

**PERANCANGAN WEBSITE AROMA KITCHEN
(FAMILY RESTAURANT & GRILL) DI KOTA PADANG**

JURNAL

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



Oleh :

LAURA SRIUTAMI JUNENSA

NIM. 1205494/2012

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2017**

PERSETUJUAN JURNAL

**PERANCANGAN *WEBSITE AROMA KITCHEN*
(*FAMILY RESTAURANT & GRILL*) DI KOTA PADANG**

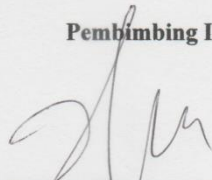
Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir “Perancangan *Website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* di Kota Padang” untuk persyaratan wisuda periode Maret 2017 yang telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing.

LAURA SRIUTAMI JUNENSA

Padang, Februari 2017

Disetujui oleh :

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Dra. Zubaidah, M.Sn.
NIP. 19570425.198602.2.001

“Perancangan Website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) di Kota Padang”

Laura Sriutami Junensa¹, Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn², Dra. Zubaidah, M.Sn³.
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email: laura_sriutami@ymail.com

Abstrak

Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) adalah restoran yang menyediakan menu yang cukup lengkap dengan konsep *family restaurant* (restoran keluarga) yang berada di kota Padang. Lokasi yang terletak di Jl. Prof. Dr. Hamka no. 44 - 45 Tabing Padang. Untuk hal menghadapi persaingan di dunia usaha, *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* ingin mencoba menciptakan pelayanan yang baik serta cita rasa yang berbeda dengan usaha lainnya dengan harapan mampu memuaskan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru lainnya. Tujuan dari perancangan *website* ini adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* agar lebih dikenal dan dapat meningkatkan nilai jual di daerah Padang, selain itu sebagai media promosi yang efektif dan dapat mencakup seluruh dunia melalui media *online* yang bisa diakses kapan saja.

Perancangan *website* ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu pengumpulan data, analisis data dan perancangan. Proses pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*, observasi dan dokumentasi. Sedangkan proses analisis data menggunakan analisis *S.W.O.T analysis: Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (Ancaman).

Hasil dari perancangan desain *website* ini berukuran 1366 x 768 *pixel*, menampilkan 5 sajian menu, yaitu: *home* (beranda), *about* (tentang), menu, *gallery* (galeri), *contact us* (kontak) dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Hasil dari perancangan desain *website* ini terdiri dari media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yaitu *Website*, sedangkan media pendukung berupa *Web banner*, Poster, *Paper Bag*, *X-Banner*, *T-shirt*, *Totebag*, *Flag chain* dan *Mug*.

Kata Kunci : Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill), Website, Perancangan

¹Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

“Perancangan Website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) di Kota Padang”

Laura Sriutami Junensa¹, Hendra Afriwan, S.Sn, M.Sn², Dra. Zubaidah, M.Sn³.
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email: laura_sriutami@ymail.com

Abstract

Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) is a restaurant which provides a fairly complete menu with the concept of family restaurant (family restaurant) located in the city of Padang. Location located at JL. Prof. Dr. Hamka No. 44-45 Tabing Padang. To face competition in the corporate world, the Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) want to try creating good services as well as different flavors with other businesses in the hope of being able to satisfy existing customers and attract new customers. The purpose of the design of this website is to provide information to the public about Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) to be more known and can increase the value in the region field, moreover as an effective promotional and media can cover the whole world through online media which can be accessed at any time.

The design of this website is done through several stages, namely data collection, data analysis and design. The process of data collection through interviews with owners and employees of Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill), observation and documentation. While the process of analysis of the data using analysis S.W.O. T analysis: Strength (strength), Weakness (Weakness), Opportunities (Opportunity), Threats (Threats).

The result of designing websites are 1366 x 768 pixels, showing 5 dish menu, namely: home (home), about (about), menu, gallery (Gallery), contact us (contact) in the Indonesian Language and the language of the United Kingdom. The result of designing this website consists of the major media outlets (prime media) and supporting media (supporting media). Major media Websites, while media advocates in the form of Web banners, posters, Paper Bag, X-Banner, t-shirts, Totebag, Flag chain and Mug.

