

Perancangan Media Informasi Pariwisata Kota Sawahlunto

Irvandes Hasri Ilham Maulana¹, Anin Ditto², Izan Qomarats³

¹ Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padang Panjang

² Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padang Panjang

¹irvandeshim69@gmail.com, ²anin.printmaking.ditto@gmail.com, ³izanqomarats1508@gmail.com

Abstrak

Sawahlunto merupakan salah satu kota yang berada di provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Kota yang terletak 95 km sebelah timur laut kota Padang ini, dikelilingi oleh tiga kabupaten di Sumatera Barat, yaitu kabupaten Tanah Datar, kabupaten Solok, dan kabupaten Sijunjung. Kota Sawahlunto memiliki potensi pariwisata yang cukup lengkap mulai dari wisata sejarah, wisata alam, wisata rekreasi, sampai wisata edukasi. Namun, Kota Sawahlunto belum memiliki fasilitas media informasi berupa website yang dapat memudahkan calon wisatawan dalam mencari informasi terkait pariwisata yang dibutuhkan dalam bentuk digital. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan sebuah sarana untuk mawadahi informasi antara calon pengunjung dengan pariwisata di Kota Sawahlunto. Melalui metode pengumpulan data wawancara, pengelompokan *project*, dan studi Pustaka. Untuk proses penciptaan karya yang ditetapkan, maka tahap selanjutnya yaitu analisis data menggunakan analisis *SWOT* dan *AISAS*, dari analisis tersebut didapatkan bauran media yang sesuai dengan kebutuhan penyampaian informasi pariwisata Kota Sawahlunto. Memetakan dan memahami permasalahan calon pengunjung sehingga merumuskan dan menentukan solusi dari permasalahan yang ada hingga dilanjutkan dengan sketsa adalah setiap rangkaian proses penciptaan dalam perancangan ini. Pembuatan *wireframe* atau kerangka dasar dalam perancangan ini menggunakan aplikasi *figma*, kemudian dilakukan *usability testing* dengan *prototype* untuk melakukan simulasi terhadap solusi desain yang telah dirancang. Hasil dari penelitian ini adalah *prototype website* yang mampu memberikan pengalaman informasi pariwisata yang lebih mudah diakses, memperkuat identitas *visual* Kota Sawahlunto, serta mendukung pengembangan sektor pariwisata secara berkelanjutan. Dengan demikian, media ini diharapkan dapat menjadi sarana promosi yang efektif bagi Kota Sawahlunto, sekaligus memberikan nilai tambah dalam perancangan desain komunikasi *visual*.

