

# Perancangan *Website* Promosi Wisata Kawasan Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat

**Novendra**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif,  
Universitas Esa Unggul  
novendra0341@gmail.com

**Rudi Heri Marwan**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif,  
Universitas Esa Unggul  
rudi@esaunggul.ac.id

## ABSTRAK

Kawasan Mandeh atau dikenal dengan julukan "*Hidden Paradise Of Indonesia*" atau surga di Indonesia, terletak di Kecamatan Koto XI Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan yang berbatasan langsung dengan Kota Padang Sumatera Barat. Hal yang paling menarik dari objek wisata ini adalah kemiripan Kawasan Mandeh dengan Raja Ampat yang ada di Provinsi Papua Barat Indonesia dari pemandangan pulau-pulau di atas Bukit Mandeh. Kawasan Mandeh ini belum terlalu dikenal oleh wisatawan lokal di luar pulau Sumatera maupun mancanegara, solusi untuk meningkatkan minat pengunjung adalah merancang sarana media digital berupa informasi yang *up to date* dan dapat dijangkau luas oleh masyarakat. Salah satunya adalah menciptakan sebuah *website* wisata Kawasan Mandeh, *website* ini dapat dijangkau luas dan diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan adanya *website* maka Kawasan Mandeh lebih dikenal oleh masyarakat luas dikarenakan memiliki banyak kelebihan dibanding media lainnya, berupa interaktif, informasi lebih banyak, jangkauan luas dan mudah diakses, sehingga dapat meningkatkan minat pengunjung.

Kata Kunci: Perancangan, *Website*, Promosi Wisata, Kawasan Mandeh, Kabupaten Pesisir Selatan

## PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman di era digital, desain grafis sangat berhubungan erat dengan internet yang digunakan sebagai media pendukung. Salah satu sektor yang berkembang dalam perkembangan teknologi internet adalah di bidang pariwisata yang memberikan andil untuk mendistribusikan informasi objek-objek wisata yang lebih interaktif khususnya melalui *website*.

Pariwisata adalah sebuah sektor yang telah mengambil peran penting dalam membangun perekonomian. Seiring perkembangan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata menjadi bagian utama dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan mengajak manusia untuk mengenal alam dan kebudayaan di belahan dunia. Mendorong rantai ekonomi yang saling terkait menjadi lahan industri yang memberikan pengaruh penting bagi perekonomian, serta menaikkan nilai ekonomi masyarakat di taraf masyarakat daerah. Indonesia

sebagai Negara Kepulauan memiliki lokasi dengan luas laut lebih besar dari pada luas daratan. Jumlah pulau di Negara ini sebanyak 17.508 pulau dengan panjang garis pantai 81.000 km atau 18.4% dari garis pantai dunia. Wilayah laut Indonesia yang terletak pada garis khatulistiwa terkenal memiliki keindahan tersebut yaitu Provinsi Sumatera Barat.

Sumatera Barat terkenal karena keajaiban alamnya yang menakjubkan, pegunungannya yang menjulang, ngarai yang dalam, sawah hijau, diselingi dengan rumah-rumah besar yang atapnya berbentuk seperti tanduk kerbau serta masakannya yang lezat seperti rendang yang dinobatkan sebagai hidangan peringkat pertama dalam daftar *World's 50 Most Delicious Foods* (50 Hidangan Terlezat Dunia), namun terlepas dari itu terdapat wisata pulau yang menarik yang terletak di kabupaten Pesisir Selatan tidak jauh dari ibu kotanya, Padang. Kabupaten Pesisir Selatan merupakan salah satu kabupaten yang memiliki Panorama alam yang cukup indah dan mempesona ditambah dengan wisata lainnya seperti wisata atraksi yang dinobatkan sebagai tempat para atlet paralayang berstandar Internasional. Selain itu, Kabupaten Pesisir Selatan menyediakan makanan khas yang dikenal dengan rendang lokan atau sebangsa kerang hijau yang bisa ditemui dimuara sungai. Tak hanya itu, Kabupaten Pesisir Selatan memiliki potensi wisata destinasi kepulauan yaitu wisata Kawasan Mandeh yang cukup populer dan sering disebut Raja Ampat dari Sumatera Barat.

Kawasan Mandeh atau dikenal dengan julukan "*Hidden Paradise Of Indonesia*" atau surga tersembunyi di Indonesia, terletak di Kecamatan Koto XI Tarusan yang berbatas langsung dengan Kota Padang Sumatera Barat. Kawasan ini hanya berjarak 56 Km dari Padang dengan luas wilayah 18.000 Ha dan waktu tempuh sekitar 2 jam dari Kota Padang dengan panjang garis pantai 234,2 km. Diantaranya terdapat pulau-pulau yang sering dikunjungi wisatawan diantaranya Pulau Cubadak yang terdapat *resort* Cubadak Paradiso, Pulau Pagang, Pulau Sironjong, Pulau Marak, Pulau Pamutusan, Pulau Setan, Pulau Kapo-Kapo, Pulau Pasumpahan, Pulau Suwarnadwipa dan Pulau Sironjong Gadang.

