

Perancangan Visual Media Online Desa Wisata Kampung Tajur Kabupaten Purwakarta Sebagai Media Informasi Dan Promosi

Visual Design of Online Media For Tourist Village Kampung Tajur Purwakarta as a Media of Information and Promotion

Geraldo Rhizky A. P.¹, Andreas Rio Adriyanto, S.E., M.Eng.²

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi no. 01, Terusan Buah Batu, Bandung 40257

¹geraldorhizkyap@gmail.com, ²rioadriyanto@gmail.com

Abstrak Kampung Tajur adalah sebuah desa wisata yang berada di Desa Pasanggrahan Kecamatan Bojong Kabupaten Purwakarta Jawa Barat. Dengan menyimpan potensi wisata, baik keindahan alam, budaya dan kearifan lokalnya. Desa tersebut menjadi tempat dengan potensi desa wisata sebagai daya tarik bagi para wisatawan. Kampung Tajur sudah lama dikembangkan sebagai desa wisata. Dengan potensi wisata yang sudah ada tersebut, tetapi tidak banyak orang mengetahui Kampung Tajur ini. Penggunaan media informasi dan promosi oleh Kampung Tajur belum berjalan dengan optimal, serta hanya mengandalkan promosi dari pemerintah saja. Dengan potensi wisata yang besar tetapi informasi mengenai kampung Tajur masih belum lengkap dan jelas. Dengan informasi yang lengkap dan jelas tentu akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke kampung Tajur. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah analisis proyek sejenis sebagai referensi dan pembanding untuk merancang website ini, lalu wawancara dengan narasumber dan pengumpulan data melalui kuisioner dan studi pustaka yang berkaitan serta mendukung kelancaran dalam penyusunan karya Tugas Akhir ini. Dengan dirancangnya media online Kampung Tajur sebagai media informasi dan promosi, diharapkan agar bisa lebih dikenal oleh khalayak luas dan dapat meningkatkan potensi wisata Kampung Tajur sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

Kata Kunci Visual media online, website, UI, UX, Kampung Tajur, Purwakarta

Abstract Kampung Tajur is a tourist village located in Pasanggrahan Village, Bojong District, Purwakarta Regency, West Java. By saving tourism potential, both the beauty of nature, culture and local wisdom. A village is a place with potential village tourism as an attraction for tourists. Tajur village has long been developed as a tourist village. With the existing tourism potential, but not many people know this Tajur village. The use of information media and promotion by Tajur Village has not run optimally and only relies on government promotions. With excellent tourism potential but information about the village of Tajur is still incomplete and clear. With complete and transparent information, it will undoubtedly attract tourists to visit Tajur village. The data collection method used is the analysis of similar projects as references and comparisons to design this website, then interviews with resource persons and data collection through questionnaires and literature studies that are related and support fluency in the preparation of this Final Project. By designing Kampung Tajur online media as a medium of information and promotion, it is hoped that it can be better known by the wider audience and can increase the potential of Kampung Tajur tourism village so that it can increase the number of visitors.

Keywords Online Visual Media, Website, UI, UX, Kampung Tajur, Purwakarta

1. Pendahuluan

Purwakarta adalah kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Barat dan merupakan wilayah strategis dengan potensi yang melimpah serta beragam, karena berada di antara jalur lalu lintas tol yang menghubungkan Jakarta dan Bandung. Kabupaten ini memiliki banyak potensi wisata menarik yang bisa dikunjungi oleh wisatawan untuk berlibur, diantaranya Taman Sribaduga (air mancur & Situ Buleud), Graha Tirta Jatiluhur, Waduk Cirata, Gunung Parang, Gunung Bongkok, Giri Tirta Kahuripan, dan lain-lain. Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta membagi tiga kategori utama, yaitu wisata alam, wisata minat khusus, dan wisata budaya. Menurut Kemenpar.go.id terdapat Rencana Strategis Nasional (Renstranas) pemerintah tentang pengembangan daerah yang berpotensi menjadi desa wisata di bawah Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (Kemenbudpar) Republik Indonesia. *Digital Tourism, Homestay* Desa Wisata dan *Air Connectivity* sebagai fokus utama pengembangan.

Salah satu desa wisata alam yang berada di Kabupaten Purwakarta yaitu Kampung Tajur berlokasi di desa Pasangrahan, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta. Desa ini termasuk ke dalam Satuan Kawasan Wisata (SKW) III Wanayasa serta diarahkan sebagai wisata alam, agrowisata, desa wisata, dan wisata kesehatan dengan suasana alami pedesaan. Letaknya dekat dengan lereng Gunung Burangrang, membuat tempat ini menjadi sejuk serta dikelilingi oleh pohon-pohon, bukit, hamparan sawah, serta pemandangan dari areal perkebunan rakyat. Kampung Tajur ini menyediakan akomodasi penginapan *homestay* berupa rumah panggung adat sunda yang disebut *Julang Ngapak*. Kampung Tajur ini tidak hanya sebagai tujuan wisata rekreasi, tetapi juga termasuk tempat untuk wisata edukasi *outdoors*. Para wisatawan dapat mengikuti aktivitas penduduk desa mulai dari belajar membuat anyaman dari bambu, membuat gula aren, menanam, membajak sawah, menanam padi, berternak, budidaya ikan, memancing ikan, hingga menjelajahi tempat-tempat disekitar Kampung Tajur dan menikmati pemandangan yang ada. Sejalan dengan prinsip "*kahuripan*" Bupati Purwakarta sebelumnya yaitu Dedi Mulyadi dengan pengembangan slogan wisata gerakan "*mulang ka lembur*" dengan citra dan budaya sunda yang sangat lekat di dalamnya.

