

**PERANCANGAN PROMOSI WISATA AMBUN TANAI KABUPATEN
AGAM MELALUI MEDIA WEBSITE**

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



**Oleh
RINI DELVIA
1101173/2011**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

Karya Akhir

**PERANCANGAN PROMOSI WISATA AMBUN TANAI KABUPATEN
AGAM MELALUI MEDIA *WEBSITE***

Padang, 22 Maret 2016

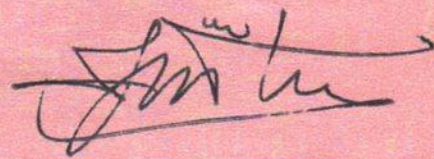
Disetujui:

Dosen Pembimbing I,



Drs. M Nasrul Kamal, M.Sn.
NIP.19630202.199303.1.002

Dosen Pembimbing II,



Riri Trinanda S.Pd, M.Sn.
NIP.19801023.200812.1.002

**Diketahui Oleh,
Ketua Jurusan Seni Rupa**



Drs. Syafwan, M. Si
NIP. 19570101.198103.1.010

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : **PERANCANGAN PROMOSI WISATA AMBUN TANAI**
KABUPATEN AGAM MELALUI MEDIA *WEBSITE*

Nama : Rini Delvia
Nim/Bp : 1101173/2011
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

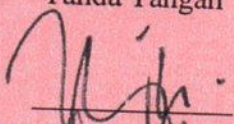
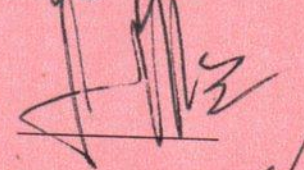
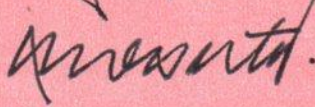
Padang, 22 Maret 2016

Tim Penguji:

Nama / NIP

Tanda Tangan

1. Ketua : Drs. Ariusmedi, M.Sn.
NIP.19620602.198903.1.003
2. Sekretaris : Dra. Jupriani, M.Sn
NIP.19631008.199003.2.003
3. Anggota : Drs. Muzni Ramanto
NIP.19441209.196711.1.001

1. 
2. 
3. 

**SURAT PERYATAAN
KEASLIAN NASKAH KARYA AKHIR**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya akhir dengan judul **“Perancangan Promosi Wisata Ambun Tanai Kabupaten Agam Melalui Media *Website*”** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya akhir ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan penulis sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya akhir ini tidak terdapat hasil atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan sebutan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Peryataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 16 Januari 2016

Saya yang menyatakan



Rini Delvia
NIM. 1101173/2011

ABSTRACT

Rini Delvia. 2015. *The Design Of Ambun Tanai Trourism Promotion Of Agam Regency Through Website.*

Ambun Tanai is a hilly tourism place with the lake Maninjau view. It is about 1.200 meter above the sea surface with the temperature of 17 – 22 °C. It is situated in Matur District, Matur Mudiak country. It is about 25 km from Bukittinggi and 32 km from Lubuk Basung, Agam Capital. The facilities here are among others mushalla (small mosque), park and fence.

The promotion plan of Ambun Tanai uses website which contains information about Ambun Tanai, history, geographycal situation, and photoes. They are designed with layout, typography and interesting colour. Plan method used is SWOT analysis. With this analysis, the writer can see the weakness, opportunity, and threat compared with the other tourism places.

The choice of website as a media is meant to promote largely and able to reach the whole world. And supported media are street banner, brochure, sticker, calender, key hanger, clock, tote bag, mug, and pen.

Key word: Website, Ambun Tanai, Matur, Agam.

ABSTRAK

Rini Delvia. 2015. Perancangan Promosi Wisata Ambun Tanai Melalui Media Website.

Ambun Tanai merupakan tempat pariwisata berupa panorama alam berbukit dengan view danau Maninjau yang berada ditinggikan sekitar 1.200 meter dari permukaan laut, dengan suhu sekitar 17-22 °C. Terletak di Kecamatan Matur Nagari Matur Mudiak. Berada lebih kurang 25 Km dari Kota Bukittinggi atau 32 Km dari Lubuk Basung, Ibu Kota Kabupaten Agam. Fasilitas yang ada di wisata ini berupa, mushala, tempat parkir, serta dibatasi pagar pembatas.

Perancangan promosi wisata Ambun Tanai menggunakan media *website* yang berisikan informasi mengenai Ambun Tanai, sejarah, letak geografis, dan foto-foto seputar Ambun Tanai. yang didesain dengan tampilan tatanan *layout*, tipografi serta warna yang menarik. Metode perancangan yang dipakai adalah analisis SWOT, dengan analisis ini penulis dapat pertimbangan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menjadi pembanding dengan objek wisata pesaing.

Pemilihan *website* sebagai media utama, ditujukan sebagai promosi yang lebih luas dan dapat mencangkup seluruh bagian dunia. Dan media pendukung yang dipakai berupa spanduk, brosur, stiker, *t-shirt*, kalender, gantungan kunci, jam dinding, *tote bag*, mug, dan pulpen.

Kata Kunci : Website, Ambun Tanai, Matur, Agam.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Sehingga atas berkat nikmat dan karunia-Nya perancangan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Perancangan Desain Komunikasi Visual yang berjudul **“Perancangan Promosi Wisata Ambun Tanai Kabupaten Agam Melalui Media Website”** ini disusun sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni di Universitas Negeri Padang.

Dalam menyelesaikan karya akhir ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, diantaranya penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga, ayah dan mama tercinta yang selalu memberikan doa dan *support* sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan maksimal.
2. Bapak Drs. Syafwan, M. Si. selaku ketua Jurusan Seni Rupa.
3. Bapak Drs. Eswendi, M. Pd. selaku Penasehat Akademik yang telah memberi bimbingan dan arahan dari awal masuk kuliah sampai menyelesaikan kuliah.
4. Bapak Drs. M. Nasrul Kamal, M.Sn selaku pembimbing I yang telah membimbing, membantu, dan meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan laporan karya akhir ini.

5. Bapak Riri Trinanda, S.Pd, M.Sn selaku pembimbing II yang telah membimbing, membantu, dan meluangkan waktunya untuk penulis dalam menyelesaikan laporan karya akhir ini.
6. Bapak Drs. Ariusmedi, ibu Dra. Jupriani, M.Sn dan bapak Drs. Muzni Ramanto selaku tim penguji ujian Karya Akhir.
7. Bapak dan ibu dosen jurusan Seni Rupa dan prodi Desain komunikasi Visual beserta para staf yang telah memberikan ilmu nya kepada penulis dari awal masuk kuliah sampai menyelesaikan kuliah.

Berbagai hambatan dan rintangan selama proses perancangan Tugas Akhir ini, baik di dalam maupun di luar dugaan yang datang menghadang, sehingga perancangan Tugas Akhir ini menjadi lebih bermakna. Semoga karya perancangan ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

Akhir kata dari segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi penyempurnaan karya perancangan ini,. Atas saran dan kritikan yang diberikan, penulis ucapkan terimakasih.

Padang, 16 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Orisinalitas	5
F. Tujuan Perancangan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Praksis.....	7
1. Geografis Wisata Ambun Tanai di Kabupaten Agam.....	7
2. Sejarah Ambun Tanai.....	8
3. Data Visual.....	9
B. Kajian Teoritis	13
1. Pengertian Promosi	13
2. Desain Komunikaasi Visual	14
a. Unsur-Unsur Desain.....	14
b. Prinsip Dasar Desain.....	22
3. Pengertian Tipografi.....	23
4. Pengertian <i>Layout</i>	24
5. Tinjauan <i>Website</i>	25
a. <i>Website</i>	25
b. Jenis-Jenis <i>Website</i>	26
C. Karya Yang Relevan.....	27
D. Kerangka Konseptual	30
BAB III METODE PERANCANGAN.....	31
A. Metode Pengumpulan Data	31
1. Data Primer	31
a. Observasi Lapangan.....	31
b. Wawancara.....	32
2. Data Sekunder	32
a. Kajian Pustaka.....	32
b. Dokumentasi.....	32
c. Internet.....	33
B. Analisis Data.....	33
1. <i>Strenght</i> (Kekuatan)	34
2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	34

