



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Data Lapangan

Salah satu daerah di NTT yang diminati wisatawan adalah Kabupaten Rote Ndao yang terletak di antara Timor dan Sumba. Rote adalah pulau utama di Kabupaten Rote Ndao, kabupaten terselatan di Indonesia. Masyarakat yang tinggal di Kabupaten Rote Ndao disebut sebagai orang Rote atau *Rotenese*, karena memiliki sejarah dan cara hidup yang berbeda dari kawasan lain di Indonesia, walaupun kemudian akhirnya suku asli Rote datang dan budayanya berasimilasi di dataran Timor, NTT. Sebutan Ndao pada nama kabupaten tersebut muncul dari nama pulau kedua terbesar di Kabupaten Rote Ndao.

Ksupaten Rote Ndao merupakan daerah otonom yang relatif baru. Ia mengalami berbagai tahap dalam pemekarannya. Sejarah pemekaran Kabupaten Rote Ndao terentang antara tahun 1958 hingga tahun 2002.

Awalnya Rote Ndao hanya merupakan bagian dari Wilayah Pemerintahan Kabupaten Daerah Tingkat II Kupang. Daerah Tingkat I ini termasuk yang dibentuk berdasarkan Undang - undang Nomor 69 Tahun 1958 tentang Pembentukan Daerah - daerah Tingkat II dalam Wilayah Daerah - daerah Tingkat I Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur. Pada tanggal 5 Juni 1962, wilayah Rote Ndao secara resmi dibagi menjadi tiga wilayah Pemerintahan Kecamatan yaitu Rote Timur, Rote Tengah, dan Rote Barat. Kemudian pada tahun 1963 sesuai dengan tingkat perkembangan yang ada, wilayah pemerintahan ini

dimekarkan menjadi empat wilayah kecamatan. Empat tahun kemudian, kecamatan yang telah ada di Pulau Rote Ndao dibagi menjadi 8 (Delapan) kecamatan berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Tingkat I NTT Nomor Pem.66/1/44 tanggal 1 Juli 1967 dan Keputusan Nomor Pem.66/2/71, tanggal 17 Juli 1967. Pada tahun 1968 wilayah Rote Ndao dibentuk sebagai Wilayah Koordinator Schap dalam wilayah hukum Kabupaten Daerah Tingkat II Kupang. Sesuai perkembangan di bidang pemerintahan, maka pada tahun 1979 terjadi perubahan status Wilayah Koordinator Schap Rote Ndao menjadi wilayah pembantu Bupati Kupang untuk Rote Ndao.

Mengutip informasi yang disediakan oleh Pemerintah Rote Ndao dalam situs resminya, “Sesuai perkembangan dan dinamika masyarakat maka dalam tahun 2000 timbulnya keinginan kuat dari masyarakat Rote Ndao, baik yang berada di Wilayah Pembantu Bupati Kupang Wilayah Rote Ndao maupun dukungan dari orang Rote yang ada di Kupang dan di Jakarta, mengusulkan agar Wilayah Pemerintahan Pembantu Bupati Rote Ndao ditingkatkan menjadi Kabupaten definitif.” Usulan tersebut kemudian dipenuhi dengan dukungan dari tokoh masyarakat, tokoh adat mewakili masyarakat (mewakili 19 Nusak atau 19 marga besar) sehingga pada 10 April 2002 oleh Pemerintah Pusat dan DPR - RI menetapkan Undang - Undang Nomor 9 Tahun 2002 tentang Pembentukan Kabupaten Rote Ndao di Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Rote Ndao secara geografis terletak di sebelah selatan Kupang, ibukota Provinsi Nusa Tenggara Timur. Cara mencapai Rote Ndao dari Kupang adalah dengan transportasi laut berupa kapal ferry lambat dan ferry ekspres, dan secara

tradisional dapat juga menggunakan perahu biasa. Ferry lambat bertolak dari Pelabuhan Bolok di Kupang setiap hari sekali. Ferry ekspres bertolak dari Pelabuhan Tenau di Kupang ke Pelabuhan Ba'a di Rote setiap hari dengan jadwal Senin sampai Jumat setiapukul 09.00 pagi, dan kembalipukul12.30.Ferry ekspres tersebut bernama Express Bahari, dan bertarif Rp 145.000,00 untuk kelas VIP dan Rp 105.000,00 untuk kelas eksekutif. Waktu tempuh yang dibutuhkan ferry ekspres sekitar 1,5 sampai 2 jam. Moda transportasi lainnya adalah denganmaskapai Susi Air yang terbang setiap 2 kali seminggu sertadengan reservasi pesawat Trigana Air.



Gambar 3.1. Ferry Express Bahari
(Sumber : Garuda Magazine)

Sebagai dasar perancangan, di samping telaah literatur, telah dilakukan beberapa langkah penelitian kualitatif dan kuantitatif. Sebagai sumber data kualitatif, dilakukan analisa SWOT, pengumpulan data, serta wawancara terhadap beberapa pihak. Untuk wawancara secara resmi telah dilakukan dengan narasumber yaitu Bapak Yunus Ufi selaku Kepala Dinas Pariwisata Rote Ndao,

kemudian ada Bapak Y.N. Manafe selaku tokoh masyarakat Rote Ndao. Sedangkan sebagai sumber data kualitatif, telah disebarakan survei yang akan dijelaskan pada poin 3.1.3.

Gambaran umum berisi gambaran global mengenai materi yang diteliti berikut metodologi pengumpulan data yang dilakukan. Bagian ini menjelaskan jenis tulisan (kualitatif atau kuantitatif) serta cara pengumpulan data yang dilakukan, bisa melalui wawancara (narasumber) dan data pendukung lainnya.

