

lebih komprehensif untuk mendorong Pantai Teluk Kiluan menjadi destinasi ekowisata.

1.2 Rumusan Masalah

1. Penurunan tingkat ekonomi masyarakat sekitar Teluk Kiluan dan juga terhambatnya pencapaian target RENSTRA karena pandemi.
2. Kurangnya media promosi yang dapat menggambarkan potensi dari Pantai Kiluan.

Berdasarkan dari masalah Pantai Teluk Kiluan yang belum termaksimalkan dari segi promosi, penulis merancang pertanyaan, bagaimana perancangan media promosi interaktif untuk mengangkat daya tarik Pantai kiluan?

1.3 Batasan Masalah

Penulis menentukan batasan masalah untuk lebih memfokuskan permasalahan menjadi lebih spesifik dengan batasan masalah sebagai berikut.

1) Demografis

- a) Usia : 18-24 tahun

Data menggambarkan bahwa tren menunjukkan minat tinggi dari generasi Z dan milenial dalam berwisata, seiring dengan penetrasi *internet* yang kuat di wilayah Jabodetabek. Karena generasi Z cenderung lebih mahir dalam hal *internet* dan teknologi, perancangan website dapat lebih efektif dalam menargetkan demografis ini.

- b) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

- c) SES Ekonomi : SES B-A

Teori Hierarki Kebutuhan Maslow (Maslow, 1954) menyatakan bahwa individu dengan status sosial ekonomi tinggi lebih mungkin memiliki sarana keuangan, hubungan sosial, dan peluang untuk beperiwisata, sejalan dengan gagasan bahwa mereka lebih mudah untuk naik ke atas hierarki Maslow.

- d) Pendidikan : Minimum sekolah Menengah Pertama
- e) Bahasa yang Digunakan : Indonesia
- f) Etnis dan Agama : Semua etnis dan agama

2) Geografis

Daerah : Jabodetabek

3) Psikografis

- a) Memiliki ketertarikan dalam wisata dan liburan pantai.
- b) Suka eksplorasi tempat-tempat baru.
- c) Berjiwa petualang.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, perancangan dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan aktivitas pariwisata Provinsi Lampung menggunakan *website* promosi sebagai media utama.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dalam proses perancangan ini, penulis telah mendapati sejumlah manfaat yang dapat dirasakan secara pribadi, memberikan kontribusi kepada orang lain, dan memberikan nilai tambah bagi universitas.

Secara pribadi, proyek ini telah memungkinkan penulis untuk mengasah keterampilan perancangan dan pengembangan media interaktif, memperdalam pemahaman tentang pariwisata, ekowisata, dan desain interaktif, serta memberikan pengalaman praktis yang berharga. Bagi orang lain, media interaktif yang dihasilkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi wisatawan yang berencana mengunjungi Pantai Kiluan di Lampung, meningkatkan kesadaran lingkungan, dan memberikan pengalaman yang lebih menarik dalam mencari informasi tentang destinasi ini. Untuk universitas, proyek ini adalah pencapaian akademik yang dapat meningkatkan reputasi, kontribusi pendidikan dalam memahami teori dan aplikasi desain interaktif, serta sebagai sumber pelestarian pengetahuan untuk masa depan.



BAB II

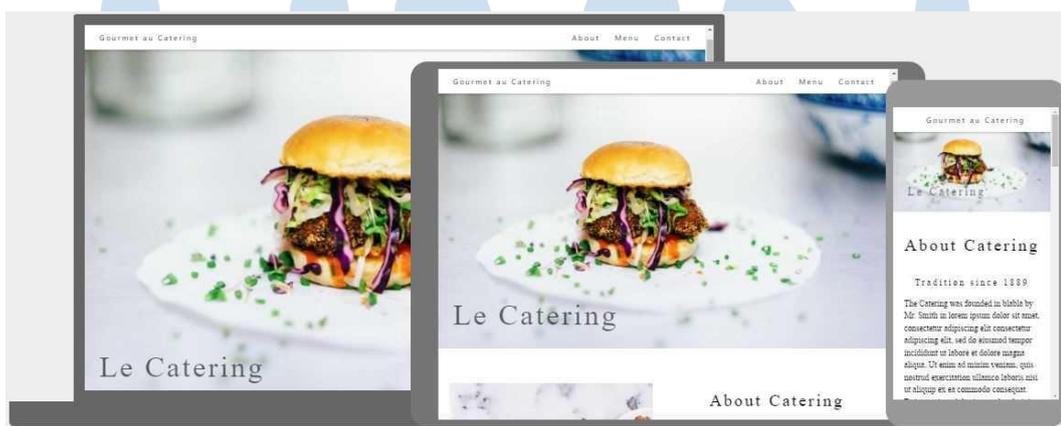
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Perancangan Website

Griffey (2022) menjelaskan bahwa media interaktif digital merujuk pada bentuk media yang memanfaatkan perangkat komputer atau mesin untuk mendukung interaktifitasnya. Contoh dari jenis media ini termasuk situs web, aplikasi *mobile*, dan *Video Game*. Apa yang membedakan media interaktif dari jenis media lainnya adalah kemampuannya untuk memberikan respons dan berinteraksi secara aktif dengan audiensnya, berbeda dengan media lain seperti gambar, teks, atau video yang cenderung hanya menyampaikan informasi tanpa melibatkan audiens dalam prosesnya.

2.1.1 Website

Sebuah situs web adalah koleksi berbagai halaman web yang dapat diakses melalui peramban web pada perangkat yang terhubung ke internet. Saat ini, situs web telah dirancang untuk berfungsi dengan baik pada berbagai perangkat, memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya (Griffey, 2022).



Gambar 2.1 Website

Sumber: w3schools (2023)

2.1.1.1 Jenis-Jenis Website

Pipes (2011) mengungkapkan bahwa jenis *website* dapat dibagi menjadi dua yaitu *domain* dan *hosting*.berikut merupakan keteranganya:

1) *Domain*

Domain adalah alamat web yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengakses suatu situs web di internet. *Domain* juga merupakan alamat yang mengatur aksesibilitas suatu situs web dan perlu diregistrasi agar situs tersebut dapat diakses (Pipes, 2011).

2) *Hosting*

Hosting adalah layanan yang menyediakan penyimpanan dan akses untuk situs web di internet. *Host* berfungsi sebagai tempat atau "rumah" bagi sebuah situs web yang memungkinkannya terhubung dengan *internet* agar bisa diakses. Untuk melakukan *hosting*, minimal dibutuhkan dua *server* (Pipes, 2011).

2.1.1.2 Anatomy Website

Seorang desainer grafis harus memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dalam desain website secara menarik dan efektif agar dapat menarik perhatian audiens yang dituju (Pipes, 2011). Dalam pembuatan desain *website*, ada beberapa komponen anatomi yang dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1) *Containing Block*



Gambar 2.2 *Containing Block*

Sumber: *MDN Web Docs* (2023)

Blok Pengandung berfungsi sebagai tempat di mana halaman *website* akan ditempatkan. Semua konten dalam *website* memerlukan Blok Pengandung sebagai tempat mereka diletakkan (Beaird & George, 2014).

2) *Logo*



Gambar 2.3 Logo

Sumber: Indonesia Travel (2023)

Identitas sebuah konten menjadi referensi bagi desainer dalam merancang sebuah *website*. Ini dapat mencakup elemen-elemen seperti *logo* dan pemilihan warna yang menjadi identitas suatu perusahaan.