Pulau-pulau di atas merupakan pulau wisata yang telah dikelola oleh daerah setempat, pemerintahan dan investor asing, juga memiliki berbagai fasilitas wisata yang cukup lengkap mulai jasa akomodasi seperti *resort*, penginapan hingga *homestay*, kuliner dan cenderamata. Banyak terdapat pulau-pulau dengan pasir yang putih, hutan mangrove dan terumbu karang. Terdapat juga bangkai kapal tenggelam MV Boelongan Nederland yang karam ditembak pesawat Jepang pada 28 Januari 1942. Bangkai kapal MV Boelongan sebagai aset wisata sejarah bawah air, spot diving dan sudah tercatat di daftar inventaris No.14/BCB-TB/A/14/2007.

Kawasan seluas 18.000 ha ini memiliki akses yang mudah dicapai dan juga mempunyai sarana dan prasarana pendukung seperti gazebo,warung wisata, listrik, dermaga perikanan serta akses jalan yang menghubungkan pantai carocok,mandeh,sungai nyalo dan sungai pinang. (Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan: Pengembangan Kawasan Wisata Mandeh). Hal yang paling menarik dari objek wisata ini adalah kemiripan Kawasan Mandeh dengan Raja Ampat yang ada di Provinsi Papua Barat Indonesia dari pemandangan pulau-pulau di atas Bukit Mandeh. Kepulauan yang mendunia karena keindahan

dan keragaman koleksi baharinya ini sebenarnya mempunyai kembaran yang berada di Barat Indonesia.

Namun, sayangnya meskipun kaya akan wisata baharinya dan memiliki keunikan, kawasan wisata mandeh ini belum terlalu dikenal oleh wisatawan lokal di Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. Sebagian orang hanya mengenal wisata kepulauan raja empat saja padahal wisata di kawasan mandeh tidak kalah jauh menariknya. Kawasan wisata ini baru mulai dikenal semenjak tahun 2015-an yang diresmikan langsung oleh presiden Jokowi.

Dalam pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Pesisir Selatan seharusnya tidak lepas dengan media promosi khususnya untuk Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan. Terkait hal ini, penulis sangat tertarik untuk mengambil salah satu judul yang akan di jadikan sebagai Tugas Akhir. Karena Pengembangan promosi Kawasan Mandeh masih belum sempurna. Pada 19 Maret 2018, penulis mewawancarai Bapak Isfidi sebagai Kasih SDM Pengembangan Pariwisata Pesisir Selatan. Beliau mengatakan, *“Kunjungan wisatawan asing ke Mandeh sekitar enam ribu orang per tahun, angka itu terlalu kecil sehingga perlu promosi yang akan difokuskan pada wilayah itu”*.

Dari hasil perkataan Bapak Isfidi selaku Kasih SDM Pengembangan Pariwisata Pesisir Selatan ini, maka penulis sebagai desainer komunikasi visual dapat membantu dan menyelesaikan permasalahan di Kawasan Mandeh dan sekitarnya dengan hasil sebuah karya yang diterapkan dalam media komunikasi. Media komunikasi terdapat beberapa jenis seperti visual, audio, cetak dan interaktif. Media interaktif menjadi salah satu media yang memiliki potensi untuk meningkatkan eksistensi wisata Kawasan Mandeh. *Website* menjadi pilihan dari media interaktif sebagai salah satu media yang dapat memberikan sebuah informasi yang menarik, efektif serta *up to date*.

Seiring meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, kebutuhan untuk berliburpun semakin meningkat sehingga diperlukan suatu informasi tentang tujuan wisata, obyek wisata yang menarik, sarana yang tersedia seperti penginapan, produk wisata dan sebagainya, namun demikian seringkali wisatawan atau calon wisatawan baik lokal maupun mancanegara mengalami kesulitan untuk memperoleh informasi tersebut karena tidak mengetahui dimana dan dari siapa informasi bisa didapatkan. Oleh karena itu informasi di bidang pariwisata perlu disiapkan dengan baik dan terstruktur agar publik dapat mengakses dengan mudah.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana proses perancangan website promosi wisata Kawasan Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat yang informatif dan menarik?
2. Bagaimana pengaplikasian layout *website* promosi wisata Kawasan Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat yang baik ?
3. Bagaimana penerapan media promosi untuk meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke Kawasan Mandeh ?

### **Batasan Masalah**

Perancangan ini di hanya dibatasi kepada permasalahan seputar informasi dan promosi wisata Kawasan Mandeh yang dibuat dalam media Interaktif berupa *website* yang dapat mengakses informasi tentang wisata Kawasan Mandeh dalam bentuk *prototype* dengan konsep desain dan aturan membuat *website* yang baik.