Key Words: Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill), Website, Design

¹Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

A. Pendahuluan

Kota Padang merupakan kota wisata yang mempunyai predikat sebagai Kota Seni dan Budaya. Kota Padang dikenal tidak hanya oleh masyarakat domestik tetapi sampai masyarakat mancanegara sebagai tujuan wisata. Hal inilah salah satu yang menyebabkan orang-orang memanfaatkan potensi tersebut sebagai alasan untuk membuka usaha di Padang. Diantara bisnis yang sedang marak di Kota Padang yaitu bisnis restoran. Usaha resto atau restoran merupakan suatu usaha dalam bidang jasa boga yang memberikan pelayanan terhadap pemesanan makanan dan minuman untuk jamuan makan, baik yang berskala besar maupun kecil. Usaha restoran saat ini semakin populer baik di pusat kota maupun di daerah pinggiran kota.

Marsum (2005 : 2) menjelaskan “restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman”. Berdasarkan penjelasan diatas disimpulkan bahwa restoran adalah tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial.

Salah satu *restaurant* yang ada di Kota Padang yaitu *Aroma Kitchen*, terletak di Jl. Prof. Dr. Hamka no. 44 - 45 Tabing Padang, Sumatera Barat, Indonesia. *Aroma Kitchen* didirikan oleh Bapak Arnold Kurniawan pada tanggal 13 Maret 2016. *Aroma Kitchen* sudah memiliki *tagline* yaitu *Family Restaurant & Grill*, artinya *restaurant* ini menyediakan tempat untuk keluarga

yang datang ke *restaurant* ini, sehingga *restaurant* ini dikenal dengan nama “*Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*”. Menu makanan yang disediakan oleh *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* adalah *Indonesian food, Japanese food, dan Western food*.

Dalam menghadapi persaingan di dunia usaha, *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* ingin mencoba menciptakan pelayanan yang baik serta cita rasa yang berbeda dengan usaha lainnya. Hal ini merupakan upaya bagi *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* untuk mampu memuaskan pelanggan yang sudah ada, termasuk menarik pelanggan baru lainnya. *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* memberikan cita rasa makanan Indonesia, Jepang dan Barat otentik dengan harga yang sangat kompetitif sehingga menjadi suatu diferensiasi yang menarik. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, konsumen yang datang ke *Aroma Kitchen* biasanya dikunjungi masyarakat pada umumnya keluarga.

Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) yang seharusnya dikunjungi oleh banyak masyarakat baik dalam maupun luar daerah, dikarenakan tempatnya yang strategis, harga yang terjangkau dengan konsep interior dan suasana yang nyaman, mewah, luas dan fasilitas yang lengkap (seperti lantai 1 dikonseptkan untuk keluarga, lantai 2 *roof top* dengan *live music*, mushola, ruangan VIP, dan pelataran parkir yang luas) namun kurang diketahui oleh masyarakat dalam maupun luar daerah. *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* menyajikan menu khas berupa bermacam-macam menu masakan seperti *grilled, western, appetizer, vegetable, soup, ramen & pasta, Indonesian*

favorite, rice bowl, dll. Selain itu menu-menu lain yang ada di restoran ini terbilang lengkap dan harga yang relatif terjangkau bagi kalangan menengah keatas.

Owner Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) mengatakan bahwa “kurangnya promosi tentang *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* ini”. Kendala yang ada adalah promosi yang dilakukan masih sangat minim dan media promosi yang sudah ada yaitu *neon box* yang diletakkan di depan *restaurant*, termasuk media sosial di internet seperti *facebook* dan *instagram*. Promosi juga hanya dilakukan dari lewat mulut ke mulut sehingga masih banyak yang belum mengetahui keunggulan restoran ini.

Berdasarkan permintaan *owner Aroma Kitchen*, untuk mempromosikan *restaurant* ini melalui *website*. *Website* ini memiliki kelebihan dibandingkan media lainnya, efektif dan efisien maksud dari efektif yaitu jangkauannya luas sehingga dapat dilihat dengan mudah ketika mengunjungi *website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*, sedangkan efisien yaitu dapat diakses oleh siapa saja dan kapan saja. Selain itu pada zaman sekarang *website* sangat dibutuhkan oleh khalayak ramai untuk mengetahui berbagai informasi, seperti lokasi dan menu-menu yang disediakan.

