

TOWILFIETS WEBSITE DESIGN AS PROMOTIONAL MEDIA

**Nurulita Wijayanti¹, Bijaksana Prabawa²,
Wirania Swasty³**

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Telkom University
Bandung

ABSTRACT

Towilfiets is a company that offer an unique tour service and based in Sentolo, Yogyakarta. Towilfiets will give consumer an experience of exploring Sentolo village by old bicycle. However, this service is not well-known by many local and foreign travelers. At this moment, there's a gap between numbers of consumers that Towilfiets get and capacity that Towilfiets can serve. Based on that problem, a solution is needed to reach consumer from around the world by building a website. Method of collecting data that writer uses are observation, literature study, in-depth interview with some experts in fields and structural interview with some respondents. From data processing conclusion, write makes a website that suitable for Towilfiets consumers.

Keyword : website, logo

Pendahuluan

Yogyakarta ini memiliki berbagai potensi wisata mulai dari alam, budaya, kuliner dan sejarah. Wisata sejarah yang ditawarkan oleh Yogyakarta mulai dari Candi Borobudur, keraton dan Candi Prambanan. Adapun wisata alamnya berupa pantai yang tersebar di pesisir Yogyakarta seperti Parangtritis, Krakal, Siung dan lain lain. Sedangkan wisata budaya dapat dijumpai di kampung-kampung batik, sentra pengrajin logam, dan salah satunya adalah desa wisata Sentolo.

Di Yogyakarta, terdapat beberapa transportasi antik yang hingga saat ini masih dilestarikan oleh penduduk setempat. Transportasi tersebut berupa sepeda onthel. Sepeda onthel merupakan sepeda yang digunakan masyarakat pada tempo dulu, khususnya di daerah perkotaan. Sepeda ini umum digunakan hingga tahun 1970an oleh pegawai colonial belanda dan bangsawan. Seiring masuknya teknologi motor pada sepeda motor dan mobil, penggunaan sepeda onthel mulai ditinggalkan masyarakat. Akhirnya sepeda onthel bergeser menjadi transportasi warga pedesaan.

Konsep pedesaan dan sepeda onthel ini akhirnya dikemas oleh Towilfiets menjadi ide bisnis. Konsep ini ditawarkan dalam sebuah paket wisata. Towilfiets berdiri sejak tahun 2007. Perusahaan ini memberikan pengalaman wisata yang unik kepada wisatawan. Towilfiets mengajak wisatawan tidak hanya berkeliling untuk menikmati alam pedesaan menggunakan sepeda onthel. Namun wisatawan juga dilibatkan dalam kegiatan sehari-hari penduduk lokal dan berinteraksi dengan mereka secara langsung.

Namun keunikan wisata ini tidak banyak diketahui, melihat banyaknya potensi wisata yang ada di daerah Sentolo. Terbukti berdasarkan info yang diberikan pemilik, bahwa jumlah konsumen hanya 2 – 10 orang per hari. Padahal kapasitas layanan yang dimiliki Towilfiets mampu menampung hingga 100 orang per hari. Data tersebut memperlihatkan ketimpangan antara kapasitas layanan dan jumlah konsumen yang didapat Towilfiets.

Maka dari itu diperlukannya media promosi yang dapat digunakan Towilfiets untuk memperluas dan menambah konsumennya.

Permasalahan

Rendahnya jumlah konsumen Towilfiets. Saat ini Towilfiets memiliki kapasitas 100 konsumen per hari. Namun Towilfiets hanya melayani rata-rata 2 orang per hari pada low season dan 10 orang per hari saat peak season.

Towilfiets belum dikenal luas oleh wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Sejak tahun 2007 hingga 2014 Towilfiets hanya menerima konsumen beberapa agen wisata dari negara Belanda. Konsumennya masih terbatas pada negara yang penduduknya melakukan aktivitas sehari-hari dengan sepeda, contohnya adalah Belanda.

Halaman sosial media Towilfiets tidak cukup sistematis untuk menampilkan informasi ke konsumen. Hal ini dikarenakan sosial media menampilkan informasi berdasarkan waktu posting.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada perancangan adalah: “Bagaimana merancang media promosi yang sesuai dengan target konsumen Towilfiets?”

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara tokoh, wawancara terstruktur dan data dan dokumen. Observasi Observasi dilakukan terhadap kegiatan

operasional Towilfiets, perilaku konsumen dalam mencari info wisata, observasi terhadap arsip-arsip Towilfiets dan observasi terhadap website proyek sejenis.

Wawancara tokoh akan dilakukan kepada ahli pariwisata dan kebudayaan, pemilik Towilfiets, ahli sepeda onthel dan ahli website.