Kata Kunci: Pariwisata, Sawahlunto, *Prototype*

PENDAHULUAN

Sawahlunto adalah salah satu kota yang berada di provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Kota yang terletak 95 km sebelah timur laut kota Padang ini, dikelilingi oleh tiga kabupaten di Sumatera Barat, yaitu kabupaten Tanah Datar, kabupaten Solok, dan kabupaten Sijunjung. Kota Sawahlunto memiliki luas 273,45 km² yang terdiri dari empat kecamatan dengan jumlah penduduk lebih dari 66.962 jiwa (2021). Pada masa pemerintah Hindia Belanda, kota Sawahlunto dikenal sebagai kota tambang. Saat ini kota Sawahlunto berkembang menjadi kota wisata tua yang multi etnik. Potensi wisata yang ada di Kota Sawahlunto akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan data dari kuesioner yang telah disebarkan, dari 111 responden, 85,6% responden merasa kesulitan dalam memperoleh informasi tentang wisata yang ingin dikunjungi. Hal ini disebabkan kurangnya informasi dari pengelola wisata atau pemerintah. Padahal seorang individu memerlukan kebutuhan informasi wisata untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Teknologi informasi merupakan faktor pendukung yang sangat efektif pada masa sekarang dan memungkinkan masyarakat untuk menikmati berbagai kemudahan yang dihasilkan oleh teknologi. Teknologi banyak digunakan sebagai sarana informasi khususnya pada bidang website yang saat ini sangat berperan dalam penyampaian informasi. Website mampu memberikan informasi menjadi lebih efisien dan up to date. Website lebih mudah diakses oleh masyarakat di berbagai daerah hanya dengan menggunakan internet. Sebagai contoh website dapat digunakan untuk media pemasaran, informasi, pendidikan, komunikasi, pariwisata dan promosi. Website juga merupakan media yang sangat cocok untuk mengenalkan kepada masyarakat luas tentang berbagai potensi dan keunggulan suatu produk yang ingin dipasarkan. Website yang baik adalah website yang dapat beradaptasi dan siap dengan segala perkembangan internet dimasa mendatang. Penelitian penggunaan website terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata telah diteliti beberapa peneliti. Pertama, penelitian Sari (2015) mengenai pengaruh website Belitung Island dengan nama domain <https://www.belitungisland.com/> dalam memenuhi informasi wisata Pulau Belitung. Penelitian ini menganalisis segi isi informasi, segi tampilan, segi kegunaan *website*, dan segi sistem navigasi *website*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh *website* terhadap pemenuhan informasi wisata di Pulau Belitung masuk kategori cukup berarti. Pengelola *website* telah memberikan informasi lengkap dan jelas sehingga memberikan kemudahan bagi pengguna saat mengakses *website*. Dengan banyaknya objek wisata yang ada di Kota Sawahlunto, Penggunaan *website* sebagai media informasi dapat menjadi salah satu solusi bagi Kota Sawahlunto dalam memberikan informasi wisata yang ada. Penyampaian informasi dengan *website* memungkinkan penyampaian dan penyebaran informasi yang lebih informatif, efektif, dan efisien.

METODE

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk menelaah permasalahan ini adalah dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut ini :

1) Observasi

Metode observasi, yaitu pengumpulan data dengan datang langsung ke lokasi dinas Pariwisata Kota Sawahlunto dalam waktu tertentu, mengamati secara sistematis mengenai objek wisata. Observasi juga dilakukan dengan mendatangi objek wisata yang ada di Kota Sawahlunto dengan datang langsung ke lokasi yang berkaitan dengan objek penelitian seperti museum gudang ransum, museum kereta api, taman satwa kandi, meer von kandi, puncak cemara, dan *camping ground* kandi.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pemandu pariwisata Kota Sawahlunto yang berada dilingkungan museum gudang ransum Sawahlunto, wawancara lainnya juga dilakukan kepada manager dari sebuah objek wisata yang ada di Kota Sawahlunto yaitu meer von kandi yang berada dilingkungan objek wisata yang dilakukan penelitian. Tentang bagaimana selama ini dalam penyebaran informasi mengenai objek wisata yang ada. Dari hasil wawancara yang didapatkan, Media informasi seperti *website* atau *guide book* memiliki peran penting dalam memberikan informasi pariwisata Kota Sawahlunto.

3) Kuesioner

Menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan beberapa data tentang seberapa mengenalnya masyarakat tentang pariwisata di Kota Sawahlunto. Kuesioner disebarkan dengan pertanyaan dan jawaban esai yang mengarah kepada seberapa pentingnya media informasi pariwisata Kota Sawahlunto untuk masyarakat yang ingin berkunjung ke Kota Sawahlunto, dari 111 orang yang menjawab kuesioner, mayoritas berasal dari luar Kota Sawahlunto, dari pertanyaan essay yang diajukan “apa yang anda ketahui tentang kota Sawahlunto”, sebagian besar responden menjawab mereka mengetahui Sawahlunto sebagai kota tambang batubara. Peneliti juga mencari tahu apakah responden sebelumnya pernah berkunjung ke Kota Sawahlunto, 67,6% menjawab pernah ke Kota Sawahlunto, namun 85% responden merasa susah dalam mencari informasi mengenai pariwisata yang ada di Kota Sawahlunto seperti jam operasional, lokasi, harga tiket, fasilitas dan sebagainya. 99,1% responden merasa perlu untuk dibuatkan media informasi tentang pariwisata di Kota Sawahlunto.