3. <i>Opportunity</i> (Peluang).....	34
4. <i>Threat</i> (Ancaman atau tantangan).....	34
C. Pendekatan Kreatif	35
1. Tujuan kreatif	35
2. Strategi Kreatif	35
a. <i>Target Audience</i>	35
b. Panduan Kreatif.....	36
D. Media Utama Pendukung	37
1. Media Utama	37
2. Media Pendukung.....	37
E. Jadwal Kerja	40
BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....	42
A. Teori Media	42
1. Media Utama	42
2. Media Pendukung.....	42
3. Rencana Anggaran Biaya	45
B. Program Kreatif	46
1. Pendekatan Verbal.....	46
2. Pendekatan Visual	47
a. Data Visual Logo.....	47
b. Data Visual <i>Layout Website</i>	53
c. Tipografi.....	53
d. Warna.....	54
C. <i>Layout</i>	55
1. <i>Layout Kasar</i>	55
a. <i>Layout Kasar Media Utama</i>	55
b. <i>Layout Kasar Media pendukung</i>	56
2. <i>Layout Eksekusi</i>	66
a. <i>Layout Eksekusi Media Utama</i>	66
b. <i>Layout Eksekusi Media Pendukung</i>	70
3. <i>Layout Komperhensif</i>	81
a. <i>Layout Komperhensif Media Utama</i>	81
b. <i>Layout Komperhensif Media Pendukung</i>	84
4. Final Desain.....	95
a. Final Desain Media Utama.....	95
b. Final Desain Media Pendukung.....	98
BAB V PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Google Mapping Wisata Ambun Tanai.....	9
Gambar 2.	Gapura Objek Wisata Ambun Tanai.....	10
Gambar 3.	Objek Wisata Ambun Tanai	10
Gambar 4.	Wisata Ambun Tanai Dilihat Dari Atas	11
Gambar 5.	Objek Wisata Ambun Tanai Dilihat Dari Kiri.....	11
Gambar 6.	Tempat Karcis Objek Wisata Ambun Tanai.....	12
Gambar 7.	Danau Maninjau Dilihat Dari Objek Wisata Ambun Tanai	12
Gambar 8.	<i>Website</i> Wisata Malaysia.....	27
Gambar 9.	Profil <i>Website</i> Wisata Malaysia.....	27
Gambar 10.	Pengalaman <i>Website</i> Wisata Malaysia	28
Gambar 11.	Acara & Festival <i>Website</i> Wisata Malaysia	28
Gambar 12.	Packages <i>Website</i> Wisata Malaysia.....	29
Gambar 13.	<i>Mind Mapping</i>	47
Gambar 14.	Alternatif Logo 1	48
Gambar 15.	Alternatif Logo 2	48
Gambar 16.	Alternatif Logo 3	48
Gambar 17.	Alternatif Eksekusi Logo 1.....	49
Gambar 18.	Alternatif Eksekusi Logo 2.....	49
Gambar 19.	Alternatif Eksekusi Logo 3.....	49
Gambar 20.	Alternatif Komperhensif Logo 1	50
Gambar 21.	Alternatif Komperhensif Logo 2	50
Gambar 22.	Alternatif Komperhensif Logo 3	50
Gambar 23.	<i>Layout</i> Final Logo	51
Gambar 24.	<i>Grid System</i> Final Logo.....	51
Gambar 25.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Website</i> 1.....	55
Gambar 26.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Website</i> 2.....	55
Gambar 27.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Website</i> 3.....	56
Gambar 28.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Kalender 1.....	56
Gambar 29.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Kalender 2.....	57
Gambar 30.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Kalender 3.....	57
Gambar 31.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Stiker 1.....	57
Gambar 32.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Stiker 2.....	58
Gambar 33.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Stiker 3.....	58
Gambar 34.	Alternatif <i>Layout</i> Gantungan Kunci 1	58
Gambar 35.	Alternatif <i>Layout</i> Gantungan Kunci 2	58
Gambar 36.	Alternatif <i>Layout</i> Gantungan Kunci 3	59
Gambar 37.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>X-Banner</i> 1.....	59
Gambar 38.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>X-Banner</i> 2.....	59
Gambar 39.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>X-Banner</i> 3.....	60

Gambar 40.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>T- Shirt</i> 1	60
Gambar 41.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>T- Shirt</i> 2	60
Gambar 42.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>T- Shirt</i> 3	61
Gambar 43.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Pulpen 1	61
Gambar 44.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Pulpen 2	61
Gambar 45.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Pulpen 3	62
Gambar 46.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Tote Bag</i> 1	62
Gambar 47.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Tote Bag</i> 2	62
Gambar 48.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Tote Bag</i> 3	63
Gambar 49.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Jam Dinding 1	63
Gambar 50.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Jam Dinding 2	63
Gambar 51.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Jam Dinding 3	64
Gambar 52.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Flyer</i> 1	64
Gambar 53.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Flyer</i> 2	64
Gambar 54.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar <i>Flyer</i> 3	65
Gambar 55.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Mug 1	65
Gambar 56.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Mug 2	65
Gambar 57.	Alternatif <i>Layout</i> Kasar Mug 3	66
Gambar 58.	<i>Layout</i> Eksekusi 1 <i>Intro Website</i>	66
Gambar 59.	<i>Layout</i> Eksekusi 1 <i>Page Home</i>	67
Gambar 60.	<i>Layout</i> Eksekusi 1 <i>Page Profil</i>	67
Gambar 61.	Eksekusi 1 <i>Page</i> 1 <i>Galeri</i>	68
Gambar 62.	<i>Layout</i> Eksekusi 1 <i>Page</i> 2 <i>Galeri</i>	68
Gambar 63.	<i>Layout</i> Eksekusi 1 <i>Page About Us</i>	69
Gambar 64.	<i>Layout</i> Eksekusi 2 <i>Page Home</i>	69
Gambar 65.	<i>Layout</i> Eksekusi 3 <i>Page Home</i>	70
Gambar 66.	<i>Layout</i> Eksekusi Stiker 1	70
Gambar 67.	<i>Layout</i> Eksekusi Stiker 2	70
Gambar 68.	<i>Layout</i> Eksekusi Stiker 3	71
Gambar 69.	<i>Layout</i> Eksekusi Gantungan Kunci 1	71
Gambar 70.	<i>Layout</i> Eksekusi Gantungan Kunci 2	71
Gambar 71.	<i>Layout</i> Eksekusi Gantungan Kunci 3	72
Gambar 72.	<i>Layout</i> Eksekusi <i>T- Shirt</i> 1	72
Gambar 73.	<i>Layout</i> Eksekusi <i>T- Shirt</i> 1	72
Gambar 74.	<i>Layout</i> Eksekusi <i>T- Shirt</i> 1	73
Gambar 75.	<i>Layout</i> Eksekusi Pulpen 1	73
Gambar 76.	<i>Layout</i> Eksekusi Pulpen 2	73
Gambar 77.	<i>Layout</i> Eksekusi Pulpen 3	73
Gambar 78.	<i>Layout</i> Eksekusi <i>Tote Bag</i> 1	74
Gambar 79.	<i>Layout</i> Eksekusi <i>Tote Bag</i> 2	74

Gambar 80. <i>Layout Eksekusi Tote Bag 3</i>	74
Gambar 81. <i>Layout Eksekusi Mug 1</i>	75
Gambar 82. <i>Layout Eksekusi Mug 2</i>	75
Gambar 83. <i>Layout Eksekusi Mug 3</i>	75
Gambar 84. <i>Layout Eksekusi X- Banner 1</i>	76
Gambar 85. <i>Layout Eksekusi X- Banner 2</i>	76
Gambar 86. <i>Layout Eksekusi X- Banner 3</i>	77
Gambar 87. <i>Layout Eksekusi Kalender 1</i>	77
Gambar 88. <i>Layout Eksekusi Kalender 2</i>	78
Gambar 89. <i>Layout Eksekusi Kalender 3</i>	78
Gambar 90. <i>Layout Eksekusi Jam Dinding 1</i>	79
Gambar 91. <i>Layout Eksekusi Jam Dinding 2</i>	79
Gambar 92. <i>Layout Eksekusi Jam Dinding 3</i>	79
Gambar 93. <i>Layout Eksekusi Flyer 1</i>	80
Gambar 94. <i>Layout Eksekusi Flyer 2</i>	80
Gambar 95. <i>Layout Eksekusi Flyer 3</i>	81
Gambar 96. <i>Layout Komperhensif Page Intro Website</i>	81
Gambar 97. <i>Layout Komperhensif Page Home</i>	82
Gambar 98. <i>Layout Komperhensif Page Profil</i>	82
Gambar 99. <i>Layout Komperhensif Page 1 Galeri</i>	83
Gambar 100. <i>Layout Komperhensif Page 2 Galeri 1</i>	83
Gambar 101. <i>Layout Komperhensif Page About Us</i>	84
Gambar 102. <i>Layout Komperhensif Stiker 1</i>	84
Gambar 103. <i>Layout Komperhensif Stiker 2</i>	85
Gambar 104. <i>Layout Komperhensif Stiker 3</i>	85
Gambar 105. <i>Layout Komperhensif Gantungan Kunci 1</i>	85
Gambar 106. <i>Layout Komperhensif Gantungan Kunci 2</i>	85
Gambar 107. <i>Layout Komperhensif Gantungan Kunci 3</i>	86
Gambar 108. <i>Layout Komperhensif T-Shirt 1</i>	86
Gambar 109. <i>Layout Komperhensif T-Shirt 2</i>	86
Gambar 110. <i>Layout Komperhensif T-Shirt 3</i>	87
Gambar 111. <i>Layout Komperhensif Pulpen 1</i>	87
Gambar 112. <i>Layout Komperhensif Pulpen 2</i>	87
Gambar 113. <i>Layout Komperhensif Pulpen 3</i>	87
Gambar 114. <i>Layout Komperhensif Tote Bag 1</i>	88
Gambar 115. <i>Layout Komperhensif Tote Bag 2</i>	88
Gambar 116. <i>Layout Komperhensif Tote Bag 3</i>	88
Gambar 117. <i>Layout Komperhensif Mug 1</i>	89
Gambar 118. <i>Layout Komperhensif Mug 2</i>	89
Gambar 119. <i>Layout Komperhensif Mug 3</i>	89