3) *Navigation*



Gambar 2.4 Website Navigation

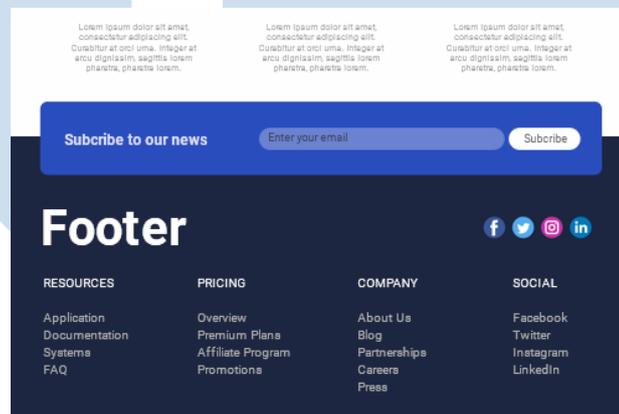
Sumber: *usabilitytesting* (2023)

Navigasi adalah elemen dalam *website* yang dapat berbentuk menu horizontal atau vertikal yang biasanya terletak di bagian atas atau samping halaman situs web (Beaird & George, 2014).

4) **Content**

Konten mencakup gambar, video, dan teks yang difokuskan dalam perancangan *website* untuk memberikan informasi kepada pengguna (Beaird & George, 2014).

5) **Footer**



Gambar 2.5 Footer

Sumber: *nicepage* (2023)

Footer adalah bagian bawah dari sebuah *website* yang berisi informasi kontak, hak cipta, dan aspek hukum. *Footer* menandakan akhir dari halaman *website* (Beaird & George, 2014).

6) **Whitespace**

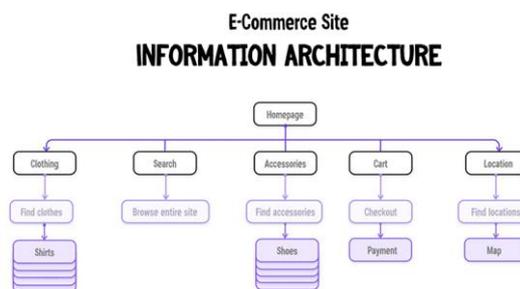
Ruang kosong, yang tidak memiliki desain atau teks dalam sebuah *website*, dikenal sebagai *whitespace*. *Whitespace* digunakan untuk menciptakan keseimbangan antara elemen-elemen konten dan ruang kosong (Beaird & George, 2014).

2.1.2 User Experience (UX)

UX menitikberatkan pada aspek eksternal, yaitu momen ketika individu berhubungan dengan produk atau layanan tersebut (Garrett, 2011). *User Experience* atau UX adalah kesan yang timbul ketika seseorang berinteraksi dengan sebuah produk atau antarmuka pengguna (UI) secara langsung. Menurut Garrett (2011), dalam kasus sebuah situs web yang berfokus pada memberikan informasi, prioritas utama adalah menyajikan informasi dengan cara yang efektif dan efisien kepada pengguna. Selain itu, situs web tersebut juga harus mampu menghadirkan cara agar pengunjungnya dapat dengan mudah memahami dan meresapi konten yang disajikan. Untuk mencapai tujuan ini, perlu diterapkan pengalaman pengguna (UX) yang baik dan sesuai dengan kebutuhan target audiens.

2.1.3 Penjelasan Information Architecture (IA)

Information architecture (IA) merupakan proses yang terlibat dalam pembuatan kerangka kerja untuk mencapai fungsi dan tujuan tertentu dari suatu produk digital. IA dirancang dengan tujuan untuk menghilangkan kebingungan pengguna saat mereka berinteraksi dengan media digital tersebut. Dengan kata lain, IA yang baik akan memungkinkan pengguna untuk menggunakan produk digital tersebut dengan alami dan tanpa kesulitan. Beberapa istilah umum yang terkait dengan IA meliputi pencarian, penamaan, penjelajahan, pengurutan, manipulasi, dan lain sebagainya (Tidwell, 2020).



Gambar 2.6 Information Architecture
Sumber: *webdesign tutsplus* (2023)

Tidwell (2020) menjelaskan bahwa untuk menjadi sebuah IA yang efektif, ia harus memenuhi kriteria yang mirip dengan pelayanan pelanggan yang baik. Ini mencakup kemampuan untuk mengantisipasi kebutuhan pengguna, menyajikan informasi dengan cara yang sesuai dengan perspektif pengguna, memberikan informasi secara singkat dan jelas, menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pengguna, memberikan petunjuk yang tegas, memberikan informasi yang relevan dengan konteks saat ini pengguna, serta memberi tahu pengguna ketika tugas telah berhasil selesai.

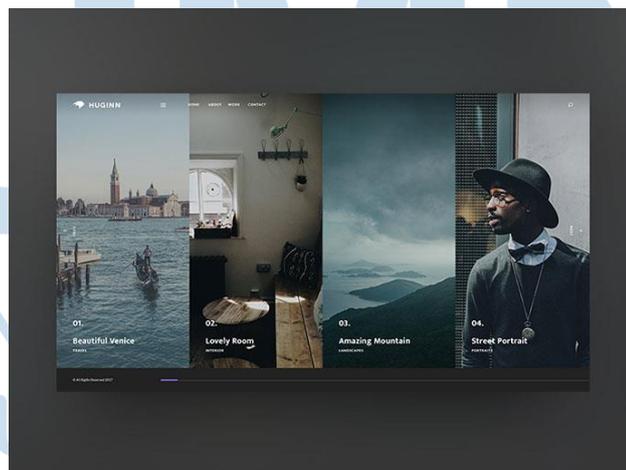
2.1.4 Penjelasan *User Interface* (UI)

User interface (UI) merujuk pada elemen-elemen visual dan interaktif yang pengguna lihat dan gunakan saat berinteraksi dengan produk atau sistem. UI bisa mencakup tampilan layar, sentuhan layar, suara, serta elemen cahaya dalam konteks penggunaan produk atau layanan tersebut (Chipman, 2021).

2.1.4.1 Desain UI

Tidwell, (2020) menjelaskan adanya 4 jenis gambar yang biasanya digunakan dalam membentuk atau merancang sebuah UI:

1) Fotografi

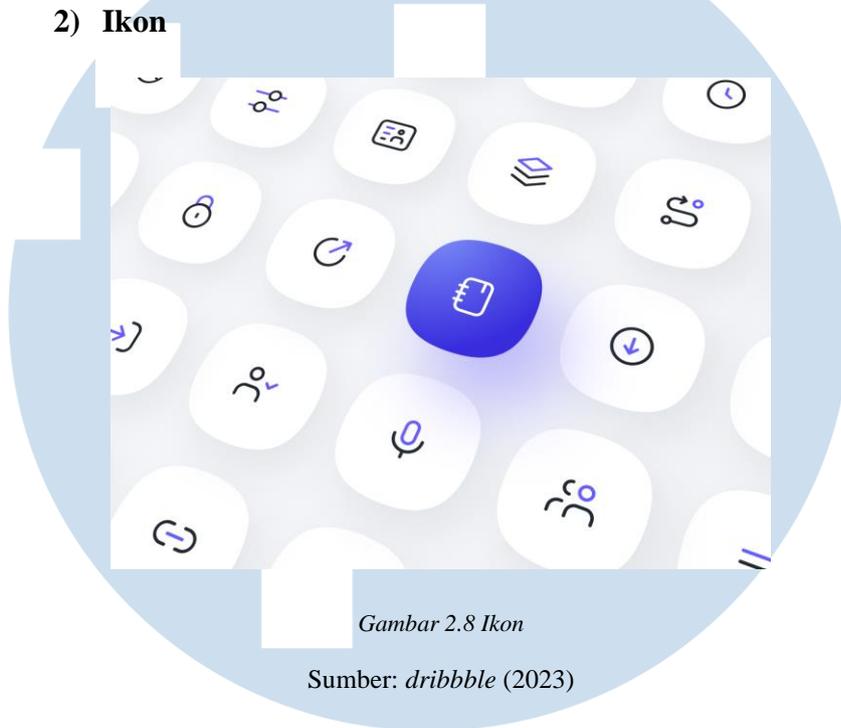


Gambar 2.7 Contoh Fotografi Dalam Website

Sumber: *bashooka* (2023)

Fotografi merupakan pengambil gambar menggunakan kamera dengan subjek nyata, produk, orang, atau latar belakang yang relevan dengan konteks aplikasi atau situs web.

