

WEB DESIGN E-BEACH CAFÉ PARIAMAN

JURNAL

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh

**Dedek Oldio Fernando
1205505/2012**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

“Web Design E-Beach Café Pariaman”

Dedek Oldio Fernando

Artikel ini disusun berdasarkan laporan Karya Akhir
“Web Design E-Beach Cafe Pariaman”
Untuk persyaratan wisuda periode september 2019
Dan telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing.

Padang, 15 Juli 2019

Disetujui dan disahkan oleh,

Pembimbing I



Dini Faisal, S.Ds, M.Ds
NIP.19840909.201404.2.003

Pembimbing II



Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn
NIP. 19770401.200812.1.002

Mengetahui
Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Syafwan, M.Si.
NIP.19570101.198103.1.010

WEB DESIGN E-BEACH CAFÉ PARIAMAN

Dedek Oldio Fernando¹, Dini Faisal², Hendra Afriwan³
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email:captainluffy79@gmail.com

ABSTRACT

E-beach cafe was established on June 7, 2014 which is located on the Nasri Nasar Pariaman street, sand, Central Pariaman, Pariaman City near the tourist attraction of the Pariaman beach. A better promotion is needed to attract more customers to come to E-Beach Cafe. One of the promotions that can be done is by website media. The purpose of this promotion as a manifestation of the desire of the author so that e-beach cafe has a media promotion in the form of website design that aims to create informative and communicative information media, so that the existence of e-beach cafe can be known to the public.

The analysis method used in the promotion of e-beach cafe uses the SWOT analysis method (Strength, Weakness, Opportunities and Threat). The orientation of developing e-beach cafe web design ideas includes the main media in the form of website design and supporting media in the form of menu lists, t-shirts, posters, mugs, x-banners, flagchain, business cards, stickers, and pins. It is expected that with the design of this web design can have promotional media in the form of website media aimed at creating informative and communicative media, so that the existence of e-beach cafes can be known to the public and increased sales turnover from e-beach cafes.

Key Words : *Design, Web, Website, E-Beach Café.*

¹Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

WEB DESIGN E-BEACH CAFÉ PARIAMAN

Dedek Oldio Fernando¹, Dini Faisal², Hendra Afriwan³
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email:captainluffy79@gmail.com

ABSTRAK

E-beach cafe didirikan pada tanggal 7 Juni tahun 2014 yang berlokasi di jalan nasri nasar pariaman, pasir, pariaman tengah, kota pariaman di dekat objek wisata pantai gandoriah Pariaman berada di depan *skates park* atau tempat para *skateboarder* bermain *skateboard*. Perlu adanya promosi yang lebih bagus lagi agar semakin menarik pelanggan untuk datang ke *E-Beach Cafe*. Salah satu promosi yang dapat dilakukan yaitu dengan media *website*. Tujuan promosi ini sebagai wujud keinginan penulis supaya *e-beach cafe* memiliki media promosi dalam bentuk desain *website* yang bertujuan agar terciptanya media informasi yang informatif dan komunikatif, sehingga keberadaan *e-beach cafe* dapat diketahui masyarakat.

Metode analisa yang di gunakan dalam promosi *e-beach cafe* ini menggunakan metode analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities* dan *Threat*). Orientasi pengembangan ide desain *web e-beach cafe* ini meliputi media utama berupa desain *website* dan media pendukung berupa daftar menu, kaos, poster, mug, *x-banner, flagchain*, kartu nama, sticker, dan pin. Diharapkan dengan adanya perancangan desain *web* ini dapat memiliki media promosi dalam bentuk media *website* yang bertujuan agar terciptanya media informasi yang informatif dan komunikatif, sehingga keberadaan *e-beach cafe* dapat diketahui masyarakat dan meningkatnya omset penjualan dari *e-beach cafe*.