### **Maksud dan Tujuan Perancangan**

Menyebarkan informasi dan mempromosikan potensi dari objek wisata Kawasan Mandeh, Meningkatkan devisa daerah setempat, serta menambah minat wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata sekaligus menjadi destinasi wisata terkenal seiring datangnya wisatawan lokal dan mancanegara.

## **KAJIAN TEORI**

### **Internet**

Menurut (*Interconnected Network*) adalah jaringan komputer yang menghubungkan antar jaringan secara global, *internet* dapat juga disebut jaringan dalam suatu jaringan yang luas”.

### **Website**

Menurut Raharjo (2011:2) “*World Wide Web (WWW)*, sering disingkat dengan *web*, adalah suatu layanan di dalam jaringan yang berupa ruang informasi”. Sedangkan menurut Sibero (2013:11) “*World Wide Web (W3)* atau yang dikenal juga dengan istilah *web* adalah suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen digunakan sebagai media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia dan lainnya pada jaringan *internet*”.

### **Promosi**

Promosi wisata merupakan kegiatan dari para pelaku ekonomi di lokalitas perekonomian tertentu yang memiliki potensi tempat wisata yang menarik. Potensi tersebut dapat berupa keindahan alam yang menonjol, kekayaan budaya yang unik, situs tempat yang bersejarah, event pesta budaya dan keagamaan, serta potensi pusat-pusat kegiatan ekonomi, perdagangan dan investasi yang unik tidak dimiliki oleh lokalitas alternatif lainnya.

### **Wisata**

Wisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia baik perorangan maupun kelompok untuk mengunjungi destinasi tertentu dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daerah wisata, pengembangan diri dsb dalam kurun waktu yang singkat atau sementara waktu. (UU RI no 10 th 2009)

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode analisis data kualitatif dengan cara menggunakan data dengan elemen desain sebagai acuan dan melahirkan konsep visual terkait dengan media yang akan digunakan, serta melihat potensi permasalahan di Kawasan Wisata Mandeh sehingga akan menghasilkan tolak ukur efektif serta komunikatif yang mana metode data sebagai berikut Observasi partisipatif yang dilakukan melibatkan penelitian dengan objek yang diamati serta digunakan untuk sumber data penelitian. Di sini penulis mengunjungi langsung Kawasan Wisata Mandeh untuk mengetahui potensi-potensi, perilaku pengunjung serta keadaan Kawasan Wisata Mandeh. Penulis mewawancarai secara langsung kepada orang yang di

anggap memberikan informasi secara detail tentang Kawasan Wisata. Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Firdaus sebagai Kepala Bagian Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan, Bapak Isfildi sebagai SDM Pengembangan Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan, Camat Koto XI Tarusan, Wali Nagari Carocok Anau, Pengelola Pulau Pagang, Pulau Pasumpahan, Suwarnadwipa Beach & Cottage, Labuan Sunday, Pamutusan, Kapo-Kapo, Rimba Ecolodge dan Cubadak Paradiso. Selanjutnya menggunakan kajian literature dengan dua media antara lain media cetak, modern web design oleh Zaenal A Rozi dan SmitDev, Design Web Intraktif dengan Php dan Pemasaran Pariwisata. Selanjutnya media digital antara lain [www.indonesia.travel](http://www.indonesia.travel), [Traveloka.com](http://Traveloka.com).

## Target Audience

### 1. Geografis

Daerah yang menjadi penyampaian media promosi berada di Indonesia khususnya Bali, Jakarta dan Kepulauan Riau. 3 tempat tersebut merupakan pintu masuk wisatawan ke Indonesia dikarenakan tempat tersebut adalah kota wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Secara tidak langsung promosi wisata ini mendapatkan *audience* secara *global* tanpa harus mempromosikan wisata ini langsung ke luar negeri. Namun dengan *website* sebagai media utamanya, berharap semua lokasi yang terjangkau jaringan internet dapat mengakses *website* tersebut.

### 2. Demografis

Demografis sasaran perancangan *website* promosi wisata Mandeh ini yakni pria dan wanita berumur 21-35 tahun dengan maksud mengkategorikan masyarakat yang sudah berpenghasilan atau status ekonomi menengah dan ekonomi atas.

### 3. Psikografis

Masyarakat yang konsumtif, senang jalan-jalan, senang berwisata, senang *traveling*, narsis, *royal*, senang akan ketenangan, menyukai pantai dan alam.

## Analisis

Website ini bertujuan untuk mempermudah wisatawan lokal maupun internasional dalam mendapatkan informasi seputar wisata Mandeh melalui media yang mudah dipahami, komunikatif secara lengkap sehingga dapat membangun *brand awareness*. Beserta memasarkan keindahan Kawasan Mandeh dan menyediakan layanan-layanan berupa paket-paket wisata serta penginapan yang dapat diakses dengan mudah secara *online*. Dengan adanya *website* ini, sehingga dapat meningkatkan penghasilan ekonomi daerah dan masyarakat sekitar.