Dari hal tersebut, penulis memilih *Website* menjadi media utama dengan target audience adalah keluarga, baik anak-anak, remaja, maupun dewasa. Penulis memilih media *website* dengan tujuan membantu memperkenalkan *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* kepada masyarakat luas dengan lebih mudah melalui media *online*. Berdasarkan permasalahan di atas, penulis

tertarik untuk membuat karya akhir ini dengan judul “**Perancangan Website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) di Kota Padang**”.

B. Kajian Teoritis

1. Website

Website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web (WWW)* di internet. *Website* atau situs dapat juga diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, dan gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). Bersifat statis apabila isi informasi *website* tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik *website*. Bersifat dinamis apabila isi informasi *website* selalu berubah-ubah dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna *website*.

a. Kriteria Website yang Baik

1) Waktu loading yang cepat

Dari sudut pandang manapun, waktu *loading* yang cepat harus menjadi perhatian utama. Apabila *website* gagal ditampilkan dengan sempurna dalam beberapa detik, biasanya pengunjung baru enggan berlama-lama menunggu dan memutuskan untuk

meninggalkan *website* tersebut. Letakkan sesuatu di beberapa detik pertama tersebut yang bisa menarik perhatian pengunjung.

2) Tidak memiliki halaman antara

Halaman antara adalah halaman yang ditampilkan sebelum halaman utama ditampilkan yang biasanya disebut dengan *splash page*.

3) Tidak memuat *file multimedia* yang terlalu banyak

Video dan audio konten multimedia yang cukup mengganggu pengunjung dan memang tidak efektif. Biasanya pengunjung akan langsung mengecilkan volume atau bahkan menutup *website* tersebut.

4) Struktur Halaman *Website*

Struktur halaman *website* merupakan kerangka dimana halaman-halaman *website* disusun dan dihubungkan satu dengan yang lainnya. Berikut merupakan halaman yang harus ada dalam *website* antara lain:

a) Halaman Depan (*Home page*)

Halaman depan merupakan halaman pertama yang dilihat oleh pengunjung dan juga merupakan halaman yang paling penting dalam mendapatkan urutan pencarian

b) Halaman Produk/ Jasa

Jumlah halaman produk/ jasa hendaknya disesuaikan dengan jumlah produk/ jasa yang ditawarkan.

c) Halaman Informasi

Halaman informasi merupakan halaman-halaman yang memberikan informasi kepada pengunjung.

d) Halaman Keanggotaan

Halaman keanggotaan merupakan bagian yang penting sekali untuk pengembangan *website* di masa mendatang untuk mengetahui siapa saja pengunjung dan perkembangan jumlah pengunjung aktif

e) Halaman Kontak

Halaman kontak berisi cara-cara untuk menghubungi pengurus *website*, bisa melalui *email*, telepon, *fax*, *chatting*, surat ataupun dengan cara mengisi formulir pertanyaan atau komentar secara *online*.

5) Content / isi

Content yang baik akan menarik, relevan dan pantas untuk target *audience* situs *web* tersebut. *Video* dan *audio* termasuk dalam *content* multimedia yang cukup mengganggu pengunjung.

6) Struktur dan navigasi *website*

Untuk memberikan kemudahan dalam mengelola suatu *website*, suatu *website* sebaiknya mempunyai struktur yang terorganisir dengan baik misalnya penempatan konten *website* seperti *header*, *footer*, menu navigasi dan blok iklan.