Kata Kunci : *Design, Web, Website, E-Beach Café.*

¹Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

A. PENDAHULUAN

Cafe ialah tempat pergaulan dan gaya dikalangan anak muda, bahkan orang-orang profesional dan keluarga modern juga memilih *cafe* sebagai tempat duduk, berkumpul dan tempat santai. *Cafe* dalam pemikiran masyarakat yang dianggap sebagai tempat menikmati makan dan minum yang mewah, kini telah berkembang dan memiliki *target audience* untuk kelas menengah bawah.

Hasil wawancara (11 Agustus 2017) dengan pemilik *cafe* Syafridi, mengatakan memang belum ada promosi khusus yang dilakukan, seperti promosi dengan penggunaan media cetak maupun elektronik. Promosi dilakukan hanya dengan beberapa media sosial seperti *Whats Up*, *Facebook* dan *Instagram*. Serta memanfaatkan pertemanan dan pergaulan, dengan cara memberitahukan dari satu orang ke orang lainnya. Menurut Leleks (*Manager*) *E-Beach Café*, mereka belum melakukan promosi yang begitu pas karena masih dibingungkan dengan pemilihan media promosi yang akan dilakukan.

Berdasarkan masalah diatas sesuai perkembangan teknologi komunikasi, promosi menggunakan media *website* sangat berdampak pada sebuah usaha. *Website* dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat, karena frekuensi masyarakat sekarang lebih banyak mengakses internet dalam kehidupan sehari-hari. Target *Audiencenya* adalah anak muda atau mahasiswa yang memiliki usia 18 tahun keatas yang sudah tidak asing lagi dengan internet.

Tujuan desain *web* adalah membuat website atau konten online termasuk dokumen dan aplikasi yang berada pada server/server *web*. *Web* dapat berupa teks, gambar, suara dan konten lainnya, serta dapat bersifat statis ataupun interaktif.

Proses pembuatan sebuah desain *Website*, dipertimbangkan dari berbagai aspek yaitu, seperti penggunaan *grafis*, *animasi*, warna, *font*, dan lain-lain, yang dirancang sedemikian rupa sehingga menarik para penikmat situs. *Website* juga *full colour* serta menarik dilihat sehingga lebih mudah untuk menarik pasar di dukung oleh pendapat Haris¹ & Syafwandi² (2013) dalam scholar Kamal³.

Penelitian tentang atau perancangan web sudah dilakukan sebelumnya oleh beberapa Peneliti terdahulu, seperti Putri, Syafwan, Faisal (2018), dan Pangestu, Budiwiran, Afriwan (2018). Perbandingan perancangan terdapat dari konsep dan desain yang dihasilkan. Peneliti sebelumnya lebih mengutamakan website untuk smartphone, sedangkan desain penulis lebih bersifat menyeluruh atau universal. Artinya desain web yang dirancang merupakan desain web yang bisa di aplikasikan diberbagai media, seperti laptop, smartphone dan sebagainya.

Berdasarkan hasil informasi lapangan dan jurnal scholar yang terpapar diatas, alasan penulis melakukan perancangan website dari E-beach café ialah agar masyarakat khususnya anak muda kota Pariaman dan luar daerah kota pariaman lebih mudah dalam mengakses dan mencari tahu informasi dan profil dari E-beach café yang terdapat pada website tersebut.

B. METODE PERANCANGAN

1. Metode Perancangan

Pendekatan dilakukan dalam media desain *web* ini adalah melalui pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan bukan berbentuk angka, melainkan dari wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dan dokumen resmi lainnya.

Moleong dalam Deputra (2018:35) mendefinisikan “Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang di alami oleh subjek penelitian. Seperti perilaku, persepsi, motifasi, tindakan dan lain-lain dengan mendeskripsikannya kedalam bentuk kalimat yang sistematis, *factual* dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang dimiliki”.