## Konsep Perancangan

Memberikan informasi berupa destinasi wisata yang berada di Mandeh, informasi akomodasi, berita maupun festival yang diselenggarakan oleh Kawasan Mandeh. Menyediakan layanan-layanan yang ditawarkan berupa penginapan dan paket perjalanan diakses dengan mudah bertujuan untuk mempermudah *user* (wisatawan) yang ingin berkunjung ke wisata Mandeh. Berdasarkan konsep kreatif, jika keseluruhan konten *website* divisualisasikan dengan menggunakan *column grid*, bergaya modern dan interaktif dengan menggunakan media teks, foto, video pada tampilan *header* utama, ilustrasi dan tanda visual sebagai elemen visual serta cepat, ringan diakses oleh berbagai perangkat.

### Tujuan Kreatif

Tujuan dari perancangan media *website* Kawasan Mandeh ini adalah untuk mempermudah wisatawan lokal maupun internasional dalam mendapatkan informasi seputar wisata Mandeh melalui media yang mudah dipahami, komunikatif secara lengkap sehingga dapat membangun *brand awareness*. Beserta memasarkan keindahan Kawasan Mandeh dan menyediakan layanan-layanan berupa paket-paket wisata serta penginapan yang dapat diakses dengan mudah secara *online*. Dengan adanya *website* ini, sehingga dapat meningkatkan penghasilan ekonomi daerah dan masyarakat sekitar.

### Strategi Kreatif

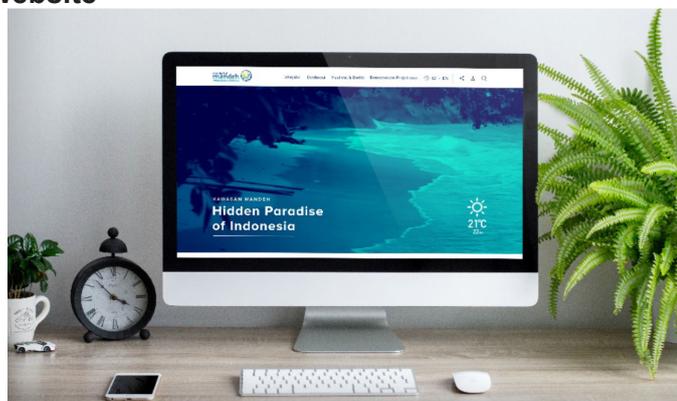
Produk yang berkualitas tidak akan menjangkau *target market* dengan baik apabila tidak ditunjang dengan strategi pemasaran yang tepat. Promosi wisata Mandeh membutuhkan strategi pemasaran berupa desain yang tertata baik dari segi *website* maupun media promosi cetak.

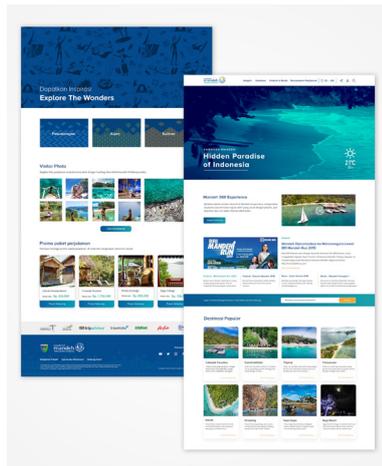
Oleh karena itu, media promosi berupa *website* untuk meningkatkan minat serta jumlah kunjungan wisatawan mengenai wisata Kawasan Mandeh, isi dari media *website* memfokuskan terhadap informasi mengenai objek wisata yang ada di Kawasan Mandeh serta memasarkan produk berupa penjualan tiket penginapan dan wisata secara *online*. Dengan adanya pemesanan tiket secara *online*, wisatawan yang ingin berkunjung ke Kawasan Mandeh dimanapun dan kapanpun wisatawan dapat memesan tiket wisata tanpa harus berkunjung ke objek wisata tersebut.