3.1.1. Analisa SWOT

Untuk mengetahui lebih dalam tentang Pariwisata Rote Ndao, maka dilakukan analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) :

Tabel 3.1. SWOT

	Internal		
Positive	Strength: <ul style="list-style-type: none"> -Ciri khas budayanya kuat: sasando, tuak -Memiliki potensi yang beragam -Pariwisatanya masih asli, alami, orangnya masih ramah 	Weakness: <ul style="list-style-type: none"> -Lokasi relatif susah dijangkau -Infrastruktur masih terbatas 	Negative
	Opportunity : <ul style="list-style-type: none"> - Dengan promosi yang tepat, dapat lebih meningkatkan umlah kunjungan wisatawan -Memiliki potensi yang diakui bisa menyaingi Bali 	Threat : <ul style="list-style-type: none"> - Kalah pamor dibandingkan kompetitornya seperti Bali 	
	External		

3.1.2. Analisa STP

Segmenting : Masyarakat Indonesia atau wisatawan asing yang sedang berwisata di Indonesia, kalangan menengah ke atas.

Targeting : Wisatawan nusantara (primer), wisatawan asing yang sedang berwisata di Indonesia (sekunder).

Positioning : Mempromosikan Rote Ndao sebagai 'surga tersembunyi' atau *hidden paradise*. Sebagai tempat wisata yang eksklusif, eksotis, dan menjanjikan petualangan bagi wisatawan.

Psikografis : Khususnya bagi yang berkepribadian dinamis, aktif, suka berpetualang, senang kegiatan *outdoor*, berjiwa muda, kenal teknologi modern, senang mengetahui hal baru, *open minded*, menyukai kultur budaya.

Alasan pembatasan masalah seperti ini adalah masih sangat potensialnya wisatawan nusantara untuk mengunjungi Rote Ndao, karena mereka masih belum banyak mengetahui eksistensi Kabupaten Rote Ndao apalagi daya tarik wisatanya.

Wisatawan mancanegara adalah prioritas kedua karena menurut publikasi Badan Pusat Statistik tahun 2013, wisatawan domestik masih menjadi mayoritas wisatawan di Kabupaten Rote Ndao. Pemilihan segmen kalangan menengah ke atas karena sesuai dengan hasil wawancara Penulis dengan Kepala Dinas Pariwisata Rote Ndao Yunus Ufi, bahwa untuk ke depannya Rote Ndao diprediksi akan lebih banyak menerima kunjungan wisatawan dari kalangan tersebut.

Pemilihan psikografis disesuaikan dengan kondisi Rote Ndao sendiri. Lokasinya relatif terpencil, jarang diketahui orang, sehingga cocok bagi mereka yang senang mengetahui hal baru dan berjiwa petualang. Selain itu Rote Ndao menyediakan

obyek daya tarik wisata bahari, budaya, dan alam yang cantik, sehingga cocok dinikmati mereka yang senang kegiatan di luar ruangan atau berminat menghabiskan liburan dengan cara tersebut.

3.1.3. Wawancara

Berbicara tentang budaya, diawali dengan pengertian etimologis apa itu budaya, yaitu cara hidup sekelompok orang tertentu dalam wilayah dan waktu tertentu. Menurut hasil wawancara Penulis dengan salah satu tokoh masyarakat Rote yaitu Bapak Oos. Manafe pada tanggal 18 September 2013, budaya Rote adalah budaya yang mengutamakan pohon lontar dalam kehidupan sehari-hari masyarakatnya.



Gambar 3.1. Pengolahan Sadapan Lontar secara Tradisional di Rote
(Sumber : Garuda Magazine)

Hingga saat ini, seperti yang sudah didukung oleh observasi di lapangan, masih dapat ditemui penduduk Rote yang memanjat pohon lontar untuk memanfaatkannya menjadi bermacam-macam hal. Getah lontar yang disadap bisa dipakai untuk menghasilkan tuak, gula air, dan gula lempeng. Pada awalnya getah asli yaitu nira (disebut juga tuak manis oleh orang Rote) dididihkan di tungku tradisional untuk dibuat menjadi kental, warnanya akan berubah dari putih susu menjadi merah karena kandungan gula mengalami karamelisasi. Kemudian ketika cairan getah sudah berubah menjadi kental, bisa dihentikan untuk menjadi yang dinamakan sebagai gula air. Gula air ini jika dipanaskan lagi, bisa dicetak lalu didinginkan menjadi gula lempeng atau dikenal lebih luas sebagai gula jawa. Hasil olahan seperti ini mengandung kadar gula yang tinggi, sehingga dijadikan sumber energi bagi orang Rote. Selain diolah menjadi gula, nira hasil sadapan juga bisa ditambahkan air dan diminum langsung. Campuran ini biasanya ditampung dalam semacam wadah anyaman yang juga terbuat dari daun lontar (disebut haik oleh orang Rote), dan dipikul untuk kemudian dibawa pulang atau dijual. Minuman lain yang masih berbahan dasar nira ada sopi dan laru. Keduanya merupakan minuman beralkohol dengan kadar alkohol yang tinggi, sopi misalnya, bisa memiliki kadar hingga 60% alkohol. Sedangkan laru adalah hasil penyulingan nira dan dijemur sehingga mengalami fermentasi. Orang Rote, khususnya para generasi tua, meminum sopi dan laru dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam upacara adat. Olahan lontar lainnya dapat berupa anyaman dari daun, menghasilkan wadah-wadah yang disebut haik, juga menghasilkan topi ti'i langga yang masih dipakai dalam kegiatan gembala ternak, menyadap nira, atau

berladang. Alat musik khas Rote yang sudah diakui UNESCO sebagai warisan tradisional Indonesia yaitu sasando, juga memiliki bagian yang terbuat dari daun lontar. Bagian ini berfungsi sebagai alat resonansi atau untuk orang awam seperti pengatur *volume* suara. Sasando sering dimainkan pada saat upacara adat.