Menurut bapak Heri Udin, selaku kepala seksi pemeliharaan dan pengembangan Disparbud Kabupaten Purwakarta menjelaskan bahwa terdapat sekitar 45 objek pariwisata yang ada di Purwakarta. Pemerintah Kabupaten Purwakarta di bawah kepemimpinan bupati sebelumnya yaitu Dedi Mulyadi telah melakukan beberapa perombakan dan pengembangan terhadap beberapa objek-objek wisata, antara lain dengan menghias sedemikian rupa objek-objek tersebut dengan mengedepankan kesenian dan semangat kebudayaan sunda sehingga potensi daya tarik terhadap objek-objek tersebut akan lebih meningkat.

Tetapi sampai saat ini wisata yang lebih dikenal oleh masyarakat luas adalah seperti Taman Sribaduga (Air mancur & Situ Bulued), Graha Tirta Jatiluhur, Waduk Cirata, Gunung Parang, Gunung Bongkok dan Giri Tirta Kahuripan. Tetapi jika diperhatikan Purwakarta memiliki banyak destinasi wisata yang potensial. Berdasarkan data kunjungan wisata pada tahun 2017-2018, telah terjadi kenaikan dari keseluruhan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Purwakarta akan tetapi kunjungan untuk desa

wisata Kampung Tajur masih terbilang rendah (Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta 2017-2018). Selain itu bapak Heri Udin menambahkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat terhadap kunjungan wisata Kampung Tajur adalah pada kurangnya promosi yang dilakukan sehingga dinilai belum mampu menarik wisatawan untuk berkunjung, karena sampai saat ini menurutnya hanya menggunakan website resmi pemerintah purwakarta-tourism.com dan promosi yang dilakukan oleh para pengunjung yang datang tempat wisata. Media cetak yang digunakan Disparbud Kabupaten Purwakarta adalah majalah, *leaflet*, *booklet*, *tourism map* dan brosur. Media sosial yang digunakan yaitu *twitter*, *facebook*, *Instagram* dan juga *website Amazing Purwakarta*. Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta memfokuskan media sosial dan dijadikan sebagai sarana promosi utama pariwisata Purwakarta dikarenakan sebagai media yang efektif untuk melakukan suatu kegiatan promosi. Media cetak kini hanya digunakan sebagai media promosi pelengkap, serta media cetak cukup memakan biaya.

Menurut bapak Ayeb selaku Ketua RT Kampung Tajur selama ini Kampung Tajur belum memaksimalkan penggunaan media sosial, sebagai wadah informasi dan promosi dan hanya mengandalkan promosi dari pemerintah saja. Dengan media yang sudah ada dan potensi wisata yang besar tersebut tetapi informasi mengenai desa wisata Kampung Tajur hanya secara umum saja dan kurang detail. Tentu jika informasi lengkap dan jelas maka akan menarik perhatian berbagai pihak dan bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Teknologi, komunikasi dan informasi berkembang demikian cepat saat ini telah merubah pola kehidupan di dalam masyarakat pada era digitalisasi saat ini. Dengan meningkatnya pengguna internet di indonesia dari tahun ke tahun yang mencapai jumlah 143 juta pengguna internet. Menurut data terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), yang berarti 54,66 persen jumlah penduduk Indonesia sudah memakai Internet dari total populasi 262 juta jiwa (kompas.com, 2018). Melalui sebuah survei yang dilakukan oleh UNICEF, pada generasi muda saat ini sekitar 79% dari 400 responden usia 10-19 tahun yang dikategorikan generasi muda adalah para pengguna internet aktif (Aditya Panji, 2014). Karena sebab itu maka media online cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia terutama masyarakat kota. Oleh karena itu, Perancangan visual media online desa wisata Kampung Tajur Kabupaten Purwakarta diperlukan sebagai media informasi serta promosi dan wadah untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Tajur.

Terdapat beragam macam media yang dapat digunakan untuk kegiatan promosi diantaranya yaitu media online seperti sosial media, *website* dan lain-lain. Dengan mengabungkan kemampuan cetak, audio, dan visual yang membuat media online memiliki nilai lebih dibandingkan media tradisional pada umumnya dan menjadikan media online memiliki potensi untuk digunakan sebagai media promosi dan informasi (Gita Aprinta E.B;2013). *Website* memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan media online lainnya seperti sosial media yaitu *website* dapat memuat konten yang banyak dan beragam selain itu, dapat diakses tanpa harus mendaftar terlebih dahulu. *Website* merupakan media promosi paling murah, efektif, dan efisien baik dari pendistribusian informasi, kecepatan penyampaian informasi, harga dan *cost* yang di keluarkan (Master Dukom, 2011:6). Darmawan dan Permana (2013:5) mengatakan bahwa sebuah *website* memiliki jangkauan yang lebih luas dari pada media

konvensional seperti majalah, koran, radio, atau televisi, yang sifatnya lokal. *Website* tidak lagi menjadi sebuah media untuk *branding* semata, melainkan sudah menjadi sebuah kebutuhan dalam bisnis. Dan *website* juga dapat digunakan sebagai sarana untuk berpromosi secara online (Su Rahman, 2016:5).

Dengan mempertimbangkan hal-hal diatas, penulis tertarik untuk melakukan Perancangan Visual Media Online Desa Wisata Kampung Tajur Sebagai Media Promosi dan Informasi. Dengan adanya perancangan visual media online ini diharapkan dapat lebih dikenal masyarakat serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan agar dapat meningkatkan potensi wisata desa wisata Kampung Tajur.

Purwakarta adalah kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Barat dan merupakan wilayah strategis dengan potensi yang melimpah serta beragam, karena berada di antara jalur lalu lintas tol yang menghubungkan Jakarta dan Bandung. Kabupaten ini memiliki banyak potensi wisata menarik yang bisa dikunjungi oleh wisatawan untuk berlibur, diantaranya Taman Sribaduga (air mancur & Situ Buleud), Graha Tirta Jatiluhur, Waduk Cirata, Gunung Parang, Gunung Bongkok, Giri Tirta Kahuripan, dan lain-lain. Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta membagi tiga kategori utama, yaitu wisata alam, wisata minat khusus, dan wisata budaya. Menurut Kemenpar.go.id terdapat Rencana Strategis Nasional (Renstranas) pemerintah tentang pengembangan daerah yang berpotensi menjadi desa wisata di bawah Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (Kemenbudpar) Republik Indonesia. *Digital Tourism, Homestay* Desa Wisata dan *Air Connectivity* sebagai fokus utama pengembangan.