7) Desain Visual

Desain Visual digunakan untuk menciptakan kejelasan kegunaan. Seorang desainer visual harus mengerti tujuan dari situs tersebut dan desainnya harus dapat mengkomunikasikan, mendukung, dan menyempurnakan tujuan situs tersebut secara visual.

b. Desain Tampilan *Website*

Suatu situs yang baik memiliki suatu kesatuan desain bisa dikatakan memiliki kesamaan tema dalam halaman-halaman *webnya*. Hal ini penting dalam hal estetika maupun segi navigasi. Kesamaan desain yang biasanya dipertahankan antara lain kesamaan jenis *font* yang digunakan, warna, tombol navigasi, *layout*, *icon* dan lain sebagainya, sangatlah penting bagi *web designer* untuk mengetahui aturan-aturan yang berlaku dalam membuat desain suatu *website*

Membangun suatu *website*, seorang *web designer* sebaiknya memperhatikan prinsip-prinsip desain yang ada antara lain:

1) Unik

Unik dalam mendesain suatu *website* adalah kesadaran seorang designer untuk tidak meniru atau menggunakan karya orang lain.

2) **Komposisi**

Untuk memperindah tampilan *website*, seorang *web designer* harus betul-betul memahami komposisi, baik bentuk maupun warna yang akan digunakan dalam *website* yang digunakan.

3) **Simple**

Banyak dari seorang *web designer* yang memegang prinsip “*simplicity*”. Hal ini ditujukan agar tampilan *website* terlihat rapi, sederhana bersih dan *informative*, sehingga mudah digunakan *user*.

4) **Semiotik**

Arti semiotik adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda. Hal ini diharapkan pengunjung dapat dengan mudah dan cepat mengerti ketika melihat tanda dan gambar yang ada dalam suatu *website*.

5) **Ergonomik**

Ergonomik dalam mendesain suatu *website* adalah manfaat yang akan didapatkan pengunjung dalam membaca dan kecepatan yang akan diperoleh pengunjung dalam mencari informasi.

6) **Focus**

Focus adalah hierarki prioritas dari pesan yang akan disampaikan. Adanya *focus* tersebut, diharapkan pengunjung dapat memahami dan menentukan pesan mana yang lebih dahulu harus dibaca atau dilihat.

7) **Konsistensi**

Konsistensi adalah pemilihan bentuk atau *style* yang digunakan pada elemen-elemen perancangan *website* dan digunakan pada semua halaman *website*. *Website* yang konsisten akan memberikan identitas tersendiri dan mampu memperlihatkan visi serta misi *website* tersebut.

c. **Elemen-Elemen Desain Website**

Desain grafis khususnya dalam halaman-halaman *website* terdiri dari beberapa elemen sebagai berikut (Ariesto Hadi Sutopo, 2002) :

- 1) Teks adalah bagian paling utama untuk menampilkan informasi.
- 2) *Grafik atau image* merupakan elemen yang dapat membantu menjelaskan informasi. Penggunaan *grafik* maupun *image* orang lebih mudah memahami suatu pesan.
- 3) Animasi merupakan sarana untuk menampilkan informasi dengan baik, disamping itu animasi merupakan daya tarik yang mudah diingat pengunjung.
- 4) *Video* dapat merupakan hasil suatu rekaman dengan kamera *video*, HP maupun hasil pengolahan komputer.
- 5) Suara melengkapi desain *website*, memberikan efek khusus pada suatu tampilan animasi serta memberikan kenyamanan bagi pengunjung yang mendengarkannya.
- 6) Interaktif *link* dapat menggunakan *button* yang berupa teks, *symbol*, *grafik*, maupun *image*, yang berfungsi untuk memudahkan pengunjung menelusuri suatu *website*.

d. **Konsep Desain Website**

Mendesain tampilan *website* sangat berkaitan dengan desain grafis, dan pada dasarnya mengikuti prinsip desain grafis secara

umum. Tampilan desain *website* yang dibuat harus komunikatif, estetis, dan ekonomis. Untuk itu seorang *web designer* perlu memperhatikan pedoman-pedoman yang ada untuk membuat tata letak suatu tampilan, yaitu dalam mengatur elemen-elemen *layout*. Pedoman yang dimaksud adalah :