Gambar 120. <i>Layout</i> Komperhensif Jam Dinding 1.....	90
Gambar 121. <i>Layout</i> Komperhensif Jam Dinding 2.....	90
Gambar 122. <i>Layout</i> Komperhensif Jam Dinding 3.....	90
Gambar 123. <i>Layout</i> Komperhensif <i>Flyer</i> 1.....	91
Gambar 124. <i>Layout</i> Komperhensif <i>Flyer</i> 2.....	91
Gambar 125. <i>Layout</i> Komperhensif <i>Flyer</i> 3.....	92
Gambar 126. <i>Layout</i> Komperhensif Kalender 1.....	92
Gambar 127. <i>Layout</i> Komperhensif Kalender 2.....	93
Gambar 128. <i>Layout</i> depan Komperhensif Kalender 3.....	93
Gambar 130. <i>Layout</i> Komperhensif <i>X- Banner</i> 1.....	94
Gambar 131. <i>Layout</i> Komperhensif <i>X- Banner</i> 2.....	94
Gambar 132. <i>Layout</i> Komperhensif <i>X- Banner</i> 3.....	95
Gambar 133. Final Desain <i>Intro Website</i>	95
Gambar 134. Final Desain <i>Home</i>	96
Gambar 135. Final Desain <i>Profil</i>	96
Gambar 136. Final Desain <i>Page 1 Galeri</i>	97
Gambar 137. Final Desain <i>Page 2 Galeri</i>	97
Gambar 138. Final Desain <i>About Us</i>	98
Gambar 139. Final Desain <i>Stiker</i>	98
Gambar 140. Final Desain <i>Gantungan Kunci</i>	99
Gambar 141. Final Desain <i>T- Shirt</i>	99
Gambar 142. Final Desain <i>Tote Bag</i>	100
Gambar 143. Final Desain <i>Mug</i>	100
Gambar 144. Final Desain <i>Jam</i>	101
Gambar 145. Final Desain <i>X- Banner</i>	101
Gambar 146. Final Desain <i>Pulpen</i>	102
Gambar 147. Final Desain <i>Flyer</i>	102
Gambar 148. Final Desain <i>Kalender</i>	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Makna Warna.....	20
Tabel 2.	Jadwal Kerja.....	40
Tabel 3.	Rencana Anggaran Biaya	45
Tabel 4.	Tipografi Logo Ambun Tanai.	51
Tabel 5.	Warna RGB Logo Ambun Tanai.....	52
Tabel 6.	Warna CMYK Logo Ambun Tanai	52
Tabel 7.	Tipografi <i>Website</i> Ambun Tanai	43
Tabel 8.	Warna RGB <i>Layout Website</i> Ambun Tanai.....	54
Tabel 9.	Warna CMYK <i>Layout Website</i> Ambun Tanai.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Agam terletak di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki luas wilayah 2.232,30 Km, topografi daerah ini terdiri dari wilayah datar, wilayah datar berombak, wilayah datar berombak dan bergelombang, serta wilayah bukit bergunung. Kabupaten ini juga memiliki 2 buah gunung yaitu Gunung Merapi dengan ketinggian 2.891 meter dan Gunung Singgalang dengan ketinggian 2.877 meter. Kabupaten Agam juga memiliki 2 pulau, yaitu Pulau Tengah dengan Luas 1 Km², dan Pulau Ujung dengan Luas 1 Km², selain itu di Kabupaten ini juga terdapat Danau Maninjau dengan luas 9.950 Ha, kedalaman 157 meter, dan luas keliling 66 Km. Dalam <http://www.pajak.go.id> (online) di akses 3 Mei 2014.

Kabupaten Agam memiliki berbagai objek wisata bernilai religius, historis, dan edukasi. Karakteristik utama pariwisatanya yaitu mengandalkan panorama bentang alam yang indah, udara yang sejuk, serta budaya tradisional yang masih bertahan. Beberapa aset pariwisata yang dimiliki sekarang sudah diketahui oleh masyarakat luas bahkan turis mancanegara. Seperti diantaranya objek wisata Pantai Bandar Mutiara, Museum Rumah Kelahiran Buya Hamka, Embun Pagi, Puncak Lawang, dan Danau Maninjau.

Pada bulan Februari 2014, kabupaten Agam juga meresmikan satu objek wisata lagi yang menyuguhkan panorama alam Ambun Tanai dengan

menampilkan keindahan pemandangan danau Maninjau dengan suasana yang asri dan sejuk serta fasilitas pendukung dengan tampilan arsitektur bangunan yang lebih modern dan fasilitas yang lebih lengkap dari objek wisata yang telah ada. Objek wisata ini diberi nama dengan objek wisata Ambun Tanai.

Ambun Tanai adalah salah satu tempat wisata di Kecamatan Matur berdekatan dengan Ambun Pagi Nagari Matur Mudiak lebih kurang 25km dari Kota Bukittinggi atau 32km dari Lubuk Basung Ibu Kota Kabupaten Agam. Objek wisata Ambun Tanai merupakan unggulan wisata masa depan bagi Kabupaten Agam khususnya Kecamatan Matur. Ambun Tanai berada lebih tinggi lagi dari Ambun Pagi, lebih kurang 1.200 m di atas permukaan laut. Ambun Tanai sendiri sudah ada sebelumnya, panorama yang ditampilkan di wisata ini pun tidak kalah bersaing dengan objek wisata di sekelilingnya. Namun kurangnya fasilitas yang ada, maka pemerintah Agam melakukan renovasi pada objek wisata Ambun Tanai, agar dapat memberikan rasa nyaman bagi wisatawan yang datang berkunjung. Hal ini pun menjadi satu kelebihan untuk Ambun Tanai karena memiliki fasilitas pendukung yang tidak dimiliki wisata yang berada disekitarnya. Fasilitas yang ada berupa area taman bermain anak, area bermain ini ditujukan agar anak-anak merasa nyaman selama berada diwisata ini. Bagi orangtua juga dapat menikmati keindahan Danau Maninjau dengan pemandangan birunya langit dan birunya danau, serta hamparan hutan lindung dan bebukitan yang dapat dilihat dari menara pandang 3 lantai yang juga termasuk keunggulan dari wisata Ambun Tanai. Selain itu Ambun Tanai

juga dilengkapi dengan pagar pembatas disekitarnya sebagai keamanan, dan juga fasilitas area parkir, toilet, dan mushala.

Melihat kondisi objek wisata Ambun Tanai yang baru beroperasi, dan masih dalam tahap pengembangan dengan lokasi kurang lebih 2 Hektar. Serta minimnya akses kendaraan umum dan kurangnya media promosi dalam memperkenalkan wisata ini kepada masyarakat luas. Maka penulis berminat merancang media promosi yang menarik dan tepat sasaran untuk mensosialisasikan objek wisata ini kepada masyarakat luas juga bagi investor yang tertarik untuk membuka usaha di kawasan wisata ini. Oleh sebab itu diperlukan suatu media promosi untuk mensosialisasikannya. Pada saat ini media promosi yang ada berupa promosi secara verbal (dari mulut ke mulut) serta lembaran *leaflet* yang disebarkan oleh dinas pariwisata di hotel-hotel, dan perkantoran yang bekerjasama dengan dinas pariwisata. Hal ini menjadi salah satu kendala, sehingga tak semua orang bisa mengetahui lokasi wisata ini dan membuat wisatawan yang datang tergolong sepi. Salah satu media yang dirasa tepat agar promosi dapat tersebar luas dan dapat diakses oleh semua orang yaitu melalui perancangan media *Website*.