2) Ikon



Gambar 2.8 Ikon

Sumber: *dribbble* (2023)

Ikon adalah gambar kecil yang digunakan untuk merepresentasikan fungsi, tindakan, atau elemen dalam UI. Mereka membantu pengguna mengenali dan mengaitkan tindakan dengan elemen tertentu. Ikon sering digunakan dalam tombol, menu, atau pilihan untuk memudahkan navigasi dan interaksi pengguna.

3) Referensi Kultural

Referensi kultural merupakan ikonografi yang dikenal secara umum, simbol-simbol budaya, atau warna dan gaya yang menggambarkan identitas *Brand*.

4) Pengulangan Motif Visual

Pengulangan motif visual melibatkan penggunaan elemen-elemen desain yang sama atau serupa secara berulang di seluruh UI. Ini menciptakan konsistensi dan koherensi dalam tampilan UI.

Misalnya, penggunaan warna, font, atau gaya tertentu yang diulang dapat membantu memperkuat identitas visual sebuah produk atau merek.

2.2 Teori Desain

Desain adalah proses kreatif yang melibatkan perencanaan, penciptaan, dan pengaturan elemen-elemen untuk menciptakan produk, karya seni, atau solusi dengan tampilan dan fungsi yang diinginkan. Dalam praktiknya, desain memanfaatkan elemen-elemen seperti bentuk, warna, tekstur, tipografi, dan pengaturan ruang untuk mencapai tujuan tertentu.

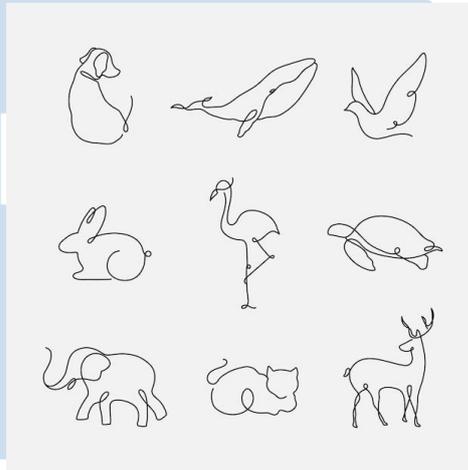
Robin Landa seorang penulis dan desainer, terkenal karena bukunya "*Graphic Design Solutions*" dan kontribusinya dalam memahami teori desain dan elemen-elemen dasar dalam desain grafis. Dalam bukunya tertulis beberapa unsur dasar dalam desain grafis yang membentuk dasar dari prinsip-prinsip desain. Ini mencakup elemen-elemen visual yang digunakan oleh desainer untuk menciptakan komunikasi visual yang efektif. Berikut adalah beberapa unsur dasar dalam desain menurut Robin Landa:

2.2.1 Garis

Garis dalam desain adalah elemen kunci yang memainkan peran penting dalam komunikasi visual. Pertama-tama, garis memiliki kemampuan unik untuk mengarahkan mata pengamat dan menciptakan aliran visual yang mengarahkan perhatian ke area tertentu dalam desain. Garis juga memiliki potensi untuk mengungkapkan berbagai elemen, mulai dari gerakan hingga emosi, dan dapat membentuk struktur yang kuat dalam komposisi. Garis-garis yang tegas dapat memberikan kesan ketertiban dan kedisiplinan, sementara garis-garis yang lebih lembut dan bebas dapat memberikan sentuhan kreativitas yang lebih organik.

Secara mendasar, garis terbentuk dari dua titik yang disambungkan, menjadi elemen dasar yang panjang. Penggunaan garis dalam desain sangat

bervariasi. Setiap garis memiliki karakteristik yang unik, yang mampu memengaruhi citra dan pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah karya.



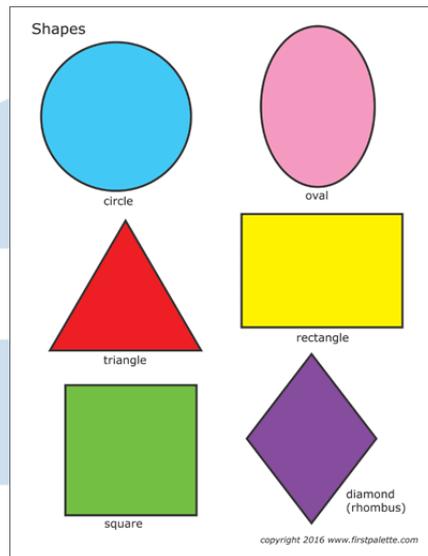
Gambar 2.9 Contoh Penggunaan Garis

Sumber: *freepik* (2023)

Dalam komposisi desain, peran garis menjadi semakin penting, karena mereka dapat membantu menciptakan keseimbangan dan proporsi yang diperlukan. Pemahaman yang mendalam tentang penggunaan garis adalah elemen yang sangat penting dalam mencapai tujuan desain yang efektif dan menarik. Dengan kata lain, garis tidak hanya memandu mata, tetapi juga mengomunikasikan berbagai konsep, mood, dan pesan melalui bentuk dan karakteristiknya yang beragam.

2.2.2 Bentuk

Bentuk adalah elemen yang merujuk pada area tertentu yang dibatasi oleh garis atau kontur. Ini bisa berupa objek konkret seperti gambar atau bentuk abstrak yang memiliki makna khusus dalam desain. Bentuk dapat berupa objek konkret seperti gambar, atau bentuk abstrak yang mungkin memiliki makna tersendiri.



Gambar 2.10 Contoh Bentuk

Sumber: *firstpalette* (2023)

Bentuk dapat memiliki makna visual yang mendalam. Sebagai contoh, lingkaran sering digunakan untuk mengekspresikan kesatuan atau kelengkapan, sementara garis-garis tajam mungkin digunakan untuk menggambarkan dinamika atau gerakan.

Selain itu, perbedaan dan kemiripan dalam bentuk dapat digunakan untuk menciptakan kontras visual atau pola yang menarik. Dengan menggabungkan bentuk-bentuk yang sesuai, desainer dapat menciptakan komposisi yang memikat mata pengamat.

2.2.3 Warna

Warna adalah salah satu elemen paling kuat dalam desain grafis dan memiliki dampak besar pada bagaimana sebuah karya visual diterima dan dipahami oleh pengamat. Warna juga salah satu elemen dasar dalam desain grafis yang mengacu pada spektrum cahaya yang terlihat oleh mata. Dalam desain grafis, warna digunakan untuk menciptakan efek visual, menarik perhatian, menyampaikan pesan, dan menciptakan suasana tertentu dalam sebuah komposisi. Ada beberapa aspek yang perlu dipahami dalam penggunaan warna dalam desain:

2.2.3.1 Palet Warna

Ini merujuk pada kumpulan warna yang digunakan dalam suatu proyek desain.



