

**PERANCANGAN DESAIN WEBSITE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
“BALI VESPA TOUR” DI BULELENG BALI**



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh:

Nyoman Teja Sukmana

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2013

**PERANCANGAN DESAIN WEBSITE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
“BALI VESPA TOUR” DI BULELENG BALI**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
INV.	4.263/H/S/2013	
KLAS		
TERIMA	30-08-2013	TTD Cn P



PENCIPTAAN

Oleh:

Nyoman Teja Sukmana



**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2013



**PERANCANGAN DESAIN WEBSITE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
“BALI VESPA TOUR” DI BULELENG BALI**



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh:

Nyoman Teja Sukmana

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2013**

**PERANCANGAN DESAIN WEBSITE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
“BALI VESPA TOUR” DI BULELENG BALI**



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh:

Nyoman Teja Sukmana

NIM. 091 1951 024

Tugas akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual

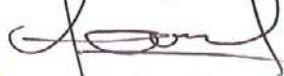
2013

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

**PERANCANGAN DESAIN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI BALI
VESPA TOUR DI BULELENG BALI**

Diajukan oleh Nyoman Teja Sukmana, NIM 0911951024, Program Studi S1
Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni
Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir
pada tanggal 1 Juli 2013 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



M. Faizal Rochman, M.T.
NIP 197802212005011002

Pembimbing II



Andi Haryanto, M.Sn.
NIP 198011252008121003

Cognate



Indiria Maharsi, M.Sn
NIP 197209092008121001

Kaprodi DKV



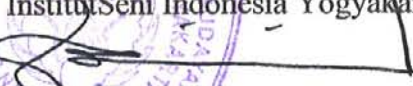
Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP 196502091995121001

Ketua Jurusan Desain



M. Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NIP 197010191999031001

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Suastiwi, M.Des
NIP 19590802 198803 2 002




PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nyoman Teja Sukmana
NIM : 091 1951 024
Program Studi : Disain Komunikasi Visual (DKV)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tugas akhir dengan judul:
PERANCANGAN DESAIN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI BALI VESPA TOUR DI BULELENG BALI yang dibuat sebagai karya tugas akhir pada program studi Disain komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tugas akhir yang sudah dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi dan instansi manapun, kecuali bagian yang sumbernya telah dicantumkan sebagai mana mestinya.

Yogyakarta, 1 Juli 2013



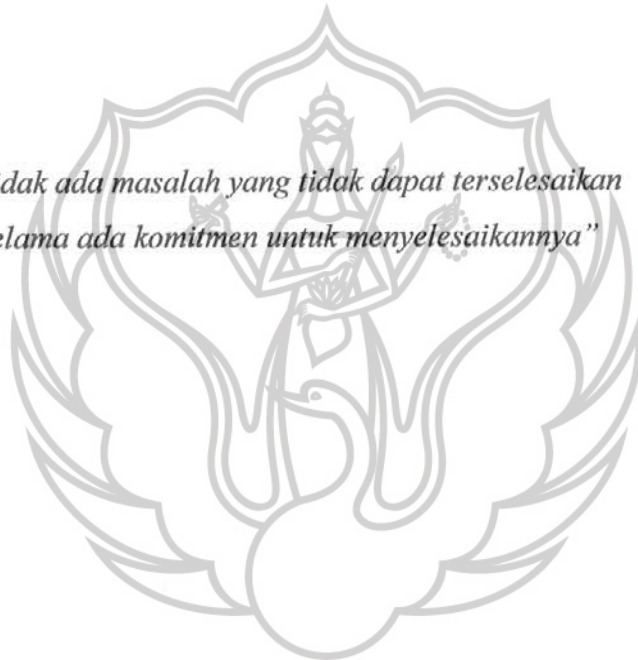
Nyoman Teja Sukmana

NIM: 0911951024

*Kupersembahkan untuk bapak dan ibuku tercinta...
Serta keluarga besar yang kusayangi...*



*“Tidak ada masalah yang tidak dapat terselesaikan
selama ada komitmen untuk menyelesaikannya”*





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa (Tuhan Yang Maha Esa) karena atas berkat rahmat-Nyalah Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir karya desain yang berjudul **Perancangan Desain Website Sebagai Media Promosi Bali Vespa Tour di Buleleng Bali**.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, Penulis menyadari banyak kendala-kendala yang Penulis hadapi. Namun berkat bantuan serta masukan dari beberapa pihak yang tulus ikhlas memberikan pemikirannya, hambatan yang dihadapi kiranya dapat diatasi. Oleh karena itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut membantu Penulis dalam penyelesaian perancangan Tugas Akhir ini yaitu kepada:

1. Dr, Suastiwi, M.des., selaku Dekan fakultas seni rupa.
2. M. Sholahuddin, S.Sn., M.T. selaku ketua jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
3. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn., selaku ketua program studi DKV ISI Yogyakarta
4. Drs. Lasiman selaku dosen wali
5. M. Faizal Rochman, M.T. selaku pembimbing I
6. Andi Haryanto, M. Sn., selaku pembimbing II
7. Seluruh dosen, staf pengajar dan karyawan DKV ISI Yogyakarta
8. Mr Peter Han, Bli Gede, Aji PP, selaku pengurus Bali Vespa Tour.
9. Seluruh staf, anggota, dan karyawan Bali Vespa Tour yang sudah membantu dan telah mengizinkan penulis untuk mengangkat Bali Vespa Tour ke dalam karya tugas akhir.
10. Teman-teman transfer 2009, semua teman ISI Yogyakarta, serta orang-orang terdekat yang selalu menyemangati Penulis selama ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Seluruh keluarga Penulis Memek, bapak, dadong, mbok, dan keluarga di Bantiran, yang telah tulus ikhlas memberikan dukungan dan doa tiada henti untuk memotivasi Penulis dalam menyelesaikan studi.

12. teman-teman sekuteris Singaraja (Independent Sekuter Singaraja), kos belimbing atas, dan sahabat penulis, pageh, fajar, ridho, nana, ayu, juga teman-teman semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala masukan dan dukungan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa karya Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan dan kemampuan serta pengalaman Penulis. Oleh karena itu Penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari penyimak.

Akhir kata Penulis mengucapkan terimakasih dan berharap agar karya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Yogyakarta, 1 Juli 2013

Penulis

ABSTRAK

Nyoman Teja Sukmana

Perancangan Desain Website Sebagai Media Promosi Bali Vespa Tour di Buleleng Bali.

Bali Vespa Tour berdiri pada tanggal 9 Januari 2011 dan merupakan perusahaan jasa bidang perjalanan wisata di kawasan Bali Utara. Bali Vespa Tour telah melakukan kegiatan promosi menggunakan beberapa media seperti website, blog, brosur, dan stiker. Tetapi secara visual website Bali Vespa Tour memiliki beberapa kekurangan: (1) Tampilan grafis yang statis dan kurang kreatif. (2) Tidak tersedianya ruang dialog (*chat rooms*). (3) Kurangnya animasi. (4) Tidak terdapat *link* pada website. (5) Desain web yang kurang fleksibel. (6) kurangnya dukungan sosial media. (7) informasi belum komunikatif. Untuk itu perlu dilakukan perancangan ulang untuk meningkatkan jumlah wisatawan menggunakan jasa Bali Vespa Tour.

Pembahasan perancangan ini yaitu: Bagaimana merancang media komunikasi visual berupa desain website dan media pendukung lainnya sebagai media promosi Bali Vespa Tour yang menarik, efektif, dan tepat sasaran sehingga dikenal oleh wisatawan serta menarik wisatawan untuk menggunakan jasa Bali Vespa Tour? Tujuan perancangan ini membuat media komunikasi visual berupa website dan media pendukung lainnya yang menarik, efektif, tepat sasaran agar dikenal oleh wisatawan dan meningkatkan jumlah wisatawan yang menggunakan jasa Bali Vespa Tour serta menginformasikan bahwa berwisata dengan Bali Vespa Tour merupakan pengalaman yang luar biasa serta dapat meningkatkan pariwisata di Buleleng.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada perancangan ini adalah observasi lapangan, wawancara, tinjauan pustaka dan dokumentasi. Pengumpulan data ini dilakukan guna mendukung ide dasar dalam pembentukan konsep desain yang sesuai untuk diterapkan pada desain website Bali Vespa Tour.

Hasil dari perancangan ini berupa desain website sebagai media utama yang dapat menyesuaikan layar *device* pengguna atau disebut dengan *responsive web design*. Pergerakan setiap halaman website dilakukan secara vertikal dimana setiap halaman akan menggunakan cara *slide* dan *scroolling*. Proses pembuatan ilustrasi dibuat dengan teknik gambar manual selanjutnya diolah dengan software pengolah gambar digital. Gaya desain yang digunakan sebagai acuan dalam membuat ilustrasi adalah gaya desain *young artist*. Sedangkan untuk ikon yang ditampilkan pada website akan dirancang menggunakan gaya *doodle art*.

Media pendukung yang dihasilkan pada perancangan ini seperti web banner, brosur, stiker, card member, tas kanvas, *facebook page*, dan *twitter page*.