Budaya Rote memiliki beragam upacara adat, khususnya yang dikenal dengan tradisi *tu'u*. Menurut tuturan dari narasumber, pada dasarnya, *tu'u* berarti mengumpulkan uang bersama untuk suatu kegiatan kekeluargaan, dan orang Rote senang mengadakan kegiatan kebersamaan di mana mereka tampil menari diiringi petikan sasando dan tabuhan gong. Pada saat ada pesta pernikahan, orang Rote biasa menari Kebelai, yang secara tradisional seharusnya diiringi pula dengan nyanyian sambil balas berbalas pantun. Sayangnya tradisi berbalas pantun ini sudah mulai punah. Salah satu acara tradisi yang belum punah dan masih berlangsung tiap tahunnya adalah festival Hus yaitu lomba keterampilan berkuda. Berbeda dengan pacuan kuda yang mengadu kecepatan, para peserta Hus harus mengendarai kuda dengan manuver tertentu yang termasuk sulit untuk dilakukan. Festival ini pun ada tujuan adatnya, yaitu untuk upacara meminta hujan agar dapat mengairi sawah dan menghasilkan padi.

Selain budaya terkait dengan lontar, Rote memiliki tradisi tenun ikat, seperti daerah lainnya di NTT. Bedanya hasil tenun ikat Rote berwarna dominan merah, hitam, putih, dan kuning. Motif desainnya terhitung rumit, contohnya bunga dan *patola* yang merupakan desain dengan bentuk-bentuk geometris. Penduduk Rote banyak memiliki lagu daerah yang terkenal di NTT, mereka menyukai musik dan

menari. Instrumen musik yang terkenal dari daerah ini adalah Sasando. (Informasi Pariwisata Nusantara, 2006).



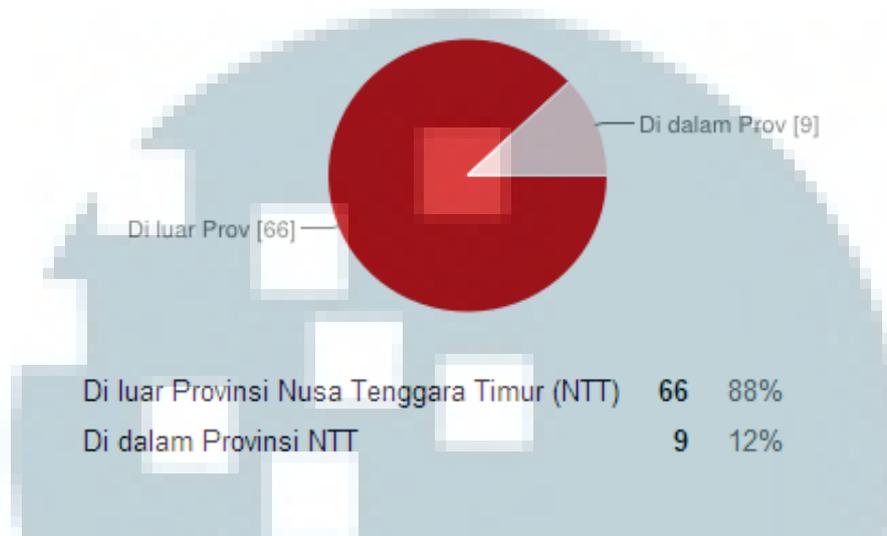
Gambar 3.3. Wanita Pengrajin Kain Tenun Adat Khas Rote
(Sumber : Garuda Magazine)

Pemahaman tentang eksotisme budaya asli masyarakat di Kabupaten Rote Ndao mutlak diketahui saat merancang suatu media promosi bagi wisatanya. Hal-hal terkait yang merupakan inti dari kebudayaan seperti relasi hidup orang Rote dengan tumbuhan lontar dapat dijadikan inspirasi untuk dikomunikasikan secara visual ke dalam bentuk elemen yang penting dari perancangan.

U M N

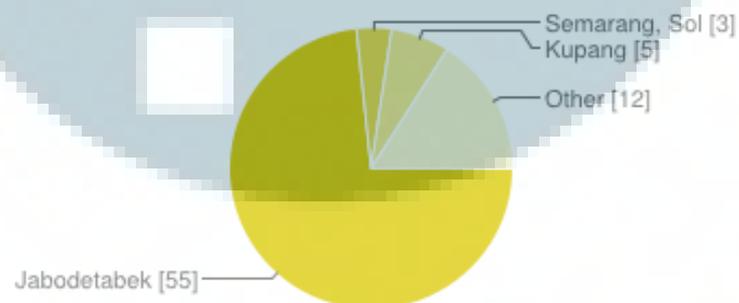
3.1.4. Kuesioner

Domisili Anda?



Di luar Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT)	66	88%
Di dalam Provinsi NTT	9	12%

Kota tempat tinggal Anda sekarang?

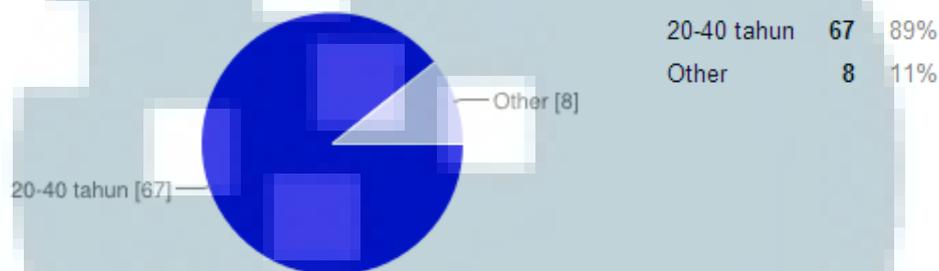


Jabodetabek	55	73%
Semarang, Solo, Surabaya	3	4%
Kupang	5	7%
Other	12	16%

Berdasarkan jawaban dari pertanyaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini dapat mewakili masyarakat mayoritas dari luar Provinsi Nusa Tenggara Timur. Mayoritas merupakan masyarakat perkotaan dari daerah Jabodetabek, serta dari daerah lain di seluruh Indonesia. Hal ini juga

memverifikasi adanya kaitan antara responden kuesioner dengan target promosi Pariwisata Kabupaten Rote Ndao yang sudah dibahas dalam Bab I Pendahuluan, yaitu untuk lingkup nasional. Pertanyaan berikutnya tentang usia responden juga memberikan jawaban data bahwa mayoritas responden berusia 20 hingga 40 tahun.

