

REDESAIN *WEBSITE* OBJEK WISATA KOTA SAWAHLUNTO

JURNAL



**DIMAS REGA LEONI
54667/2010**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2015**

REDESAIN WEBSITE PERSETUJUAN JURNAL SAWAHLUNTO

REDESAIN WEBSITE OBJEK WISATA KOTA SAWAHLUNTO

DIMAS REGA LEONI

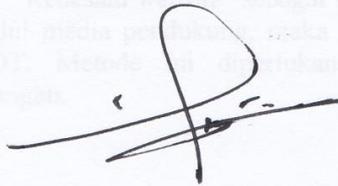
ABSTRAK

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir “Redesain Website Objek Wisata Kota Sawahlunto” untuk persyaratan wisuda periode September 2015 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, September 2015

Disetujui oleh,

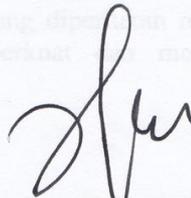
Pembimbing I



Drs. Syafwan, M.Si

NIP.19570101.198103.1.010

Pembimbing II



Hendra Afrwan, S.Sn M.Sn

NIP.19770401.200812.1.002

1. Mahasiswa jurusan Laporan Karya Akhir Final Ujian Komparasi Visual untuk wisuda periode September 2015.
2. Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang
3. Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

REDESAIN *WEBSITE* OBJEK WISATA KOTA SAWAHLUNTO

Dimas Rega Leoni¹, Drs. Syafwan, M.Si², Hendra Afriwan, S.Sn M.Sn³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa
FBS Universitas Negeri Padang
E-mail: dimasregaleoni@gmail.com

ABSTRAK

Kota Sawahlunto adalah sebuah kota kecil yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat (Indonesia). Kota ini memiliki luas wilayah 27.345 Ha dan 65.787 populasi jiwa. Berbatasan dengan Kabupaten Tanah Datar di bagian utara, Kabupaten Solok di selatan dan barat, serta dengan Kabupaten Sijunjung di bagian Timur. Sawahlunto dipimpin oleh Bapak Ali Yusuf, S.Pt selaku walikota hingga 2018 nanti. Saat ini kota Sawahlunto berkembang menjadi kota wisata tua yang multi enik sehingga menjadi salah satu kota tua terbaik di Indonesia. Seiring dengan berkembangnya wisata Sawahlunto, kegiatan promosi wisata Sawahlunto hanya sebatas iklan radio lokal dan media iklan cetak yang sifatnya terbatas.

Website merupakan salah satu media iklan yang paling populer saat ini, memiliki jangkauan ruang dan waktu yang tak terbatas. Untuk mendapatkan *website* sebagai media yang efektif dalam promosi diperlukan strategi tertentu secara tepat sehingga promosi *website* berhasil. Kota Sawahlunto sendiri sudah mempunyai *website* objek wisata sendiri tetapi belum mencapai dengan prinsip-prinsip komunikasi visual dan desain yang baik, oleh karena itu dibuatlah redesain *website* objek wisata kota Sawahlunto dengan tujuan untuk mempromosikan dan memperkenalkan kota Sawahlunto lebih luas lagi.

Redesain *website* sebagai media iklan utama kota Sawahlunto, kemudian melalui media pendukung, maka analisis data yang diperlukan melalui analisis SWOT. Metode ini diperlukan untuk memperkuat dan menyempurnakan rancangan.

Kata Kunci: Kota Sawahlunto, Redesain, *website*

-
1. Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2015
 2. Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang
 3. Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

ABSTRACT

Sawahlunto is a small town in West Sumatera Indonesia. This town has 27.345 Ha an area and 65.787 soul population. This town borders in Eastern part of Sijunjung regency. Sawahlunto is led Mr. Ali Yusuf S.Pt as a mayor of Sawahlunto until 2018 later. At this time , the Sawahlunto town evolves to be unique multi old tourism town until it has been one of the best old town in Indonesia. As along of development Sawahlunto tour, the promotion activity of Sawahlunto tour is limited because it only by local radio and print media advertisement.

Website is one of most popular media advertisement at this time. It has the range of space and time is not limited. The specific strategies appropriately is required to get website as effective media in promotion until the promotion website has been success. Sawahlunto has had tourism attraction by it self. But the good design and visual communication principle has not been reached by it. There for, redesign tourism attraction of Sawahlunto is made by purpose to promote and present Sawahlunto town more broadly.

The redesign of website as the first adversting media of Sawahlunto town. The by way of supporting media that data of analysis is required through the SWOT analysis. This method is required to strength the and complete the project.