Kata kunci: *desain website, responsive web design, bali vespa tour.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Batasan Masalah.....	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Metode Perancangan	6
G. Skematika Perancangan	9
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	
A. Informasi Tentang Bali Vespa Tour.....	11
1. Sejarah Bali Vespa Tour	11
2. Logo Bali Vespa Tour	12
3. Visi dan Misi Bali Vespa Tour	12
4. Susunan Pengurus Bali Vespa Tour	13
5. Paket Wisata Bali Vespa Tour	13
6. Armada vespa Bali Vespa Tour	16
7. Target Audience Bali Vespa Tour	18
8. Kegiatan dan Media Promosi Bali Vespa Tour	19
B. Studi Literatur	22
1. Definisi Pariwisata dan Wisatawan	22
2. Website.....	29

3. Sejarah Vespa.....	36
C. Analisis Pemasaran	38
1. Market Positioning.....	38
2. Potensi Perkembangan Bali Vespa Tour	39
3. Pesaing Bali Vespa Tour	41
4. Analisis Data	47
5. Kesimpulan	48

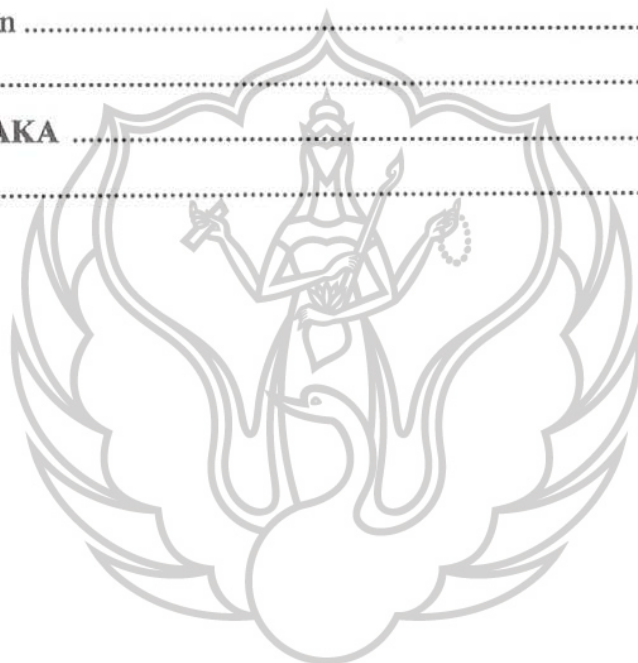
BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Pemasaran	50
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran.....	50
2. Tujuan dan Strategi Komunikasi Periklanan.....	52
B. Konsep Media	53
1. Tujuan Media	53
2. Strategi Media	54
3. Khalayak Sasaran	56
4. Panduan Media	56
5. Program Media	61
6. Biaya Media.....	62
C. Konsep Kreatif	63
1. Tujuan Kreatif	64
2. Strategi Kreatif	64
3. Program Kreatif	69
4. Biaya Kreatif	83

BAB IV PERANCANGAN

A. Studi Visual.....	84
B. Pengolahan Data Visual	87
1. Pengolahan Data Visual Interface	87
2. Halaman Website	89
C. Pengembangan Bentuk Visual	99
1. Logo Bali Vespa Tour.....	99
2. Layout Desain Website	102

3. Final Desain Website	111
4. Responsive Web Design	123
5. Banner Internet	125
6. Brosur	127
7. Card Member	131
8. Stiker	133
9. Tas Kanvas	134
10. Sosial Media.....	137
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	138
B. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN	143



DAFTAR GAMBAR

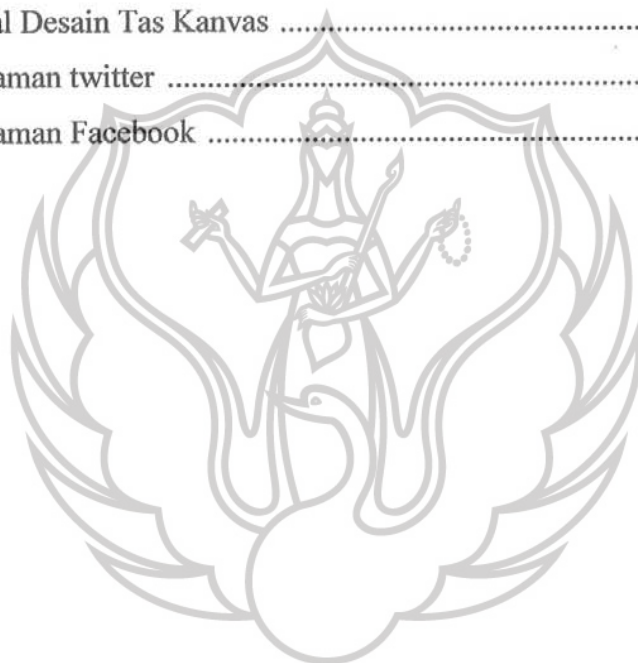
Gambar 1. Logo Perusahaan Bali Vespa Tour	12
Gambar 2. Armada BVT 1	16
Gambar 3. Armada BVT 2	16
Gambar 4. Armada BVT 3	17
Gambar 5. Armada BVT 4	17
Gambar 6. Armada BVT 5	17
Gambar 7. Armada BVT 6	18
Gambar 8. Website Bali Vespa Tour	19
Gambar 9. Brosur Bali Vespa Tour	19
Gambar 10. Blog Bali Vespa Tour	20
Gambar 11. Stiker Bali Vespa Tour	20
Gambar 12. Kegiatan Tour Bersama dua wisatawan mancanegara	20
Gambar 13. Kegiatan Tour Bersama Wisatawan	21
Gambar 14. Kegiatan Tour di Singaraja bersama tiga wisatawan	21
Gambar 15. Cooking Class Di Sebuah Rumah Makan	21
Gambar 16. Wisatawan berinteraksi dengan masyarakat.....	22
Gambar 17. Layout responsive web pada komputer, gadget, dan mobile	32
Gambar 18. Contoh Tampilan Responsive Web 1	33
Gambar 19. Contoh tampilan Responsive web 2	34
Gambar 20. Young Artist Style Painting 1	35
Gambar 21. Young artist style Painting 2	35
Gambar 22. Vespa Seri MP5.....	37
Gambar 23. Vespa Seri Mp6.....	37
Gambar 24. Website Ganesha Tour And Travel	43
Gambar 25. Katalog Ganesha Tour and Travel	44
Gambar 26. Brosur Ganesha Tour and Travel	44
Gambar 27. Website See Bali Adventure	46
Gambar 28. Brosur See Bali Adventure	46
Gambar 29. Contoh responsive web design	55