Dari uraian diatas disimpulkan bahwa metode pendekatan kualitatif dapat digunakan sebagai prosedur dalam pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan suatu keadaan subjek atau objek dalam penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data

Desain *web E-Beach Cafe* ini memerlukan data yang dibagi menjadi dua bagian, data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Melalui wawancara dengan *manager* atau pemilik dari *E-Beach Cafe*. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan komunikasi sumber data yang di wawancaai. Komunikasi dilakukan

dengan dialog tanya jawab, baik langsung atau tidak langsung. Café ini mengandalkan kopi *espresso* sebagai daya tarik kepada konsumen khususnya untuk penikmat kopi dapat digunakan sebagai tempat belajar, diskusi maupun untuk *meeting*.

Mempunyai konsep dan ciri khas tersendiri yaitu mempunyai ruang terbuka langsung yang menghadap ke arah pantai, yang mana setiap konsumen dapat menikmati suasana pantai. Pengunjung dapat menikmati waktu yang ada dengan santai setiap berada di *cafe* ini.

b. Data Sekunder

Data yang didapat secara tidak langsung yang sudah tersedia jadi hanya mengumpulkan dan menjadikan sebuah data yang *valid* dalam perancangan media ini. Data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi yang dilakukan oleh *E-Beach Cafe*.

Pada perancangan *E-Beach Cafe* melalui media desain *web*, penulis menggunakan metode analisis data dengan teori SWOT, untuk sebuah promosi analisis metode SWOT ini lebih tepat untuk digunakan.

1. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan dari *website* ini yaitu mempunyai jangkauan luas, media yang tidak pernah berhenti beroperasi dan dapat menampilkan tampilan visual yang menarik dan interaktif. Terdapat lima halaman pada desain *web* ini yaitu *home*, *about*, *menu*, *team*, *artikel*, dan *contact*.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Harus mempunyai jaringan dan perangkat untuk mengaksesnya. Hal ini dapat membuat pengguna koneksi internet *website* meninggalkan halaman *website*.

3. Peluang (*Oppurtunity*)

Melalui *website* karena jangkauan yang luas jadi informasi yang ingin disampaikan lebih baik dan tersebar menuju *target audience*, seta membangun *image* canggih dan berteknologi dan informatif.

4. Ancaman (*Threats*)

Banyaknya *web* dibidang yang sama. Dalam mengakses internet sulit dan medi-media baru yang lebih inovatif bemunculan, banyaknya *coffe shop* sebagai pesaing yang mulai berkembang di kota Pariaman.

C. PEMBAHASAN

1. Perancangan *Web Design*

Pada perancangan desain *Web E-Beach Café* penulis hanya melakukan sebatas perancangan desain pada halaman *Web*, tidak sampai pada pengaplikasiannya. Tahap berikutnya penulis melakukan tahap sketsa manual dari pada perancangan desain, dan memindahkannya dalam bentuk digital pada komputer. Hasil dari proses digital kemudian dibentuk 2 alternatif desain *web* yang memungkinkan.

Raharjo dalam Arici (2014:58) *Website* merupakan salah satu penunjang sebagai media informasi dan promosi di internet. "*Website*

merupakan suatu layanan didalam jaringan internet yang berupa ruang informasi. Dengan adanya *Web*, *user* dapat memperoleh atau menemukan informasi yang diinginkan dengan cara mengikuti *link (hyperlink)* yang disediakan didalam dokumen yang ditampilkakan oleh aplikasi *webbrowser*.”

2. Media Utama Dan Media Pendukung

Mempromosikan *E-Beach Café* dilakukan dengan *web design*. Nantinya *web design* ini dapat mempromosikan *E-Beach Café* yang bertujuan agar *E-Beach Café* dapat dijadikan pilihan utama oleh masyarakat terutama di Kota Pariaman. *Web design* ini memiliki keunggulan dalam kemudahan mengaksesnya dan memiliki jangkauan yang luas. *Web design* berhubungan erat dengan internet, karena internet pada saat sekarang ini sudah menjadi aktifitas dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan *web design* ini masyarakat akan lebih mudah melihat-melihat produk yang dijual dan ditampilkan oleh *E-Beach Café sendiri*.