Menurut Andi (2010:1) *Website* merupakan “sebuah halaman berisi informasi yang dapat dilihat jika komputer anda terkoneksi dengan internet. Dengan adanya *website*, setiap orang didunia 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”. Perancangan promosi menggunakan media *website* dalam

“Wisata Ambun Tanai” akan mempermudah setiap orang yang membutuhkan informasi wisata ini. Media *website* tak hanya mencakup satu wilayah, tetapi mencakup dunia. Ini memungkinkan objek wisata Ambun Tanai dikenal lebih luas oleh mancanegara.

Dengan perancangan media promosi ini diharapkan agar objek wisata baru Ambun Tanai dapat dikenal masyarakat luas dan dapat mendatangkan pengunjung atau wisatawan lebih banyak lagi. Oleh sebab itu maka penulis memberi judul karya akhir ini dengan nama “Perancangan Promosi Wisata Ambun Tanai Kabupaten Agam Melalui Media *Website*”.

B. Identifikasi Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang yang telah dikemukakan terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Wisata Ambun Tanai masih tergolong baru diresmikan tahun 2014 dan masih dalam tahap pengembangan.
2. Belum memiliki media promosi yang efektif dan efisien sehingga masih tergolong sepi pengunjung.
3. Promosi secara verbal tidak efektif, dibutuhkan promosi visual untuk menyampaikan potensi wisata panorama dari Ambun Tanai.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, untuk mempromosikan objek wisata Ambun Tanai maka dibuat perancangan media

promosi melalui media *Website* yang didukung dengan visual fotografi *landscape panoramic*.

D. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan:

Bagaimana merancang promosi wisata Ambun Tanai pada media *Website*, yang meliputi strategi desain, efektifitas dan efisiensi fotografi yang bisa memberikan dampak positif terhadap promosi Ambun Tanai.

E. Orisinalitas

Berdasarkan studi literatur atau kepustakaan dan jelajah internet, penulis tidak menemukan karya ilmiah dibidang desain komunikasi visual yang memiliki konten berkaitan dengan promosi objek wisata Ambun Tanai. Berdasarkan fakta diatas, penulis menyatakan karya ilmiah ini bukan merupakan hasil plagiat atau penciplakan yang dapat dipertanggungjawabkan.

F. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan promosi wisata Ambun Tanai di kabupaten Agam adalah :

1. Mempromosikan wisata Ambun Tanai yang ada di kabupaten Agam, agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat secara menyeluruh.
2. Menjadikan objek wisata Ambun Tanai sebagai alternatif pilihan masyarakat dan para wisatawan dari domestik dan luar.

3. Mempromosikan objek wisata Ambun Tanai di kabupaten Agam sebagai wisata alam yang indah, yang tak kalah menarik dengan wisata alam yang ada di Indonesia.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Praksis

1. Geografis Wisata Ambun Tanai di Kabupaten Agam

Ambun Tanai merupakan tempat pariwisata berupa bukit yang berada ditinggikan sekitar 1.200 meter dari permukaan laut, dengan suhu sekitar 17-22 °C. Dari atas bukit ini wisatawan dapat melihat pemandangan danau maninjau yang eksotis, menyaksikan danau maninjau secara keseluruhan, serta berjalan melewati hutan lindung yang ada di sekitar jalan Ambun Tanai.

Wisata Ambun Tanai berupa bukit-bukit dan bergelombang. Terletak di Kecamatan Matur Nagari Matur Mudiak. Berada lebih kurang 25 Km dari Kota Bukittinggi atau 32 Km dari Lubuk Basung, Ibu Kota Kabupaten Agam. Fasilitas yang ada di wisata ini berupa, mushala, tempat parkir, serta dibatasi pagar pembatas. Akses menuju wisata Ambun Tanai ini dapat di tempuh dengan kendaraan pribadi, ojek, dan lainnya.

Kabupaten Agam memiliki luas wilayah 2.232,30 Km, yang hanya 5,29% dari luas Propinsi Sumatera Barat yang mencapai 42.229,04 Km. Topografi daerah Kabupaten Agam terdiri dari wilayah datar dengan kemiringan 0°-3° dengan luas 662 Km², wilayah datar berombak dengan kemiringan antara 3°-8° dengan luas 153 Km², wilayah datar berombak dan bergelombang dengan kemiringan antara 8°-15° dengan luas 801 Km², serta

wilayah bukit bergunung dengan kemiringan lebih dari 15° dengan luas 153 Km². Kabupaten Agam memiliki 2 buah gunung yaitu Gunung Merapi dengan ketinggian 2.891 meter dan Gunung Singgalang dengan ketinggian 2.877 meter. Kabupaten Agam juga memiliki 2 pulau ,yaitu Pulau Tangah dengan Luas 1 Km², dan Pulau Ujung dengan Luas 1 Km², selain itu di Kabupaten Agam juga terdapat Danau Maninjau dengan luas 9.950 Ha, kedalaman 157 meter, dan luas keliling 66 Km. Dalam <http://www.pajak.go.id> (online) di akses 3 Mei 2014.

2. Sejarah Ambun Tanai

Kata Ambun Tanai berasal dari dua suku kata yaitu ambun (embun) dan tanai.

Embun yaitu titik-titik air yang jatuh dari udara dengan suhu dingin pada malam hari dan dapat dijumpai pada pagi hari.

Sedangkan Tanai menurut seorang budayawan Bapak Musra Dahrizal (Katik Jo Mangkuto) dalam pepatahnya.

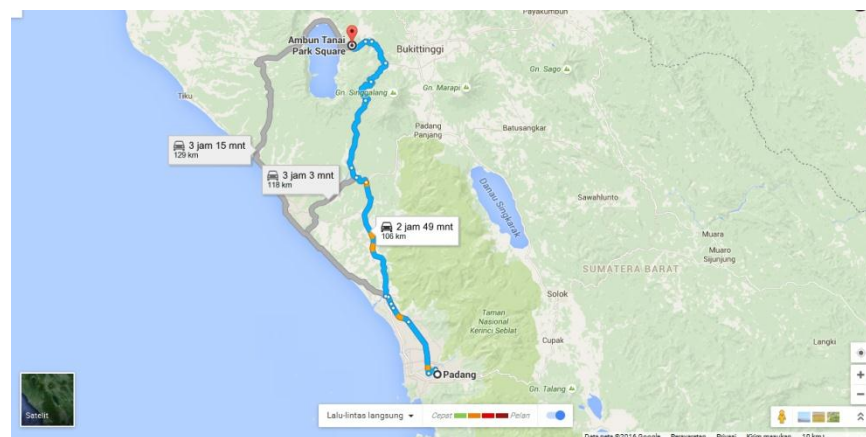
*“Atok rumah bajunjuang ampek
Di ateh janjang ampek puluah
Dibawah aua tajungkan
Dek bapaso banto dahulunyo
Dek sayang tadorong ameh
Nan bak mananai minyak panuah
Payah manjago nan talenggang
Tabuang sarik manyauaknyo ”*

Dari pepatah diatas dijelaskan bahwa jika dikiaskan pada Minangkabau, di Minangkabau sendiri lebih sulit menjaga seorang anak

perempuan dibandingkan menjaga seekor kerbau. Sebagaimana pepatah di atas “*Nan bak mananai minyak panuah, payah manjago nan talenggang, tabuang sarik manyauaknyo*”. Dikatakan bahwa dalam menerima perintah, seseorang harus menerimanya dengan baik dan berhati-hati dalam menjunjung dan menjalankan perintah yang di berikan kepadanya agar dapat diamalkan dengan baik. Jika tidak dilaksanakan dengan baik maka orang tidak akan percaya memberikan tanggung jawab lagi.

Disimpulkan dari pepatah di atas tanai dapat diartikan suatu kata kerja yaitu membawa sesuatu dengan hati-hati agar tidak tumpah.

3.Data Visual



Gambar 1. Google Mapping Wisata Ambun Tanai
 Sumber: <https://www.google.co.id/maps/place/Ambun+Tanai+Park+Square>
 21 Januari 2016

Gambar 1 merupakan peta Ambun Tanai yang dapat ditempuh selama ± 2 jam,49 menit melalui jalan lintas Padang-Bukittinggi dengan menggunakan kendaraan. Sedangkan jika melalui jalan lintas Padang-Lubuk

Basung membutuhkan waktu $\pm$ 3 jam,15 menit dengan menggunakan kendaraan.