Wawancara Terstruktur akan dilakukan kepada target konsumen dari Towilfiets. Wawancara akan dilakukan di hotel-hotel yang berlokasi di Yogyakarta dan sekitarnya agar mendapatkan target konsumen yang mewakili kriteria.

Wawancara akan dilakukan kepada target konsumen dari Towilfiets. Wawancara akan dilakukan di hotel-hotel yang berlokasi di Yogyakarta dan sekitarnya agar mendapatkan target konsumen yang mewakili kriteria.

Tinjauan Teori

Website merupakan sebuah kumpulan dari halaman-halaman yang berisi sebuah informasi. Mendesain sebuah website merupakan sebuah proses menciptakan sebuah halaman dengan memperhatikan estetika. Namun hal

tersebut harus tetap mempertimbangkan mekanisme.

Desainer website harus memperhatikan tampilan dan kesan yang akan di tampilkan pada sebuah halaman. Dalam perancangan website selain mengolah tampilan, seharusnya tidak mengesampingkan informasi yang akan tampilkan (Suyanto; 2007: 5).

Menurut Jeffrey Rayport dan Benard Jaworski dalam Keller (2009:564) desain website yang efektif memiliki 7 aspek. Yaitu

Konteks, Konten, Komunikasi, Kustomisasi, Komunitas, Koneksi, Dan Komersial

Perusahaan Terkait (Towilfiets)



Gambar 1 Logo Towilfiets

(sumber : dokumentasi penulis)

Towilfiets merupakan sebuah perusahaan jasa wisata yang berlokasi di Desa Batur, Sentolo, Yogyakarta. Perusahaan ini didirikan oleh Muntowil, seorang aktivis sepeda onthel pada tahun 2007. Perusahaan ini beliau bangun atas dasar kecintaannya pada desa tempat lahir beliau dan hobi sepeda onthel.

Nama Towilfiets diambil dari kata Towil dan fiets. Towil adalah nama panggilan pendiri perusahaan. Sedangkan “fiets” berasal dari bahasa Belanda yang berarti sepeda. Pemilihan bahasa belanda bukan tanpa alasan, melainkan menurut Muntowil, kebanyakan sepedanya berasal dari negeri belanda.

Jasa yang ditawarkan adalah paket wisata yang menawarkan pengalaman mengeksplorasi pedesaan dengan sepeda onthel. Towilfiets mengajak para wisatawan untuk mengenal kehidupan yang sebenarnya di Indonesia yang sederhana dan apa adanya. Mengantar wisatawan untuk berinteraksi dengan keseharian masyarakat desa. Mencoba dan merasakan kegiatan yang biasa dilakukan masyarakat sehari-hari.



Gambar 2 Sepeda yang telah disiapkan untuk tur
(sumber : dokumentasi penulis)

Selain melakukan tur sekitar desa Sentolo, Towilfiets menawarkan objek wisata lain yaitu tur ke Borobudur, Prambanan, Kota Yogyakarta (Malioboro dan Tugu Yogyakarta)

Khalayak Sasaran

Secara demografi khalayak sasaran adalah Laki-laki dan Perempuan, menengah hingga tua, pegawai atau pebisnis.