### Sintesis dan Strategi Perancangan

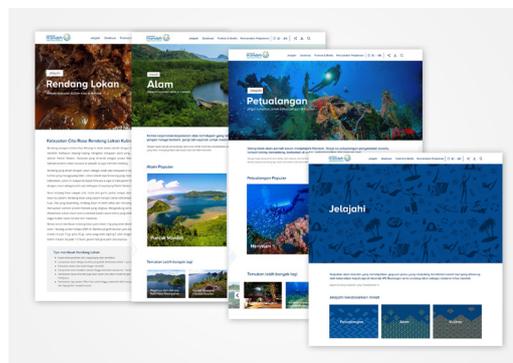
Website merupakan media utama dalam perancangan ini. Semakin majunya teknologi banyak konsumen yang menginginkan sesuatu yang praktis. Website terhubung dan aktif dalam sebuah jaringan internet. Internet merupakan teknologi yang paling mudah di akses oleh seluruh masyarakat dalam negeri maupun luar negeri. Untuk melengkapi media utama tersebut, terdapat beberapa media promosi seperti poster, brosur, iklan media sosial, label stiker, *company profile* yang terdiri dari video profile dan animasi, id card, kartu nama, amplop, kop surat, packaging, buku panduan reservasi tiket. Lalu ditambah dengan beberapa *merchandise* berupa topi bucket, kalender, travel kits, selendang pantai, gantungan kunci, stiker, pin, celana pantai, tumbler, kipas tangan dan pulpen.

### Hasil Karya Website

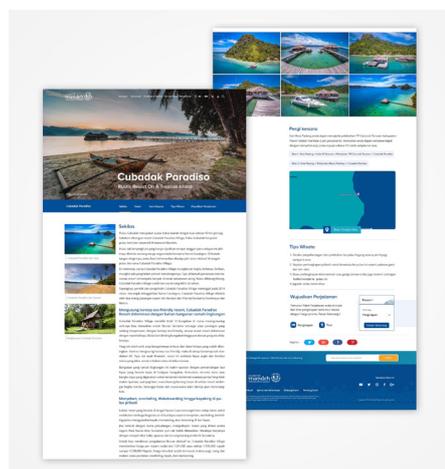




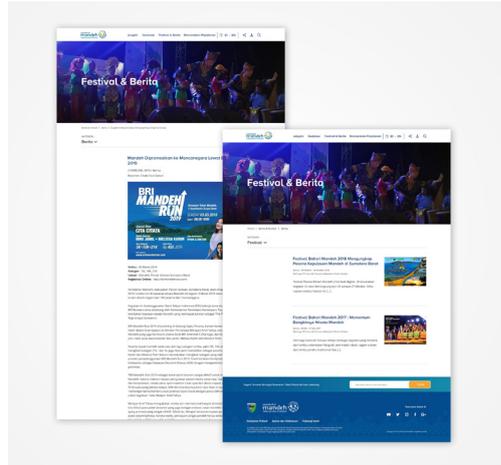
Gambar 1 Halaman Utama (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



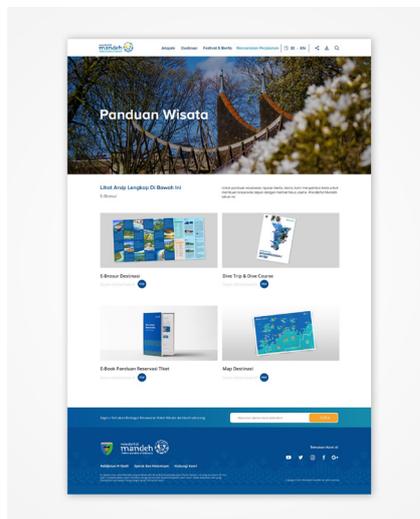
Gambar 2 Halaman Jelajahi (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



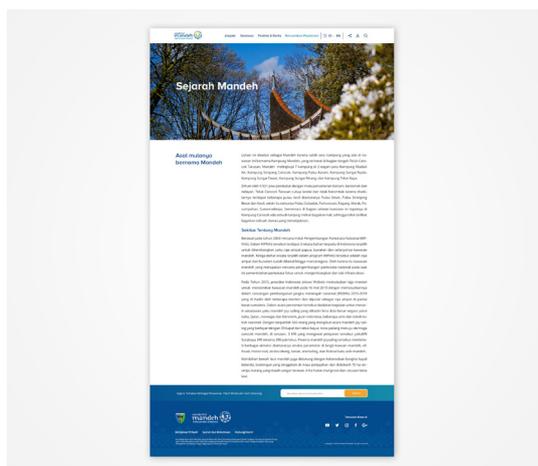
Gambar 3 Halaman Destinasi (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



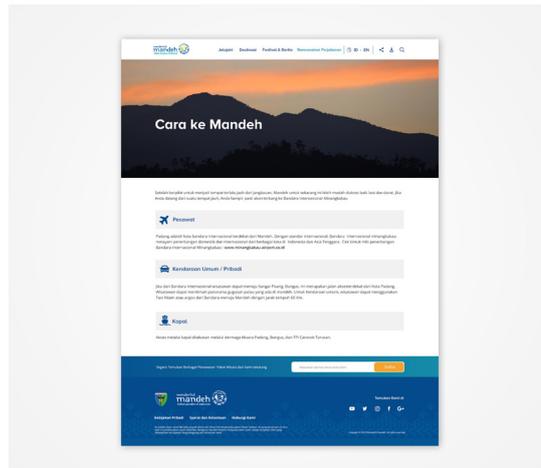
Gambar 4 Halaman Festival dan Berita (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