- 1) Kesatuan, elemen-elemen *layout* dari halaman harus di tempatkan sedemikian rupa sehingga merupakan kesatuan informasi pada suatu halaman atau beberapa halaman.
- 2) *Balance*, elemen-elemen *layout* dari halaman harus di tempatkan sedemikian rupa sehingga terdapat kesinambungan secara keseluruhan.
- 3) Kontras, diperlukan untuk menonjolkan bagian yang dianggap lebih penting dari bagian lainnya. Kontras dapat dinyatakan dengan membedakan ukuran serta warna dari elemen *layout*.
- 4) Kontinuitas, informasi lebih dimengerti oleh pengguna bila mempunyai aliran-aliran yang baik, sedikit gangguan yang menghambatnya. Suatu aliran informasi dapat dikatakan kontinyu dan harmonis bila tampilannya mencerminkan kesinambungan dari satu bagian ke bagian yang lain. Kontinuitas dapat dibuat dengan membuat halaman-halaman yang mempunyai gaya, bentuk atau warna yang memberikan pengguna merasakan kesinambungan dengan halaman lainnya.

2. Teori warna

Warna adalah suatu hal yang penting dalam menentukan respons dari orang, warna adalah hal pertama yang dilihat oleh seseorang. Setiap warna akan memberikan kesan dan identitas tertentu, walaupun hal ini tergantung dari latar belakang pengamatnya, ilmu tentang warna disebut juga “Chromatics” (Nugroho, 2008:1).

Menurut Rakhmat Supriyono 2010:72, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:

- 1) *Hue* yaitu pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti merah, biru, hijau, kuning dan seterusnya.
Berdasarkan *Hue*, warna dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:
 - a) Warna primer (*primary colors*) terdiri dari merah, kuning, dan biru.
 - b) Warna sekunder (*secondary colors*), merupakan campuran dua warna primer dengan perbandingan seimbang (1:1), menghasilkan warna *orange* (merah+kuning), hijau (kuning+biru), dan ungu (biru+merah). Jika warna primer dicampur dengan sekunder akan terjadi warna-warna tersier (*tertiary colors*), yaitu kuning-*orange*, merah-*orange*, merah-ungu, biru-ungu, biru-hijau, dan kuning-hijau.
- 2) *Value* yaitu terang dan gelapnya warna.
- 3) *Intensity* yaitu tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

3. Restoran

“Restoran adalah suatu usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara professional” (Soekresno, 2001:16-17). “Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan

dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makan maupun minum”
(Marsum, 1999: 7).

a. Klasifikasi Restoran

Ditinjau dari pengelolaan dan sistem penyajian, Soekresno (2001: 17) menyebutkan restoran dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:

- 1) *Formal Restaurant* (Restoran Formal), adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan pelayanan yang eksklusif.
- 2) *Informal Restaurant* (Restoran Informal), adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan kepraktisan dan percepatan frekuensi yang silih berganti pelanggan.
- 3) *Specialties Restaurant*, adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makanan khas dan diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari suatu negara tertentu.

Dilihat dari pengelolaan dan sistem penyajian, Marsum (1999:8-11) menjelaskan:

Restoran dapat dibedakan menjadi beberapa tipe yaitu: *A'la Carte restaurant, Table D'hote restaurant, Coffee shop atau Brasseur, Cafeteria atau Café, Canteen, Continental Restaurant, Carvery, Dining room, Discotheque, Fish and Chip Shop, Grill Room, Inn Tavern, Night Club/ Super Club, Pizzeria, Pan Cake House/Creperie, Pub, Snack Bar/ Café/ Milk Bar, Specially Restaurant, Terrace Restaurant, Gourmet Restaurant, Family Tipe Restaurant, Main Dining room.*

Berdasarkan ciri-ciri yang disebutkan oleh Marsum dalam Buku *Restoran & Segala Permasalahannya* maka *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* termasuk gabungan *A'la Carte Restaurant*, *Table D'hote Restaurant*, dan *Family Restaurant*. Sedangkan jika ditinjau dari pengelolaan dan sistem penyajian menurut Soekresno, *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* dapat dikategorikan dalam jenis restoran informal, yang lebih mengutamakan kecepatan pelayanan kepraktisan dan percepatan frekuensi yang silih berganti pelanggan.