A. Pendahuluan

Kota Sawahlunto adalah sebuah kota kecil yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat (Indonesia), yang yang berjarak kurang lebih 95 km dari kota Padang (Ibukota Provinsi Sumatera Barat). Kota ini pada masa lalu terkenal dengan kota tambang batubara.

Sesuai dengan peraturan daerah kota Sawahlunto Nomor 2 tahun 2001 tentang Visi dan Misi; disebutkan bahwa Visi Kota Sawahlunto tahun 2020 menjadi *“Kota Wisata Tambang Yang Berbudaya”*. Pada visi tersebut terkandung nilai-nilai yang ingin diwujudkan yaitu: kualitas kota yang lebih baik, kualitas sumber daya manusia yang semakin meningkat, kerukunan beragama dan budaya, serta kota yang menyenangkan untuk ditinggali.

Sedangkan misi kota Sawahlunto adalah: memelihara dan mengembangkan nilai-nilai agama dan adat di tengah-tengah masyarakat, meningkatkan fasilitas dan pelayanan umum, mengembangkan objek wisata tambang, serta mengembangkan seluruh potensi kota yang dapat mendorong berkembangnya pariwisata.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto merupakan instansi pemerintah, yang mengelola bidang-bidang pariwisata yang terdapat di kota Sawahlunto baik pengelolaan fasilitas, atau kebutuhan yang perlu dibenahi pada tempat-tempat wisata di kota Sawahlunto. Selain itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto, juga memfasilitasi setiap kegiatan yang berhubungan dengan seni dan budaya pada even-even tertentu, misalnya setiap tanggal 1 Desember dalam rangka memperingati hari ulang tahun kota Sawahlunto bahwa setiap kegiatan ataupun perbaikan pada objek wisata sudah terprogram pada program kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto. Diantara beberapa program kerja Dinas Pariwisata, antara lain: mengembangkan potensi pariwisata serta mengembangkan sarana dan prasarana kepariwisataan.

Sebagian besar objek wisata kota Swahlunto sudah ada yang dipromosikan. Adapun media yang sudah digunakan untuk mempromosikan objek wisata tersebut, antara lain: iklan radio lokal, *billboard*, *leaflet*, *banner*, poster. Media iklan tersebut masih dalam lingkup daerah kota Sawahlunto sendiri dan beberapa kota-kota di Sumatera Barat.

Media iklan yang sudah ada tersebut dapat digunakan sesuai dengan harapan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto. Mengacu pada program kerja dan struktur organisasinya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto ingin mempromosikan kota Sawahlunto.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis bersama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto berupaya untuk mempromosikan kota Sawahlunto yang dapat menjangkau sasaran yang lebih luas diantaranya daerah-daerah baik di luar kota Sawahlunto maupun daerah-daerah Sumatera Barat dan mancanegara. Untuk itu diperlukan sebuah media iklan yang dapat menjangkau daerah-daerah lain. Media iklan tersebut dapat digunakan sesuai dengan harapan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto, yaitu dapat menjangkau daerah-daerah luar Sawahlunto.

Media iklan yang akan digunakan adalah *website*. Karena pemanfaatan *website* sangat mempengaruhi kinerja dalam usaha mencapai sebuah tujuan. Diantaranya untuk mempromosikan produk atau jasa. Selain itu, *website* dimanfaatkan untuk menampilkan gaya baru dalam memberikan informasi dikarenakan *website* sebuah media iklan yang sangat mudah diakses di seluruh dunia selama masih terkoneksi dengan jaringan internet.

Perkembangan internet saat ini semakin pesat dan menarik pengguna dari berbagai kalangan masyarakat. Karena fungsional dan sangat penting, internet saat ini telah digunakan diberbagai bidang, mulai dari bidang ekonomi, pendidikan, teknologi, hingga sosial. Menurut Andi (2010:1)

Website merupakan sebuah halaman berisi informasi yang dapat dilihat jika computer anda terkoneksi

dengan internet. Dengan adanya *website*, semua orang di dunia bisa mendapatkan dan mengelola informasi dengan berbagai sumber yang tersedia di internet. *Website* sendiri saat ini bisa memuat berbagai macam media, mulai dari teks, gambar, suara, bahkan video.

Website ditulis atau secara dinamik dikonversi menjadi HTML (*Hyper Text Markup Language*) dan diakses melalui sebuah program *software* yang bisa disebut *web browser*. Halaman web dapat dilihat atau diakses melalui jaringan *computer* dan internet, sedangkan perangkatnya bisa berupa personal komputer, *laptop*, PDA, maupun *cell phone*.

Dari penjelasan beberapa keunggulan *website*, maka dari itu dengan adanya redesain *website* ini, calon wisatawan yang akan berkunjung ke kota Sawahlunto akan mendapatkan informasi lengkap tentang wisata-wisata yang ada di kota Sawahlunto. Dengan demikian judul karya akhir ini adalah **“Redesain Website Objek Wisata Kota Sawahlunto”**.