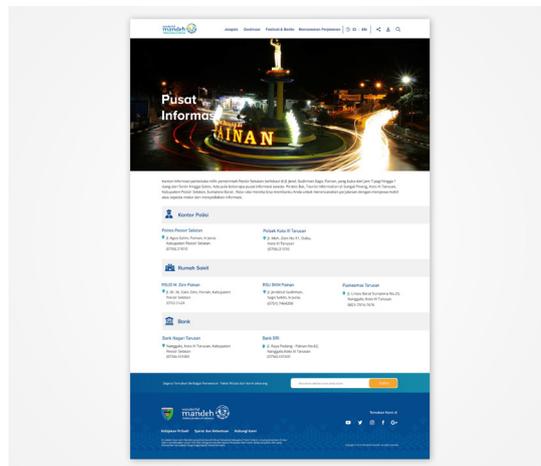
Gambar 5 Halaman Panduan Wisata (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



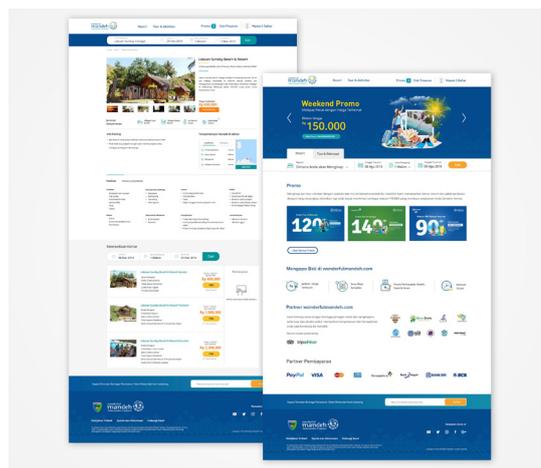
Gambar 6 Halaman Tentang Mandeh (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 7 Halaman Cara Ke Mandeh (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 8 Halaman Pusat Informasi (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 9 Halaman Pemesanan Penginapan serta Tour (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

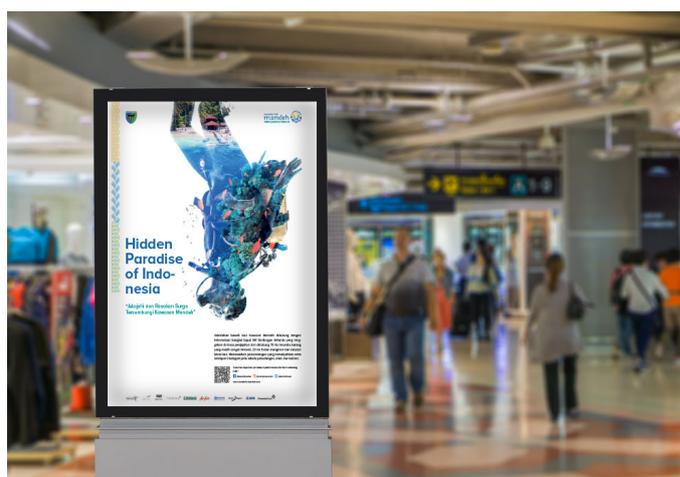




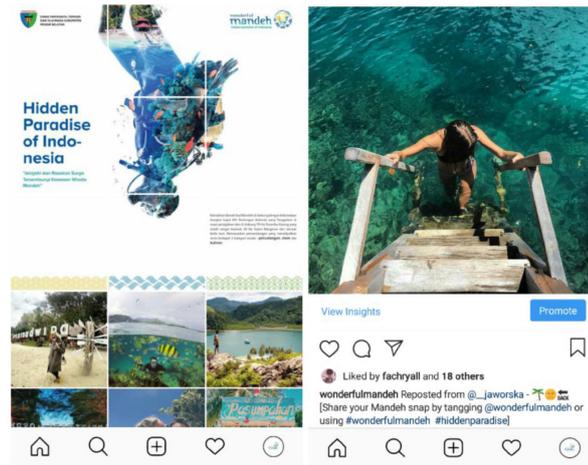
Gambar 12 Label Stiker dan Penerapan  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



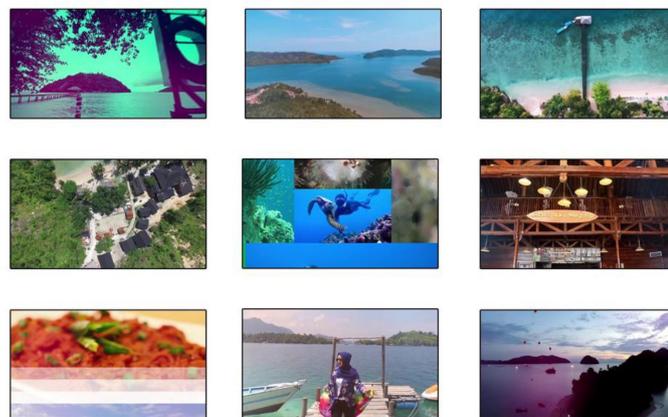
Gambar 13 Buku Panduan Reservasi Tiket  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