Salah satu desa wisata alam yang berada di Kabupaten Purwakarta yaitu Kampung Tajur berlokasi di desa Pasangrahan, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta. Desa ini termasuk ke dalam Satuan Kawasan Wisata (SKW) III Wanayasa serta diarahkan sebagai wisata alam, agrowisata, desa wisata, dan wisata kesehatan dengan suasana alami pedesaan. Letaknya dekat dengan lereng Gunung Burangrang, membuat tempat ini menjadi sejuk serta dikelilingi oleh pohon-pohon, bukit, hamparan sawah, serta pemandangan dari areal perkebunan rakyat. Kampung Tajur ini menyediakan akomodasi penginapan *homestay* berupa rumah panggung adat sunda yang disebut *Julang Ngapak*. Kampung Tajur ini tidak hanya sebagai tujuan wisata rekreasi, tetapi juga termasuk tempat untuk wisata edukasi *outdoors*. Para wisatawan dapat mengikuti aktivitas penduduk desa mulai dari belajar membuat anyaman dari bambu, membuat gula aren, menanam, membajak sawah, menanam padi, berternak, budidaya ikan, memancing ikan, hingga menjelajahi tempat-tempat disekitar Kampung Tajur dan menikmati pemandangan yang ada. Sejalan dengan prinsip "*kahuripan*" Bupati Purwakarta sebelumnya yaitu Dedi Mulyadi dengan pengembangan slogan wisata gerakan "*mulang ka lembur*" dengan citra dan budaya sunda yang sangat lekat di dalamnya.

Menurut bapak Heri Udin, selaku kepala seksi pemeliharaan dan pengembangan Disparbud Kabupaten Purwakarta menjelaskan bahwa terdapat sekitar 45 objek pariwisata yang ada di Purwakarta. Pemerintah Kabupaten Purwakarta di bawah kepemimpinan bupati sebelumnya yaitu Dedi Mulyadi telah melakukan beberapa perombakan dan pengembangan terhadap beberapa objek-objek wisata, antara lain dengan menghias sedemikian rupa objek-objek tersebut dengan mengedepankan kesenian dan semangat

kebudayaan sunda sehingga potensi daya tarik terhadap objek-objek tersebut akan lebih meningkat.

Tetapi sampai saat ini wisata yang lebih dikenal oleh masyarakat luas adalah seperti Taman Sribaduga (Air mancur & Situ Buleud), Graha Tirta Jatiluhur, Waduk Cirata, Gunung Parang, Gunung Bongkok dan Giri Tirta Kahuripan. Tetapi jika diperhatikan Purwakarta memiliki banyak destinasi wisata yang potensial. Berdasarkan data kunjungan wisata pada tahun 2017-2018, telah terjadi kenaikan dari keseluruhan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Purwakarta akan tetapi kunjungan untuk desa wisata Kampung Tajur masih terbilang rendah (Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta 2017-2018). Selain itu bapak Heri Udin menambahkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat terhadap kunjungan wisata Kampung Tajur adalah pada kurangnya promosi yang dilakukan sehingga dinilai belum mampu menarik wisatawan untuk berkunjung, karena sampai saat ini menurutnya hanya menggunakan website resmi pemerintah purwakarta-tourism.com dan promosi yang dilakukan oleh para pengunjung yang datang tempat wisata. Media cetak yang digunakan Disparbud Kabupaten Purwakarta adalah majalah, *leaflet*, *booklet*, *tourism map* dan brosur. Media sosial yang digunakan yaitu *twitter*, *facebook*, *Instagram* dan juga *website Amazing Purwakarta*. Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta memfokuskan media sosial dan dijadikan sebagai sarana promosi utama pariwisata Purwakarta dikarenakan sebagai media yang efektif untuk melakukan suatu kegiatan promosi. Media cetak kini hanya digunakan sebagai media promosi pelengkap, serta media cetak cukup memakan biaya.

Menurut bapak Ayeb selaku Ketua RT Kampung Tajur selama ini Kampung Tajur belum memaksimalkan penggunaan media sosial, sebagai wadah informasi dan promosi dan hanya mengandalkan promosi dari pemerintah saja. Dengan media yang sudah ada dan potensi wisata yang besar tersebut tetapi informasi mengenai desa wisata Kampung Tajur hanya secara umum saja dan kurang detail. Tentu jika informasi lengkap dan jelas maka akan menarik perhatian berbagai pihak dan bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Teknologi, komunikasi dan informasi berkembang demikian cepat saat ini telah merubah pola kehidupan di dalam masyarakat pada era digitalisasi saat ini. Dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun yang mencapai jumlah 143 juta pengguna internet. Menurut data terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), yang berarti 54,66 persen jumlah penduduk Indonesia sudah memakai Internet dari total populasi 262 juta jiwa (kompas.com, 2018). Melalui sebuah survei yang dilakukan oleh UNICEF, pada generasi muda saat ini sekitar 79% dari 400 responden usia 10-19 tahun yang dikategorikan generasi muda adalah para pengguna internet aktif (Aditya Panji, 2014). Karena sebab itu maka media online cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia terutama masyarakat kota. Oleh karena itu, Perancangan visual media online desa wisata Kampung Tajur Kabupaten Purwakarta diperlukan sebagai media informasi serta promosi dan wadah untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Tajur.

