

Perancangan dan Penerapan *Website Rebranding* Destinasi Wisata Kota Batam Pada *Oma Tour & Travel*

Hendi Sama¹, Kevin²

hendi@uib.ac.id¹, 1831111.kevin@uib.edu²

¹Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

Abstract

The purpose of this practical work is to help OMA Tour & Travel in promoting several tourist destinations in Batam City to potential customers by using the website as a promotional medium. This website contains a collection of information about tourist attractions such as place descriptions, available facilities, entrance ticket prices, operational times, as well as addresses and locations of tourist attractions. In the design process, the author will use Wordpress as a platform to design the website. Data collection methods used in this activity are observation and interviews. The result of the implementation is a website that is implemented through hosting services in the hope of increasing sales, as well as expanding the marketing reach of OMA Tour & Travel.

Keywords:

Website, Wordpress, Hosting services, OMA Tour & Travel

Abstract

Tujuan dari kerja praktek ini adalah membantu *OMA Tour & Travel* dalam mempromosikan beberapa destinasi wisata di Kota Batam kepada calon pelanggan dengan menggunakan *website* sebagai media promosi. *Website* ini berisi kumpulan informasi mengenai tempat wisata seperti deskripsi tempat, fasilitas yang tersedia, harga tiket masuk, waktu operasional, serta alamat dan lokasi tempat wisata. Dalam proses perancangan, penulis akan menggunakan perangkat lunak berupa *Wordpress* sebagai sarana untuk merancang *website* tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan ini adalah observasi dan wawancara. Hasil implementasi merupakan *website* yang diterapkan melalui layanan *hosting* dengan harapan dapat meningkatkan penjualan, serta memperluas jangkauan pemasaran pada *OMA Tour & Travel*.

Kata Kunci :

Website, Wordpress, Layanan hosting, OMA Tour & Travel

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah membawa perubahan yang sangat besar terutama dalam penyebaran informasi. Dengan adanya teknologi tersebut, informasi kini dapat didapat dengan cepat, akurat, dan tidak terbatas oleh waktu dan tempat (Ardhiyani & Mulyono, 2018). Hal ini membuat informasi di dunia menjadi lebih mudah untuk dijangkau oleh siapapun, termasuk bagi para turis (Rusdi, 2019).

Website adalah kumpulan halaman *web* yang tersusun dan diakses melalui *browser* yang terhubung oleh *internet* (Dhananjaya, 2019). Pada saat ini, *website* merupakan media yang sangat cocok untuk mengenalkan kepada masyarakat luas tentang berbagai potensi dan keunggulan suatu produk yang ingin dipasarkan (Sudarto Hasugian, 2018).

Selain itu, *website* juga memiliki kemampuan menampilkan teks, gambar, suara dan video secara *online*, sehingga memungkinkan untuk dapat diakses oleh setiap orang dengan menggunakan *Web Browser* (Muhaimin et al., 2020). Perancangan *website* bertujuan untuk membantu dalam pemilihan objek wisata dan mempermudah para wisatawan dalam memperoleh informasi yang lebih lengkap dan efisien (Nurmi, 2017). Dari kesimpulan latar belakang, penulis akan merancang sebuah *website* yang diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran, dan memberikan kontribusi yang baik bagi *OMA Tour & Travel*.

Berikut beberapa cakupan masalah yang telah ditemukan pada penelitian ini:

1. Kebutuhan *OMA Tour & Travel* untuk meningkatkan strategi pemasaran terutama pada masa pandemi ini. Sehingga penulis membuat sebuah *website* yang berisi pengenalan terhadap destinasi wisata di Kota Batam.
2. Masih banyak masyarakat luas yang belum mengenal tempat-tempat wisata di Batam.