Selain perancangan dalam *web design E-Beach Café* sebagai media utama terdapat media pendukung dari promosi *E-Beach Café*. Media pendukung dari *E-Beach Café* itu sendiri terdiri dari Menu, Kaos, Poster, *Flag Chain*, Kartu Nama, *Sticker*, dan *Pin*.

Media utama yang digunakan untuk promosi *E-Beach Café* yaitu berupa desain *web*. Sajoto dalam Septian (2016:121) ”Desain final adalah dengan skala 1:1, Dimana wujudnya sama seperti bentuk jadinya, kecuali untuk media luar ruang bisa dengan skala perkecilan, tetapi dengan

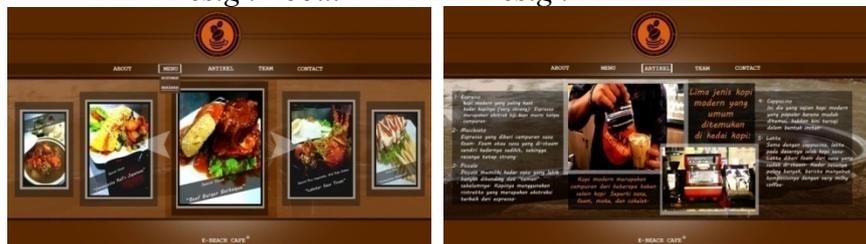
menjelaskan perbandingan perkecilannya”. Berikut adalah tampilan dari final desain web e-beach café berupa gambarnya:



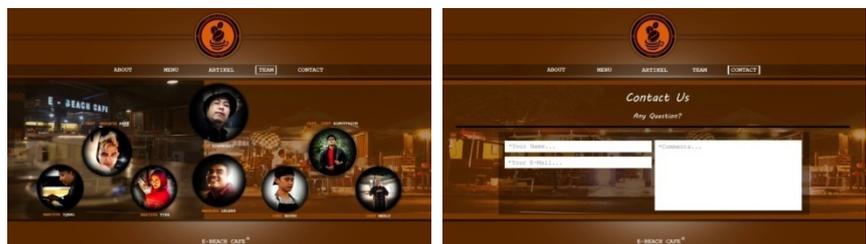
Gambar 1
Final Design Home dan Final Design Home2



Gambar 2
Final Design About dan Final Design Menu Minuman



Gambar 3
Final Design Menu Makanan dan Final Design Artikel



Gambar 4
Final Design Team dan Final Design Contact

Dalam perancangan Desain Web E-Beach Cafe dilakukan uji kelayakan sebagai fungsi persuasif dan fungsi informatif. Uji kelayakan dilakukan kepada khalayak yang terdiri dari Owner, Desainer, masyarakat

kota Pariaman, dan Kabupaten Padang Pariaman untuk lebih dapat memperkuat fungsi dari perancangan desain *Web*. Sehingga hasil dari perancangan tersebut dapat diterima dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Hasil uji kelayakan fungsi persuasif pertama yang penulis lakukan bahwa bagi *owner*, staff, desainer dan kalangan masyarakat Pariaman dan Padang Pariaman merasa *Desain web E-Beach Cafe* rata-rata menjawab cukup persuasif dan kurang persuasif. Oleh karena itu penulis menerima beberapa saran dan melakukan perubahan perancangan. Hasil uji kelayakan fungsi persuasif setelah dilakukannya perubahan pada *Desain Web E-Beach Café* ini rata-rata menjawab persuasif dan sangat persuasif.