Terdapat beragam macam media yang dapat digunakan untuk kegiatan promosi diantaranya yaitu media online seperti sosial media, *website* dan lain-lain. Dengan mengabungkan kemampuan cetak, audio, dan visual yang membuat media online memiliki nilai lebih dibandingkan media tradisional pada umumnya dan menjadikan media online memiliki potensi untuk digunakan sebagai media

promosi dan informasi (Gita Aprinta E.B;2013). *Website* memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan media online lainnya seperti sosial media yaitu *website* dapat memuat konten yang banyak dan beragam selain itu, dapat diakses tanpa harus mendaftar terlebih dahulu. *Website* merupakan media promosi paling murah, efektif, dan efisien baik dari pendistribusian informasi, kecepatan penyampaian informasi, harga dan *cost* yang di keluarkan (Master Dukom, 2011:6). Darmawan dan Permana (2013:5) mengatakan bahwa sebuah *website* memiliki jangkauan yang lebih luas dari pada media konvensional seperti majalah, koran, radio, atau televisi, yang sifatnya lokal. *Website* tidak lagi menjadi sebuah media untuk *branding* semata, melainkan sudah menjadi sebuah kebutuhan dalam bisnis. Dan *website* juga dapat digunakan sebagai sarana untuk berpromosi secara online (Su Rahman, 2016:5).

Dengan mempertimbangkan hal-hal diatas, penulis tertarik untuk melakukan Perancangan Visual Media Online Desa Wisata Kampung Tajur Sebagai Media Promosi dan Informasi. Dengan adanya perancangan visual media online ini diharapkan dapat lebih dikenal masyarakat serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan agar dapat meningkatkan potensi wisata desa wisata Kampung Tajur.

1.1 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan seperti berikut ini :

- 1) Wisata Kampung Tajur sudah lama dikembangkan oleh pemerintah namun belum dikenal oleh khalayak umum dibandingkan objek wisata lain di Kabupaten Purwakarta.
- 2) Informasi mengenai desa wisata Kampung Tajur hanya secara umum dan kurang mendetail
- 3) Penggunaan media informasi dan promosi belum berjalan dengan optimal dan hanya mengandalkan promosi dari pemerintah saja.
- 4) Perlunya perancangan visual media online untuk memperluas promosi dan informasi wisata Kampung Tajur agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang visual media online desa wisata Kampung Tajur sebagai media informasi dan promosi sehingga dikenal oleh para wisatawan ?

1.3 Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian, adalah:

- 1) Observasi
Metode obeservasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan atau situasi secara tajam dan terperinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara (Rohidi, 2011:87). Dalam pengamatan langsung, penulis mengobservasi ke lokasi yang bersangkutan dan obeservasi melalui artikel dan jurnal online.

- 2) Wawancara
Wawancara merupakan bagian dari instrumen penelitian berupa penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi, pendirian maupun pandangan dari seseorang yang

diwawancara. Peneliti mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari mewawancarai narasumber, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka (Koentjaraningrat, 1980 dalam Soewardikoen, 2013:30).

Wawancara akan dilakukan secara struktur, dan tidak terstruktur kepada kepala Seksi Promosi dan Pengembangan Pariwisata dan kebudayaan kabupaten Purwakarta Heri Udin, wisatawan, kepala RT kampung Tajur bapak uyep dan wawancara dengan pelaku di bidang desain website dan *UI/UX* untu mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam Tugas Akhir ini.

3) Studi Pustaka

Studi pustaka proses membaca referensi dan mengumpulkan informasi untuk mengisi *frame of mind* yang bertujuan untuk memperkuat suatu cara pandang atau pemahaman tertentu. Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis bersumber dari pemikiran para ahli yang telah melakukan penelitian. Semakin banyak membaca hasil pemikiran maka semakin luas referensi yang di miliki oleh peneliti. (Soewardikoen, 2013:16).

Studi pustaka pada perancangan Tugas Akhir ini dilakukan dengan cara mengkaji teori yang berkaitan dengan pokok pembahasan. Penulis mengumpulkan dan mencari data melalui artikel dan jurnal, buku, internet, dan lain-lain.

4) Kuesioner

Kuesioner disebarakan dalam bentuk *link* digital yang dapat diakses melalui *internet*, dan penyebaranya akan dilakukan penulis melalui *link* di sosial media.

2. Kajian Teori

Dalam perancangan visual media online desap wisata Kampung Tajur Kabupaten Purwakarta diperlukan beberapa teori yang digunakan sebagai acuan dalam pengerjaannya. Adapun teori yang digunakan yaitu teori komunikasi, teori desain visual, teori website, teori *user interface*, teori *user experience*, teori fotografi, teori pemasaran, teori aisas, teori pariwisata. Teori-teori tersebut akan digunakan untuk membentuk asumsi, serta digunakan dalam menganalisis objek-objek penelitian.

3. Data Objek Penelitian



Gambar 1. Kampung Tajur

Kampung Tajur, adalah desa wisata yang terletak di desa Pasangrahan, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta, Provinsi Jawa Barat ini, Suasana alami pedesaan di mana alam, lingkungan, dan budaya menjadi objek utama dari wisata ini dengan homestay rumah adat sunda nya. Desa Wisata Kampung Tajur ini telah dibangun sejak 2004 dan dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten dengan melibatkan masyarakat setempat.

3.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dari desa wisata Kampung Tajur yaitu sebagai berikut:

- 1) Segmentasi Geografis
 - a. Wilayah : Purwakarta dan sekitar Purwakarta.
 - b. Kepadatan : Urban, Sub Urban, Rural.
 - c. Kelas Sosial: Semua Kelas Sosial.
- 2) Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis mengelompokkan target sasaran menjadi beberapa karakter, yaitu:

 - a. Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
 - b. Usia : 10-50 Tahun
 - c. Kelas Ekonomi : Menengah dan Menengah keatas
 - d. Pekerjaan : Pencinta alam, Fotografer, Mahasiswa, Pelajar, PNS, Guru, Karyawan.
 - e. Pendapatan : Rp.1000.000,- s/d Rp. 8.000.000,-

3) Segmentasi Psikografis
Masyarakat dengan gaya hidup Modern & Kekinian. Menginginkan suasana baru yang jauh dari daerah perkotaan dan menyukai keadaan alam yang masih asri. Yang ingin berlibur dan lebih memilih wisata alam dan budaya dengan suasana pedesaan sebagai tempat rekreasi.