B. Metode Analisis Data

Dalam proses “Redesain *website* objek wisata kota Sawahlunto” yang dikemas dalam bentuk *web design* merupakan media utama, kemudian melalui beberapa media pendukung seperti: poster, baju, stiker, *x banner*, *mug* (gelas), pin, jam dinding, kartu nama. Metode pemecahan masalah dalam redesain produk ini diambil berdasarkan teori SWOT (*strengths*/kekuatan, *weakness*/kelemahan, *opportunities*/kesempatan, *threats*/ancaman).

Schuler (2002:170) menjelaskan swot adalah :

(singkatan bahasa Inggris dari “kekuatan”/*strengths*, “kelemahan” / *weaknesses*, “kesempatan”/*opportunities*, dan “ancaman”/*threats*) swot adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan,

peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

SWOT dijadikan sebagai titik tolak atau konsep dasar untuk meredesain media iklan ini, baik secara visual maupun verbal dari beberapa data atau hasil penelitian, maka SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman) antara lain:

a. *Strenght* (kekuatan)

Analisa yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan pada pariwisata yang ada di kota Sawahlunto dengan meredesain web objek wisata kota Sawahlunto.

- 1) *Web design* merupakan media iklan yang sangat efektif digunakan dan mudah diakses di manapun, kapan pun, dan lokasi berada dengan terhubung sebuah jaringan internet.
- 2) Meredesain kembali *website* dengan tampilan yang lebih menarik lagi dapat memberikan nuansa baru dalam promosi sehingga masyarakat menjadi lebih tertarik.
- 3) Dengan meredesain website objek pariwisata kota Sawahlunto dapat memiliki fungsi dan peranan yang penting karena di dalamnya terdapat informasi tentang perkembangan wisata di kota Sawahlunto.

b. Weakness (kelemahan)

Beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki untuk kedepannya antara lain:

- 1) Masyarakat masih kurang tahu tentang keberadaan *web design* sebagai media iklan.
- 2) Kurangnya perhatian pemerintah terhadap *website* tersebut sehingga minimnya *update* informasi terbaru yang ada pada *web design*.

c. Opportunity (peluang)

- 1) *Web design* merupakan media iklan yang paling efektif pada saat ini untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa.
- 2) Tingginya angka wisatawan yang berkunjung ke kota Sawahlunto.
- 3) Dengan diperbaharui *website* objek wisata kota Sawahlunto, wisatawan yang akan berkunjung dapat memperoleh informasi objek-objek wisata yang ada di Sawahlunto terlebih dahulu.

d. Threats (ancaman)

- 1) Meredesain *website* membutuhkan waktu yang cukup lama dan pembuatannya membutuhkan data-data dan informasi perusahaan sehingga membutuhkan tingkat keamanan yang lebih.
- 2) Pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto harus sering melakukan pemantuan terhadap *website* untuk mengupdate informasi-informasi terbaru.

Kota Sawahlunto mempunyai visi di tahun 2020 menjadi “Kota Wisata Tambang Yang berbudaya”. Pada visi tersebut terkandung nilai-nilai yang ingin diwujudkan yaitu: kualitas kota yang lebih baik, kualitas sumber daya manusia yang semakin meningkat, kerukunan beragama dan budaya, serta kota yang menyenangkan untuk ditinggali. Oleh karena itu pihak instansi pemerintahan Sawahlunto khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan berkesempatan melakukan promosi dalam berbagai media iklan, hal ini bertujuan agar lebih banyak lagi menarik orang-orang untuk berwisata ke kota Sawahlunto.

C. Pembahasan

1. Media Utama

a. Website

Media utama yang digunakan dalam perancangan redesain ini adalah *website*. Dimana nantinya *website* yang telah diredesain ini dapat mempromosikan pariwisata kota Sawahlunto lebih luas lagi dan dapat menjadikan kota Sawahlunto pilihan utama untuk berwisata. *Website* merupakan salah satu alat komunikasi *online* menggunakan internet yang bersifat statis dan dinamis dihubungkan dengan *hyperlink*. “*Website* merupakan suatu layanan di dalam jaringan internet yang berupa ruang informasi. Adanya *Web*, *user* dapat memperoleh atau menemukan informasi yang diinginkan dengan cara mengikuti *link (hyperlink)* yang disediakan di dalam dokumen yang ditampilkan oleh aplikasi *web browser*”(Raharjo, 2011:2).

Keunggulan dari media *website* ini adalah memberikan sambungan (konektivitas) dan jangkauan yang sangat luas sehingga akses data dan informasi tidak dibatasi waktu, tempat, dan negara. Ismail dalam <https://ismail403.wordpress.com/2013/01/06/kelebihan-dan-kekurangan-media-internet>.