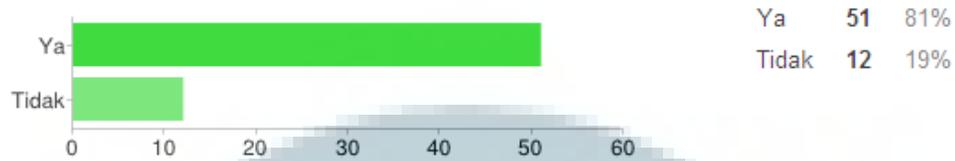
Umur Anda?



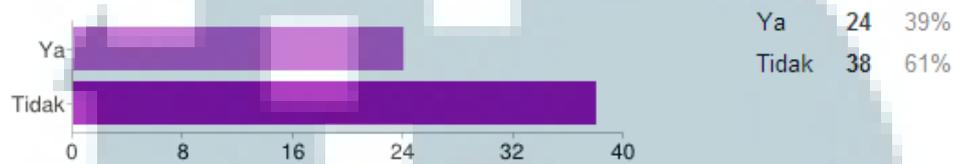
Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan rentang usia yang sesuai dengan target promosi dalam Bab I Pendahuluan yaitu 20 hingga 40 tahun. Setiap hubungan ini menunjukkan bahwa hasil dari kuesioner dapat dijadikan dasar untuk menentukan perancangan selanjutnya karena memuat hasil dari responden yang cocok dengan target promosi. Selanjutnya akan ditanyakan tentang pertanyaan terkait perancangan:

UMMN

Apakah Anda pernah mendengar tentang Sasando?



Apakah Anda tahu bahwa Sasando berasal dari Kabupaten Rote-Ndao, NTT?



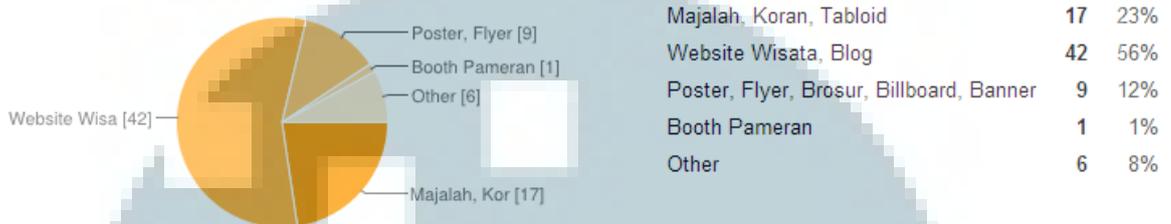
Berdasarkan jawaban dari kedua pertanyaan di atas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat *awareness* masyarakat tentang eksistensi sasando sudah cukup tinggi, namun pengetahuan akan asal daerah sasando masih minim.

Dari data ini dapat ditambahkan kepada hasil jawaban sebelumnya bahwa disimpulkan bahwa masyarakat dengan mayoritas usia 20-40 tahun di berbagai tempat di Indonesia (bukan di Jabodetabek atau pulau Jawa saja) masih belum mengetahui bahwa alat musik sasando berasal dari Kabupaten Rote Ndao. Jika potensi budaya ini disertakan dalam promosi pariwisata Rote Ndao, maka hal ini dapat dijadikan titik awal identifikasi yang khas untuk Rote Ndao. Sehingga ketika dipromosikan pariwisatanya, ia memiliki identitas yang jelas di mata masyarakat nusantara, bahwa Rote Ndao merupakan daerah asal alat musik khas Indonesia sasando.

Pertanyaan berikutnya bertujuan untuk mendata manakah media cetak yang tepat guna dan efektif untuk mempromosikan pariwisata Kabupaten Rote Ndao. Jika suatu media sering dipakai atau dianggap berpengaruh dalam mengambil

keputusan berwisata oleh responden maka dapat disimpulkan bahwa media tersebut adalah media yang cocok untuk dipakai.

Untuk menentukan tujuan wisata, media apa yang paling berpengaruh bagi Anda?



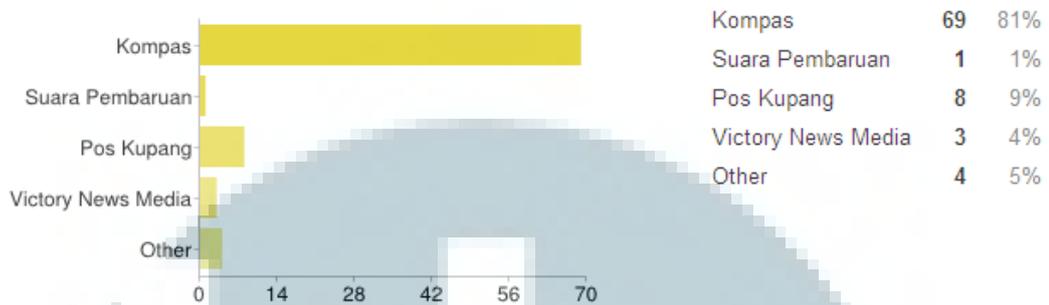
Pertanyaan di atas menghasilkan jawaban untuk menentukan mana media promosi primer dan sekunder dalam perancangan promosi Pariwisata Kabupaten Rote Ndao, dan hasilnya adalah *website* wisata sebagai media promosi primer, dan iklan media cetak majalah, koran, atau tabloid sebagai media promosi sekunder.