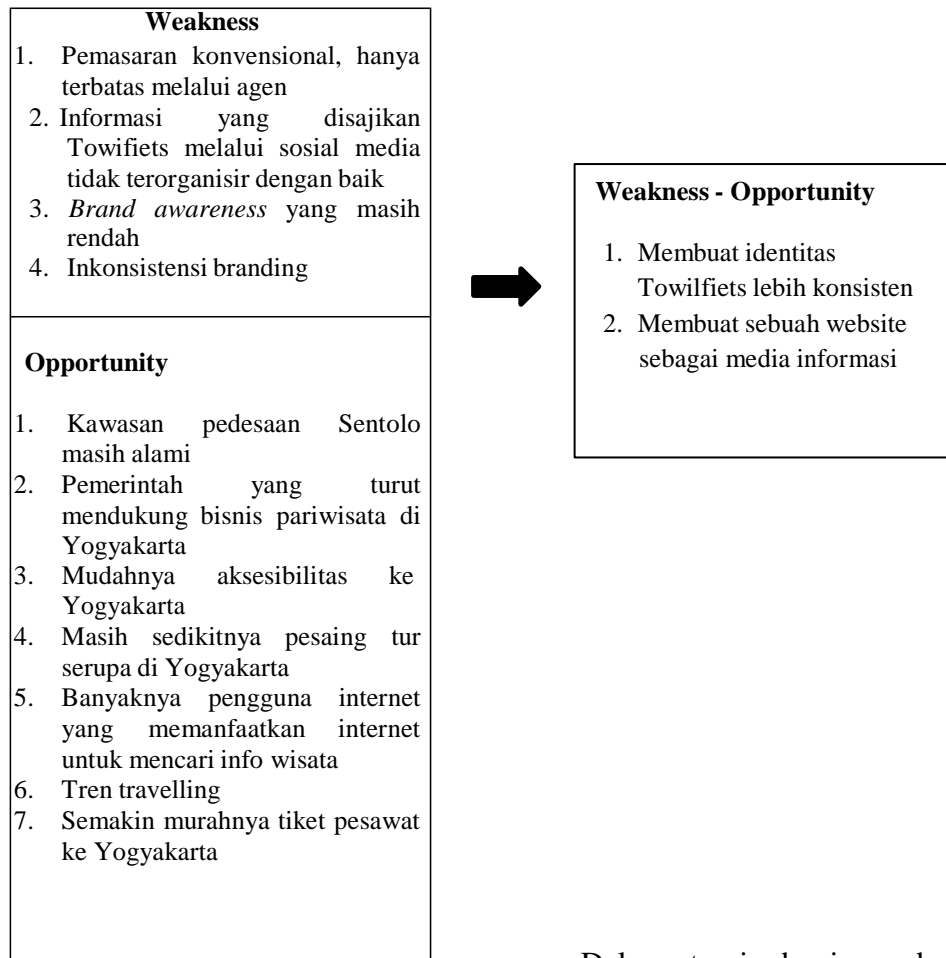
Secara geografi merupakan warga asing yang tinggal di negara-negara benua Eropa, Amerika dan Australia serta warga negara Indonesia yang tinggal di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Makassar

Secara personality Towilfiets memiliki konsumen yang menggunakan internet untuk mengumpulkan data Wisata, berwisata pada saat hari libur sekolah dan musim panas. Perancangan ini akan menyesuaikan data khalayak sasaran

Analisis

Analisis yang akan digunakan yaitu analisis SWOT untuk mengetahui faktor internal dan eksternal. Dari analisis Matrik SWOT strategi yang digunakan oleh penulis adalah WO (Weakness-Threat), untuk mengenali kelemahan dan peluang dari towilfiets. Langkah yang akan dilakukan yaitu merancang sebuah website sebagai media informasi untuk towilfiets sehingga wisatawan dapat melakukan yang akan mengikuti tour mendapatkan informasi mengenai towilfiets serta towilfiets dapat merambah pasar yang lebih luas.

Bagan Analisis SWOT



Konsep Perancangan

Tagline dari Towilfiets yaitu “Explore Yogyakarta with two wheels” yang memiliki arti “Jelajahi Yogyakarta dengan roda dua”. Tagline ini dipilih berdasarkan kata kunci yang didapat dari jasa yang ditawarkan Towilfiets.

Dari hasil wawancara mengenai selera konsumen memperlihatkan bahwa konsumen memiliki selera motif batik yang lebih *sederhana* dan terkesan *modern* sehingga dalam perancangan motif akan memodifikasi motif batik menjadi lebih *simple* dan sederhana sesuai dengan selera target konsumen.

Dalam teori desain website disebutkan bahwa pengunjung sebuah website akan menilai sebuah performa website dari kemudahan cara akses dan ketertarikan visual sehingga perancangan website Towilfiets akan memperhatikan aspek kesederhanaan dan kemudahan navigasi. Dari hasil wawancara dengan ahli website juga disebutkan lebih baik menggunakan sistem one page atau hanya menggunakan satu halaman sehingga akan sederhana dan tidak memberatkan server namun tetap informatif.

Sistem layout one page merupakan sebuah website yang menggunakan 1 halaman untuk memuat semua informasi dalam

website tersebut. Agar terdapat pemisahan bab informasi yang jelas, tiap bab dipisahkan dalam tiap segmen



Gambar 3 Layout *Opage*
(sumber: Dokumentasi pribadi)

Ilustrasi yang digunakan yaitu foto-foto dari hasil Observasi. Foto-foto aktivitas tur Towilfiets penulis kemas dengan nuansa yang setema dengan jasa yang disediakan Towilfiets. Tema tur yang disediakan Towilfiets adalah bersepeda dengan dengan sepeda onthel. Sepeda onthel sangat kental dengan nuansa jaman kolonial dengan warna foto jaman dulu .