4) Studi Pustaka

Studi literasi dilakukan dengan mencari informasi dan data yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai landasan atau acuan perancangan. Dalam hal ini penulis mencari informasi melalui data data tersebut di beberapa jurnal, artikel, surat kabar, dan internet. Data data ini membantu untuk melengkapi data yang ada tentunya informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya

Metode Analisis Data

1) Analisis Target Audiens

a. Geografis

Perancangan media informasi pariwisata Kota Sawahlunto ditargetkan terhadap masyarakat yang berada di luar Kota Sawahlunto

b. Demografis

Masyarakat usia 15-50 tahun, laki-laki dan perempuan, semua kalangan, menengah dan ke atas, individu dan kelompok.

c. Psikografis

Khususnya masyarakat luar Kota Sawahlunto yang memiliki ketertarikan untuk berwisata ke objek wisata yang ada di Kota Sawahlunto.

2) Analisa SWOT

a. Kekuatan (*Strength*)

Potensi wisata yang dihadirkan cukup lengkap, mulai dari wisata sejarah, wisata alam dan wisata rekreasi, merupakan kota wisata tambang tertua di Indonesia, Memperoleh pengakuan sebagai warisan budaya oleh UNESCO.

b. Kelemahan (*weakness*)

Letak kantar objek wisata yang cukup jauh, minimnya media informasi terkait pariwisata yang ada.

c. Peluang (*Opportunities*)

Dengan adanya media informasi sebagai upaya memberikan informasi dapat memudahkan pengunjung dalam mencari informasi terkait pariwisata yang dicari.

d. Ancaman (*Threats*)

Rendahnya antusias masyarakat Kota Sawahlunto sendiri terhadap objek wisata yang ada di kota mereka sendiri, kurangnya kepedulian pemerintah setempat terhadap beberapa objek wisata yang ada untuk perawatan sehingga beberapa objek wisata ini dikhawatirkan tidak terawat dengan baik pada masa akan datang.

3) Analisis AISAS

a. *Attention*

Untuk menarik perhatian masyarakat dalam pembuatan media informasi pariwisata Kota Sawahlunto, media yang akan dibuat berupa *website* dan media pajang poster yang diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk melihat dan membaca media yang dibuat.

b. *Interest*

Setelah *attention* tercapai maka media akan dibuat dengan memberikan informasi secara keseluruhan tentang pariwisata Kota Sawahlunto seperti detail lokasi, harga tiket, fasilitas yang ditawarkan dan jam operasionalnya serta *value* wisata yang ada di Kota Sawahlunto.

c. *Search*

Adanya internet membantu proses *search* para target audiens mengenai lokasi pariwisata yang ingin mereka kunjungi di Kota Sawahlunto.

d. *Action*

Dengan media informasi pariwisata Kota Sawahlunto maka target audiens mudah dalam mendapatkan informasi tentang pariwisata Kota Sawahlunto sehingga minat mereka untuk berkunjung akan meningkat dikarenakan mengetahui *value* apa saja yang ada pada pariwisata Kota Sawahlunto dan diharapkan target audiens mengambil tindakan untuk dapat berkunjung ke Kota Sawahlunto.

e. *Share*

Pengalaman target audiens dalam berkunjung ke Kota Sawahlunto dapat dibagikan kepada orang lain melalui banyak media. Pengalaman yang dibagikan adalah dalam bentuk tulisan, yang mayoritas berupa review mengenai objek wisata yang sudah dikunjungi.