Dari pilihan berikut, majalah apa saja yang Anda baca?



Menurut jawaban mayoritas responden, majalah yang dapat dipakai sebagai alat promosi media cetak adalah majalah penerbangan atau *in flight magazine*. Untuk jawaban lain-lain terdiri dari judul majalah yang bervariasi dan jumlahnya tidak valid untuk dijadikan jawaban mayoritas.

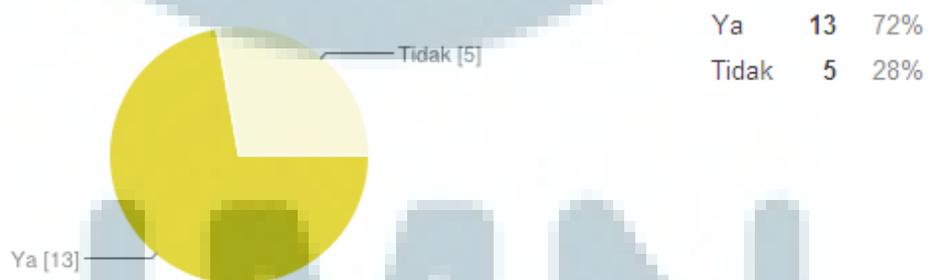
Dari pilihan berikut, koran mana saja yang Anda baca?



Menurut jawaban mayoritas responden, koran yang dapat dipakai sebagai alat promosi media cetak adalah Harian *Kompas*.

Seperti yang sudah disebutkan dalam Bab I, mayoritas responden sebanyak 76 persen masih belum pernah mendengar apa itu Rote Ndao. Tetapi diperlukan verifikasi untuk mereka yang pernah mendengar Rote Ndao agar bisa memberikan informasi sesuai keadaan yang sebenarnya. Berikut ini adalah pertanyaan untuk mereka yang pernah mendengar tentang Rote Ndao

Apakah Anda mengetahui potensi pariwisata Rote Ndao?



Dari data tersebut diketahui bahwa mayoritas mereka yang pernah mendengar tentang Rote Ndao juga mengetahui potensi pariwisata Rote Ndao.

Untuk yang mengetahui potensi pariwisata Rote Ndao,

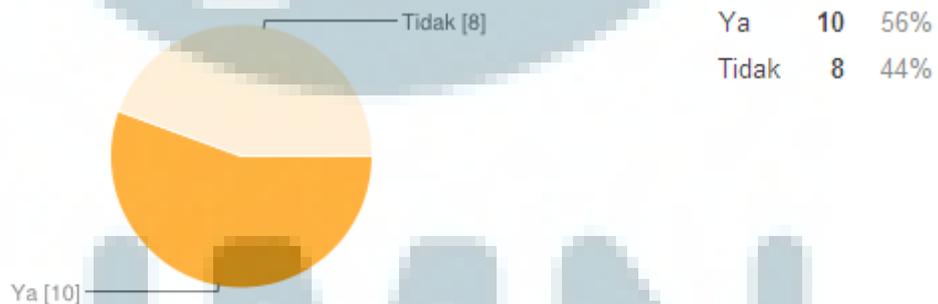
Dari media apa saja Anda mengetahuinya?



Ketika diberi pertanyaan dari mana mereka mengetahui potensi tersebut, mayoritas menjawab media cetak seperti majalah, koran dan tabloid. Mayoritas jawaban kedua menjawab website dan blog.

Potensi pariwisata yang sudah diketahui ini kemungkinan mendorong mereka untuk berkunjung secara langsung ke Rote Ndao. Hal ini dapat dilihat dari jawaban dari pertanyaan berikut:

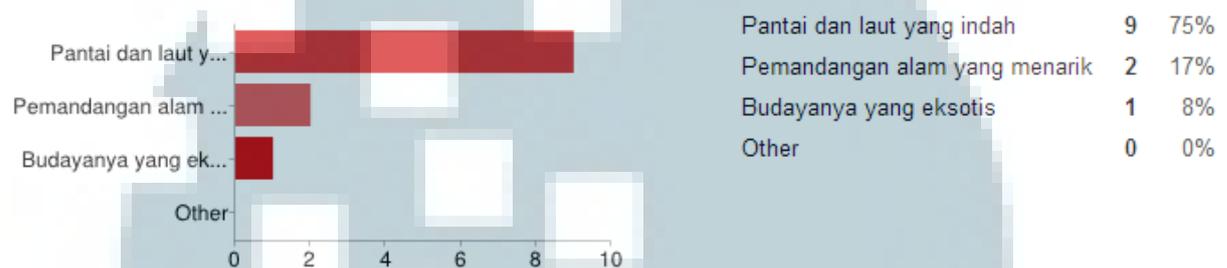
Pernahkah Anda ke Rote Ndao?



Sebanyak 56 persen responden menjawab pernah ke Rote Ndao. Walaupun perbedaannya tipis, namun hal ini bisa membantu menjawab kebutuhan untuk memverifikasi mana ciri khas Rote Ndao untuk dipromosikan secara lebih menonjol.