Tabel Uji Kelayakan Berdasarkan Fungsi Persuasif Akhir

No	Nama	Jumlah	Skala				
			Sangat persuasif	persuasif	Cukup persuasif	Kurang persuasive	Tidak persuasif
1	Owner dan Staf	10 orang	✓✓✓ ✓✓✓	✓✓✓✓			
2	Desainer	4 orang	✓	✓✓✓			
3	Masyarakat Pariaman dan Padang Pariaman	6 orang	✓✓✓ ✓	✓✓			

Fungsi informatif bagi kalangan *owner*, staff, desainer dan kalangan masyarakat Pariaman dan Padang Pariaman rata-rata belum memahami informasi dari Desain *Web* pada *E-Beach Café* tersebut. Setelah melakukan perubahan pada Desain *Web* rata-rata memberikan jawaban informatif dan sangat informatif. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *owner*, staff, desainer dan kalangan masyarakat Pariaman dan Padang Pariaman sangat memahami informasi dari desain *Web* tersebut.

Tabel Uji Kelayakan Berdasarkan Fungsi Informatif Akhir

No	Nama	Jumlah	Skala				
			Sangat persuasif	persuasif	Cukup persuasif	Kurang persuasive	Tidak persuasif
1	Owner dan Staf	10 orang	✓✓✓ ✓✓✓ ✓	✓✓✓			
2	Desainer	4 orang	✓	✓✓✓			
3	Masyarakat Bukittinggi dan Kabupaten Agam	6 orang	✓✓✓ ✓	✓✓			

Berdasarkan kesimpulan dari dua fungsi tersebut dapat disimpulkan bahwa Desain *Web E-Beach Cafe* ini sangat layak untuk disebar

kepada konsumen dan masyarakat luas khususnya Kota Pariaman. Selain media utama, berikut media pendukungnya.

1. Daftar Menu Dan Kaos (*T-Shirt*)



Gambar 5
Final Desain Daftar Menu dan Kaos (*T-Shirt*)

2. Poster, Mug Dan *Flagchain*



Gambar 6
Final Desain Poster, Mug dan *Flagchain*

3. Kartu Nama, X-Banner, *Sticker* dan Pin



Gambar 7
Final Desain Kartu Nama, X-Banner, *Sticker* dan Pin

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Promosi *E-Beach Café* dengan media *Web* ini dapat membantu *E-Beach Café* dalam mempromosikan lebih luas lagi, menjangkau semua *target audience* yang mengenali *E-Beach Café* dan mengetahui info lebih banyak lagi tentang *E-Beach Café*.

Promosi yang dilakukan selain menggunakan media utama desain *website*, juga menggunakan media pendukung yaitu daftar menu, kaos, poster, mug, x-banner, flag chain, kartu nama, sticker, dan pin. Sebagai media pendukung perancangan *E-Beach Café* diharapkan dapat memberikan informasi pada sebuah perusahaan.

2. Saran

Hasil perancangan desain *web E-Beach Café* terdapat beberapa saran, yaitu:

- a. Kepada pihak *E-Beach Café* untuk lebih memperhatikan promosi yang akan dilakukan menggunakan media-media yang ada, dengan promosi menggunakan media akan lebih memudahkan untuk menyampaikan promosi yang akan dilakukan.
- b. Untuk *target audience* agar mengunjungi *E-Beach Café*, karena tempat ini sangat pas untuk santai baik untuk para remaja ataupun orang dewasa.

DAFTAR RUJUKAN

- Arici, Yolanda Rahmi (2014) *Desain Promosi Rumah Kopi Nunos Melalui Media Website* (Universitas Negeri Padang : Padang)
- Haris, A. J., & Syafwandi, M. (2013). Promosi Juventus Club Indonesia Chapter Padang Dalam Bentuk Tampilan Web Site (Web Design). *Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(2).
- Pangestu, L. R., Budiwiran, M. P., Afriwan, H., & Sn, S. (2018). Perancangan Website Resep Makanan Tradisional Khas Minangkabau. *Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(2).
- Putri, M. N., Syafwan, M. S., Dini Faisal, S. D., & Ds, M. (2018). Golf Promotion Design Of Golf Wirabraja Puri Gardena Ulu Gadut Through Media Website. *Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(2).
- Septiyan, Ridwan Eka (2016) *Perancangan Web Design Goodwill Store, Padang* (Universitas Negeri Padang : Padang)