Gambar 2.11 Contoh Penggunaan Palet Warna

Sumber: *tapsmart* (2023)

Palet warna dapat mencakup beberapa warna yang saling melengkapi atau kontras, dan pemilihan palet warna yang tepat dapat memengaruhi mood dan kesan visual karya desain.

2.2.3.2 Teori Warna

Teori warna adalah bidang studi yang memahami bagaimana warna bekerja bersama. Ini mencakup konsep seperti kontras warna, harmoni warna, dan lingkaran warna.



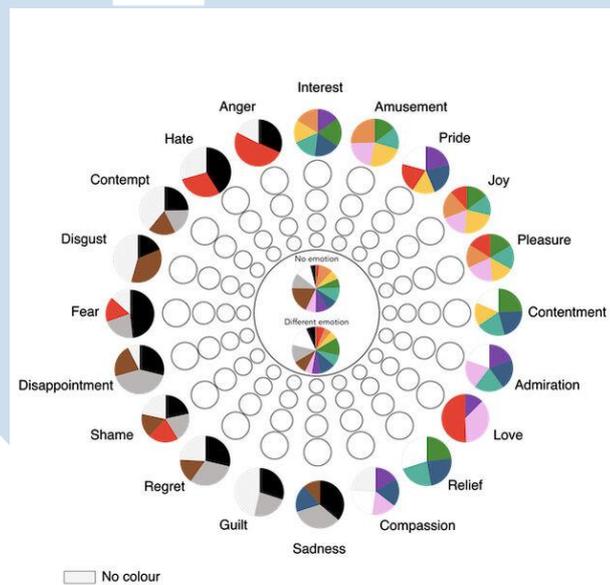
Gambar 2.12 Teori Warna

Sumber: *tapsmart* (2023)

Memahami teori warna dapat membantu desainer membuat kombinasi warna yang efektif.

2.2.3.3 Makna Emosional

Warna memiliki makna emosional yang dapat memengaruhi perasaan dan interpretasi. Contohnya, merah bisa menggambarkan gairah atau kemarahan, biru menunjukkan ketenangan dan kepercayaan, kuning menciptakan perasaan ceria, dan hijau sering dikaitkan dengan alam dan keseimbangan.



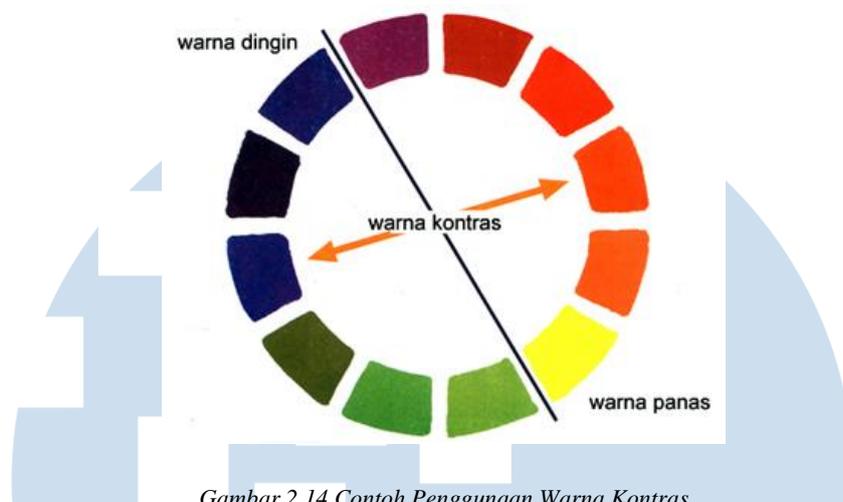
Gambar 2.13 Makna Emosional Warna

Sumber: *psychologytoday* (2023)

Pemilihan warna harus mempertimbangkan konteks dan audiens untuk mencapai pesan yang diinginkan.

2.2.3.4 Kontras

Desainer dapat menggunakan kontras warna untuk menarik perhatian pada elemen tertentu dalam desain. Warna-warna yang berlawanan dalam spektrum warna cenderung menarik mata pengamat.



Gambar 2.14 Contoh Penggunaan Warna Kontras

Sumber: *uwohmedia.blogspot* (2012)

Di sisi lain, penekanan warna adalah cara menggunakan satu warna atau beberapa warna dalam suatu komposisi untuk menciptakan fokus atau titik berat visual.

2.2.3.5 Brand Identity

Dalam desain grafis, "kepatuhan brand" mengacu pada penggunaan warna yang sesuai dengan identitas visual dan merek suatu bisnis atau organisasi. Ini berarti bahwa ketika Anda merancang sesuatu, Anda harus mempertimbangkan dan menggunakan palet warna yang telah ditentukan atau diadopsi oleh merek tersebut.

U M N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.15 Contoh Penggunaan Warna Kontras

Sumber: *xendit* (2023)

Ketika bisnis atau organisasi memiliki identitas merek yang sudah mapan, mereka seringkali telah menetapkan warna-warna tertentu yang menjadi bagian penting dari merek mereka. Ini bisa berupa warna-warna tertentu yang digunakan dalam logo, situs web, materi pemasaran, dan produk mereka.

2.2.4 Tekstur

Tekstur merujuk pada tampilan atau permukaan visual dari elemen dalam desain. Dalam banyak kasus, tekstur adalah elemen yang memberikan kedalaman dan dimensi visual pada karya desain. Ini adalah salah satu elemen penting yang digunakan oleh desainer untuk menambah dimensi dan kedalaman pada karya desain mereka.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.16 Contoh Tekstur Visual

Sumber: Landa (2011)

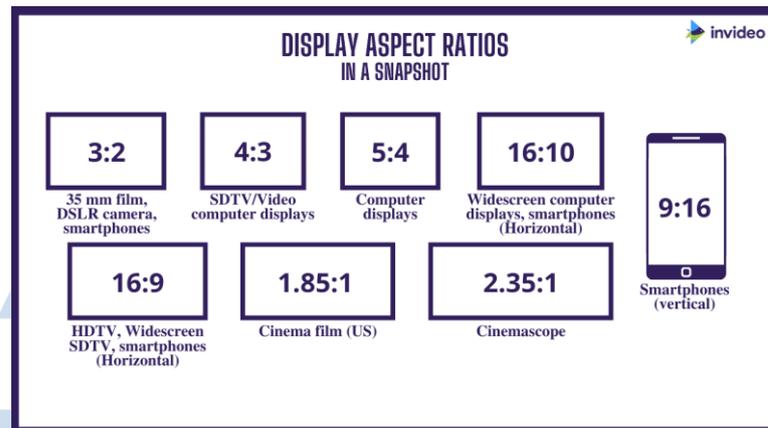
Dalam desain grafis, tekstur bisa bersifat visual dan simulasi, yang berarti tekstur tersebut tidak nyata secara fisik, tetapi diciptakan untuk memberikan ilusi yang dihasilkan melalui penggambaran, lukisan, fotografi, atau pemindaian dari tekstur asli (Landa, 2014).

