dan sekaligus menjadi fitness pertama yang dilengkapi RPM di Sumatra Barat.

Berdasarkan pengalaman dan tujuan baiknya untuk meningkatkan prestasi olahraga di Sumatera Barat, maka didirikanlah G Sports Center dengan konsep olahraga dan hiburan di satu tempat, tentunya dengan prinsip menjadi yang terbaik dan berbeda.

G sports center sudah melakukan promosi melalui media *baliho dan Flyer*, tetapi belum begitu efektif, *baliho* yang di letakkan di depan Gedung G Sports Center terkadang hanya dilihat sekilas saja sehingga masih banyak yang mengira G Sports Center hanya tempat bermain *Futsal* saja padahal di G Sports Center ini masih memiliki tempat olahraga lainnya seperti *badminton* dan renang, sedangkan *Flyer* yang diletakkan di dekat pintu masuk, juga belum begitu efektif, pelanggan terkadang tidak memperhatikan *flyer* yang ada, dan langsung menuju lapangan, selain itu untuk menjangkau pelanggan lebih luas, G Sports Center perlu melakukan promosi dengan menggunakan media yang dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas seperti media web.

G Sports Center telah memiliki *web*, namun *web* tersebut hanya berupa tampilan saja, masih banyak sekali yang tidak bisa di akses dari web tersebut, tampilan *shop, activity, photo, safety* tidak bisa di akses dan masih menggunakan tampilan standard yaitu masih menggunakan tampilan yang bisa digunakan secara bebas oleh pihak lain, dan juga masih banyak data yang tidak dapat ditampilkan, oleh sebab itu perlu adanya perancangan ulang desain *Web* baru yang lebih lengkap dan komunikatif

*Re-Design web* akan dibuat semenarik mungkin sehingga dapat menarik pelanggan untuk melihat dan membacanya. Tujuan dari *Re-Design web* supaya tampilan *web* yang baru ini dapat lebih menarik perhatian pelanggan dan data-data mengenai *G Sports Center* ini telah bisa diakses semua sehingga para pelanggan dapat mengetahui semua info dan berita mengenai *G Sports Center* tersebut.

## B. Metode Perancangan

### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode primer yang harus dilakukan untuk memperoleh data. Dalam pencarian data *G Sports Center* mengenai minat anak muda terhadap fasilitas yang ada di G Sports Center khususnya Futsal, penulis melakukan wawancara langsung dengan karyawan G Sports Center dan pelanggan dari G Sports Center.

### 2. Observasi

Mengunjungi *G Sports Center*, bertujuan untuk melihat langsung keadaan, suasana, kondisi fisik *G Sports Center* tersebut untuk menambah data-data yang diperlukan untuk membuat perancangan media promosi ini. pengumpulan data secara sekunder diperoleh dari data yang telah ada. seperti dari buku-buku, pustaka, media cetak, dokumentasi, internet maupun dari skripsi-skripsi.

### 3. Dokumentasi

Mengambil data yang ada berupa foto atau video sehingga dapat mendukung data-data observasi

Untuk memperkuat analisis perlu didukung dengan metode. Pada perancangan promosi *G Sport Center* ini penulis menggunakan metode SWOT. Metode SWOT, yaitu analisis yang membahas tentang *strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *opportinities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Segi kekuatan merupakan kondisi internal yang dikandung oleh obyek yang dinilai, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal. (<http://Aguswibisono.wordpress.com>)

Analisis SWOT diperlukan untuk menilai dan menilai ulang (*reevaluasi*) suatu hal yang ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil (Sarwono dan Lubis, 2007:18).

Perancangan promosi *G Sports Center* dalam media desain *web* ini, penulis menggunakan metode analisis data dengan teori SWOT karena untuk sebuah promosi analisis metode SWOT ini lebih tepat digunakan. Analisa SWOT dalam media desain *web* yaitu:

### **1. Kekuatan (*strenght*)**

Kekuatan dari *website* ini yaitu mempunyai jangkauan akses yang luas, media yang tidak pernah berhenti beroperasi, dapat menampilkan tampilan visual yang menarik dan interaktif. *Target audience* dapat mencari dan melihat langsung informasi apa saja yang dibutuhkan (berita *terupdate*). Terdapat lima halaman utama pada desain *web* ini yaitu *home*, *profile*, *facility*, *Shop* dan *contact*.

### **2. Kelemahan (*Weakness*)**

Kelemahan dari media *website* ini yaitu harus mempunyai koneksi dan perangkat untuk dapat mengaksesnya, lama atau lambatnya proses *loading* yang bisa diakibatkan karena sambungan internet yang tidak bagus. Hal ini dapat membuat pengunjung *website* meninggalkan *website* tersebut.