3.2 Analisis

Dengan media yang sudah ada dan potensi wisata yang besar tetapi selama ini Kampung Tajur belum memaksimalkan penggunaan media promosi dan hanya mengandalkan promosi dari pemerintah saja.

Pemerintah memfokuskan media social dan dijadikan sebagai sarana promosi utama karna dari segi biaya dan efektifitas. Media cetak kini hanya sebagai media pelengkap saja. Walaupun tetap dibutuhkan media cetak kini hanya sebagai media pelengkap saja. Menurut narasumber yang mengunjungi Kampung Tajur awalnya mereka mengetahui Kampung Tajur dari teman dekatnya sebelum memutuskan untuk berkunjung.

Kesimpulannya adalah responden setuju dengan dibuatnya media online website Kampung Tajur agar lebih bisa dikenal luas dan menarik minat wisatawan. Tidak sedikit dari mereka berpendapat bahwa wisata Kampung Tajur ini kurang promosi dan informasi yang jelas dan detail serta tidak diiringin dengan aktivitas promosi yang cukup luas membuat banyak masyarakat di sekitar Kabupaten Purwakarta kurang mengenal mengenai tempat wisata ini.

Dari hasil analisa matriks perbandingan disimpulkan bahwa kriteria desain website harus memiliki konten yang sesuai dengan citra produk yang dimiliki oleh tempat wisata tersebut.

4. Konsep Pesan dan Perancangan

Pada perancangan ini, penulis ingin menyampaikan citra yang dimiliki Kampung Tajur kepada masyarakat melalui media online sebagai media promosi yang informatif. Desa wisata Kampung Tajur merupakan merupakan tempat wisata alam yang menyuguhkan fasilitas berupa *home stay* dengan berupa rumah adat Julang ngapak khas sunda dengan kearifan lokal dan menikmati keindahan alam serta aktifitas warga setempat.

Konsep pesan yang ingin disampaikan melalui media online website Kampung Tajur ini adalah menyampaikan

tujuan dari tagline yang dimiliki Kampung Tajur kepada masyarakat melalui *website* dengan tagline “Niiskeun hate, niiskeun fikir, mulang ka lembur, lembur kuring, lembur kahuripan”. Pesan Kedamaian sendiri mempunyai arti bahwa Kampung Tajur merupakan tujuan yang tepat sebagai pelarian dari penatnya kegiatan prioritas dan suasana perkotaan untuk mendinginkan hati, pikiran dengan pulang ke kampung. Penyampaian pesan disampaikan dengan cara menampilkan visualisasi foto dan kalimat-kalimat persuasif yang dapat menimbulkan keinginan audiens untuk memustuskan berkunjung ke Kampung Tajur.

4.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan konsep komunikasi media online Kampung Tajur adalah :

- 1) Memperkenalkan Kampung Tajur melalui sebuah website agar memudahkan wisatawan atau pun calon wisatawan untuk lebih mengetahui Kampung Tajur.
- 2) Menyampaikan kepada audiens bahwa informasi tambahan seputar kegiatan di Kampung Tajur bisa didapatkan dari website Kampung Tajur dan didukung oleh media lain seperti media sosial.
- 3) Menyampaikan kepada *audiens* melalui website bahwa Kampung Tajur merupakan sebuah desa wisata yang berbeda dengan desa wisata lainnya karena Kampung Tajur menawarkan akomodasi *homestay* dengan bentuk rumah adat pamgung sunda yaitu *julang ngapak* dan bisa mengikuti berbagai kegiatan seperti membuat kerajinan anyaman, membajak sawah, menanam padi, Membuat gula aren, membuat olahan makanan, memancing ikan, dan menjelajahi alam di sekitar seperti kembali ke kampung.

4.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan pada perancangan Tugas Akhir ini menggunakan model AISAS (*attention, interest, search, action, dan share*).

- 1) *Attention*, dengan membuat situs *web* yang dapat menarik calon pengunjung, yang berisikan informasi lengkap galeri foto dengan desain dan visual yang menarik dan konten promosi yang ditawarkan melalui sosial.
- 2) *Interest*, keberadaan *website* Kampung Tajur dapat memberikan perhatian maka akan muncul rasa penasaran terhadap objek atau konten yang disajikan.
- 3) *Serach*, target *audiens* dapat melakukan pencarian informasi lewat situs *web* resmi dan di beberapa akun sosial media.
- 4) *Action*, setelah mendapat informasi yang terarah mengenai Kampung Tajur konsumen atau calon pengunjung memutuskan untuk mengunjungi desa wisata Kampung Tajur dan akan menikmati kegiatan dan pelayanan jasa yang ditawarkan oleh Kampung Tajur.
- 5) *Share*, yaitu dengan menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang ada di kampung Tajur, dan dengan tersedianya akun-akun sosial media guna memperluas lingkup penyebaran informasi secara *online*.

4.2 Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang penulis lakukan adalah membuat sebuah situs website informasi dan promosi yang menampilkan suatu esensi dan memiliki daya tarik (produk) yaitu berupa informasi visual (foto dan ilustrasi). Informasi yang berisi *news* atau artikel, *event, about*, aktivitas, galeri foto, ulasan, kontak

dan promosi seputar wisata Kampung Tajur akan pengunjung dapatkan di *website* ini sehingga dapat mengetahui dengan jelas dan detail apa yang akan dikunjungi sebelum datang langsung ke Kampung Tajur. Di dalam *website* juga terhubung dengan google map, sehingga pengunjung dapat lebih mudah menemukan lokasi Kampung Tajur. Serta membuat *e-poster*, brosur, *x-banner* yang bisa menarik perhatian calon pengunjung dengan menunjukkan beberapa kegiatan atau jasa yang ditawarkan oleh Kampung Tajur.