2.2.5 Prinsip Desain Grafis

Menurut Robin Landa (2014), saat proses merancang suatu karya, penting untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar dalam desain grafis. Dalam menjalankan prinsip-prinsip ini, dibutuhkan pemahaman yang komprehensif tentang berbagai aspek, termasuk bagaimana merumuskan ide-ide kreatif, penggunaan tipografi yang tepat, pemilihan gambar dan visualisasi yang efektif, serta bagaimana elemen-elemen formal seperti garis, bentuk, warna, dan proporsi, digunakan sebagai bagian integral dalam membentuk struktur dan tampilan akhir dari karya tersebut. Semua elemen ini bekerja bersama untuk menciptakan komunikasi visual yang kuat dan menarik, menggambarkan pesan atau konsep yang ingin disampaikan kepada pengamat dengan cara yang efektif.

2.2.5.1 Format

Format dapat didefinisikan sebagai batas yang mengelilingi dan mendefinisikan area desain. Ini bisa berupa bentuk fisik seperti selembur kertas atau layar telepon genggam, atau bisa menjadi wilayah imajinatif yang mencakup batasan estetik atau visual. Dalam hal ini,



Gambar 2.17 Contoh Format Digital

Sumber: Invideo (2023)

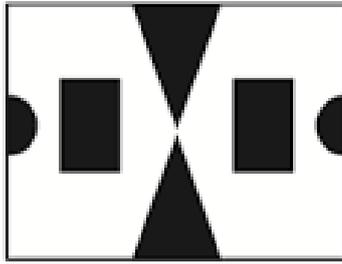
format menentukan "borders" atau tepi luar dari suatu desain, menciptakan kerangka kerja yang mengarahkan elemen-elemen desain (Landa, 2014).

2.2.5.2 Keseimbangan

Keseimbangan dalam desain adalah prinsip penting yang ditekankan Prinsip ini berkaitan dengan distribusi elemen-elemen visual dalam suatu komposisi sehingga menciptakan perasaan stabilitas, harmoni, dan keteraturan. Pemahaman keseimbangan adalah kunci untuk menciptakan desain yang tampak seimbang secara visual. (Landa, 2014)

1) Keseimbangan Simetris

Keseimbangan simetris terjadi ketika elemen-elemen yang sama atau serupa ditempatkan secara berlawanan atau secara simetris di sepanjang sumbu sentral desain. Ini menciptakan perasaan kesetimbangan dan keteraturan yang jelas. Meskipun keseimbangan simetris cocok untuk beberapa proyek, penggunaannya yang berlebihan dapat membuat desain terasa monoton. (Landa, 2014)



Gambar 2.18 Keseimbangan Simetris

Sumber: Landa (2014)

2) Keseimbangan Asimetris

Dalam keseimbangan asimetris, elemen-elemen yang berbeda dalam hal bentuk, ukuran, warna, atau intensitas ditempatkan dengan cara yang menciptakan kesetimbangan yang dinamis dan menarik. Ini menciptakan ketegangan visual yang dapat memberikan energi dan ketertarikan lebih dalam komposisi



Gambar 2.19 Keseimbangan Asimetris

Sumber: Landa (2014)

3) Keseimbangan Radial

Dalam Keseimbangan radial adalah ketika elemen-elemen desain ditempatkan sekitar titik pusat, mirip dengan tatanan lingkaran. Ini menciptakan perasaan keseimbangan yang radiates dari pusat, seperti roda atau matahari. Teknik ini sering digunakan dalam desain logo atau elemen-elemen yang ingin menarik perhatian pada pusatnya.



Gambar 2.20 Keseimbangan Radial

Sumber: Landa (2014)

2.2.5.3 Hierarki Visual

Hierarki visual adalah cara desainer mengatur elemen-elemen dalam desain untuk memandu mata pengamat dan menekankan elemen yang paling penting. Dalam desain grafis, hierarki membantu kita memahami pesan atau informasi dengan cepat. Ada beberapa cara untuk melakukan penekanan yaitu dengan cara isolasi, penempatan, ukuran, dan struktur diagram (Landa, 2014). Berikut merupakan contoh jenis hierarki visual:



Gambar 2.21 Jenis-Jenis Penekanan Visual

Sumber: Landa (2014)

Lalu ada penekanan (*Emphasis*), adalah cara untuk menyoroti atau menggarisbawahi elemen-elemen tertentu dalam sebuah komposisi agar mereka menarik perhatian pengamat. Ini bisa dilakukan dengan menggunakan perbedaan dalam elemen-elemen seperti ukuran, warna, kontras, atau posisi. Penekanan membantu mengarahkan mata pengamat pada elemen yang paling relevan atau pesan yang ingin disampaikan dalam desain.

1) *Emphasis by Isolation*

Penekanan isolasi atau *Emphasis by Isolation* adalah ketika kita memisahkan atau "memisahkan" elemen tertentu dari yang lain dalam desain. Misalnya, dengan meletakkan elemen utama di tengah-tengah atau dengan memberikan elemen tersebut ruang kosong di sekitarnya, kita dapat menonjolkannya dan membuatnya menjadi pusat perhatian.

2) *Emphasis by Placement*

Penekanan juga dapat dicapai melalui penempatan elemen. Dengan menempatkan elemen utama atau pesan penting pada posisi yang strategis, kita dapat memandu mata pemirsa untuk fokus pada itu. Ini juga bisa berarti menjadikan elemen tersebut lebih besar atau lebih menonjol.

3) *Emphasis by Scale*

Mengubah ukuran elemen adalah cara lain untuk menciptakan penekanan. Dengan membuat elemen utama lebih besar daripada yang lain, kita memberikan sinyal bahwa ini adalah yang paling penting dalam desain.

4) *Emphasis by Contrast*

Penekanan kontras adalah perbedaan antara elemen-elemen dalam desain, seperti perbedaan warna, bentuk, atau teks yang menonjol. Dengan menggunakan kontras dengan bijak, kita dapat membuat elemen tertentu "melompat" dari latar belakang dan menarik perhatian.

5) *Emphasis by Pointers*

Penunjuk adalah elemen-elemen seperti garis, panah, atau elemen visual lainnya yang digunakan untuk mengarahkan mata pemirsa ke tempat yang diinginkan dalam desain. Ini bisa membantu dalam menciptakan penekanan pada elemen tertentu.

2.2.5.4 Irama

Dalam desain grafis, irama terbentuk melalui pengulangan pola yang kuat dan konsisten. Pola ini dapat diorganisir untuk membentuk, menginterupsi, mempercepat, atau memperlambat aliran visual.

Irama menciptakan alur yang teratur antara elemen-elemen dalam desain dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti warna, tekstur, latar belakang, elemen penekanan, dan juga keseimbangan (Landa, 2014).

2.2.5.5 Kesatuan

Unity atau kesatuan adalah prinsip penting dalam desain yang merujuk pada cara elemen-elemen dalam sebuah komposisi visual bekerja bersama untuk menciptakan kesan yang utuh dan seimbang. Dalam mencapai kesatuan, desainer berusaha untuk menjaga keseimbangan visual, menghindari kekacauan, dan memastikan bahwa elemen-elemen tersebut saling mendukung dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan dalam desain (Landa, 2014, h.36).

2.2.6 Tipografi

Tipografi atau *typeface* adalah seni dan ilmu memilih dan mengatur huruf-huruf, karakter, dan teks dalam desain grafis. Ini mencakup pemilihan jenis huruf (*font*), ukuran, penyesuaian spasi, dan tata letak teks dalam sebuah karya desain.