Konsep Verbal dan Visual

Konsep verbal dari perancangan media informasi pariwisata ini berfokus pada pembuatan media informasi pariwisata Kota Sawahlunto yang lebih terstruktur yaitu dengan menekankan tentang wisata – wisata di Kota Sawahlunto secara informatif, efektif dan efisien agar mudah dipahami dalam memperoleh informasi yang ada. Dengan menggunakan *website* yang memberikan informasi mengenai pariwisata Kota Sawahlunto. Media informasi yang akan digunakan menggunakan kata-kata yang singkat padat dan jelas mengenai informasi pariwisata yang ada di Kota Sawahlunto, sehingga dengan mudah dapat dipahami oleh target audiens. Media informasi akan menggunakan bahasa Indonesia, sehingga media informasi *website* dapat diakses dan diterima dengan baik oleh target audiens. Bahasa bersifat informatif, komunikatif dan deskriptif sehingga mempermudah target audiens dalam mendapatkan informasi dari media yang akan dirancang.

Konsep pendekatan visual yang ditampilkan pada media informasi pariwisata Kota Sawahlunto adalah berupa *website* dengan bantuan media berupa gambar dari objek wisata yang ada sehingga dapat membuat tampilan menjadi mudah dipahami dan dapat menarik perhatian target *audience*. Perancangan ini menampilkan gambar-gambar dari destinasi wisata yang dapat menarik perhatian target *audience*. Penggunaan warna sangat diperhatikan dalam perancangan ini, warna yang digunakan adalah warna hijau dan cokelat disesuaikan dengan psikologi warna, agar dapat menghasilkan tampilan yang informatif. Menurut Afif Abdillah dalam buku *Creativity On Your Slide*, filosofi warna hijau secara umum merupakan lambang dari alam, lingkungan, kehidupan, dan kesuburan. Warna hijau juga erat kaitannya dengan harapan dan keberuntungan. Warna hijau dianggap paling bersahabat dengan mata manusia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Landasan Teori

1) Media Informasi

Media menurut Supardi (2017:162) media informasi merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menjadi komunikan. Sedangkan pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang. Dari teori di atas penulis akan menggunakan teori media konvensional dan juga media online di mana pada penggarapan sebuah karya perancangan akan menggunakan media konvensional sebagai media cetak yaitu poster, banner, buku, dan lain-lain sebagainya sedangkan media online akan menggunakan *website* dan sosial media seperti instagram.

2) Interaksi Manusia dan Komputer

Menurut Tan & Nijholt (2010), penelitian Interaksi Manusia dan Komputer (IMK) digunakan dalam ilmu pengetahuan ergonomi. Ergonomi adalah ilmu yang mempelajari interaksi antara manusia dengan elemen- elemen lain dalam suatu sistem. *Interface* yang digunakan terdiri dari *keyboard*, *mouse* dan segala hal apapun yang dapat ditampilkan pada layar monitor.

3) Situs Web

Menurut Lukmanul Hakim (2004) *website* merupakan fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen dalam *website* disebut dengan *webpage* dan *link* dalam *website* dapat

digunakan oleh pengguna untuk beralih dari satu halaman ke halaman (*hyertext*) lain baik antar halaman yang disimpan di server yang sama maupun dalam server yang ada di seluruh dunia. Halaman (*page*) dapat di akses atau di baca melalui browser seperti *Google Chrome*, *Mozilla Firefox* dan lain sebagainya. Berdasarkan teori diatas perancangan system informasi pariwisata Kota Sawahlunto akan menggunakan situs web dinamis agar isi yang terdapat didalamnya dapat diperbarui secara berkala dengan mudah

4) *User Interface*

User Interface (UI) adalah cara bagi aplikasi dan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain. Ini membantu mengirimkan informasi antara sistem operasi pengguna dan pengguna, sehingga komputer dapat digunakan. *User Interface* biasanya terdiri dari rangkaian grafis yang dapat dipahami oleh pengguna aplikasi dan diprogram untuk memahami sistem operasi. (Gede et al., 2022).

5) *User Experience*

User experience (UX) merupakan gambaran pendapat dan tanggapan melalui masyarakat kepada produk yang dibuat, sistem, layanan. UX berguna untuk mengevaluasi produk dari segi kepuasan dan kenyamanan seseorang pada saat menggunakan produk.