Gambar 30. Diagram Navigasi Website Bali Vespa Tour	68
Gambar 31. Acuan ilustrasi	73
Gambar 32. Contoh Ikon Dengan Gaya Doodle Art	74
Gambar 33. Lukisan beraliran young artist 1	75
Gambar 34. Lukisan Beraliran Young Artist 2	75
Gambar 35. Lukisan beraliran young artist 3	75
Gambar 36. Contoh website asimetris 1	76
Gambar 37. Contoh Website Asimetris 2	76
Gambar 38. Contoh Website Asimetris 3	76
Gambar 39. Contoh tekstur	77
Gambar 40. Logo BVT	84
Gambar 41. Aktifitas Bali Vespa Tour	84
Gambar 42. Upacara Keagamaan Di Bali	85
Gambar 43. Pertunjukan Tari Barong	85
Gambar 44. Nenek Mencari Rumput	85
Gambar 45. Membawa jerami	86
Gambar 46. Air terjun sekumpul	86
Gambar 47. Persawahan	86
Gambar 48. Vespa	87
Gambar 49. rought layout ikon	88
Gambar 50. Final Desain Ikon	88
Gambar 51. Sketsa tombol book	88
Gambar 52. Final Desain Ikon Book	88
Gambar 53. Sketsa home	89
Gambar 54. Digital Colouring Home	90
Gambar 55. Final ilustrasi home	90
Gambar 56. Sketsa about us	90
Gambar 57. Digital Colouring About Us	91
Gambar 58. Final Desain Ilustrasi About Us	91
Gambar 59. Sketsa news	92
Gambar 60. Digital Colouring News	92

Gambar 61. Final ilustrasi news	92
Gambar 62. Sketsa Vespa Tour	93
Gambar 63. Digital colouring vespa tour	93
Gambar 64. Final Ilustrasi Vespa Tour	93
Gambar 65. Sketsa other offer	94
Gambar 66. Digital colouring other offer	94
Gambar 67. Final Ilustrasi Other Offer	95
Gambar 68. Sketsa Gallery & Testimony	95
Gambar 69. Digital colouring halaman gallery & Testimony	95
Gambar 70. Final Ilustrasi Gallery & Testimony	96
Gambar 71. Sketsa our vespa	96
Gambar 72. Digital Colouring Our Vespa	96
Gambar 73. Final ilustrasi our vespa	97
Gambar 74. Sketsa Ilustrasi Pengendara Vespa	97
Gambar 75. Digital colouring pengendara vespa	98
Gambar 76. Data visual logo Bali Vespa Tour	99
Gambar 77. Sketsa Logo Bali Vespa Tour	99
Gambar 78. Pengembangan Bentuk Logo	100
Gambar 79. Studi warna logo	101
Gambar 80. Final Logo Bali Vespa Tour	101
Gambar 81. Rought layout home	102
Gambar 82. Komprehensif Layout Home	102
Gambar 83. Rought layout about us	103
Gambar 84. Komprehensif Layout About Us	103
Gambar 85. Rought layout news	104
Gambar 86. Komprehensif layout news	104
Gambar 87. Sub Halaman News	105
Gambar 88. Rought Layout Vespa Tour	105
Gambar 89. Komprehensif layout vespa tour	106
Gambar 90. Rought Layout Sub Halaman Vespa Tour	107
Gambar 91. Rought layout other offer	107