Gambar 4 Hasil rancangan foto
Towilfiets
(sumber : dokumentasi pribadi)



Ilustrasi sepeda onthel digunakan sebagai ornamen pada bagian booking. Dua roda pada sepeda onthel dapat menggantikan huruf “O” pada tulisan “Booking” sehingga terlihat lebih menyatu dengan tema wisata Towilfiets.

Gambar 5 Motif Batik Kawung
(sumber: Dokumentasi pribadi)

Motif batik kawung akan digunakan pada background website. Motif tersebut memiliki filosofi seperti orang yang mengayuh sepeda orang yang bekerja keras pasti akan menuai hasilnya (wulandari, 2011 : 134).

Selain motif kawung sebagai background referensi visual lainnya yaitu siluet icon pariwisata di Yogyakarta yang akan diletakkan di footer sebagai penanda lokasi Towilfiets merupakan di Yogyakarta. Icon pariwisata tersebut yaitu tugu Yogyakarta, lampu jalan di Khas Yogyakarta, candi Prambanan yang berada di perbatasan Yogyakarta dan Klaten, dan candi borobudur yang merupakan salah satu tujuh keajaiban dunia terletak di perbatasan Yogyakarta dan Magelang,



Gambar 6 Tugu Yogyakarta dan lampu kota di Yogyakarta

Hasil Perancangan

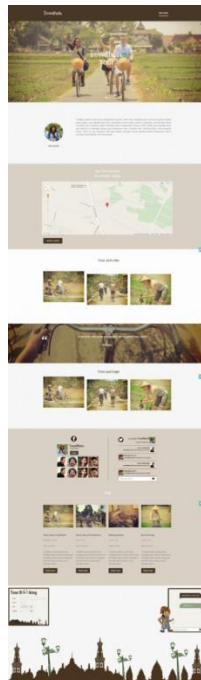
Dari hasil rumusan masalah, data yang diperoleh dan landasan teori dianalisis sehingga menghasilkan konsep pesan, konsep kreatif, dan konsep visual, maka visualisasi perancangan sebagai berikut:

b. Logo



Gambar 8 Hasil rancangan logo

a. Website



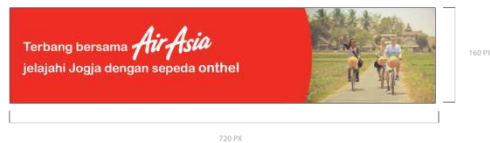
Gambar 7 Layout Website *Onepage*

c. Foto



Gambar 9 Hasil rancangan foto Towilfiots

d. Banner Iklan Website



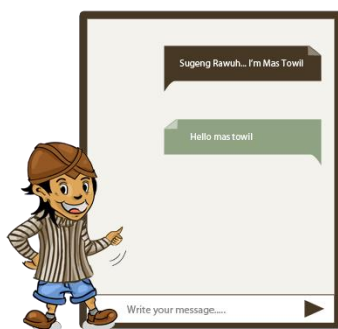
Gambar 10 Banner Iklan Online

e. Maskot



Gambar 11 Perancangan Maskot

f. Menu Chatting



Gambar 12 Perancangan Menu Chatting

Penutup

Perancangan tugas akhir ini dibuat untuk membantu jasa wisata yang memiliki konsep unik. Perancangan ini meliputi merancang sebuah website sebagai media

penyampai informasi dan sebagai media promosi agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas bagi Towilfiets. Dengan menonjolkan konsep dan kemudahan aksesnya diharapkan dapat menjadikan daya tarik bagi calon konsumen Towilfiets yang mencari informasi mengenai wisata melalui internet dan berdomisili di Benua Eropa, Amerika dan Australia.

DAFTAR PUSTAKA

Khastiti, Yemima Lintang, (2011), *Seri Lawasan: Pit Onthel*, Jakarta, Kepustakaan Populer Gramedia

Rohidi, Tjetjep Rohendi, (2011), *Metodologi Penelitian Seni*, Semarang, Cipta Prima Nusantara

Garrand, Timothy. (2006), *Writing for Multimedia and The Web*, United States of America : Focal Press

Kotler, Philip, Gary Armstrong, (2011), *Marketing an Introduction, 10-th Edition*, New Jersey, Prentice Hall

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2007), *Manajemen Pemasara: jilid 1, Edisi 12*, Jakarta, PT. Indeks

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

Wulandari, Ari, (2011), *Batik Nusantara: Makna Filosofi, Cara Pembuatan & Industri Batik*, Yogyakarta, Penerbit ANDI

Sumber lain:

www.facebook.com/towilfiets

www.londonbicycle.com

www.druthers.sg

www.baliecocycling.com

www.tripadvisor.com