### **3. Peluang (*Oppurtunity*)**

Peluang yang didapatkan melalui media *website* yaitu karena jangkauannya yang luas maka informasi yang ingin disampaikan akan lebih banyak tersebar menuju *target audience*, membangun image canggih dan berteknologi, lebih informatif.

#### 4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang dihadapi promosi dengan media *website* yaitu banyaknya *website* dibidang yang sama. kesulitan dalam mengakses internet dan munculnya media-media baru yang lebih inovatif.

### C. Pembahasan

#### 1. Tujuan Kreatif

Tujuan dari pekerjaan kreatif dalam membuat pesan secara kreatif adalah:

- a. Iklan harus bisa menyajikan pesan secara persuasif dan kuat.
- b. Pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian khalayak.
- c. Pesan pada suatu promosi dapat memotivasi keinginan khalayak.
- d. Memberi kepada khalayak perasaan (tujuan mengenai pesan dan jasa untuk dipromosikan).

Tujuan kreatif yang ingin dicapai adalah merancang media promosi yang komunikatif dan persuasif. Komunikasi yang dapat menyampaikan pesan kepada *target audience* dengan efektif dan efisien. Informasi yang ingin disampaikan diterima oleh *target audience*, tidak hanya komunikatif tetapi juga persuasif yaitu membujuk, merayu, menghimbau para *target audiens* untuk datang dan mengunjungi *G Sports Center*.

## 2. Program Kreatif

Pendekatan Verbal dan Pendekatan Visual menjadi peranan penting dalam program kreatif, warna, tipografi dan bentuk *Web* yang akan dirancang. Dalam penggunaan tipografi harus mempertimbangkan prinsip pokok tipografi yaitu :

### a. *Legibility*

*Legibility* berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan masing-masing huruf atau karakter. *Legibility* menyangkut desain atau bentuk huruf yang digunakan. Suatu jenis huruf dikatakan *legible* apabila masing-masing huruf/ karakter mudah dikenali dan dibedakan dengan jelas satu sama lain.

(Rustan,2010: 74-75).

### b. *Readability*

*Readability* berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan masing-masing huruf atau karakter. Teks yang *readable* berarti keseluruhannya mudah dibaca (Rustan, 2010: 74-75).

### c. *Clarity*

*Clarity* berhubungan dengan bentuk dan kejelasan suatu huruf

(Kusrianto: 2007,191)

### d. *Visibility*

*Visibility* adalah kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat dalam suatu karya desain komunikasi visual dapat terbaca dalam jarak baca tertentu. Fonts yang kita gunakan untuk headline dalam brosur tentunya berbeda dengan yang kita gunakan untuk papan iklan. Papan iklan harus menggunakan fonts yang cukup besar sehingga dapat terbaca dari jarak yang tertentu. Setiap karya desain mempunyai suatu target jarak baca, dan

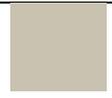
huruf-huruf yang digunakan dalam desain tipografi harus dapat terbaca dalam jarak tersebut sehingga suatu karya desain dapat berkomunikasi dengan baik.

([http://puslit.petra.ac.id/search\\_engine/cache/DKV/DKV990101/DKV99010105.txt](http://puslit.petra.ac.id/search_engine/cache/DKV/DKV990101/DKV99010105.txt))

### 3. Warna

Dalam perancangan ulang desain web G Sport center ini warna yang dipakai dominan abu-abu, karna abu-abu merupakan warna minimalis dan juga merupakan warna gedung G Sport Center. Warna *abu-abu* adalah warna perpaduan dari warna putih + hitam yang mempunyai kesan lembut, tenang.. Metode warna yang digunakan pada perancangan yaitu warna additive RGB (*Red, Green, Blue*) dibuat dengan bersumber pada sinar dan warna substractive CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*) merupakan warna yang dapat dilihat oleh mata karena adanya pantulan cahaya.