Gambar 92. Komprehensif Layout Other Offers	108
Gambar 93. Rought layout gallery & testimony	108
Gambar 94. Komprehensif layout gallery & testimony	109
Gambar 95. Rought layout layout our vespa	109
Gambar 96. Komprehensif layout our vespa	110
Gambar 97. Rought Layout Contact	111
Gambar 98. Final Desain Home	111
Gambar 99. Final desain about us	112
Gambar 100. Final Desain News	112
Gambar 101. Final desain sub halaman news	113
Gambar 102. Final Desain Vespa Tour	113
Gambar 103. Final desain sub halaman vespa tour	117
Gambar 104. Final Desain Other Offers	117
Gambar 105. Final desain sub halaman other offers	119
Gambar 106. Final desain gallery dan testimony	119
Gambar 107. Final Desain Sub Halaman Galery Dan Testimony	120
Gambar 108. Final Desain Our Vespa	120
Gambar 109. Final desain sub halaman our vespa	122
Gambar 110. Final Desain Halaman Contact	123
Gambar 111. Tampilan desain website portrait pada tablet 7 inch	123
Gambar 112. Tampilan Desain Website Landscape Pada Tablet 7 Inch	124
Gambar 113. Tampilan desain website portrait pada smartphone 4 inch	124
Gambar 114. Tampilan Desain Website Landscape Pada Smartphone 4 Inch ..	125
Gambar 115. Rought layout web banner	125
Gambar 116. Final desain web banner 1	126
Gambar 117. Final Desain Web Banner 2	126
Gambar 118. Rought Layout Cover Brosur	127
Gambar 119. Rought layout halaman depan brosur	127
Gambar 120. Rought Layout Halaman Belakang Brosur	127
Gambar 121. Final desain cover brosur	128
Gambar 122. Final Desain Halaman Depan Brosur	129

Gambar 123. Final desain halaman belakang brosur	131
Gambar 124. Rought Layout Card Member	131
Gambar 125. Komprehensif layout card member	132
Gambar 126. Final desain card member	132
Gambar 127. Rought Layout Stiker	133
Gambar 128. Komprehensif Layout Stiker	133
Gambar 129. Final desain stiker	134
Gambar 130. Rought Layout Tas Kanvas	134
Gambar 131. Komprehensif layout tas kanvas	135
Gambar 132. Final Desain Tas Kanvas	136
Gambar 133. Halaman twitter	137
Gambar 134. Halaman Facebook	137



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pulau Bali merupakan tujuan favorit para wisatawan baik dari mancanegara maupun lokal. Hal ini dikarenakan Bali memang memiliki keanekaragaman budaya juga daya tarik alam yang sangat luar biasa. Seperti di Bali Utara tepatnya di Kabupaten Buleleng, banyak obyek wisata yang menarik dan wajib untuk dikunjungi. Obyek wisata yang terkenal misalnya Pantai Lovina, Pulau Menjangan, Air Terjun Gitgit, Danau Buyan, Danau Tamblingan, dan *Monkey Forest*.

Banyaknya obyek wisata yang terdapat di Bali khususnya di Buleleng tentu saja membawa suatu dampak positif yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat di Bali. Perkembangan ini menyebabkan terciptanya aktifitas cipta, ide, dan peluang usaha terdapat di Bali (Yudabakti dan Watra, 2007: 1). Pengembangan industri pariwisata di Bali secara umum menerapkan konsep Pariwisata Budaya, yang secara implisit memasukkan misi menumbuhkan kebudayaan Bali dalam setiap kegiatan pengembangannya. Di lain pihak, kepariwisataan telah menjadi salah satu industri yang memberikan dampak besar terhadap pertumbuhan perekonomian Bali. Perkembangan tersebut ditunjukkan dengan adanya jenis usaha di bidang *travelling* untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam memperoleh informasi dan memudahkan dalam kunjungannya. Dengan adanya jenis usaha di bidang ini akan turut serta membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat Bali.

Peluang tersebut mendorong Gede Sukanaya untuk mendirikan usaha dengan nama Bali Vespa Tour. Kecintaannya dengan motor dari perusahaan Piaggio ini menjadikan sebuah ide untuk mendirikan suatu usaha di Singaraja. Bali Vespa Tour berdiri pada tanggal 9 Januari 2011 dan merupakan jenis usaha yang bergerak dalam bidang jasa khususnya *tour* dan *travelling*. Bali Vespa Tour mempunyai visi menjadi perusahaan transportasi bidang pariwisata terbaik di Indonesia, dan dengan misi memberikan pelayanan

memuaskan, memberikan pengalaman baru bagi para wisatawan, serta meningkatkan pariwisata di Buleleng.