Tinjauan Literatur Pustaka

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Ardhiyani & Mulyono, 2018) yang berjudul Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Kabupaten Tebo. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengenalkan dan mempromosikan objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Tebo.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Dhananjaya, 2019) yang berjudul Perancangan Website Sebagai Media Promosi Online Shop Nanauniquestore. Pada tahap pengumpulan data, penulis menggunakan metode kualitatif yang meliputi observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah *website* yang akan digunakan sebagai media promosi sebuah *online shop*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Andriyan et al., 2020) yang berjudul Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Peningkatan Citra Pada SMK Dewi Sartika Tangerang. Adapun metode penelitian yang digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian tersebut, penulis menggunakan *Wordpress* sebagai *platform* untuk merancang *website*. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *website* yang digunakan sebagai media informasi dalam mengenalkan sekolah kepada masyarakat luas.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, penulis akan melakukan perancangan *website* dengan tujuan yang sama seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Ardhiyani & Mulyono, 2018). Penulis juga akan menggunakan teknik pengumpulan data seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Dhananjaya, 2019). Selain itu, penulis akan menggunakan *platform Wordpress* dalam merancang *website* seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Andriyan et al., 2020). Dengan demikian, dapat disimpulkan sebagai dasar utama dalam mulai perancangan untuk merancang *website rebranding*.

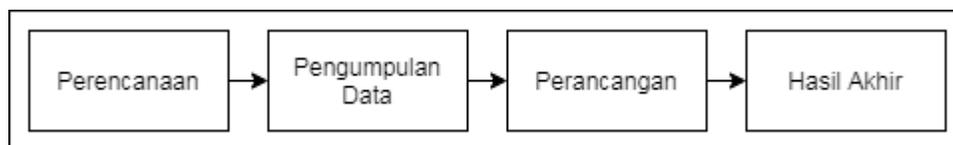
Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode terapan. Teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah observasi dan wawancara.

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan mengamati langsung objek yang diteliti (Imaniawan & Nur, 2019). Dalam hal ini, penulis akan melakukan pemotretan dan pengamatan terhadap keadaan sekitar di tempat wisata tersebut.

Wawancara dilakukan untuk mengetahui hal-hal yang tidak didapatkan dari observasi (Septiningtyas & Soewardikoen, 2018). Penulis akan melakukan wawancara secara langsung dengan petugas yang berada di tempat wisata tersebut dengan memberikan beberapa pertanyaan mengenai latar belakang dan gambaran umum dari tempat wisata, serta mengenai permasalahan yang dihadapi terutama pada masa pandemi sekarang ini.

Dalam pembuatan *website*, terdapat beberapa tahapan yang akan dilakukan penulis, yaitu tahap perencanaan, tahap pengumpulan data, tahap perancangan, dan hasil akhir. Berikut penjelasan mengenai proses tahapan perancangan *website* yang akan dibuat:



Gambar 1. Proses Perancangan *website rebranding*

1. Tahap Perencanaan
 Pada tahap perencanaan, penulis akan menentukan ide dan konsep yang akan diterapkan pada *website* yang akan dibuat. Tahap ini bertujuan agar penulis mendapat gambaran mengenai *website* yang ingin dirancang.
2. Tahap Pengumpulan Data
 Pada tahap pengumpulan data, penulis melakukan pengambilan foto dan video pada beberapa tempat wisata yang sudah direncanakan sebelumnya. Tahap ini dilakukan untuk memperoleh data-data ataupun informasi yang akan digunakan dalam perancangan *website*.
3. Tahap Perancangan
 Pada tahap perancangan, penulis akan mulai membuat *website* dari tampilan awal (layout), memasukkan artikel, dan melakukan seleksi pada foto yang didapatkan pada proses pengumpulan data sebelum memasukkannya ke *website*. Pada tahap ini, akan dilakukan revisi pada *website* sesuai permintaan klien.
4. Tahap Hasil Akhir
 Pada tahap ini, penulis melakukan *hosting* pada *website* yang sudah dirancang dan diberikan kepada pihak *OMA Tour & Travel* sebagai media promosi. Kemudian hasil finalisasi laporan dan hasil kerja praktek dievaluasi oleh dosen pembimbing.

Pembahasan

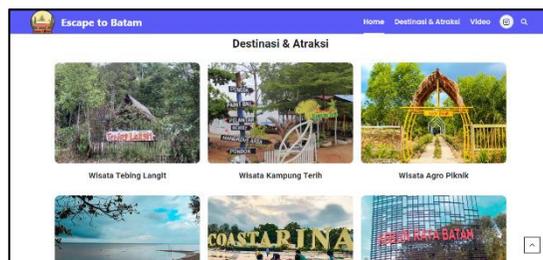
Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terhadap *OMA Tour & Travel*, penulis membuat *website* yang akan diberikan kepada pemilik usaha *OMA Tour & Travel* dengan harapan dapat mendapatkan perkembangan pada usaha ini.