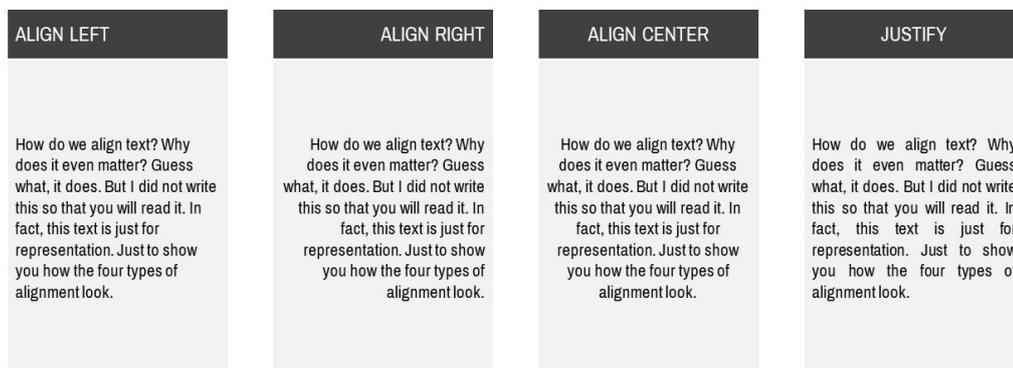
Gambar 2.22 Jenis-Jenis Typeface

Sumber: Landa (2014)

Dalam desain grafis, tipografi memegang peran penting dalam membentuk mood, pesan, dan estetika dari desain tersebut. Tipografi juga mengambil karakter huruf, angka, dan simbol-simbol. Landa juga membagi tipografi menjadi 7 bagian yaitu *serif*, *sans serif*, *old style*, *traditional*, *modern*, *slab serif*, *blackletter*, *display* dan *script*. (Landa, 2014)

2.2.6.1 Alignment

Alignment adalah cara teks disusun atau ditempatkan dalam hubungannya dengan tepi atau elemen-elemen lainnya. Ini mencakup berbagai jenis penataan seperti:



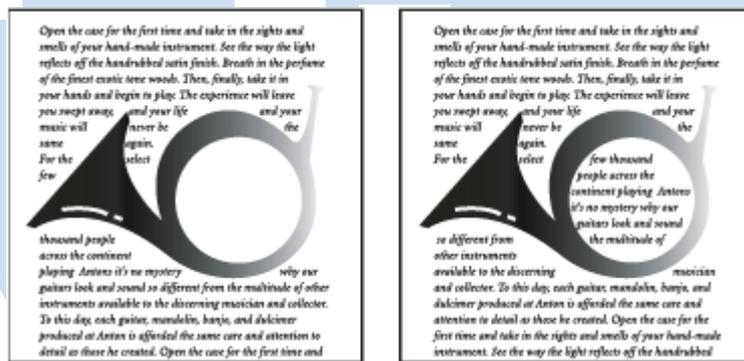
Gambar 2.23 Contoh Jenis Alignment

Sumber: *blog jazzfactory* (2017)

- 1) *Left Alignment* (Penataan Kiri): Teks disusun sejajar dengan tepi kiri halaman atau kolom. Ini adalah penataan yang paling umum digunakan dalam teks berbahasa Inggris karena memberikan tampilan yang rapi dan mudah dibaca.
- 2) *Right Alignment* (Penataan Kanan): Teks disusun sejajar dengan tepi kanan halaman atau kolom. Digunakan secara terbatas, biasanya untuk mengatur elemen seperti judul atau teks yang perlu menonjol.
- 3) *Justified Alignment* (Penataan Rata Kanan-Kiri): Teks disusun dengan rata baik di sisi kiri maupun kanan halaman atau kolom. Ini

menciptakan garis tepi yang lurus di kedua sisi. Sering digunakan dalam publikasi cetak formal.

- 4) *Centered Alignment* (Penataan Tengah): Teks disusun sejajar dengan tengah halaman atau kolom. Ini memberikan tampilan yang simetris dan sering digunakan untuk judul atau elemen desain yang memerlukan penonjolan.



Gambar 2.24 Contoh Runaround Alignment

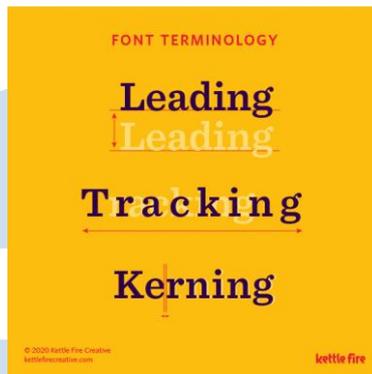
Sumber: Adobe (2023)

- 5) *Runaround* (Penataan Mengelilingi): Teks disusun untuk mengelilingi elemen grafis seperti gambar atau ilustrasi. Ini menciptakan tampilan yang terintegrasi antara teks dan elemen grafis.

2.2.6.2 Spacing

Spacing adalah suatu teknik penting dalam tipografi yang berkaitan dengan pengaturan jarak antara karakter, kata, dan paragraf dalam tampilan teks.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.25 Font Terminology

Sumber: *kettle fire creative* (2020)

Dalam penggunaan praktik ini, desainer mengurus aspek seperti antar-huruf atau *tracking*, antar-kata atau *kerning*, antar-baris atau *leading*, dan bahkan penggunaan indentasi serta spasi antar-paragraf dalam rangka membuat tampilan teks yang terorganisir, rapi, dan mudah dibaca.

2.2.7 Komposisi, Proporsi, dan *Grids*

Komposisi adalah proses pengaturan elemen-elemen visual seperti teks, gambar, dan objek lainnya dalam sebuah karya untuk menciptakan tampilan yang seimbang, menarik, dan efektif. Ini melibatkan pemilihan posisi, ukuran, dan hubungan antara elemen-elemen tersebut. Tujuan dari komposisi merupakan membuat visual yang jelas dan menarik (Landa 2014)

Proporsi adalah konsep yang berkaitan dengan pengaturan ukuran dan hubungan antara elemen-elemen dalam desain. Ini mencakup pemilihan ukuran yang proporsional dan memastikan bahwa elemen-elemen tersebut cocok satu sama lain. Proporsi yang baik membantu menciptakan keseimbangan visual dan estetika yang menyenangkan dalam desain.

2.2.7.1 Margin

Margin adalah ruang kosong atau area kosong yang terletak di sekitar tepi sebuah halaman atau elemen desain. Fungsi utama dari margin adalah memberikan perbatasan atau batas di sekitar konten, seperti teks, gambar, atau elemen lainnya, yang membantu menjaga tampilan yang teratur dan

rapi. Margin memungkinkan elemen-elemen tersebut untuk "bernapas" dan tidak terlalu dekat dengan tepi halaman atau elemen lainnya. Alignment adalah cara teks disusun atau ditempatkan dalam hubungannya dengan tepi atau elemen-elemen lainnya. (Landa, 2014)

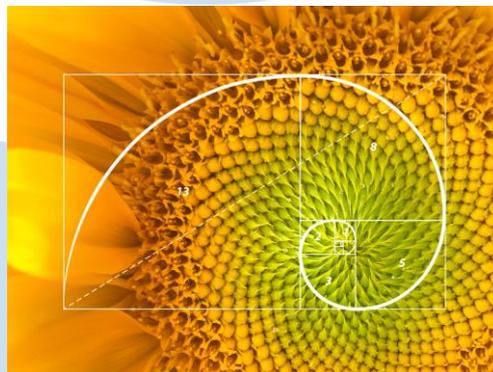
2.2.7.2 Proporsi

Proporsi adalah konsep yang melibatkan pengaturan ukuran dan hubungan antara elemen-elemen dalam desain. Beberapa teori telah digunakan seperti:

1) *Fibonacci Numbers*

Teori ini mengacu pada urutan angka di mana setiap angka adalah hasil penjumlahan dua angka sebelumnya. Angka-angka ini dapat digunakan dalam desain untuk mengatur ukuran dan perbandingan elemen-elemen sehingga menciptakan tampilan yang estetik dan harmonis.