Bali Vespa Tour tidak murni menawarkan paket vespa *tour*, namun juga menyediakan paket wisata *trekking*. Tetapi, untuk saat ini Bali Vespa Tour hanya menyediakan paket *tour* di kawasan Bali Utara saja. Menurut data yang diperoleh, dari awal berdirinya pada tahun 2011, terdapat 145 orang wisatawan yang menggunakan jasa Bali Vespa Tour dengan 3 unit armada vespa yang tersedia. Sedangkan pada tahun 2012 hingga saat ini Bali Vespa Tour telah berkembang dan memiliki 7 unit armada vespa dengan jumlah wisatawan yang menggunakan jasanya sebanyak 230 orang. Dari data tersebut terlihat adanya sedikit peningkatan jumlah wisatawan yang menggunakan jasa Bali Vespa Tour.

Kabupaten Buleleng memberikan keindahan yang luar biasa, pantai yang menakjubkan, hutan tropis yang hijau, dan masyarakat yang ramah. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Bali Vespa Tour yang dikemas menjadi paket wisata *tour* dan *tracking* dengan cara yang baru serta berbeda. Staf pengendara yang sekaligus sebagai *tour guide* berpengalaman dan bersahabat, akan memandu wisatawan untuk menikmati seni, budaya, masakan Bali, dan keindahan alam di Bali Utara dan berwisata dengan vespa bersejarah menjadi keunikan tersendiri dan pengalaman yang tidak terlupakan.

Bali Vespa Tour memiliki motto "*Into The Hidden Paradise*" yang berarti ke surga tersembunyi. Sesuai dengan motto tersebut Bali Vespa Tour akan mengajak wisatawan ke tempat-tempat rahasia tersembunyi yang sangat jarang sekali dikunjungi oleh turis lain bahkan hampir tidak ada wisatawan lain. Wisatawan juga akan diajak berbaur dengan masyarakat sekitar, berbagi kehidupan sehari-hari mereka sehingga dapat lebih mengenal Bali secara nyata. Kelebihan Bali Vespa Tour yang lain adalah dapat mengakses daerah-daerah terpencil, jalan yang sempit, jalan rusak, berliku, dan menghirup udara segar tanpa adanya atap mobil yang menghalangi pandangan sehingga wisatawan dapat menikmati setiap detail pemandangan yang dilewatinya. Paket *tour* akan selalu di perbaharui sehingga wisatawan dapat menikmati

obyek wisata yang baru. Perjalanan menggunakan vespa tentu tidak selalu lancar seperti perjalanan menggunakan mobil atau kendaraan lain. Hal ini dikarenakan vespa merupakan motor tua yang antik dilihat dari tahun pembuatannya dan itu merupakan bagian dari sejarah vespa. Tidak menutup kemungkinan saat melakukan kunjungan terhenti akibat kerusakan mesin atau hal lainnya. Tetapi Bali Vespa Tour menjadikan insiden tersebut suatu kelebihan sebagai pengalaman pribadi yang tak terlupakan.

Vespa memiliki nilai sejarah yang tinggi dan banyak penggemar di dunia. Diproduksinya alat transportasi roda dua ini dimulai pada tahun 1945 hingga sekarang. Kendaraan yang masih ada hingga saat ini menyebabkan vespa merupakan alat transportasi roda dua yang unik sekaligus antik dan bersejarah sehingga mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan khususnya wisatawan asing yang akan berkunjung ke Buleleng. Pengalaman para wisatawan berkeliling menggunakan vespa ke tempat tujuan wisata yang tersembunyi hanya tersedia di kawasan Buleleng melalui Bali Vespa Tour.

Perkembangan teknologi informasi memicu cara dan gaya hidup manusia modern. Sekarang ini manusia dapat bekerja dari rumah, memonitor usahanya melalui internet, bahkan berbelanja melalui internet sudah dimungkinkan. Dalam hal ini internet juga sering digunakan oleh calon wisatawan saat mencari lokasi wisata yang akan dikunjunginya. *Target audience* dari Bali Vespa Tour adalah wisatawan asing. Website menjadi media yang sangat tepat digunakan untuk menyampaikan informasi tentang Bali Vespa Tour. Dengan situs web perusahaan dapat menyediakan informasi secara lengkap, mendalam, dan dapat diakses dengan mudah tanpa harus datang langsung ke perusahaan bersangkutan.

Situs web (website) di internet adalah tempat informasi disediakan kepada pengguna internet oleh penyedia informasi (Morissan, 2010: 319). Penggunaan media website perusahaan dapat juga digunakan sebagai katalog atau brosur elektronik dapat di akses secara *online* yang bertujuan menyediakan informasi. Dewasa ini situs web telah berkembang dan dikelola dengan cara yang jauh lebih kreatif, tidak saja sekedar informasi tetapi juga

didukung berbagai fasilitas lain, seperti: tampilan grafis, ruang dialog (*chat rooms*), suara (*audio*), animasi, video, *link*, dan bahkan transaksi penjualan barang secara *online*. Saat ini Bali Vespa Tour telah menggunakan media website sebagai media promosi. Tetapi website yang dimiliki Bali Vespa Tour kurang menarik dan efektif. Terdapat beberapa kekurangan website Bali Vespa Tour, diantaranya:

1. Tampilan grafis yang statis dan kurang kreatif. Situs web yang menarik dan kreatif dapat mendorong atau meningkatkan persepsi atau citra positif perusahaan sehingga konsumen akan tertarik untuk berkunjung kembali (Morissan, 2010: 328). Penggunaan elemen-elemen desain komunikasi visual seperti warna, ilustrasi, komposisi, tipografi masih terlalu minim bahkan tidak tampak pada website tersebut. Tampilan yang digunakan Bali Vespa Tour lebih berkesan seperti blog yang bisa kita dapatkan secara gratis di internet dengan *template* yang sudah tersedia.
2. Tidak tersedianya ruang dialog (*chat rooms*). Ruang dialog pada website memungkinkan konsumen untuk berkomunikasi secara interaktif dengan perusahaan. Penyampaian informasi melalui *chat rooms* dapat memudahkan konsumen dalam memahami produk yang ditawarkan. Hal ini dapat memberikan efek meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Kurangnya animasi. Animasi merupakan gambar bergerak yang dapat menarik perhatian pengunjung website.
4. Tidak terdapat *link* pada website. Melalui model ini, seorang pengunjung web dapat memperoleh informasi tambahan jika pengunjung mengklik suatu *feature* yang akan menghubungkannya dengan sumber informasi lain.
5. Desain web yang kurang fleksibel. Dewasa ini penggunaan media dalam mengakses informasi di internet tidak hanya dapat dilakukan dari komputer PC saja. Tidak menutup kemungkinan konsumen mengakses situs web dari ponsel atau tablet mereka sendiri. Untuk itu dibutuhkan desain web yang dapat beradaptasi dengan ukuran layar *device* atau biasa disebut dengan *responsive web design*.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perlunya melakukan perancangan ulang website Bali Vespa Tour, agar lebih menarik, efektif, dan tepat sasaran sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan untuk menggunakan jasa Bali Vespa Tour. Pentingnya promosi dengan media komunikasi visual yang efektif dan tepat sasaran khususnya melalui media internet akan membantu memperkenalkan Bali Vespa Tour kepada masyarakat luas khususnya wisatawan asing. Dengan demikian diharapkan selain dapat dikenal oleh wisatawan juga menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan pariwisata Bali. Hingga saat ini media-media yang telah dipublikasi oleh Bali Vespa Tour adalah blog, brosur, stiker, dan website.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media komunikasi visual berupa desain website dan media pendukung lainnya sebagai media promosi Bali Vespa Tour yang menarik, efektif, dan tepat sasaran sehingga dikenal oleh wisatawan serta menarik wisatawan untuk menggunakan jasa Bali Vespa Tour.

C. Tujuan Perancangan

1. Merancang media komunikasi visual berupa website dan media pendukung lainnya yang menarik, efektif, tepat sasaran agar dikenal oleh wisatawan dan meningkatkan jumlah wisatawan yang menggunakan jasa Bali Vespa Tour.
2. Menginformasikan bahwa berwisata dengan Bali Vespa Tour merupakan pengalaman yang luar biasa serta dapat meningkatkan pariwisata di Buleleng.

D. Batasan Masalah

Bali Vespa Tour berdiri pada tanggal 9 januari 2011 dan sudah berkembang hingga saat ini. Namun promosi secara visual yang pernah dilakukan belum maksimal. Pesan yang disampaikan tidak tepat sasaran. Dengan demikian

dibutuhkan strategi kreatif dalam merancang media-media komunikasi visual agar promosi yang dilakukan efektif dan tepat sasaran.

E. Manfaat Penelitian

1. Untuk Peneliti

- a. Dapat mengetahui bagaimana merancang media komunikasi visual khususnya website yang menarik dan efektif sebagai media promosi Bali Vespa Tour.
- b. Memperoleh pengalaman dalam memecahkan masalah, khususnya dalam merancang website sebagai media promosi Bali Vespa Tour.

2. Untuk lembaga penelitian

Manfaat penelitian ini khususnya bagi Institut Seni Yogyakarta ialah menambah pembelajaran dan referensi khususnya dalam bidang Desain Komunikasi Visual dalam merancang website sebagai media promosi Bali Vespa Tour dan menambah Khazanah ilmu Desain Komunikasi Visual.

3. Bagi masyarakat khususnya calon konsumen

Manfaat perancangan ini bagi masyarakat ialah dapat mengetahui cara merancang media komunikasi visual yang menarik dan tepat sasaran khususnya perancangan website Bali Vespa Tour.

4. Bagi produsen

Dapat menyadari pentingnya promosi melalui media-media komunikasi visual yang efektif dan tepat sasaran sehingga Bali Vespa Tour dapat dikenal dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke Buleleng.

F. Metode Perancangan

Agar mendapatkan data yang akurat dalam perancangan website sebagai media promosi Bali Vespa Tour maka digunakanlah metode-metode pengumpulan data.