Gambar 2. Gapura Objek Wisata Ambun Tanai
Sumber Dokumen Pribadi: Rini Delvia
6 Mei 2015/ Matur

Gambar 2 merupakan gapura yang terletak berhadapan dengan gapura Ambun pagi. Penanda bagi wisatawan yang ingin mengunjungi Ambun Pagi.



Gambar 3. Objek Wisata Ambun Tanai
Sumber Dokumen Pribadi: Rini Delvia
6 Mei 2015/ Matur

Gambar 3 diatas merupakan gambar objek wisata Ambun Tanai bila dilihat dari depan, diatas tampak tulisan yang menjelaskan nama objek wisata Ambun Tanai sendiri.



Gambar 4. Objek Wisata Ambun Tanai Dilihat Dari Atas
Sumber Dokumen Pribadi: Rini Delvia
6 Mei 2015/ Matur

Gambar 4 merupakan gambar objek wisata Ambun Tanai bila dilihat dari ketinggian, foto ini diambil dari menara pandang yang berada di kawasan wisata tersebut. Terdapat beberapa fasilitas di dalamnya seperti, tempat parkir, penjualan tiket, serta kantin yang terdapat di sudut tempat wisata.



Gambar 5. Objek Wisata Ambun Tanai Dilihat Dari Kiri
Sumber Dokumen Pribadi: Rini Delvia
6 Mei 2015/ Matur

Gambar 5 merupakan gambar dari wisata Ambun Tanai apabila dilihat dari kiri, dalam gambar ini terdapat beberapa fasilitas wisata Ambun Tanai

yaitu, mushala, toilet berada di belakang mushala, menara pandang 3 lantai, dan gazebo.



Gambar 6. Tempat Karcis Objek Wisata Ambun Tanai
Sumber Dokumen Pribadi: Rini Delvia
6 Mei 2015/ Matur

Tempat pembelian karcis, terletak di depan parkir.



Gambar 7. Danau Maninjau Dilihat Dari Objek Wisata Ambun Tanai
Sumber Dokumen Pribadi: Rini Delvia
6 Mei 2015/ Matur

Pemandangan danau Maninjau yang terlihat dari wisata Ambun Tanai.

B. Kajian Teoritis

1. Pengertian Promosi

Menurut Sutisna (2001:267), menyatakan “Promosi adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar”.

Sedangkan menurut Swastha (1996:237), “Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”.

Dari pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah usaha menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sehingga tercipta pertukaran dalam pemasaran.

Dalam sistem pasar bebas, perusahaan menggunakan metode promosi untuk menyampaikan informasi tentang perusahaan dan produknya kepada konsumen. Hal ini bertujuan untuk mempengaruhi keputusan belanja.

Dari sudut pandang informasi, tujuan promosi adalah:

- a. Membuat calon pelanggan sadar terhadap produk
- b. Membuat calon pelanggan mengetahui tentang produk
- c. Membujuk calon pembeli untuk memakai produk
- d. Membujuk calon pembeli untuk membeli produk

2. Desain Komunikasi Visual

Secara etimologis kata “desain” berasal dari kata *designo* (bahasa Itali) yang artinya gambar (Bruce L. Archer, 1965, 1968). Kata ini diberi makna baru dalam bahasa Inggris diabad ke-17 yang dipergunakan untuk membentuk *School of Design* tahun 1836. Desain pada hakikatnya telah ada sejak zaman purba dengan pengertian yang amat beragam.

Komunikasi Visual berarti berkomunikasi dengan menggunakan bahasa visual, dimana dalam penyampaian pesan harus mempertimbangkan komponen yang ada untuk pesan yang ingin diterima dan ditelaah oleh penerima pesan tetapi melalui visual atau melalui penglihatan. Desain Komunikasi Visual adalah “ suatu disiplin ilmu bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta *layout* (tata letak)”. (Kusrianto, 2007:2).

Menurut Anggraini S & Nathalia (2013:13), Desain Komunikasi Visual adalah profesi yang mengkaji dan mempelajari desain dengan berbagai pertimbangan dan pendekatan, baik hal yang menyangkut komunikasi, media, citra, tanda maupun nilai. Dari aspek keilmuan, desain komunikasi visual juga mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi dan pesan, teknologi percetakan, penggunaan teknologi multimedia, dan teknik persuasi pada masyarakat.

Jadi sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Desain Komunikasi Visual adalah disiplin ilmu yang mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif dengan berbagai pertimbangan dan pendekatan, disampaikan secara visual melalui elemen-elemen grafis berupa gambar, tatahan huruf, komposisi warna dan *layout* (tata letak).

a. Unsur-Unsur Desain

Elemen atau unsur desain merupakan bagian dari suatu karya desain. Kusrianto (2007:30) menjelaskan “Elemen grafis merupakan beberapa unsur pendukung grafis yang bila digabungkan dengan baik dapat membentuk sebuah karya grafis yang menarik”. Berdasarkan definisi di atas Elemen-elemen desain saling berhubungan satu dengan yang lain untuk membentuk karya desain yang baik dan menarik.

Elemen-elemen grafis tersebut antara lain seperti :

1) Titik

Titik adalah suatu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, di mana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan dan kepadatan tertentu.

2) Garis

Garis merupakan gabungan dari titik-titik yang saling berhimpitan, yang menciptakan sebuah kesan seperti

garis lurus, lengkung, berbelok-belok, tipis dan tebal. Setiap garis berbeda memiliki karakter dan nilai yang berbeda pula.

3) Bentuk

Bentuk atau *Shape* ialah sesuatu yang memiliki tinggi dan lebar. Dari *Pictographs* kuno sampai ke logo *modern*, bentuk merupakan akar dari sebuah desain. Bentuk digunakan untuk membuat *layout*, membuat pola, dan membangun banyak elemen pada sebuah desain. Bentuk dasar yang sering digunakan bisa berupa dua dimensi maupun tiga dimensi. Dua dimensi misalnya seperti persegi panjang, jajaran genjang, segitiga, poligon dan sebagainya. Tiga dimensi seperti kerucut, kubus, prisma, bola, piramid, dan lain sebagainya.

Namun bentuk yang tidak bisaa dapat digunakan sebagai penarik perhatian. Bentuk tersebut bisa gabungan dari beberapa bentuk menjadi sebuah bentuk yang aneh tapi menarik.

4) Tekstur

Tekstur merupakan sifat kualitas fisik permukaan suatu benda seperti kusam, mengkilap, kasar, halus, dan dapat diaplikasikan dalam sebuah desain. Tekstur dirasakan

dengan indera penglihatan maupun indera peraba. Intesitas dan arah cahaya dapat membentuk sebuah bayangan yang berpengaruh pada jelas tidaknya tekstur. Setiap benda memiliki sifat dan kualitas tekstur yang berbeda-beda.

Dalam penggunaannya, tekstur disusun secara serasi dan kontras, namun struktur yang kontras tampak lebih menonjol dan dapat digunakan sebagai penaring perhatian. Pemilihan kertas dan bahan-bahan dalam paket desain dapat mempengaruhi tekstur yang sebenarnya. Dibutuhkan keterampilan tersendiri untuk menggabungkan bermacam tekstur pada sebuah karya desain, karena belum ada aturan khusus untuk hal ini.

5) Ruang (*Space*)

Ruang atau *space* terkait dalam tingkat kedalaman sehingga memberikan kesan jauh, dekat, tinggi, dan rendah. Hubungan antar ruang merupakan bagian dari perencanaan desain apakah berupa jarak antar huruf atau huruf dengan gambar. Ruang berpotensi untuk memberikan stabilitas dan kesan nyaman. Desain yang baik memanfaatkan ruang ini untuk menghasilkan sebuah dinamisasi.

Kunci keberhasilan sebuah desain yang kadang kurang di perhatikan adalah ruang kosong/ *White space*. Ruang kosong di bentuk dengan berbagai cara sehingga dapat menambah kesan elegan dan kesempurnaan

pada suatu desain. Ruang kosong mungkin dapat dilihat serupa dengan ruang yang disia-siakan, namun menjadi boros tempat atau ruang dapat memberi kesan sesak dan melelahkan bagi pembaca. Ruang kosong kemudian dilihat sebagai sesuatu yang '*lebih*' dan sesuatu yang '*mahal*', dan dapat memberikan posisi tertentu pada sebuah *brand* dengan target konsumen kelas atas. (Pujiriyanto, 2005:87-91).