2) *Golden Ratio*

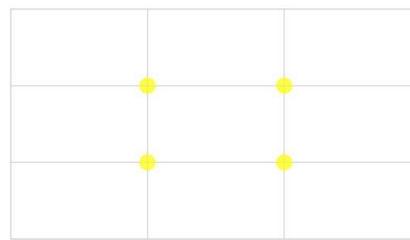


Gambar 2.26 Bentuk Golden Ratio

Sumber: *Cleveland Design* (2020)

Rasio emas adalah perbandingan antara dua angka di mana perbandingan dari seluruh ke bagian yang lebih besar sama dengan perbandingan dari bagian yang lebih besar ke bagian yang lebih kecil. Ini sering digunakan dalam desain untuk menciptakan tampilan yang seimbang dan estetik.

3) *Rule of Thirds*



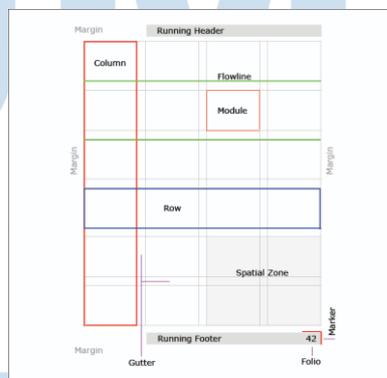
16:9 Aspect Ratio with Rule of Thirds

Gambar 2.27 Bentuk Rule of Thirds

Sumber: *Vanseo Design (2020)*

Aturan ini melibatkan pembagian elemen desain atau gambar menjadi tiga bagian secara horizontal dan vertikal, dengan garis yang membentuk sembilan area yang sama besar. Elemen-elemen kunci ditempatkan di sepanjang garis ini atau pada persimpangan untuk menciptakan keseimbangan visual yang menarik.

4) *Modularity*

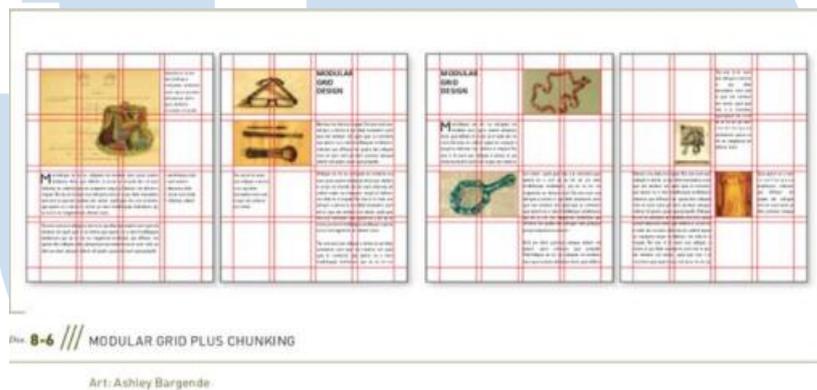


Gambar 2.28 Bentuk Desain Modularity

Sumber: *Vanseo Design (2020)*

Desain modular melibatkan penggunaan elemen-elemen yang dapat digunakan ulang dan diatur dalam grid atau struktur yang teratur. Ini membantu menciptakan konsistensi dalam tampilan dan memungkinkan fleksibilitas dalam perancangan.

5) *Chunking*



Gambar 2.29 Modular Grid Plus Chunking

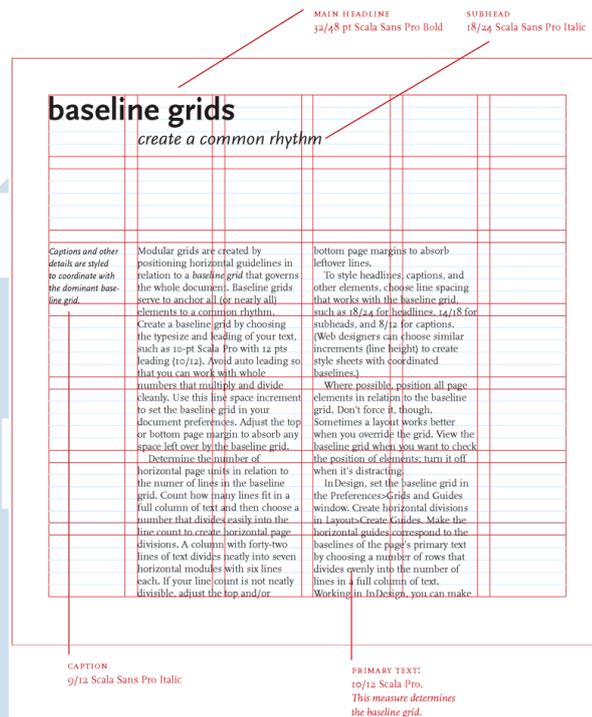
Sumber: Vanseo Design (2020)

Konsep ini melibatkan pengelompokan informasi atau elemen-elemen desain menjadi unit-unit yang lebih kecil atau lebih mudah diingat. Ini membantu memudahkan pemahaman dan komunikasi visual dalam desain.

2.2.7.3 Grids

Grid adalah kerangka garis bantu kerja yang terdiri dari baris dan kolom yang digunakan untuk mengatur elemen-elemen dalam desain. *Grid* membantu dalam penempatan elemen dengan presisi dan konsistensi. Ini juga memudahkan pengaturan elemen secara rapi dan simetris.

U
M
N
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A



Gambar 2.30 Grids

Sumber: *Medium* (2019)

Penggunaan grid adalah teknik penting dalam menciptakan tampilan desain yang terstruktur dan profesional. (Landa 2014)

2.3 Teori Pariwisata

Pariwisata adalah industri dan aktivitas yang melibatkan perjalanan, penginapan, makanan, dan pengalaman lainnya yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk tujuan rekreasi, liburan, bisnis, atau eksplorasi. Ini juga mencakup pengunjung yang datang dari luar daerah atau negara untuk menghabiskan waktu dalam suatu tujuan tertentu.

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017), pariwisata mengacu pada tindakan seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan berkali-kali dari satu lokasi ke lokasi lainnya untuk tujuan wisata, tanpa maksud untuk mencari penghasilan. Pariwisata ini umumnya bersifat sementara dan melibatkan kembali ke tempat asal sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

2.3.1 Jenis Pariwisata

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017), pariwisata terjadi karena dorongan atau motivasi tertentu yang mendorong orang untuk mengunjungi destinasi wisata. Karena itulah, terdapat berbagai jenis pariwisata yang dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa faktor:

2.3.1.1 Pariwisata Berdasarkan Lokasi Geografis:

a. Pariwisata Lokal:

Jenis pariwisata ini terjadi ketika wisatawan berkunjung ke destinasi wisata yang berlokasi dalam wilayah kecil atau lokal. Contohnya, wisatawan mengunjungi tempat wisata di dalam kota atau daerah sekitar mereka.

b. Pariwisata Regional:

Jenis pariwisata ini terkait dengan kunjungan ke wilayah tertentu dalam skala regional.

c. Pariwisata Nasional:

Jenis pariwisata ini terjadi ketika wisatawan mengunjungi destinasi wisata yang mencakup seluruh negara. Ini melibatkan perjalanan lintas negara bagian atau ke destinasi yang menjadi daya tarik nasional.

d. Pariwisata Internasional:

pariwisata ini melibatkan kunjungan ke tempat wisata yang mencakup beberapa negara. Wisatawan datang dari negara asing untuk mengunjungi tempat-tempat menarik di negara tujuan mereka.