6) *Tipografi*

Tipografi adalah bidang keilmuan yang membahas dan mengupas seluk beluk huruf. Studi tipografi sangat penting untuk perancangan ini karena efektif tidaknya sebuah rancangan, tergantung pada tipografi yang ada didalamnya. Pemilihan jenis huruf yang tepat akan memudahkan masyarakat memperoleh dan menangkap informasi yang disampaikan. Juga dapat memudahkan masyarakat mengidentifikasi maksud dari *mascot* yang di rancang. Untuk mendapatkan hasil efektif dari huruf, maka harus dipertimbangkan tingkat keterbacaannya (*legibility*).

7) *Warna*

Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya jarak rupa benda yang dikenainya jarak rupa biru dan hijau kasta golongan tingkatan. Warna dalam kaitan visual mengandung arti sebenarnya yaitu rona corak atau kesan yang diperoleh seperti hitam hijau merah putih dan sebagainya yang kesannya disebabkan adanya cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda tertentu (Kahfi 2021:7). Dalam Bahasa Indonesia, warna merupakan fenomena yang terjadi karena adanya tiga unsur yaitu cahaya, objek, dan *observer* (dapat berupa mata kita ataupun alat ukur). Media informasi akan dirancang menggunakan warna berdasarkan respon psikologis yang ditimbulkan. Warna tersebut dalam bentuk warna sekunder dan juga perpaduan warna sekunder sehingga diharapkan dapat memberikan kenyamanan pada mata saat mengakses media informasi yang akan dirancang.

8) *Layout*

layout adalah suatu penentuan tata letak desain pada elemen tertentu sehingga menghasilkan *visual* yang menarik. Sementara, secara sederhana pengertian layout adalah desain tata letak. *Layout* dapat didefinisikan sebagai penataan fasilitas operasi secara ekonomis. Menurut Wahyudi (2022:93), *Layout*/tata letak merupakan salah satu tahap dalam perencanaan suatu fasilitas yang bertujuan untuk mengembangkan suatu sistem produksi yang efisien dan efektif sehingga dapat mencapai kebutuhan kapasitas dan kualitas dengan biaya yang paling ekonomis. Perencanaan *layout* mencakup desain dari bagian perusahaan, pusat-pusat kerja, dan peralatan yang membentuk proses perubahan dari bahan mentah menjadi bahan jadi. *Layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/ pesan yang dibawanya.

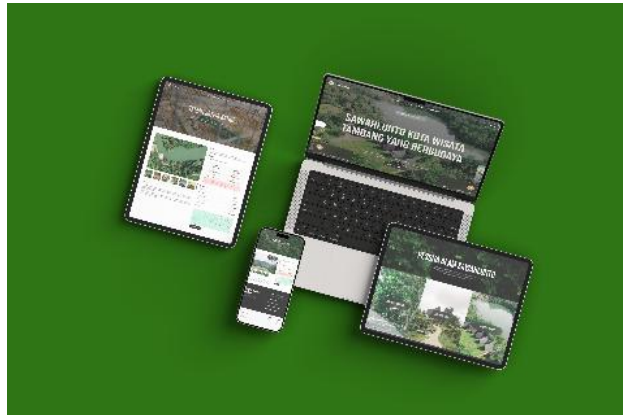
9) *Navigasi*

Berdasarkan panduan (Galitz, 2002), setiap aplikasi seharusnya dilengkapi dengan navigasi. Navigasi bertujuan untuk memudahkan pengguna mengetahui posisi dan keberadaan mereka dalam aplikasi tersebut pada saat itu. Selain itu, navigasi bertujuan untuk menentukan pilihan (Hadi, 2010). Navigasi mengacu pada metode yang digunakan seseorang untuk menemukan apa yang mereka inginkan. Sebuah struktur navigasi yang efisien merupakan elemen terpenting dalam usability sebuah sistem. Struktur navigasi yang sederhana dan jelas merupakan cara yang dianjurkan untuk menampilkan informasi (Hadi, 2010). Media informasi yang dirancang akan menggunakan system navigasi berupa maps yang bertujuan agar target audiens dapat lebih mudah menuju ke objek wisata yang dituju.