Berdasarkan penjelasan di atas Ruang berpotensi untuk memberikan stabilitas dan kesan nyaman. Desain yang baik memanfaatkan ruang ini untuk menghasilkan sebuah dinamisasi dalam sebuah karya desain.

6) Warna

Pemilihan warna merupakan satu hal yang sangat penting dalam menentukan respon *target audience*. Warna adalah hal yang pertama dilihat oleh seseorang, terutama pada *background*. warna akan membuat kesan untuk keseluruhan gambar dan dapat memberikan dampak psikologis bagi orang yang melihat. Di dalam desain grafis, penggunaan warna perlu ditata dan disusun dengan tepat sehingga dapat menimbulkan suasana seperti yang diharapkan.

Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya. Menurut ilmu fisika, warna adalah sifat yang bergantung dari panjang gelombang yang dipantulkan oleh

suatu benda, warna utama yang ditimbulkan adalah merah, kuning, biru.

Menurut ilmu bahan, warna adalah sembarang zat atau pigment tertentu yang memberikan warna pada benda-benda disekitar kita. Pigmen warna dapat dihasilkan secara alami dan dibuat dari bahan kimia yang disebut dengan warna sintetis, sedangkan warna terbagi menjadi beberapa bagian:

a) Warna Primer

Merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, dan kuning.

b) Warna Sekunder

Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

c) Warna Tersier

Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna

jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga.

d) Warna Komplementer

Adalah warna-warna yang letaknya berlawanan pada lingkaran warna contohnya warna merah dengan hijau, kuning dengan ungu dan biru dengan orange. Jenis warna ini juga sering disebut dengan warna kontras.

Warna mempunyai suatu makna. Makna ini berbeda pada setiap bagian daerah yang ada di dunia. Berikut table makna suatu warna yang umum terdapat pada budaya barat menurut Nugroho (2008:36) sebagai berikut:

Table 1: Makna Warna yang Umum Pada Budaya Barat

WARNA	MAKNA POSITIF	MAKNA NEGATIF
Merah	Kekuatan, energi, kehangatan, cinta, persahabatan, api, kegairahan, kecepatan, kepemimpinan, kepriaan, darah, sosialisme, musim panas, musim gugur, berhenti, hormat, Mars (planet). Namun warna merah bisa berubah artinya bila dikombinasikan dengan warna lain. Merah dikombinasikan dengan hijau, maka akan menjadi simbol natal. Merah jika dikombinasikan dengan putih, akan mempunyai arti bahagia di budaya oriental.	Nafsu, agresi, kesombongan, ambisi, peperangan, kemarahan, revolusi, radikalisme, sosialisme, komunisme.
Merah muda (pink)	Musim semi, hadiah, apresiasi, kekaguman, simpati, kesehatan, cinta, Juni, pernikahan, kewanitaan (feminim), keremajaan (masa muda).	Homoseksualitas, biseksualitas, naif, kelemahan, kekurangan.
Orange	Kehangatan, semangat, keseimbangan, ceria, hinduisme, Budhisme, energi,	Meminta, mencari perhatian agresi, kesombongan,

	keseimbangan, panas, api, antusiasme, kecerahan, keceriaan, antusiasme, musim gugur, keinginan, sagitarius, September.	berlebihan, terlalu emosi, peringatan, bahaya.
Kuning	Kekayaan, emas, sinar, kehidupan, matahari, keberuntungan, sukacita, kebahagiaan, bumi, optimisme, kecerdasan, idealisme, kemakmuran, musim panas, pengharapan, udara, liberalisme, feminim, keceriaan, persahabatan, taurus, leo (kuning emas), April, September, penipuan, keberanian.	Cemburu, iri hati, tidak jujur, resiko, sakit, penakut, bahaya, ketidak jujuran, loba, kelemahan.
Hijau	Stabil, alam, lingkungan, santai, subur, alami, musim semi, muda, makmur, keberuntungan, bersemangat, dermawan, pergi, rumput, hidup abadi, udara, bumi, ketulusan, pengharapan, cancer (hijau terang), pembaruan, kelimpahan, pertumbuhan, kesehatan, keseimbangan, harmoni, stabilitas, simbol, agama Islam, Agustus (bulan)	Cemburu, nasib buruk, iri, dengki, agresi, tak berpengalaman, iri hati, nasib malang, memalukan, sakit, tamak, korupsi.
Biru	Kepercayaan, awan, air, setia, damai, kesejukan, percaya diri, keamanan, laut, langit, damai, harmoni, kelembutan, kehebatan, konservatisme, air, es, loyalitas, dapat diandalkan, kebersihan, teknologi, musim salju, idealisme, kesentosaan, kepercayaan, udara, kebijaksanaan, kekuatan, ketahanan, cahaya, persahabatan, perdamaian, kebenaran, kasih, bumi (planet), virgo (biru muda), pisces (biru pucat, aquarius (biru tua), Juli (biru angkasa), Februari (biru gelap).	Sedih, dingin, depresi
Ungu	Bangsawan, spiritual, kreatifitas, kemakmuran, kebangsawanan, sensual, upacara, kebijaksanaan, pencerahan, kecerahan, berlebihan, kebanggaan, libra, Mei, November, kekayaan, romantisme, kenikmatan.	Sombong, angkuh, kejam, kasar, duka cita, iri, sensual, misteri, kesombongan, berlebihan, perkabungan, kenajisan, kebingungan, membesar-besarkan, homoseksualitas.
Cokelat	Tanah, bumi, netral, hangat, perlindungan, tenang, kedalaman, organisme, alamiah, kekayaan, kesederhanaan, stabilitas, tradisi, bumi, Oktober, capricornus, scorpio (coklat merah), keutuhan, kemanapan, kesederhanaan, persahabatan, dapat diandalkan.	Tumpul, kotor, bosan, tak sesuai zaman, kekasaran, kebodohan, berat, miskin.
Abu-abu	Modern, cerdas, bersih, kokoh, intelektual, keanggunan, kesederhanaan, respek, rasa hormat, kestabilan, ketajaman, kebijakan, emosi kuat, keseimbangan, kenetralan,	Kesedihan, bosan, ketinggalan zaman, meluruh, debu, polusi, emosi, kuat, ketuarentaan, kebodohan, perkabungan, keanggunan,

	formalitas, Maret.	kesederhanaan, respek, rasa hormat, kestabilan, ketajaman, kebijakan, kebosanan, keseimbangan, kenetralan, formalitas, Maret.
Putih	Disiplin suci, bersih, damai, kepolosan, kebersihan, kemudahan, kesederhanaan, kerendahan hati, sterilitas, musim salju, kekuatan, kerumah sakittan, udara, api, kematian, pengharapan, aires, pisces, januari.	Hampa, kematian, menyerah, penakut, tak berimajinasi.
Hitam	Kokoh, angggun, kuat, misteri, mewah, modern, kecanggihan, formalitas, kemakmuran, style, seks, keseriusan, Januari.	Penyesalan, amarah, kematian, setan, takut, ketakutan, anonim, kemarahan, kesedihan, kekunoan, pemberontakkan, kesedihan, penyesalan, perkabungan.

b. Prinsip Dasar Desain

Dalam desain komunikasi visual terdapat beberapa prinsip dalam pembuatan desain. Dijelaskan oleh Kusrianto (2007:30-43), komposisi desain antara lain:

1) Kesatuan (*Unity*)

Merupakan prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitanya dengan ide yang melandasi.

2) Keseimbangan (*Balance*)

Merupakan prinsip yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang ataupun ruang yang didisi dengan unsur-unsur rupa. Keseimbangan dibagi menjadi dua pertama, simetri dan asimetri. Kedua, Memuat dan menyebar.

3) Irama (*Rhythm*)

Yaitu menyusun unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik.

4) Dominasi (*Domination*)

Mengemukakan keunggulan, sifat unggul yang istimewa menjadikan suatu unsur sebagai penarik dan pusat perhatian dan menghilangkan kebosanan dalam karya desain.

5) Proporsi (*Proportion*)

Yaitu perbandingan ukuran antara bagian dengan bagian secara keseluruhan.

6) Fokus (*Focus*)

Yaitu sebagai pusat perhatian untuk menunjukkan bagian yang dianggap teramat penting.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip desain terdiri dari Kesatuan (*Unity*), Keseimbangan (*Balance*), Proporsi (*Proportion*), Irama (*Rhythm*), Dominasi (*Domination*), dan Fokus (*Focus*), adalah sebagai pelengkap dalam pembuatan desain komunikasi visual.