1. Metode pengumpulan data

a. Data primer

1) Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan/pihak yang terkait dengan tujuan untuk mendapatkan data

secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data original atau asli dan mengetahui keadaan di tempat *survey* secara rinci. Penulis akan mengunjungi kantor Bali Vespa Tour untuk melihat secara langsung aktifitas yang dilakukan dan mencatat hal-hal yang dianggap penting dengan catatan kecil.

2) Wawancara

Interview/wawancara merupakan cara pengumpulan data melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data dengan sumber data yang disebut responden dengan mengadakan tanya jawab langsung. Wawancara biasa dilakukan secara langsung kepada orang yang dianggap dapat memberikan informasi secara detail. Disini penulis melakukan wawancara dengan pengelola Bali Vespa Tour maupun masyarakat dan wisatawan yang sedang berkunjung agar memperoleh data yang dapat membantu dalam proses perancangan. Adapun instrumen atau alat bantu yang digunakan dalam wawancara tersebut adalah catatan kecil, kamera (dokumentasi).

b. Data sekunder

1) Kepustakaan

Adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data pada buku, artikel, majalah, surat kabar, brosur serta media lainnya. Metode dilakukan dengan mencari informasi data-data pada buku, artikel, majalah, surat kabar, brosur dan media lainnya yang ada hubungannya dengan travelling dan obyek wisata di daerah Kabupaten Buleleng.

2) Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan cara mencari data berupa foto-foto dan gambar yang berhubungan dengan tema dan judul yaitu Bali Vespa Tour. Disini penulis melakukan dokumentasi dengan menggunakan kamera, mendokumentasikan hal-hal yang berkaitan dengan Bali Vespa Tour dan media-media promosi yang sudah pernah dipublikasi.

3) Internet

Internet merupakan jaringan terbesar yang menghubungkan semua jaringan di dunia. Dengan tersedianya alat pencarian yang canggih, server-server yang menyimpan data dan informasi yang tersebar di seluruh dunia, serta munculnya bisnis jual beli informasi maka semakin mudah bagi para peneliti untuk melakukan penelitian secara *online*.

2. Objek Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan terhadap Bali Vespa Tour di Singaraja yang sebenarnya merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang *travelling*, satu-satunya di Bali, dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Sampai saat ini media promosi yang sudah pernah dirancang kurang menarik sehingga memerlukan perancangan yang lebih baik dan tepat sasaran.

3. Metode analisis data

Adapun metode analisa data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kualitatif dengan mengolah dan menganalisa data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, dan terstruktur. Dalam hal ini diperlukan analisa dan membandingkan variabel-variabel yang didapat dari “Bali Vespa Tour” dengan teori-teori yang berkaitan, dengan menggambarkan fakta-fakta tentang promosi yang ada sehingga mendapatkan kesimpulan. Dari hasil analisa atau kesimpulan yang didapat kemudian diperoleh pemecahan masalah melalui media desain komunikasi visual terpilih untuk menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai Bali Vespa Tour.

4. Metode Pemecahan Masalah yang Dipilih

Dikarenakan dalam perancangan website sebagai media promosi Bali Vespa Tour termasuk kategori promosi komersial maka metode analisis yang akan dipakai adalah metode analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities, and threats, yaitu:*

- a. *Strengths* (kekuatan) adalah mengenai kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa yang akan diangkat sebagai obyek

- permasalahan, dalam hal ini yaitu kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh “Bali Vespa Tour”.
- b. *Weakness* (kelemahan) yaitu hal-hal yang menyangkut segala kekurangan dan kelemahan yang dimiliki oleh “Bali Vespa Tour”.
 - c. Sedangkan yang dimaksud dengan *opportunities* (peluang) adalah beberapa nilai-nilai keluar yang dapat ditempuh dan dijadikan sebagai kesempatan untuk maju dan menjadi lebih baik.
 - d. Serta yang terakhir *threats* (ancaman) yaitu segala hal yang sekiranya dapat menghambat perkembangan “Bali Vespa Tour”.

G. Skematika Perancangan

Penelitian ini akan disusun dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Perancangan
- D. Batasan Masalah
- E. Manfaat Perancangan
- F. Metode Perancangan
- G. Sistematika Perancangan

BAB II Identifikasi dan Analisis Data

- A. Studi Literatur
- B. Data Perusahaan
- C. Analisis Pemasaran
- D. Analisis Potensi pasar
- E. Analisis Produk Kompetitor
- F. Analisis Data
- G. Kesimpulan Analisis Data

BAB III Konsep Perancangan

- A. Konsep Pemasaran
- B. Konsep Media
- C. Konsep Kreatif

BAB IV Proses Desain

- A. Penjaringan Ide Desain
- B. Pengembangan Bentuk Visual
- C. Final Desain

BAB V Penutup

- A. Kesimpulan
- B. Saran