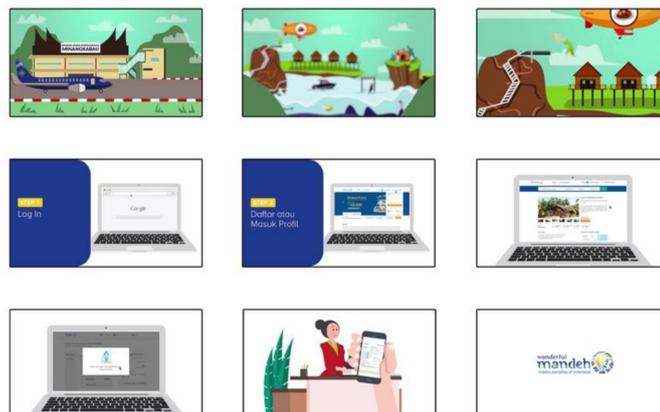
Gambar 14 *Billboard* (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 15 Promoto Post Instagram (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 16 Video Profile 30 detik (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 17 Video Animasi Pemesanan Tiket (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 18 ID Card Pegawai (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 19 Kop Surat (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 20 Amplap (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 21 Pulpen (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 22 Kartu Nama (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 23 Packaging (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

### Merchandise



Gambar 24 Kalender (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



**Gambar 25 Bucket Hat (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)**



**Gambar 26 Celana Pantai (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)**



**Gambar 27 Selendang Pantai (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)**



**Gambar 28 Tumbler (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)**



Gambar 29 Gantungan Kunci / Keychain  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 30 Pin (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 31 Kaos Polo (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)



Gambar 32 Travel Kits (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

## Kesimpulan

Pada akhirnya penulis berkesimpulan bahwa dalam merancang *website* wisata yang terkonsep dengan baik, dibutuhkan pemahaman kajian yang baik dari layout maupun *content* yang menarik dan mengetahui bagaimana mencari data sesuai prosedur, apalagi penulis berhubungan langsung dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan serta pengelola pulau-pulau di Kawasan Mandeh. Pada proses pembuatan *website* wisata Kawasan Mandeh, penulis mempelajari cara membuat *website* dari awal. Dimulai dengan pembuatan *User Experience*, yang berfungsi sebagai tuntunan untuk mengetahui alur *website* dan proses kerjanya. Setelah mengetahui alur kerja *website*, maka penulis melanjutkan dengan membuat *prototype* dari visual *website* yang dinamakan *User Interface*. Setelah itu barulah penulis memasuki fase pembuatan *website*, dimana penulis mempelajari bahasa pemrograman dan *coding*. Penerapan layout pada *website* wisata kawasan Mandeh yang baik menggunakan sistem *grid* 12 col dengan font sans serif yang mana mampu meningkatkan *readability* suatu *content*. Menerapkan warna yang sesuai dengan identitas visual serta penerapan *white space* atau ruang kosong pada tiap-tiap halaman *website*. Penulis menerapkan beberapa ilustrasi berupa fotografi, *digital imaging*, serta penggunaan ilustrasi dengan teknik blok dan *outline* yang terdiri dari beberapa keajaiban yang bisa sebagai identitas visual Kawasan Mandeh serta *pattern* sebagai identitas visual diharapkan mampu promosi dari *website* wisata Kawasan Mandeh lebih dikenal oleh masyarakat luas. Promosi dari *website* Wisata Kawasan Mandeh tidak terlepas dari penggunaan media pendukung berupa media cetak antara lain poster, brosur, *id card*, *packaging* serta video *company profile* dan animasi *reservasi* tiket online. Media promosi sangat dibutuhkan untuk memasarkan sebuah produk, karena tanpanya maka tidak mungkin suatu produk dapat dikenal oleh masyarakat. Namun selain mengetahui media pendukung apa saja yang digunakan, penulis juga harus mengetahui pengaplikasiannya di masyarakat agar promosi berjalan sesuai keinginan.