3. Pengertian Tipografi

Tipografi adalah suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia. Kusrianto (2010:1) "Tipografi adalah ilmu atau skill yang berkaitan dengan profesi penata aksara di percetakan maupun seniman-seniman yang bekerja di perusahaan pembuat aksara (disebut *Type Foundry*).

Rustan (2011:5) Tipografi adalah salah satu bahasan dalam desain grafis yang tidak terdiri secara eksklusif, ia sangat erat terkait dengan bidang keilmuan lain seperti komunikasi, teknologi, dan lainnya.

Menurut Rustan, desainer benar-benar harus memahami penilaian tipografi terhadap penglihatan melalui *Legibility* dan *Readability* tipografi. *Legibility* adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu tulisan atau membedakan masing-masing huruf atau karakter. Hal ini ditentukan oleh:

- a. Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan serif, kontras stroke, dan sebagainya.

- b. Penggunaan warna.
- c. Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Readbility adalah keterbacaan, tingkat kenyamanan suatu susunan huruf saat dibaca. Hal ini dipengaruhi oleh dipengaruhi oleh:

- a. Jenis huruf
- b. Ukuran
- c. Pengaturan, termasuk di dalamnya alur, spasi, kerning, perataan, dan sebagainya
- d. Kontras warna terhadap latar belakang

4. Pengertian *Layout*

“Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya” (Rustan, 2008:1).

Prinsip *layout* yang baik antara lain urutan, penekanan, keseimbangan, kesatuan, dan konsistensi. Urutan menunjuk pada aliran membaca. Penekanan menunjuk pada objek-objek penting dalam urutan pembacaan. Keseimbangan menunjuk pada pembagian berat ruang, termasuk ruang isi dan kosong (ruang sela). Kesatuan menunjuk pada usaha menciptakan kesatuan objek, termasuk ruang secara keseluruhan. Konsistensi menunjuk pada kontrol estetik tampilan keseluruhan. Konsistensi semakin terasa pada penerbitan berkala. Konsistensi selain

sebagai kontrol estetik terutama berguna bagi koordinasi keseluruhan material yang *dilayout*.

5. Tinjauan Website

a. Website

College (2008:295) *Website* merupakan lokasi yang menunjukkan sebuah *World Wide Web*, biasanya berisi berbagai lokasi halaman *web* atau sebuah tempat atau lokasi dalam jaringan internet yang dibuat oleh perusahaan, organisasi atau perorangan dan dapat dikunjungi oleh siapa saja.

Menurut Hardjono (2006:2) *Website* merupakan “Fasilitas *hyperteks* untuk menampilkan data berupa teks, gambar, suara, animasi, dan data multimedia lainnya”.

Menurut Andi (2010:1) *Website* merupakan “sebuah halaman berisi informasi yang dapat dilihat jika komputer anda terkoneksi dengan internet. Dengan adanya *website*, setiap orang didunia 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 diakss melalui sebuah program

software yang bisa disebut *web browser*. Halaman *web* dapat dilihat atau diakses melalui jaringan komputer, *laptop*, PDA, maupun *cell phone*.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *website* adalah sebuah halaman berisi informasi dapat berupa data teks, gambar, suara, animasi, dan data multimedia lainnya. Terdapat dalam jaringan internet yang dibuat oleh perusahaan, organisasi atau perorangan dan dapat dikunjungi oleh siapa saja.

b. Jenis-Jenis Website

Berdasarkan pengoperasiannya, secara mendasar *website* dibagi menjadi dua jenis, yaitu *website static* dan *website dynamic*. Andi (2010:2) menjelaskan yaitu:

1) Website Static

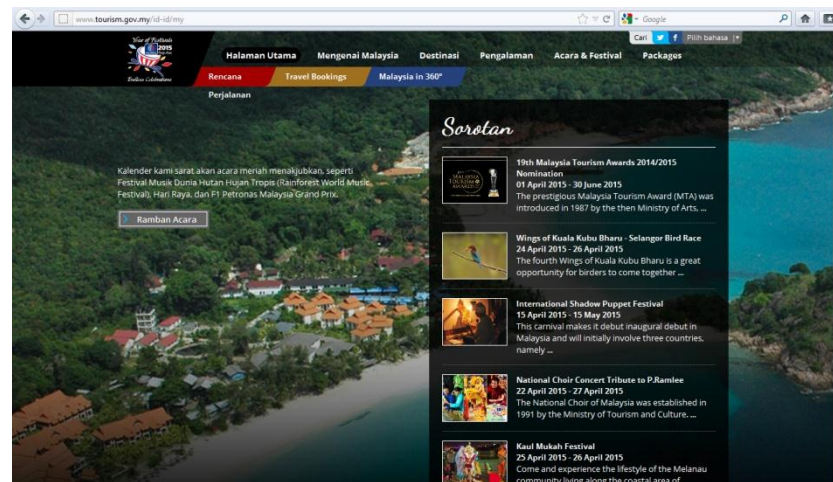
Website static adalah *website* yang memiliki halaman *frond end*, yaitu halaman yang dapat dilihat oleh pengunjung *website*. Karena fasilitas yang sangat terbatas, isi dari halaman *website static* bersifat tetap atau tidak berubah. Untuk mengganti sebuah halaman *website static* harus dilakukan secara manual dan harus mengganti semua kode-kode HTML yang merupakan unsur utama dari *website* tersebut.

2) Website Dynamic

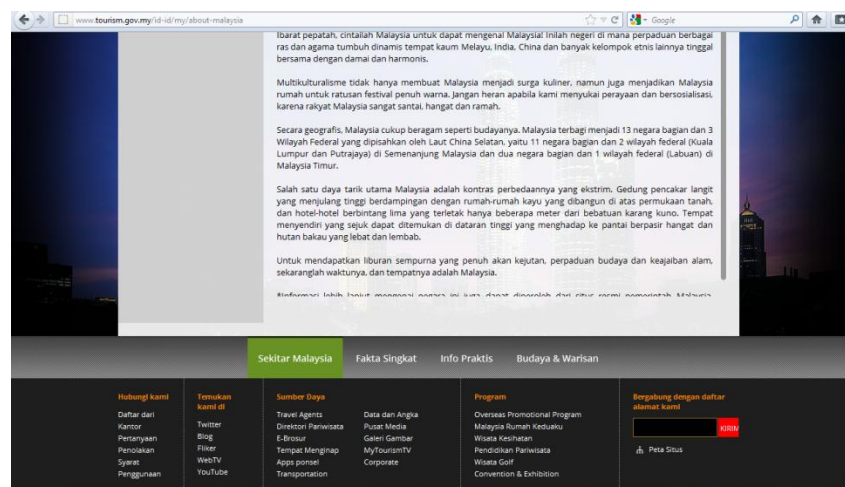
Website Dynamic adalah *website* yang dapat diubah atau di-*update*. Dalam *website dynamic* biasanya terdapat dua halaman, yaitu halaman *frond end* dan *back end* merupakan halaman yang hanya bisa diakses oleh admin yang bersangkutan.

Dari penjelasan diatas, disimpulkan bahwa *website static* merupakan *website* yang lebih bersifat tetap sedangkan *website dynamic* merupakan *website* yang dapat diubah atau di-*update* kapan saja.