#### Warna RGB

	R	G	B
	R= 164	G= 154	B= 126
	R= 200	G= 194	B= 175
	R= 218	G= 216	B= 209

## Warna CMYK

	C	M	Y	K
	C= 37	M= 34	Y= 57	K= 3
	C= 22	M= 19	Y= 31	K= 0
	C= 14	M= 11	Y= 14	K= 0

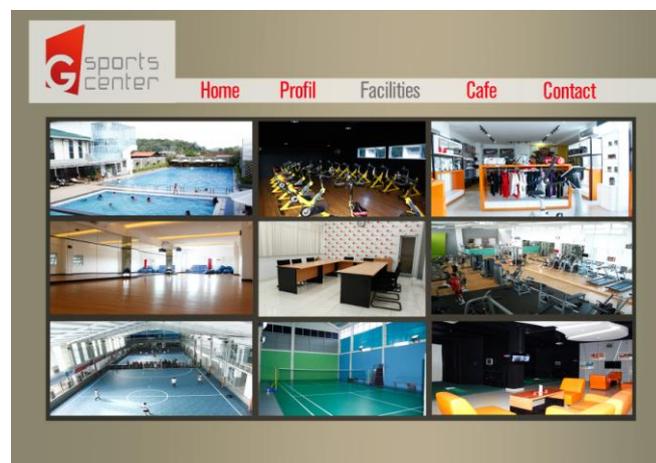
## 4. Layout

Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya.

Merancang *layout* adalah salah satu proses atau tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan *layout* pekerjaannya. Namun definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan bahwa *me-layout* itu sama dengan mendesain. (Rustan, 2009:1)

Dalam perancangan ulang desain web G Sports Center ini akan melalui tahapan-tahapan perancangan *layout* mulai dari *layout* kasar, *layout* komprehensif, *layout* kasar dan eksekusi. Dalam *me-layout*, menggabungkan unsur teks, gambar, foto, maupun unsur visual lainnya memakai prinsip-prinsip *layout* dalam perancangannya. Memperhatikan kesatuan (*unity*), proporsi, keseimbangan, kontras dan irama.

## 5. Final Desain





Swimming Pool

Kolam renang ini terdiri atas 2 bagian, kolam berukuran kecil adalah kolam renang untuk anak-anak, sedangkan kolam yang berukuran besar untuk dewasa, di tepi kolam renang terdapat kursi santai, jadi pelanggan dapat beristirahat seyenak.

Kafe ini terletak di lantai 2 di kafe ini menyediakan makanan yang sederhana tapi mengandung nilai gizi tinggi. kafe ini mengusung konsep dapur terbuka jadi pelanggan dapat melihat langsung karyawan kafe saat memasak makanan, kafe ini di desain dengan konsep minimalis dengan perpaduan warna yang baik sehingga pelanggan nyaman duduk disana



Kafe

G Sport Center berlokasi di Jalan Gajah Mada no. 105 Gunung Panglun, Padang, Sumatera Barat  
Copyright © 2013  
Desain oleh Abk Jailani

[www.GSC.co.id](http://www.GSC.co.id)



## b) Media Pendukung

- 1) Poster
- 2) X-Banner
- 3) Flyer
- 4) Stiker
- 5) Mug
- 6) Gantungan kunci
- 7). Pin
- 8). *Self TV*

## D. Kesimpulan dan Saran

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan Redesain Web G Sports Center dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam perancangan promosi *G Sport Center* dalam media *web* ini diharapkan akan dapat membantu promosi *G Sports Center* lebih luas lagi.
2. Diharapkan pelanggan atau *target audience* dapat mengetahui info lebih banyak tentang *G Sports Center* melalui media website.
3. Rancangan media Pendukung, terdiri dari Poster, X Banner, Flyer, Stiker, Mug, Gantungan Kunci, Pin dan Self TV.
4. Redesain Web, bertujuan untuk membuat tampilan web menjadi lebih menarik sehingga dapat menarik para pelanggan

5. Jadi semua bentuk *Sign System* (Sistem Tanda) yang dirancang untuk Objek Wisata Danau Kembar ini dapat berguna untuk para wisatawan atau masyarakat yang berkunjung ke Objek Wisata Danau Kembar ini.

## 2. Saran

Berdasarkan Perancangan Sign System Objek Wisata Danau Kembar dapat disimpulkan beberapa saran yaitu :

1. Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Solok Provinsi Sumatera Barat, agar selalu menjaga dan merawat, baik dari pariwisata danau kembar maupun objek pendukungnya.
2. Bagi perancang lain yang akan merancang sebuah *sign system* apapun jenisnya sebelum memulai merancang persiapkan data dan masalah yang dikemukakan harus jelas. Sehingga dalam pengerjaan karya akhir dapat diselesaikan dengan mudah.

**Catatan:** artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan pembimbing I Drs. Syafei, M.Ag dan pembimbing II Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn.

## Daftar Rujukan

- Kusrianto, Andi.2007.*Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Rustan, Suriyanto.2009.*Layout Dasar dan Penerapannya*.Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.