## Saran

Walaupun dalam proses pengerjaan laporan dan karya Tugas Akhir ini memiliki perhitungan dan tingkat ketelitian yang tinggi, tentu penulis tidak terlepas dari beberapa kesalahan. Oleh karena itu, berdasarkan pada kesalahan-kesalahan yang dilakukan, penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang nantinya dapat menjadi referensi. Saran yang akan diberikan penulis secara rinci akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk Universitas, Tugas Akhir adalah mata kuliah yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Esa Unggul. Setiap mahasiswa harus siap untuk menjalani dan berusaha dengan semaksimal mungkin menghasilkan karya Tugas Akhir yang baik, bukan hanya bagi dirinya sendiri namun juga bagi orang lain. Sebaiknya Universitas Esa Unggul sebagai lembaga pendidikan membantu para mahasiswa terhadap kemungkinan adanya hambatan yang bisa terjadi selama melaksanakan Tugas Akhir, seperti membantu mahasiswa dengan melengkapi sarana kampus, baik itu buku-buku sebagai referensi teori atau alat-alat yang menunjang kebutuhan para penulis.
2. Diharapkan masyarakat provinsi Sumatera Barat khususnya yang berumur 22-25 tahun dapat membantu menyebarkan informasi potensi wisata yang terdapat di Kabupaten pesisir Selatan ini kepada masyarakat luas sebagai

sarana promosi pariwisata lokal. Serta pembenahan dan fasilitas serta jalur akses kawasan wisata yang baik untuk mendukung potensi yang ada sehingga wisata Kawasan Mandeh lebih dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adi Kusrianto. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Alex Sobur, 2003. *Semiotika Komunikasi Bandung* : PT. Remaja Rosdakarya.
- Bob breedlove. 1996 *Web Programming Unleashed*
- Barthes, Roland. 1988. *The Semiotics Challenge*. New York: Hill and Wang
- Bangun, Sem C. 2001. *Kritik Seni Rupa*. Bandung: ITB Bandung
- Bearid, Jason. 2007. *The Principles of Beautiful Web Design*. Canada: Sitepoint
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Darmaprawira. 2002. *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: ITB.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Eco, Umberto. 2011. *Teori Semiotika. terj. Inyjak Ridwan Muzir*. Bantul: Kreasi Wacana
- Johnson, G.; K. Scholes; and R. Whittington 2008, *Exploring Corporate Strategy*, 8<sup>th</sup> ed. Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson.
- Koentjaraningrat, 1986. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta : Aksara Baru
- Lasswell, Harold. 1960. *The Structure and Function of Communication in Society, The Communication of Ideas*. Urbana: University of Illionis Press.
- Lenggosari, 2008. *Panduan Warna Menarik Untuk Rumah*. Depok: Penerbit Swadaya
- Mulya, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nuradi. Dkk, 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rakhmat, Jaludin. 2003. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rustan, Suriyanto. 2010. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Supriyono, Rachmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Safanayong, Yongky. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia

Swasty, W. 2010. *A-Z Warna Interior: Rumah Tinggal*. Jakarta: PT Niaga Swadaya.

Sulastianto, Harry. (2006). *Seni dan Budaya*. Bandung: Grafindo Media Pratama.

Suyanto, M. 2011. *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia Untuk Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset

Triadi, Darwis. 2014. *Color Vision*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,

Yoga, Asta. 2005. *Corel Draw Untuk Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Amus sunarto. 2013. Potret Pendidikan: “ *Masyarakat Traditional, Modern, dan Era Globalisa*” Jurnal Aktual Volume 1. No.1, <http://ejournal.lppm.unesa.ac.id/index.php/aktual/article/view/22>

Anonim. 2010. *Arti Warna Dalam Desain Grafis*. Diakses pada 06 Januari 2018. W.W.W: [Selimutmaya.com](http://selimutmaya.com)

Agus Sachari. 2006. Dimesi Visual dan Peradaban. Diakses pada tanggal 06 Januari 2018. <http://budayavisual.blogspot.co.id/2006/03/dimensi-visual-dan-peradaban-apa.html>

Blogernas. 2016. *Teori Lingkaran Warna Brewster*. Diakses pada tanggal 25 Februari 2018. <https://www.blogernas.com/2016/07/teori-lingkaran-warna-brewster.html>

Businessenvironment. 2007. *Promosi Wisata Daerah*. Diakses pada tanggal 08 Januari 2018. <http://businessenvironment.wordpress.com>

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan, *Official Website*. diakses pada tanggal 06 Januari 2018. <http://dispورا.pesisirselatan.go.id>

Mangkoko. 2016. *Psikologi Warna-biarkan warna berbicara*. Diakses pada tanggal 06 Januari 2018. <http://mangkoko.com/ruang-baca/psikologi-warna-biarkan-warna-berbicara/>

Marketing Teacher. 2010. *Marketing Mix*. Diakses pada tanggal 06 Januari 2018. <http://marketingteacher.com/marketing-mix/>

Thesis. Unand. 2016. *Perancangan media promosi wisata mandeh berupa youtube*. Diakses pada tanggal 06 Januari 2018. <http://scholar.unand.ac.id>

Web, Dewa. 2018. Panduan lengkap soal website. Diakses pada tanggal 30 Maret 2018. <http://www.dewaweb.com/blog/pengertian-website>

Web, Dewa. 2018. Panduan lengkap soal website. Diakses pada tanggal 30 Maret 2018. <http://www.dewaweb.com/blog/user-experience/>