Menggunakan elemen berupa ornamen anyaman bambu, lalu di stilasi dalam bentuk *pattern* mengarah kepada suasana tradisional, alam, sunda dan hal-hal yang menjadi ciri khas dari Kabupaten Purwakarta. Animasi visual dipadukan dengan aset fotografi berupa transisi *parallax scrolling* dari halaman ke halaman dengan konsep *single page website scroll* yang memberikan kesan dinamis agar *audiens* dapat lebih lama mengakses situs web tanpa bosan dan memungkinkan user untuk mengunjungi lagi *website* tersebut. Dalam perancangan *website* ini, penulis menggunakan layout model top index agar pengunjung *website* dapat cepat mengenali letak navigasi dan konten di dalam *website*. Karena *website* Kampung Tajur adalah web yang informatif, konten lebih banyak menampilkan yang deskriptif sehingga pemanfaatan *clearspace* sangat dibutuhkan sebagai tempat peristirahatan mata.

4.3 Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan Tugas Akhir ini terdiri dari beberapa elemen, yaitu:

1) Ilustrasi

Ilustrasi disederhanakan dalam bentuk ikon. Ikon yang digunakan dalam perancangan desain *website* Kampung Tajur menggunakan beberapa ikon. Seperti ikon tanda lokasi atau dalam penggunaan alamat, ikon sosial media seperti Instagram, Twitter, dan Facebook sesuai dengan visualisasi logo aslinya, serta penggunaan ikon tanda email dan kontak telepon. Untuk gaya visual menggunakan ilustrasi ikon berupa *outline*.



Gambar 2. Ilustrasi Ikon

2) Fotografi

Pada perancangan desain *website* Kampung Tajur ini menggunakan visualisasi fotografi. Konsep fotografi yang menampilkan alam, tempat *homestay*, dan keseruan kegiatan yang dilakukan dengan bersifat persuasif sehingga dapat melihat dan merasakan suasana yang ada di desa wisata Kampung Tajur. Dan diharapkan membangkitkan minat pengunjung *website* untuk mencari informasi dan berminat mengunjungi Desa Wisata Kampung Tajur.



Gambar 3. Contoh foto yang digunakan pada desain *website*

3) Layout

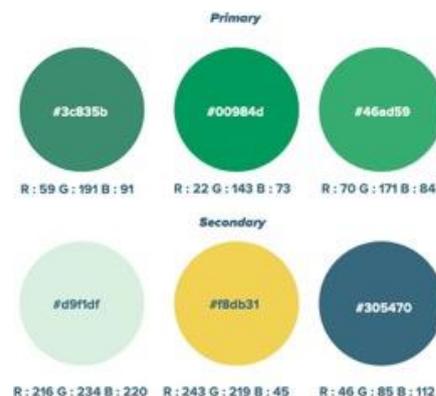
Dalam pembuatan desain *website* Kampung Tajur ini, penulis menggunakan margin yang menyediakan ruang atas dengan *header* sebagai navigasi. Ruang tengah atau *body* meliputi tentang isi konten dan juga ruang bawah untuk *footer* terdapat logo dan yang meliputi informasi pendukung seperti alamat, media sosial, kontak, copyright dan lainnya. *Layout* yang dirancang terstruktur rapi, konsisten dan gaya navigasi yang mudah agar *website* mudah diakses oleh pengunjung.



Gambar 4. Layout

4) Warna

Warna yang digunakan untuk merancang media online *website*, penulis menggunakan dominan hijau yang diambil dari warna dasar anyaman bambu dan warna hijau melambangkan kesejukan alam, kehidupan, sehat, natural dan pedesaan. Dan kuning merupakan warna optimism, santai, gembira, harapan, keceriaan, semangat, kehangatan, segar, keceriaan dan sosialisai. Warna putih yang digunakan sebagai *background clearspace* dan sebagai aksen.



Gambar 5. Warna

5) Tipografi

Jenis font yang digunakan adalah jenis *typeface* sans serif yaitu Ciabatta. Karakter font Ciabatta yang memiliki anatomi huruf yang fleksibel dan dinamis, cocok untuk merepresentasikan mood santai, kasual yang berkesan tidak kaku. Font ini digunakan untuk *headline*, judul, dan sub-judul. Proxima Nova akan digunakan pada *body copy* teks karena karakter hurufnya tegak, terbuka, dan netral membuat irama baca lebih umum dan alami.



Gambar 6. Ciabatta Font

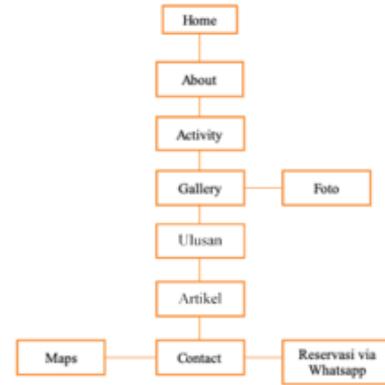
Proxima Nova Soft Regular
 Proxima Nova Soft Medium
 Proxima Nova Soft Semibold
 Proxima Nova Soft Bold