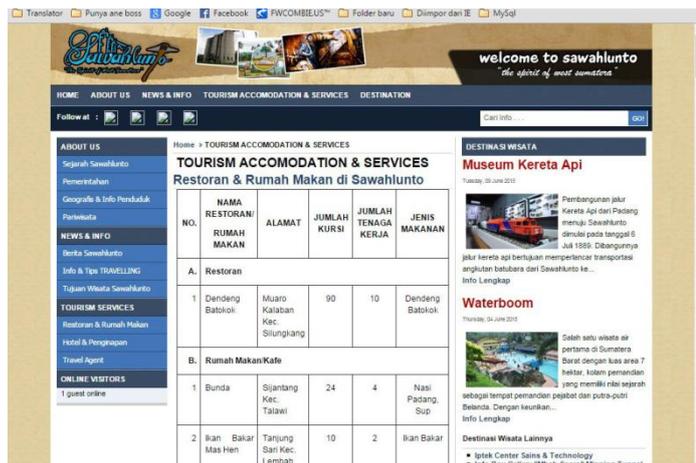
Home



About Us



Destination



Tourism Accomodation



Destinasi Museum Kereta Api



Destinasi Museum Gudang Ransum



Destinasi Water Boom

2. Media Pendukung

a. Kartu Nama



b. X banner



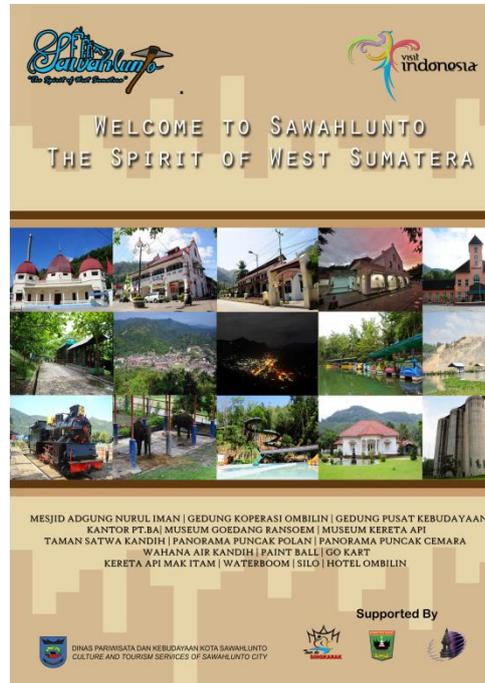
c. Mug



d. Baju Kaos



e. Poster



f. Pin



g. Stiker



h. Jam Dinding



D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dari hasil perancangan redesain *website* objek wisata kota Sawahlunto, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Dalam perancangan redesain *website* melalui media *web* ini diharapkan akan dapat membantu promosi pariwisata kota Sawahlunto luas lagi, menjangkau para konsumen atau *target audience* yang tadinya belum mengenal kota Sawahlunto bisa mengetahui dan mengunjungi, sehingga nantinya akan menjadi pengunjung tetap (pelanggan) di Kota Sawahlunto. Pengunjung atau *target audience* dapat mengetahui info lebih banyak tentang perkembangan info objek-objek wisata di kota Sawahlunto melalui media *website*.

Promosi ini juga didukung oleh media-media pendukung seperti, *xbanner*, stiker, kaos, mug, jam dinding, kartu nama, poster, dan pin. Dengan media-media promosi ini diharapkan agar kota Sawahlunto dapat menjadi destinasi utama tujuan wisata di Sumatera Barat.

2. Saran

Berdasarkan hasil perancangan redesain *website* objek wisata kota Sawahlunto ini terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak instansi pemerintah terkait untuk dapat lebih memperhatikan promosi melalui media-media, karena dengan promosi menggunakan media akan lebih tersampaikan apa yang ingin dipromosikan.
2. Kepada para pengunjung atau *target audience* untuk berwisata atau mengexplor kota Sawahlunto.
3. Kepada masyarakat kota Sawahlunto agar dapat bersikap ramah tamah pada setiap wisatawan yang datang dan yang paling utama tetap menjaga keasrian lingkungan wisata di kota Sawahlunto.

E. Daftar Rujukan

Andi. 2010. *Membuat Website Interaktif dengan Macromedia Dream Weaver*. Yogyakarta: Andi Offset.

Raharjo, Budi. 2011. *Belajar Pemrograman Web*. Jakarta: Modula Publisher Agency.

Schuler. 2002. *Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

<https://ismail403.wordpress.com/2013/01/06/kelebihan-dan-kekurangan-media-internet/>. Diakses pada 05 Juni 2015