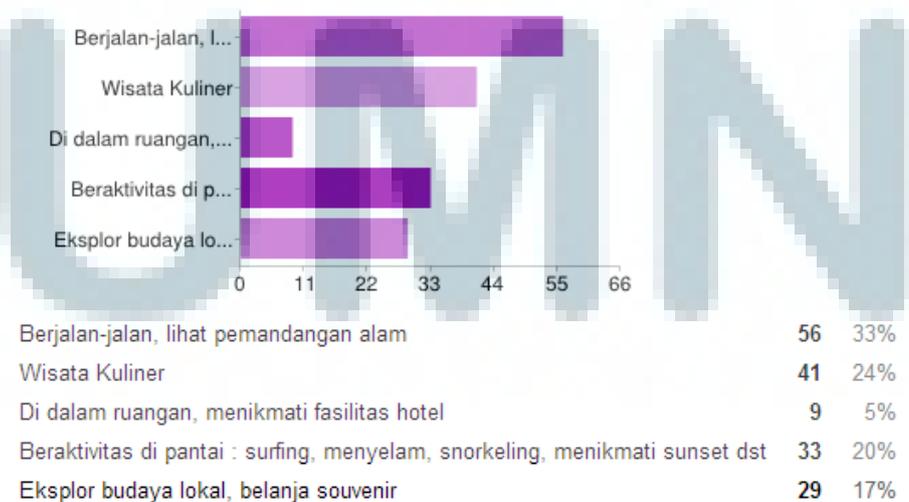
Rote Ndao memiliki banyak potensi pariwisata yang dapat dikategorikan secara sederhana menjadi wisata bahari, wisata pantai, wisata budaya, dan wisata alam. Untuk memverifikasi mana yang paling menonjol di benak pengunjung, maka diajukan pertanyaan berikut:

Bagaimana Anda mengingat Rote Ndao?



Mayoritas jawaban yaitu sebanyak 75 persen menjawab hal yang diingatnya tentang Rote Ndao adalah aspek pantai dan laut yang indah. Jawaban ini menjadi dasar untuk merancang media promosi yang menonjolkan aspek pantai dan laut yang indah dari Rote Ndao di samping potensinya yang lain. Hal ini didukung dengan verifikasi preferensi atau minat responden saat liburan, manakah aktivitas yang paling disukainya :

Saat liburan ke luar kota, Anda lebih senang untuk :

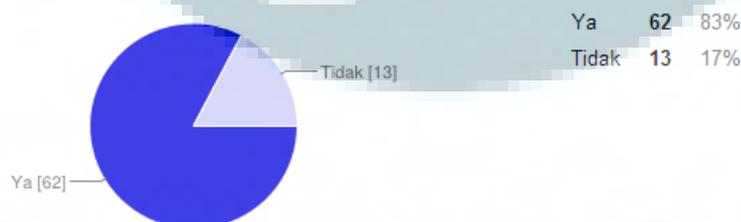


Ternyata setelah dihitung, jawaban responden atas pertanyaan ini, walaupun bukan mayoritas, dapat dianggap mendukung konsep promosi yang menonjolkan aspek pantai dan laut, karena yang menyukai aktivitas di pantai mencapai jumlah suara sebanyak 33 persen. Untuk mayoritas jawaban yang menyukai aktivitas jalan-jalan dan melihat pemandangan alam, dapat diakomodasikan sebagai aspek yang ditonjolkan setelah aspek pantai dan laut untuk dipromosikan.

Pertanyaan selanjutnya berfungsi memastikan pentingnya peran media promosi dalam penyampaian informasi dan pengaruhnya bagi keputusan seseorang untuk berwisata :

Mayoritas responden menjawab ya, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa media promosi memang berperan penting dalam menyampaikan informasi dan mempengaruhi seseorang untuk berwisata.

Apakah Anda tertarik untuk berwisata jika mendapat informasi dari media promosi? (cth: iklan atau website)



Kesimpulan dari penelitian yang sudah dilangsungkan antara lain adalah bahwa masyarakat Indonesia masih belum mengenal Rote Ndao dengan baik; sementara dari banyak potensi Rote Ndao diingat empat di antaranya yaitu alam, bahari, pantai, serta budaya dan paling utama adalah pantai dan baharinya; dibutuhkan media promosi pariwisata dengan menggunakan *in flight magazine* dan *website*.

3.1.5. Analisa Komparatif

Tipe *website* yang ada saat ini sangatlah beragam, sehingga diperlukan analisa yang lebih dalam untuk menghasilkan kesimpulan jenis desain situs mana yang tepat sebagai media promosi utama untuk Pariwisata Kabupaten Rote Ndao. Sepanjang tahun 2013 telah muncul suatu perkembangan dalam dunia desain yang menonjolkan fitur *scrolling* sebagai kekuatan situs. Telah muncul banyak ide yang segar dan baru seperti *parallax scrolling*, *scrolling* tanpa batas. Lima ide baru yang dilansir Forbes dalam situsnya yaitu *scrolling* tanpa batas, font yang lebih besar, *responsive mobile design*, *flat design*, dan *parallax scrolling*. Berdasarkan publikasi Awwwards.com, “Web and Mobile Trends 2013”, kebanyakan tren ini didorong oleh meningkatnya penggunaan *mobile gadget* yang datang dengan bermacam ukuran resolusi layar, desain antarmuka, dan interaksi dengan *user* yang berbeda-beda. Semangat tren *web* desaintentunya tidak mengesampingkan prinsip kegunaan, tetapi justru ingin memaksimalkan prinsip tersebut di tengah perkembangan teknologi yang terus bergerak maju.

Parallax scrolling adalah salah satu jenis desain *website* yang naik daun sejak tahun 2012. *Parallax Scrolling* adalah fitur desain menggunakan sistem *scrolling* yang membuat tampilan latar belakang dan latar depan di tampilan *website* untuk bergerak dengan kecepatan, posisi, efek, maupun animasi yang bervariasi ketika kita gulirkan ke bawah. Penggunaan *parallax* yang paling sederhana dapat menciptakan efek kedalaman tiga dimensi dan efek imersi. Nama fitur ini berasal dari istilah astronomi *parallax*, yang berarti pergeseran arah yang tertangkap mata bila kita melihat dari posisi yang berbeda-beda. Teknik ini pertama kali digunakan

dalam video game di mana gambar latar belakang yang berbeda bergerak untuk menciptakan kedalaman dalam gameplay. Saat ini situs yang menggunakan *parallax scrolling* dapat disebut juga situs *parallax*.