Gambar 7. Nova Font Family

4.4 Konsep Media

Website merupakan media promosi paling murah, efektif, dan efisien baik dari pendistribusian informasi, kecepatan penyampaian informasi, harga dan *cost* yang di keluarkan (Master Dukom, 2011:6). Darmawan dan Permana (2013:5) mengatakan bahwa sebuah *website* memiliki jangkauan yang lebih luas dari pada media konvensional yang sifatnya lokal. *Website* tidak lagi menjadi sebuah media untuk *branding* semata, melainkan sudah menjadi sebuah kebutuhan dalam bisnis. Dan *website* juga dapat digunakan sebagai sarana untuk berpromosi secara online (Su Rahman, 2016:5). Maka dapat disimpulkan bahwa *Website* merupakan media promosi yang efektif, dan efisien baik dari penyebaran dan kecepatan penyampaian informasi, jangkauan yang lebih luas, serta harga dan biaya yang dikeluarkan dari pada media konvensional yang sifatnya lokal yang digunakan sebagai sarana untuk berpromosi secara online. Media utama yang dipakai adalah website dengan resolusi 1024x768 yang berisikan segala sesuatu tentang Kampung Tajur. Penulis merancang website menggunakan wix.com, yaitu layanan pembuatan website online tanpa perlu mempunyai keahlian *programming*, semua hanya dilakukan dengan *import* dan *drop*. Pada animasi dan transisi menggunakan fitur dari wix, sedangkan aset dan olah gambar menggunakan Adobe *illustrator* CC 2017, Adobe *Photoshop* 2018, Adobe *Lightroom* CC dan nantinya website ini dapat diakses melalui web *browser* dengan panel layar *desktop* maupun *mobile*.

Selain media utama berupa *website*, terdapat media pendukung lainnya seperti poster online dalam konten promosi di media sosial, yaitu Facebook dan Instagram untuk menarik lebih banyak lagi *audiens*. Serta beberapa media promosi seperti brosur, *x-banner*, *tote bag*, *keychain*, kaos dan stiker.



Gambar 8. Sitemap Website Kampung Tajur

4.5 Perancangan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, dianalisis menjadi konsep perancangan, Berikut media-media yang akan digunakan :

Sosial Media



Gambar 9. Sosial Media Instagram



Gambar 10. Sosial Media Facebook

Website



Gambar 11. Instastory To Inform



Gambar 12. Instastory To Persuade



Gambar 13. Instastory To Reminding



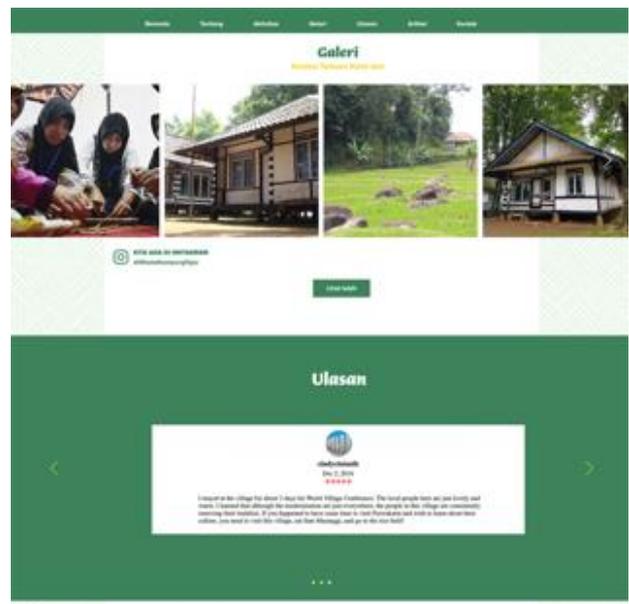
Gambar 14. Web Banner



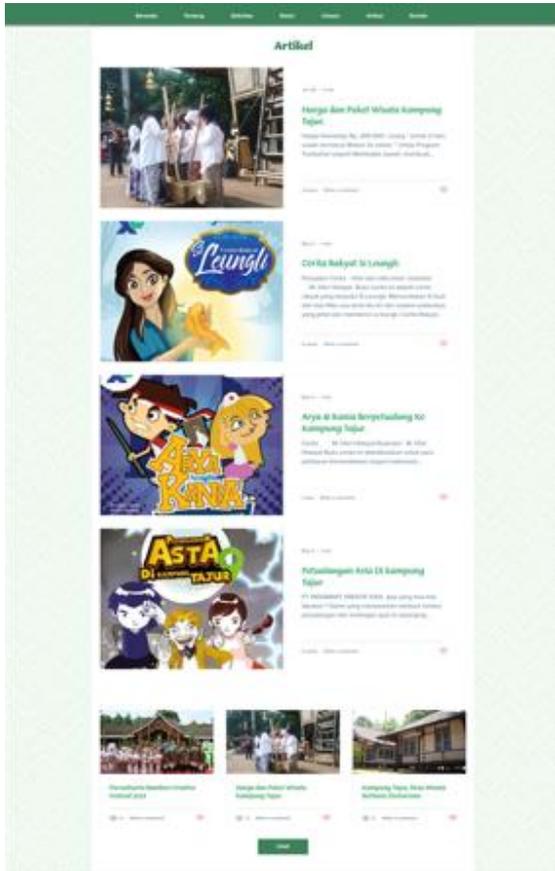
Gambar 15. Website halaman Beranda dan Tentang



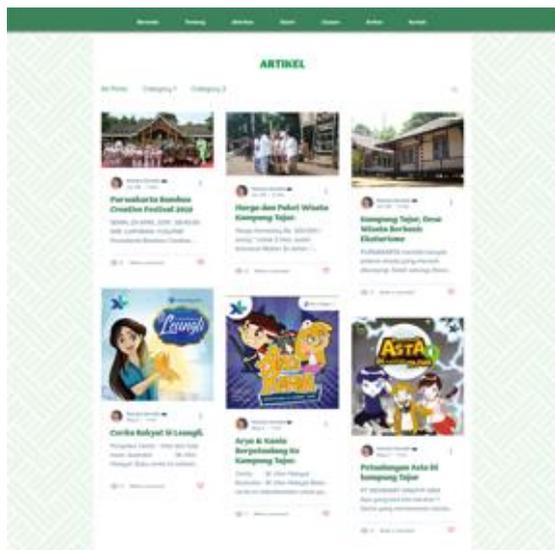
Gambar 16. Website halaman Aktivitas



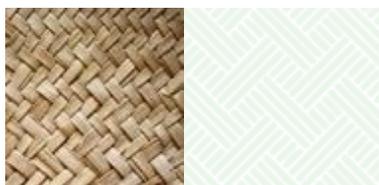
Gambar 17. Website halaman Galeri dan Ulasan