10) *Wisata di Kota Sawahlunto*

Objek wisata unggulan yang ada di kota ini adalah atraksi wisata tambang, di mana pengunjung dapat melakukan napak tilas pada areal bekas penambangan yang dibangun pada masa pemerintahan Hindia Belanda, selain wisata tambang, di Kota Sawahlunto juga terdapat beberapa objek wisata lainnya, yaitu: Museum Gudang Ransoem, Lubang Soero, Museum Kereta Api, Waterboom, Meer Von Kandi, Taman Satwa Kandi, Camping Ground Kandi, Puncak Cemara, Desa Wisata Rantih, Batu Runciang.

Hasil Perancangan Karya

1) *Prototype Website : Sawahluntour*Gambar 1. *Prototype Website Sawahluntour*

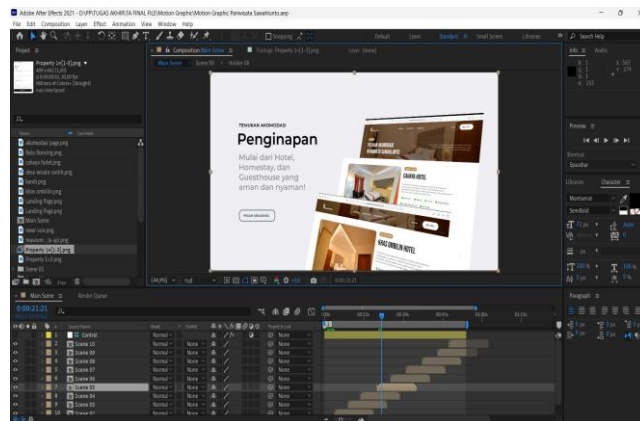
Website Sawahluntour sebagai *website* yang memberikan informasi terkait pariwisata yang ada di Kota Sawahlunto. Sebuah *website* yang berfungsi untuk mempermudah calon pengunjung dalam mengakses informasi dari pariwisata yang ada di Kota Sawahlunto, serta menjadi tempat untuk melakukan pemesanan tiket secara langsung tanpa perlu antri di lokasi wisata. *Website* sawahluntour sebagai *website* yang memberikan informasi dan pemesanan tiket terkait pariwisata di Kota Sawahlunto. Tata letak *website* dirancang dengan struktur hierarki yang jelas. Informasi utama seperti destinasi wisata, pemesanan tiket, dan kontak ditampilkan pada posisi strategis untuk memudahkan pengguna mengakses informasi penting dengan cepat. *Font* yang digunakan mencerminkan kesan historis dan budaya khas Kota Sawahlunto, sejalan dengan identitas kota sebagai bekas kota tambang batubara. Pemilihan *font* serupa *sans-serif* untuk teks isi membantu menjaga keterbacaan.

Desain navigasi dibuat intuitif dengan menu utama yang mencakup kategori seperti destinasi, akomodasi, dan kontak. Struktur menu yang sederhana membantu pengguna menavigasi halaman tanpa kebingungan. *Website* dirancang responsif agar dapat diakses melalui berbagai perangkat, termasuk *desktop*, tablet, dan ponsel. Hal ini penting mengingat mayoritas pengguna mengakses informasi melalui perangkat *mobile*. Fitur seperti pencarian lokasi wisata melalui peta, form kontak, serta jadwal acara interaktif menambah nilai fungsionalitas *website*.