Menurut situs dan forum desain terkenal seperti Smashing Magazine, Awwwards, webdesignledger.com, dan masih banyak lainnya, fitur *parallax scrolling* adalah fitur positif yang dapat memaksimalkan *user experience* dan atraktivitas situs. Studi terbaru yang dilakukan Dede M. Frederick (2013) menunjukkan bahwa *parallax scrolling* dapat secara signifikan meningkatkan poin *fun* dan kesan profesional dari tampilannya. Oleh karena itu, dalam mendesain situs saya menggunakan fitur *parallax scrolling* yang akan disesuaikan dengan konsep desain untuk Rote Ndao.

Tabel 3.2. Sisi Positif dan Negatif Situs *Parallax Scrolling*

Sisi Positif	Sisi Negatif
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keterlibatan pengunjung 2. Mempertahankan minat pengunjung 3. Mengarahkan jalannya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyimpan semua konten di satu halaman 2. Dapat menyulitkan SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) 3. Beban dalam <i>loading</i> halaman

perhatian pengunjung	lebih tinggi
4. Membuat situs mudah dinavigasi	4. Tipe scrolling dengan gerakan horizontal dapat memusingkan pengunjung
5. Tampilan lebih mulus dan tidak terpotong	5. Melelahkan mata pengunjung jika terlalu banyak menggunakan efek & warna
6. Menciptakan narasi yang menarik tentang sebuah merek	

Berdasarkan tabel di atas, website bermodel parallax scrolling dapat menjadi website yang baik, jika sisi negatifnya dikurangi atau bahkan dihilangkan. Berdasarkan sumber terkemuka seperti Awwwards.com, permasalahan utama terletak pada poin negatif yang pertama dalam tabel, yaitu desain yang terpusat pada satu halaman. Hal ini dapat diatasi dengan membagi situs menjadi rangkaian halaman *html* terpisah yang disambungkan dengan link. Ketika pengunjung menggulirkan cursor ke bawah maka halaman-halaman sekunder akan terpanggil dan terakses. Cara ini memungkinkan untuk menjalankan efek *parallax* dan pada saat yang sama menggunakan lebih dari satu halaman. Kondisi ini berarti sekaligus menjawab permasalahan mengenai *search engine optimisation* pada poin kedua, karena semakin banyak halaman yang tersebar, secara tidak langsung akan semakin mendukung SEO. Hal ini dapat terjadi karena halaman-halaman yang terpisah ini memiliki beberapa URL berbeda, sehingga memungkinkan pemakaian kata kunci lebih dari satu, bisa pada heading dan metadata yang berbeda-beda. Kata kunci ini yang menjadi tolok ukur

bagi SEO. Semakin banyak dan tepat kata kunci yang dipakai sebuah situs, akan semakin mudah bagi SEO untuk memunculkan situs tersebut dalam pencarian.

Kegunaan *parallax scrolling* sendiri ada beberapa poin. Kegunaan ini dapat juga dilihat sebagai ciri khas yang tidak dapat didapatkan dari tipe desain yang lain, atau dari desain situs yang biasa (tanpa *parallax*). Secara khusus kegunaan fitur *parallax scrolling* dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.3. Kegunaan Fitur *Parallax Scrolling*

Kegunaan	Keterangan
Menjelaskan narasi	Mendisplay informasi berdasarkan linimasa yang linier, menarik minat pengunjung dengan penggunaan cerita, memungkinkan cerita untuk dapat menjadi interaktif.
Memungkinkan interaktivitas	Memancing perhatian pengunjung untuk mengeksplor situs karena ada perubahan yang terjadi setiap beberapa saat, memberikan unsur <i>fun</i> ke dalam situs, memberi kejutan pada pengunjung
Presentasi Produk	Memberikan efek trimatra, kedalaman, memungkinkan tampilan demo suatu produk dari langkah demi langkah.
<i>Action Trigger</i>	Lebih mengundang pengunjung untuk mengeksplor situs dengan cara tertentu, lebih mengarahkan tingkah laku pengunjung sesuai yang diinginkan perancang situs, mengarahkan pandangan pengunjung sesuai prinsip desain yang ingin diterapkan misal

	anomali, hirarki, <i>closure</i> , dan seterusnya.
Mengoptimalkan desain	Memberi keunikan tersendiri, dapat membuat website yang mengandalkan interaktivitas. Bisa menggunakan background dengan lebih efektif.
Menjelaskan perjalanan waktu	Memungkinkan pengunjung mengetahui proses, perkembangan, ataupun riwayat suatu subjek dengan lebih menarik.
Mengajak pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu	Efek yang telah diberikan parallax dari sejak bagian <i>home</i> dapat membantu membangun <i>mood</i> pengunjung sampai ketika berhenti di akhir situs ia siap untuk melakukan tindakan tertentu sesuai konteks informasi yang ia baca sebelumnya. Hal ini dapat menjadi efektif untuk meningkatkan interaksi lebih lanjut antara perusahaan pemilik situs dan pelanggannya. Hal ini juga bisa meningkatkan juga fungsi dari kampanye sosial di mana masyarakat diminta untuk merespons suatu informasi dengan melakukan tindakan tertentu.