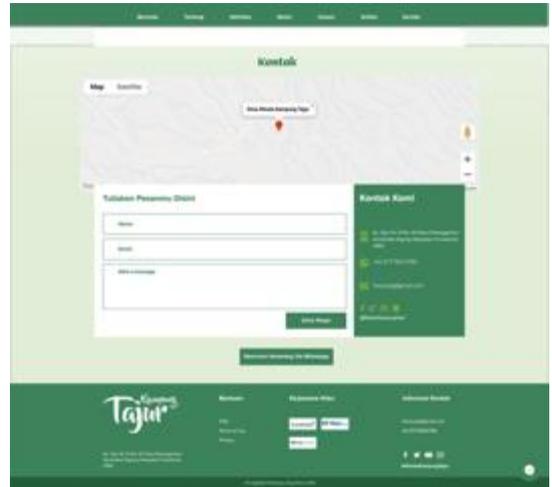
Gambar 18. Website halaman Artikel I



Gambar 19. Website halaman Artikel II



Gambar 20. Motif dan Ikon



Gambar 21. Website halaman Kontak dan Footer

Media Pendukung



Gambar 22. X-Banner



Gambar 23. Brosur



Gambar 24. Baju



Gambar 25. Tote Bag



Gambar 26. Stiker



Gambar 27. Keychain

5. Penutup

Wisata Kampung Tajur pada awalnya, belum begitu dikenal karena belum memiliki media informasi dan minimnya pemanfaatan media promosi dan informasi membuat kurang diketahui keberadaanya oleh masyarakat. Hingga saat ini media promosi hanya mengandalkan promosi dari pihak pemerintah saja.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka diciptakanlah sebuah solusi melalui perancangan media online berupa website Kampung Tajur. Perancangan website desa wisata Kampung Tajur dinilai sangat dibutuhkan sebagai media dalam menyampaikan pesan dan informasi karena website sebagai salah satu bentuk dari media digital yang dapat menjangkau kepada khalayak luas dan dapat diakses dimanapun dengan bantuan koneksi internet. Serta dapat mendorong pengembangan desa wisata tersebut yang juga meningkatkan kunjungan dan ekonomi masyarakat di sekitar.

Dengan adanya media informasi berupa website, Kampung Tajur dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas, dan calon pengunjung dapat dengan mudah mencari informasi mengenai Kampung Tajur melalui website, ditambah lagi dengan media pendukung seperti poster, brosur, banner, *social media activation*, *t-shirt*, *key chain*, dan stiker sehingga banyak wisatawan yang ingin berkunjung ke Kampung Tajur.

REFERENCES

Sumber dari buku :

Abdulloh, Rohi. (2016). *Easy dan Simple Web Programming*. Elex Media Komputindo. Jakarta.

Angraini S., Nathalia, Kirana. (2018). *Desain Komunikasi Visual : Dasar-Dasar Panduan Untuk pemula (Cetakan V)*. Penerbit Nuasa Cendekia. Bandung.

Beaird, Jason dan George, James. (2016). *The Principles of Beautiful Web Design*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Darmawan, Deni dan Permana, Deden Hendra. (2013). *Desain dan Pemrograman Website*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Galitz, Wilbert O. (2007). *The Essential Guide to User Interface Design : An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. Wiley Publishing. Indianapolis.

Garrett, Jesse James. (2011). *The Elements of User Experience : User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders. Berkeley.

Ibnu, Teguh Wibowo. (2013). *Belajar Desain Grafis*. Buku pintar. Yogyakarta.

Johnson, Dave. (2008). *How to Do Everything : Digital Camera*. McGraw Hill. New York.

Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

Mulyanta, Edi S. (2006). *Teknik Modern Fotografi Digital*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Pendit, Nyoman, (1994), *Ilmu Pariwisata dan Pengantar Perdana*. PT Pradnya Pramita. Jakarta.

Spillane, J.J. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius. Yogyakarta.

Santoso, Insap. (2004). *Interaksi Manusia dan Komputer Edisi 2*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.

Swasty, Wirania. (2017) *Serba Serbi Warna Penerapan pada Desain*. Remaja Rosakarya. Bandung.

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2013). *Metodologi Penelitian Visual, dari Seminar ke Tugas Akhir*. Dinamika Komunika. Bandung.

Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim (2011). *The Dentsu Way*. Dentsu Inc. *United States*.

Su, Rahman. (2016). *Cara Instan Membuat Website*. Elex Media Komputindo. Jakarta.

Suyanto, Asep Herman. (2009). *Step by Step Web Design Theory and Practices*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Undang Undang Republik Indonesia No. 09 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan

Undang Undang yang berlaku di Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan

Widyatama, Rendra. (2011). *Teknik menulis Naskah Iklan*. Cakrawala. Yogyakarta.

Sumber dari halaman *internet* :

Aditya, Panji. (2014). *Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia*.

<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>. diakses tanggal 08 Februari 2019.

KBBI. (2018). *Arti kata fotografi*. <http://kbbi.web.id/fotografi>. diakses tanggal 13 Maret 2019.

Sumber Lain :

Gita, Aprianta. (2013) *Fungsi Media Online Sebagai Media Literasi Budaya Bagi Genarasi Muda*. Jurnal pada Universitas Semarang. Semarang.

Kinerja KEMENPAR. (2016). *Laporan Kinerja KEMENPAR 2016 Final*. Jakarta: Kemenpar.