1. *Website rebranding*

Pembuatan *website rebranding* yang dirancang penulis dengan menggunakan *platform Wordpress*. *Website* ini berisikan informasi berupa pengenalan dan daftar harga mengenai tempat wisata di Kota Batam.

Dalam penelitian ini, penulis telah melakukan rancangan yang telah diimplementasikan pada *OMA Tour & Travel* seperti:

1. *Website rebranding*



Gambar 2. Tampilan *Website Rebranding* Wisata Kota Batam

Setelah melakukan implementasi pada *OMA Tour & Travel* ada beberapa hal yang menjadikan usaha *OMA Tour & Travel* menjadi lebih baik:

1. Dengan adanya *website* yang diterapkan melalui *hosting* sehingga meningkatnya *brand awareness*

- customer.
2. Dengan adanya *website* yang diterapkan, pelanggan dari *OMA Tour & Travel* dapat lebih mengenal tempat-tempat wisata yang ada di Kota Batam.



Gambar 3. Tampilan Video Promosi Pada *Website*

Kesimpulan

OMA Tour & Travel merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang usaha jasa yakni penjualan tiket dan paket tour. Dimana dalam hal ini, media promosi yang diterapkan oleh *OMA Tour & Travel* adalah dengan menggunakan *Instagram* dan juga *Facebook* dalam memasarkan produknya. Namun, masih banyak juga orang yang belum mengetahui dan mengenal tempat-tempat wisata yang ada di Kota Batam.

Dalam Penerapan *Website Rebranding* Destinasi Wisata Kota Batam pada *OMA Tour & Travel*, penulis menyimpulkan beberapa hal yaitu :

- 1 Dengan adanya implementasi *website rebranding*, pelanggan *OMA Tour & Travel* dapat lebih mengenal destinasi wisata yang ada di Kota Batam.
- 2 Masyarakat luas terutama dari luar Kota Batam dapat memanfaatkan *website rebranding* yang telah dibuat sebagai referensi terhadap tempat wisata di Kota Batam.

Saya sebagai penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing dan mitra yang sudah meluangkan waktunya sehingga proses Penerapan *Website Rebranding* Destinasi Wisata Kota Batam pada *OMA Tour & Travel* dapat berjalan dengan lancar.

Daftar Pustaka

- Andriyan, W., Septiawan, S., & Aulya, A. (2020). Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Peningkatan Citra Pada SMK Dewi Sartika Tangerang. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 6(2), 79–88.
- Ardhiyani, R. P., & Mulyono, H. (2018). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Kabupaten Tebo. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 3(1), 952–972.
- Dhananjaya, A. E. (2019). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Online Shop Nanauniquestore. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2), 83–87. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i2.27>
- Imaniawan, F. F. D., & Nur, H. M. (2019). Perancangan Dan Pembuatan Website Penjualan Biji Kopi Pada Society Coffee House Purwokerto. *EVOLUSI - Jurnal Sains Dan Manajemen*, 7(1), 61–67. <https://doi.org/10.31294/evolusi.v7i1.5030>
- Muhaimin, A., Irawan, Y., Devis, Y., & Bakhrizal. (2020). *Sistem Informasi Tracer Study Berbasis Web*. 9(2), 1–7.
- Nurmi, N. (2017). Membangun Website Sistem Informasi Dinas Pariwisata. *Edik Informatika*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.22202/ei.2015.v1i2.1418>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Rusdi, J. F. (2019). Peran Teknologi pada Pariwisata Indonesia. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, 2(2), 78–118. <https://doi.org/10.32627/aims.v2i2.78>
- Septiningtyas, A., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual Untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *Demandia*, 3(November 2017), 1–18.

- Sudarto Hasugian, P. (2018). *PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI*. 3(1), 82–86.
- Susanto, A., & Asmira. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi Menggunakan Metode Web Engineering. *Simkom*, 2(3), 9–17.