Analisis ini membawa kita kepada kesimpulan bahwa parallax scrolling dapat menjadi tipe situs yang baik untuk didesain, dibuktikan dengan studi komparatif yang telah Penulis lakukan. Adapun sasaran yang akan dicapai dan dapat dicapai dengan tipe desain *parallax scrolling* guna memenuhi kebutuhan promosi Pariwisata Kabupaten Rote Ndao ada beberapa poin. Sasaran pertamanya yaitu untuk lebih menjelaskan dan memberi narasi tentang keunggulan pantai, alam,

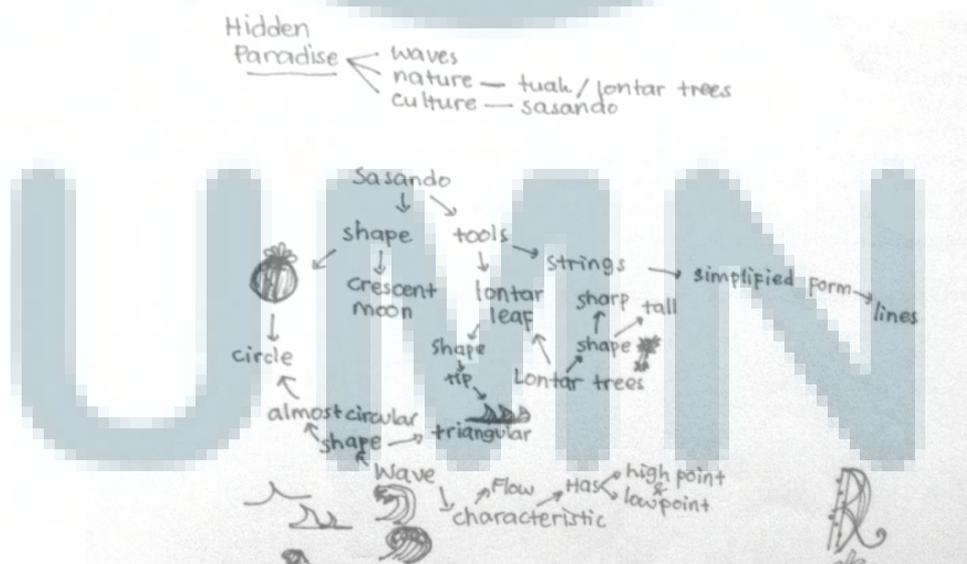
bahari dan budaya Rote Ndao. Yang kedua adalah interaktivitas pengunjung untuk lebih mengeksplor situs. Hal ini sesuai dengan tema perancangan yaitu untuk mengajak masyarakat mengeksplor Rote Ndao, bagaimana pengguna situs mengeksplor situs bisa menjadi contoh implementasi sederhana bagaimana masyarakat dapat mengeksplor Rote Ndao. Sasaran ketiga adalah untuk mengoptimalkan desain, karena dapat membantu menonjolkan fotografi dari keempat keunggulan Rote Ndao. Sasaran yang terakhir adalah untuk mengajak pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu pada akhirnya, yaitu melakukan perjalanan ke Rote Ndao sendiri. Kebutuhan ini dapat dipenuhi oleh situs *parallax* karena menurut tabel kegunaan fitur di atas, empat dari tujuh kegunaan *parallax* merupakan solusi kebutuhan ini sendiri.

Pertimbangan demikian menghasilkan kesimpulan bahwa perancangan media promosi *website* akan menggunakan tipe desain *parallax scrolling* dan disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Perancangan harus bisa meminimalisir sisi-sisi negatif yang ada dalam tabel sebelumnya, serta harus mengikuti solusi yang telah dikemukakan, sehingga menghasilkan situs yang fungsional dan tepat.

U
M
N

secara lebih dalam dalam masing-masing cabang besarnya. Untuk cabang perancangan atau desain, telah ditarik topik konsep branding yang membantu menjelaskan bagaimana promosi akan dijalankan. Untuk cabang media promosi, telah ditarik tipe-tipe media promosi yang dapat direalisasikan, dan kembali kepada konsep dari Bab III maka akan dilakukan promosi dengan menggunakan media cetak yaitu majalah in-flight, dan website. Untuk cabang Kabupaten Rote Ndao, ditarik topik yang penting antara lain pariwisata dan ciri khas Rote Ndao.

Sementara itu hasil dari seluruh cabang tersebut menghasilkan gagasan utama promosi yang akan dimasukkan atau divisualisasikan ke dalam karya yaitu konsep “*Hidden Paradise*” atau “Surga yang Tersembunyi”. *Hidden Paradise* ini akan di ketengahkan ke dalam lingkup masyarakat usia dewasa muda (20 hingga 40 tahun) di Indonesia, yang menurut survey masih belum mengetahui eksistensi Rote Ndao. Oleh karena itu tagline butuh diperjelas lagi menjadi “*Hidden Paradise of Central Indonesia, East Nusa Tenggara.*”



Gambar 3.5. *Mind Map* Konsep
(Sumber : Dok. Pribadi)

Tahapan ini membawa kita ke dalam perumusan konsep kreatif yang utama dari perancangan media promosi.

3.3. Konsep Kreatif

Berdasarkan gagasan tersebut dan dengan mempertimbangkan landasan teoripada Bab II dan data target yang telah dijabarkan sebelumnya, maka diputuskan untuk menghasilkan karya yang bergaya modern, *clean*, dan unik agar dapat menarik kalangan muda yang energik, namun tidak kehilangan identitas budayanya.

Keempat prinsip ini mengantar kita kepada gaya *Swiss style* yang dipilih sebagai dasar perancangan media promosi wisata alam dan budaya Kabupaten Rote Ndao. Gaya ini merupakan gaya modern dan diinspirasi oleh gerakan Bauhaus pada tahun 1920an. Gerakan ini menganalisa bentuk menjadi susunan geometris yang paling sederhana. Mereka percaya bahwa bahasa ini dapat dimengerti oleh semua orang, karena terutama telah tertanam dalam instrumen universal manusia yaitu mata. (Lupton & Phillips, 2008, hal. 8) Pemilihan style ini didasari pertimbangan bahwa media promosi wisata Rote Ndao harus dapat dimengerti oleh segmen yang relatif luas, sehingga *Swiss style* yang dapat dinikmati secara universal dinilai cocok bagi perancangan media promosi ini.