2) *Guide Book*Gambar 2. *Guide Book*

Sebagai media komunikasi visual, *guide book* ini dirancang untuk memberikan informasi komprehensif mengenai pariwisata Kota Sawahlunto. Buku ini memuat elemen-elemen penting seperti destinasi wisata, alamat, harga tiket, dan deskripsi mendetail untuk setiap objek wisata. Tata letak *guide book* dirancang dengan struktur yang sistematis, memastikan pembaca dapat menemukan informasi dengan mudah. Foto-foto beresolusi tinggi digunakan untuk menggambarkan keindahan dan keunikan setiap destinasi wisata. Beberapa halaman juga dilengkapi dengan ilustrasi peta atau ikon yang memperjelas informasi tanpa membuat halaman terlihat penuh. Sebagai produk desain komunikasi visual, *guide book* Pariwisata Kota Sawahlunto berhasil mengintegrasikan elemen visual dan fungsionalitas untuk menyampaikan informasi pariwisata yang informatif, menarik, dan mudah digunakan. Meskipun memiliki kekurangan seperti keterbatasan bahasa dan cakupan informasi tambahan, *guide book* ini memiliki potensi besar untuk menjadi media informasi yang efektif bagi Kota Sawahlunto. Dengan pengembangan lebih lanjut, buku ini dapat memberikan pengalaman yang lebih kaya dan relevan bagi wisatawan.

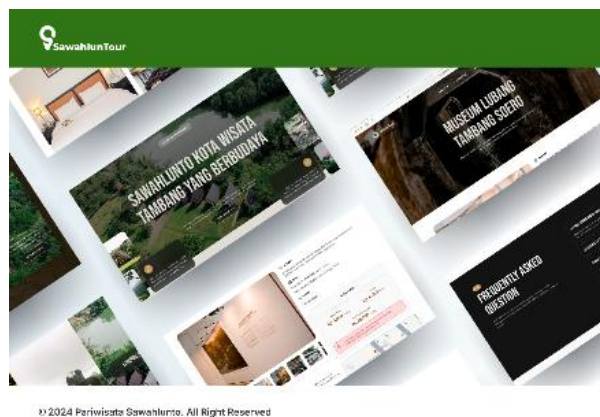
3) Motion Ads



Gambar 3. Motion Ads

Motion ads dirancang sebagai media komunikasi visual yang dinamis untuk mempromosikan website pariwisata Kota Sawahlunto. Konten ini bertujuan untuk menarik perhatian target audiens, menyampaikan keunikan Kota Sawahlunto, dan mengarahkan mereka untuk mengunjungi website pariwisata sebagai sumber informasi utama. Motion graphic memiliki durasi ideal (1-2 menit) untuk menjaga perhatian audiens tanpa membebani mereka dengan informasi yang berlebihan. Konten ini dapat dioptimalkan untuk berbagai platform seperti media sosial (Instagram, YouTube, TikTok) dan website resmi. Formatnya fleksibel untuk mendukung distribusi lintas media. *Motion Ads* ini nantinya akan ditampilkan pada *billboard* disetiap Kota yang ada dengan tujuan mengarahkan target audiens untuk mengunjungi *website* pariwisata Kota Sawahlunto

4) Poster



Gambar 4. Poster Website Sawahluntour

Poster *UI web* dirancang dengan tampilan yang minimalis dan didukung dengan elemen visual dari tampilan *user interface website* sawahluntour yang memaknai kemudahan dalam mendapatkan akses informasi terkait pariwisata yang ada, tampilan yang menarik dapat diperoleh secara digital. Dengan adanya *poster ui* ini, diharapkan mampu menarik minat calon pengunjung dalam mengunjungi *website* sawahluntour.

KESIMPULAN

User Interface adalah tampilan visual sebuah produk yang menjembatani sistem dengan penggunaan user. Pada zaman sekarang *platform* digital atau sarana digital menjadi salah satu hal yang menjadi kebutuhan yang melekat dengan kehidupan manusia. Sehingga produk digital menjadi konsumsi yang mampu memberikan kemudahan, efisiensi waktu dan kecepatan.

