

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Bali vespa tour merupakan biro perjalanan wisata di kawasan Bali Utara yang baru berkembang. Bali vespa tour menawarkan cara baru dalam berwisata yaitu menggunakan vespa bersejarah dengan konsep yang berbeda dari biro perjalanan wisata lainnya. Bali vespa tour akan mengajak target audience atau wisatawan asing ke tempat-tempat rahasia tersembunyi di Bali Utara yang sangat jarang sekali dikunjungi oleh turis lain bahkan hampir tidak ada wisatawan lain.

Keunggulan-keunggulan Bali Vespa Tour tersebut kemudian diolah kedalam sebuah konsep perancangan melalui bahasa verbal dan bahasa visual yang menarik, unik, juga kreatif. Hasil dari konsep perancangan kemudian divisualisasikan menjadi sebuah desain website sebagai media utama dan beberapa media pendukung lainnya yang interaktif, menarik, efektif, serta tepat sasaran. Perancangan desain website ini diharapkan dapat memperkenalkan Bali Vespa tour kepada masyarakat luas khususnya wisatawan asing serta menarik audience untuk menggunakan jasanya.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan banyaknya pengguna internet saat ini, desain website dirancang lebih fleksibel sehingga dapat menyesuaikan layar device pengguna atau disebut dengan *responsive web design*. Penggunaan responsive web design diharapkan audience lebih mudah dalam mengakses informasi tentang Bali Vespa Tour sehingga pesan yang disampaikan mudah dipahami.

Dengan dirancangnya desain website ini diharapkan wisatawan sadar bahwa berwisata dengan Bali Vespa Tour merupakan cara yang baru dalam berwisata, unik, berbeda, dan memberikan pengalaman yang luar biasa, serta dapat meningkatkan industri pariwisata di Buleleng.

Selain desain website sosial media juga menjadi pendukung dalam memperkenalkan dan menarik wisatawan. Saat ini sosial media memiliki

peranan penting dalam penyampaian informasi. Selain untuk mendekatkan diri dengan *audience*, sosial media juga dapat memberikan informasi dengan cepat, murah, dan efektif. Sosial media yang digunakan seperti facebook dan twitter. Media pendukung lainnya yang dihasilkan pada perancangan ini seperti web banner, brosur, stiker, card member, dan tas kanvas.

B. Saran

Perancangan desain website ini tentu tidak luput dari kekurangan, dan masih belum mencapai hasil yang maksimal. Kekurangan-kekurangan ini harus terus diatasi dengan melakukan pengembangan dalam hal penyedia fasilitas informasi sehingga perancangan lebih terkonsep dan memperoleh hasil yang sempurna. Penulis berharap perancangan desain website selanjutnya agar lebih dikembangkan lagi sehingga memperoleh hasil yang sempurna. Dalam membuat website hendaknya juga diperhatikan sisi teknis selain visual agar selain tampak baik secara visual, sebuah website juga harusnya mudah untuk diakses. Kemudahan akses ini juga memberikan kontribusi besar dalam kesuksesan sebuah website. Untuk itu diperlukan seseorang dengan kemampuan teknis pemrograman yang mampu untuk memberikan akses yang baik dalam pembuatan website. Perancangan kali ini hanya memberikan solusi secara visual dalam pembuatan sebuah website. Untuk menjadikan desain ini secara nyata (*online*), diperlukan lagi sebuah pekerjaan yang tidaklah mudah. Untuk itu penulis berharap perancangan ini tidak hanya sebatas pekerjaan visual saja sehingga tujuan yang diharapkan benar-benar tercapai dan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Bawa Atmadja, Nengah. *Ajeg Bali; Gerakan, Identitas Kultural, dan Globalisasi*. Yogyakarta; LKIS, 2010.

Ismayanti. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2010.

Marks, Terry. Et.al. *Color Harmony Compendium*. USA: Rockport, 2009.

Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: KENCANA, 2010

Nuradi, et.al. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 1996.

Rustan, Suriyanto. *LAYOUT, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Sarwono, Jonathan dan Hary Lubis. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI, 2007.

Shimp, Terence A. *Periklanan Promosi; Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid I Edisi Kelima. Jakarta; Erlangga, 2003.

Suyanto. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi, 2004.

Suyanto. *Multimedia: Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: ANDI, 2005.

Tim Penulis Prodi DKV FSR ISI Yogyakarta dan studio diskom. Irama Visual: *Dari Toekang Reklame sampai Komunikator Visual*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2009)

Widyatmaja dan Suwena. *Pengetahuan Dasar: Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press, 2010.

Yudabakti, I Wayan., I Wayan Watra. *Filsafat Seni Sakral Dalam Kebudayaan Bali*. Surabaya:s Paramita, 2007.

B. Pertautan

Admin. "Bali Utara", www.pesonawisatabali.com/2012/03/30/bali-utara/ (akses 7 September 2012).

Arandilla, Rachell. "Web Design Symmetry and Asymmetry". <http://www.1stwebdesigner.com/design/symmetrical-asymmetrical-web-design/>(Akses: 20 Mei 2013)

Dinas Kebudayaan Pemerintah Provinsi Bali. "Layanan Dinas Kebudayaan", www.disbud.baliprov.go.id/informasi/2010/10/layanan-dinas-kebudayaan (akses 7 September 2012).

Hamilton, Stephanie." The Concept of Balance in Web Design", <http://www.onextrapixel.com/2011/08/25/concept-and-factors-of-balance-in-web-design/>(akses: 9 Juni 2013)

"Travelling in Northern Bali as the Locals do". www.bali-vespa-tour.com/english/ (akses 8 September 2012).

Yusnanto, Dwi. "Sejarah Motor Vespa". www.scootervespa.net/2012/01/sejarah-motor-vespa.html (akses 9 September 2012).

www.disbudpar.bulelengkab.go.id (akses 9 September 2012)

<http://31three.com/>

<http://www.bali-vespa-tour.com>

www.emilywhitesmith.com

www.freesbie.it

<http://www.bali-travel-life.com/bali-paintings.html>

www.rothaniko.com

<http://designmodo.com/responsive-design-examples>

<http://depositphotos.com/21085653/stock-illustration-49-hand-drawing-doodle-icon-set.html>

www.hirochan-group.com/regular/indonesia/bali-information-culture.html