2.4 Ekowisata Bahari

Menurut Yulianda (2010), ekowisata bahari dapat didefinisikan sebagai konsep penggunaan berkelanjutan sumberdaya alam pesisir dengan fokus pada pemberian layanan lingkungan, dengan perhatian utama terhadap sumberdaya alam pesisir sebagai pusat pelayanan. Berikut merupakan contoh dan penjelasan mengenai apa yang termasuk dalam ekowisata bahari:

2.4.1 Teluk Kiluan

Teluk Kiluan merupakan destinasi wisata yang terletak di Provinsi Lampung, Pulau Sumatera Indonesia. Teluk Kiluan dikenal karena menjadi salah satu tempat terbaik melihat lumba-lumba di Pulau Sumatera, Teluk Kiluan juga memiliki beberapa pantai berpasir putih serta keberadaan terumbu karang yang subur dan kaya akan kehidupan laut.

Di Teluk Kiluan juga terdapat beberapa peninggalan budaya Bali. Salah satu peninggalan budaya tersebut adalah bangunan-bangunan kuno dan pura (tempat ibadah Hindu) yang dapat ditemukan di sekitar kawasan tersebut. Bangunan-bangunan ini menggambarkan pengaruh kuat agama Hindu dalam kehidupan masyarakat setempat. Selain itu, seni dan pertunjukan tradisional Bali seperti tari dan musik seringkali dipertunjukkan di Teluk Kiluan

2.5 Promosi

Michael Ray (Dikutip dalam Morrisian, 2010), menjelaskan bahwa promosi merupakan usaha komunikasi yang dikerjakan oleh sebuah perusahaan untuk menyampaikan pesan kepada audiens target.

Pesan ini dapat berupa informasi atau upaya persuasi mengenai produk, layanan, atau gagasan yang mereka tawarkan. Promosi melibatkan berbagai bentuk, yang sering disebut sebagai "bauran promosi," yang mencakup *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, *public relations* dan *publicity*, *direct marketing*, serta *interactive marketing*.

2.5.1 Fungsi Promosi

Menurut Moriarty S., Mitchell N., dan Wells W. D. (2015), terdapat tiga peran utama dalam kegiatan promosi yang membantu dalam memahami cara promosi berfungsi:

1. **Identifikasi:** Tujuannya adalah untuk mengenali dan mengidentifikasi produk, layanan, atau gagasan yang sedang dipromosikan.

2. **Informasi:** Ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas tentang keunggulan dan manfaat dari produk atau layanan kepada target audience.
3. **Persuasi:** Peran ini ditujukan untuk membujuk target audience agar tertarik untuk membeli atau menggunakan produk yang dipromosikan.

2.5.2 Kategori Promosi

Moriarty S., Mitchell N., dan Wells W. D. (2015) mengidentifikasi tiga kategori utama dalam upaya promosi penjualan, termasuk promosi konsumen, promosi perdagangan, serta promosi multiplatform.

2.5.2.1 Promosi Konsumen

Promosi konsumen merupakan upaya pemasaran yang difokuskan pada konsumen utama dari produk atau jasa tertentu. Tujuannya adalah untuk mendorong konsumen agar lebih memilih produk atau merek tertentu ketika mereka berbelanja. Terdapat beragam strategi dan instrumen promosi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan ini.

Instrumen-instrumen tersebut mencakup penawaran harga khusus atau disebut *price deals*, program pengembalian uang dan potongan harga, pemberian contoh produk atau *sampling*, pemberian bonus atau hadiah tambahan, pemberian kupon diskon, penyelenggaraan kontes dan undian menarik, serta penawaran produk atau layanan spesial.

Dalam upaya promosi ini, media yang digunakan juga sangat beragam. Hal ini termasuk pemanfaatan media cetak seperti koran dan majalah, media siaran seperti televisi dan radio, serta media daring seperti iklan di *internet* dan media sosial. Penggunaan berbagai media ini bertujuan untuk mencapai konsumen dengan berbagai preferensi dan perilaku, sehingga pesan promosi dapat lebih efektif disampaikan kepada target konsumen yang dituju.

2.5.2.2 Promosi Dagang

Promosi dagang merujuk pada upaya promosi yang ditargetkan kepada berbagai pihak yang terlibat dalam jalur distribusi produk. Para pemangku kepentingan dalam jalur distribusi ini meliputi pembeli, makelar, grosir, pedagang, pengecer, distributor, dan penerima waralaba. Tujuan utama dari promosi dagang adalah untuk memastikan bahwa konsumen mengetahui di mana produk yang dijual, sehingga promosi yang ditujukan kepada konsumen akhir dapat berjalan secara efektif. Dengan cara ini, semua elemen dalam saluran distribusi berperan dalam mendukung promosi produk, yang pada akhirnya membantu memastikan produk dapat mencapai pasar dengan lebih baik.

2.5.2.3 Promosi *Multiplatform*

Promosi melalui beragam *platform* atau perangkat telah mengalami perkembangan yang signifikan, sehingga batas antara berbagai elemen pemasaran seperti promosi, periklanan, dan hubungan publik semakin tipis. Pemanfaatan teknik-teknik promosi *multiplatform* mencakup berbagai pendekatan, termasuk sponsor, pemasaran acara, program kesetiaan, dan program kemitraan. Pendekatannya dijelaskan seperti berikut:

1) Sponsor

Sponsor mencakup dukungan finansial atau pemberian jasa dan perlengkapan dari sebuah perusahaan kepada suatu acara atau kegiatan. Acara yang mungkin di-sponsor meliputi kegiatan amal, konser, atau bahkan acara olahraga. Tujuan utama dari sponsorship adalah untuk meningkatkan citra merek di mata masyarakat serta menciptakan asosiasi positif dengan merek tersebut.

2) Pemasaran Acara

Pemasaran acara merupakan praktik yang bertujuan untuk menghubungkan suatu merek dengan suatu acara tertentu. Ini dilakukan dengan cara mempromosikan merek atau produk dalam konteks acara

tersebut. Pemasaran acara adalah cara yang efektif untuk menciptakan keterkaitan antara merek dan pengalaman yang diinginkan oleh konsumen.

3) Program Kesetiaan

Program kesetiaan adalah salah satu teknik promosi yang bertujuan untuk mempertahankan pelanggan dan memperkuat ikatan mereka dengan perusahaan. Program ini didesain untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan dengan memberikan insentif atau hadiah kepada pelanggan yang terus berlangganan atau bertransaksi secara berulang.

4) Program Kemitraan

Program kemitraan melibatkan kolaborasi antara perusahaan dengan pengecer utama mereka untuk mengembangkan strategi pemasaran bersama. Ini juga mencakup konsep co-branding, di mana dua perusahaan bekerja sama untuk menawarkan produk bersama yang mencerminkan keterlibatan keduanya dalam desain dan promosi produk tersebut. Selain itu, program kemitraan bisa juga melibatkan lisensi, yang merupakan kesepakatan legal yang memberi izin perusahaan lain untuk menggunakan identitas merek.