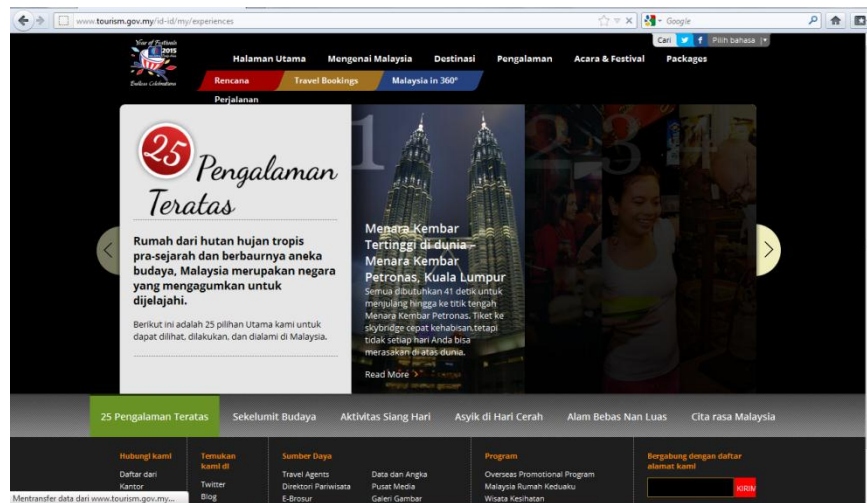
C. Karya Yang Relevan



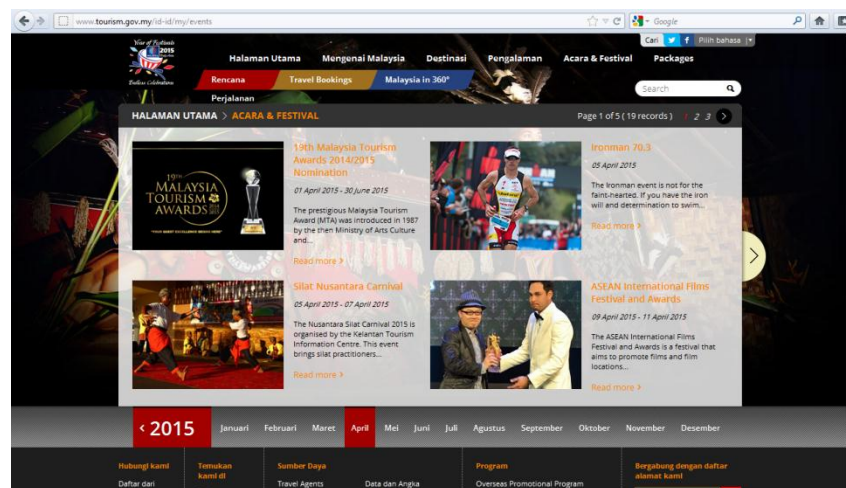
Gambar 8. Website Wisata Malaysia
Sumber: <http://www.tourism.gov.my/id-id/mymalaysia360>
15 April 2015



Gambar 9. Profil Website Wisata Malaysia
Sumber: <http://www.tourism.gov.my/id-id/mymalaysia360>
15 April 2015



Gambar 10. Pengalaman Website Wisata Malaysia
Sumber: <httpwww.tourism.gov.myid-idmymalaysia360>
15 April 2015



Gambar 11. Acara & Festival Website Wisata Malaysia
Sumber: <httpwww.tourism.gov.myid-idmymalaysia360>
15 April 2015

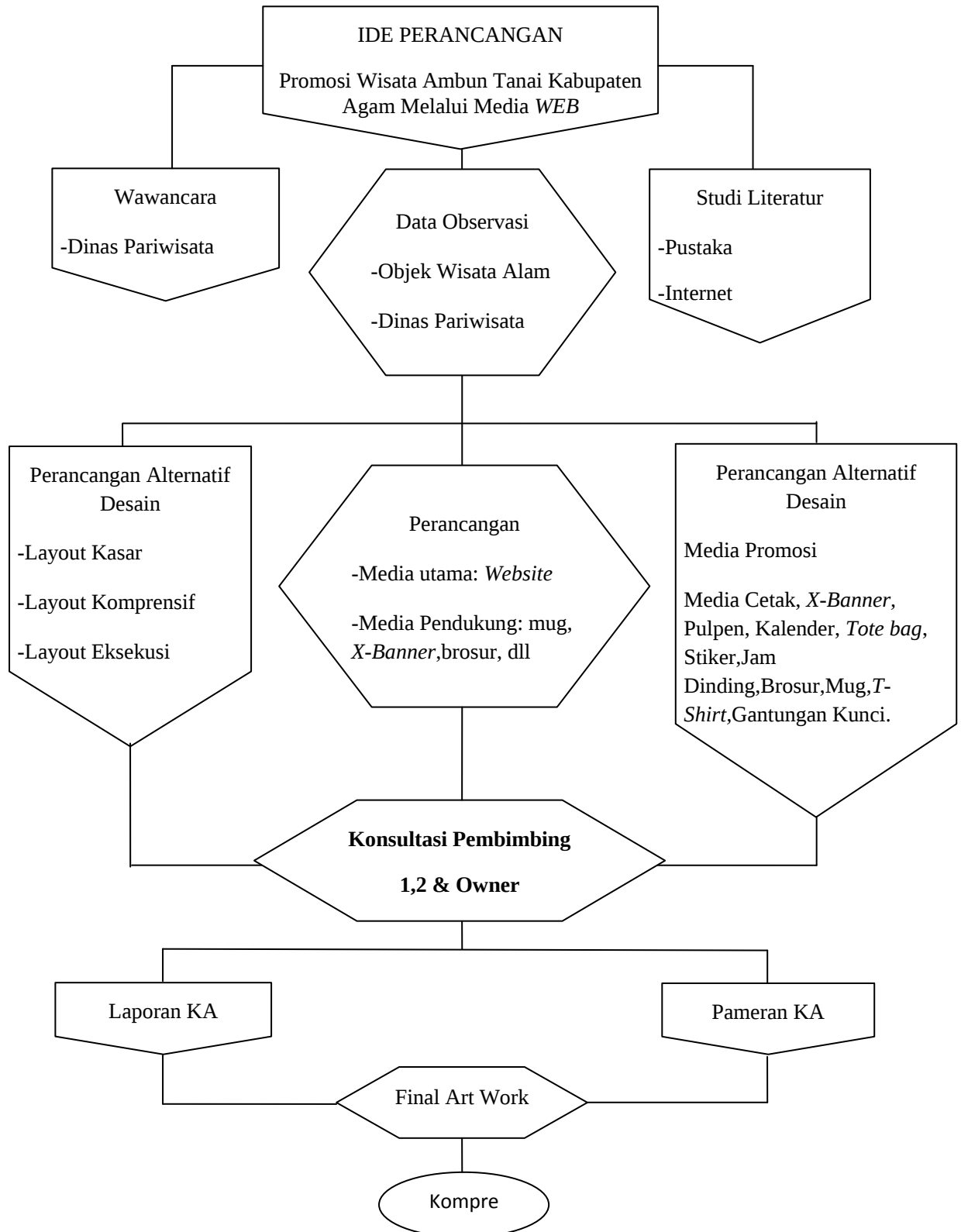


Gambar 12. Packages Website Wisata Malaysia
 Sumber: <http://www.tourism.gov.my/id-idmymalaysia360>
 15 April 2015

Website dari wisata Malaysia ini dinilai relevan karena dari penampilan desainnya yang terlihat elegan, memadukan antara *background* hitam dengan salah satu objek wisata di Malaysia, menjadikan *website* ini terlihat *simple* dan *elegant* tanpa mengurangi nilai eksotis dari foto wisatanya sendiri.

D. Kerangka Konseptual

STRUKTUR PERANCANGAN



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil perancangan promosi wisata Ambun Tanai kabupaten Agam melalui media website ini, penulis menyimpulkan beberapa hal.

Dalam perancangan promosi wisata Ambun Tanai di Kab.Agam diharapkan akan dapat membantu promosi wisata Ambun Tanai yang masih tergolong baru, memperkenalkan wisata ini kepada masyarakat banyak dan menjangkau para wisatawan lokal maupun mancanegara. Sehingga objek wisata ini dapat di kenal luas dan dapat menjadi salah satu ikon wisata di Sumatera Barat khususnya di kabupaten Agam. Wisatawan atau target audience dapat mengetahui info lebih banyak tentang panorama alam Ambun Tanai melalui media website.

Promosi ini juga didukung oleh media-media pendukung seperti, poster, gantungan kunci, stiker, jam dinding, T-Shirt, mug, Tote Bag, spanduk, dan kalender. Dengan media-media promosi ini diharapkan agar Panorama alam Ambun Tanai dapat lebih dikenal lagi oleh seluruh masyarakat luas.

B.Saran

Berdasarkan hasil perancangan promosi wisata ambun tanai kabupaten agam ini terdapat beberapa saran sebagai berikut: (1) kepada pihak Dinas Pariwisata kabupaten Agam untuk dapat lebih memperhatikan promosi wisata ambun tanai melalui media-media, karena dengan promosi menggunakan media akan lebih tersampaikan apa yang ingin dipromosikan, (2) kepada para wisatawan atau target audience untuk dapat menjadikan panorama alam Ambun Tanai di kabupaten Agam sebagai salah satu tempat favorit saat liburan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini S, Lia & Nathalia, Kirana. 2013. *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- College, Maria Regina. 2008. *Kamus Istilah Desain Komunikasi Visual dan periklanan*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Hardjono, Dhewiberta. 2006. *Seri Panduan Lengkap Menguasai Pempograman Web dengan PHP 5*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Nugroho, Eko. 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Kusrianto, Adi. 2010. *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sutisna.2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swastha DH.Basu.1996. *Azaz-Azaz Marketing, Edisi Ketiga Cetakan Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Rustan, Surianto. 2011. *Hurufontipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sarwono, Jonathan & Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi.
- <http://www.pajak.go.id/blog-entry/kp2kplubukbasung/profil-kp2kp-lubuk-basung> (online), diakses 3 Mei 2014.