Perancangan ini bertujuan untuk merancang media informasi pariwisata Kota Sawahlunto yang efektif, efisien, dan informatif melalui platform *website*. Dalam proses perancangan, pendekatan desain komunikasi *visual* diterapkan untuk menghasilkan tampilan yang *user-friendly*, estetis, dan mampu memenuhi kebutuhan pengguna. Elemen desain seperti warna, tipografi, dan *layout* dirancang untuk mencerminkan identitas Kota Sawahlunto sebagai kota wisata bersejarah. Visualisasi yang menarik dipadukan dengan navigasi yang intuitif membantu pengguna dalam mencari informasi terkait destinasi wisata, akomodasi, serta agenda kegiatan di Sawahlunto. Dengan semakin meningkatnya penggunaan internet, *website* ini menjadi *platform* yang efektif untuk memberikan informasi pariwisata secara luas. *Website* dirancang responsif agar dapat diakses melalui perangkat apa pun, sehingga menjangkau audiens lokal maupun internasional. Website yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat promosi yang mampu meningkatkan daya tarik wisata Kota Sawahlunto. Pengujian dengan calon pengguna menunjukkan bahwa website ini memenuhi kebutuhan informasi, estetika, dan pengalaman pengguna.

Perancangan *website* ini berhasil mengintegrasikan prinsip desain komunikasi visual dengan kebutuhan informasi pariwisata, sehingga dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi terkait potensi wisata Kota Sawahlunto. Upaya ini diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan pariwisata lokal dan menarik lebih banyak wisatawan ke kota tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah Hasnawi dan Mama Rini Erawati tercinta yang tanpa lelah sudah mendukung semua keputusan dan pilihan dalam hidup saya serta tidak pernah putus mendoakan saya, pengorbanan kalian yang luar biasa akan waktu, tenaga dalam mendidik dan memenuhi segala kebutuhan saya. Terimakasih juga terhadap saudara saya Muhammad Reza Syahfalevi dan Putri Ainayya yang telah memberikan dukungan serta do'a. Terimakasih juga kepada Dilla Zalfa Salsabila, Area Putra Basoka, Ikhwani Ikhsan, Alm. Reza Andika Putra, Fahimul Fuad, Amalia Tama Batubara, teman-teman DKV 19 seperjuangan yang selalu berada disekitar saya, yang telah memberikan saya dukungan, tempat bercerita, menemani dan selalu membantu saya. Dengan hormat saya persembahkan laporan beserta karya ini untuk kedua orang tua, keluarga dan teman-teman semoga panjang umur dan sehat selalu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- Calista, Mega Intadani. 2020. <https://medium.com/dot-intern/mengenal-jenis-fungsi-font-ccabd1690f9b> (diakses pada tanggal, 17 September 2024)
- Fariyanto, F., Suaidah, S., & Ulum, F. (2021). *Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Ux Design Thinking* (Studi Kasus: Kampung Kuripan). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 52-60.
- Gulo, P., & Harianja, A. P. (2017). *Perancangan Media Informasi Pengenalan Kebudayaan Dan Pariwisata Nias Selatan Berbasis Web*. *MEANS (Media Informasi Analisa dan Sistem)*, 161-166.
- Kahfi, Yahya Ahmad. 2021. *Teori Warna*. Jakarta: UNJ
- Lukmanul Hakim, 2004. *Website Merupakan Fasilitas Internet*. Jakarta: Gramedia
- Pawit, M. Yusuf. 2004. *Teori dan Praktis Penelusuran Informasi: Informasi Retrieval*. Jakarta : Prenda Media Group
- Putra, R. D., Sukaesih, S., Erwina, W., & Khoerunnisa, L. (2021). *Penggunaan website Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat*. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 9(2), 219-232.
- Rahmadi, 2022. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press
- Rusmiyati dkk, 2018. *Katalog Museum Indonesia*. Jakarta: Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman.
- Sihombing, Danton, dan Wagiono Sunarto. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Supardi, K. (2017). Media Visual dan Pembelajaran IPA di Sekolah Dasar. *JIPD (Jurnal Inovasi Pendidikan Dasar)*, 1(2), 160-171.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4).
- Vicenovie Oisina Situmorang, Ilona. 2020. *Media Konvensional Dan Media Online*. Yogyakarta: Graha Ilmu.