b. Tujuan dan Manfaat Restoran

“Restoran mempunyai tujuan untuk mengejar keuntungan demi kelangsungan hidup usahanya, namun disamping untuk mencari untung, membuat para tamu merasa puas merupakan tujuan operasi restoran yang utama” (Marsum, 1999: 7). Untuk mewujudkan tujuan bisnis tersebut restoran-restoran saling berlomba meningkatkan mutu makanan serta pelayanan dengan sebaik-baiknya dengan harapan bisa mendapatkan tamu sebanyak-banyaknya sehingga dapat memperoleh hasil atau keuntungan yang setinggi mungkin

C. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan sebagai dasar perancangan media promosi *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* di Kota Padang menggunakan analisis data SWOT. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008: 64), menjelaskan “mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan”. Pemasar harus melakukan analisis

SWOT di mana ia menilai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*) dan mampu membuat ancaman (*Threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru. Berikut analisis SWOT *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* :

1. *Strength* (kekuatan)

Menurut hasil analisa penulis terhadap *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*, restoran ini memiliki beberapa *strength* yang menunjang dalam konsep perancangan *website*. *Strength* tersebut dapat diuraikan seperti di bawah ini :

- a. *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* merupakan restoran yang menyediakan menu khas yang cukup lengkap dengan berbagai aneka masakan seperti *Indonesian food*, *Japanese food*, dan *Western food* yang ada di Kota Padang.
- b. *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* terletak di pinggir jalan raya yang ramai sehingga sangat strategis untuk dapat menarik pengunjung.
- c. *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* memiliki tempat yang nyaman dan luas sehingga memungkinkan untuk dijadikan sebagai tempat melakukan acara-acara tertentu seperti pesta ulang tahun, arisan, maupun acara keluarga.
- d. *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* juga dilengkapi fasilitas yang lengkap seperti lantai 1 dikonsepsikan untuk keluarga, lantai 2 *roof*

top dengan *live music*, mushola, ruangan VIP, dan pelataran parkir yang luas.

2. Weakness (kelemahan)

Adapun kondisi kelemahan yang terdapat dalam konsep perancangan yang dimiliki oleh *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* yaitu belum memiliki media promosi yang efektif dan tepat sasaran sehingga belum banyak masyarakat yang belum mengetahui keunggulan restoran ini.

3. Opportunity (peluang)

Merupakan kondisi peluang di masa datang yang terjadi. Beberapa peluang yang dimiliki oleh *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* yaitu :

- a. Dengan konsep *Family Restaurant* yang berbeda dengan restoran lain menjadikan *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* ini berbeda dari restoran lainnya.
- b. *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* masih memiliki sedikit pesaing yang ada di wilayah Tabing dan Kota Padang.
- c. Banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah Kota Padang sehingga memungkinkan *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* untuk menjadi tempat tujuan bagi para wisatawan maupun keluarga.

4. Threat (ancaman)

Kondisi yang mengancam tersebut adalah semakin banyak restoran yang berdiri di daerah Padang sehingga semakin menambah daya saing *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*.

D. Pembahasan

1. Media Utama

Final desain *website* dibuat lebih menarik karena *website* adalah media utama dalam media promosi *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* dan memberi informasi lebih banyak dan lebih lengkap. Desain *website* dibuat dengan konsep minimalis dengan nuansa mewah dan elegan. Gaya desain ini diambil mengikuti konsep logo dan interior dari *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*. Konsep media promosi ini menghadirkan ilustrasi gabungan berupa foto menu makanan dan minuman *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*, serta bangunan dan ruangan. Pada desain *website* juga memberi *space* untuk kenyamanan membaca para pengunjung *website*.

Pada setiap sub judul membuat isi berbeda-beda. Pada halaman *home* tentu saja menjadi halaman utama saat *website* dibuka. Didalam *home* menampilkan foto gedung depan *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* dengan tampak *perspektif*, ditambah juga dengan *tagline* dari *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*.

Pada halaman *About*, berisi tentang sejarah singkat *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*, kapan berdiri dan konsep restoran yang

ditawarkan *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*. Pada halaman *about* terdapat pula gambar menu-menu yang bertujuan untuk membuat lebih menarik namun juga dapat membantu memperjelas dan memberikan gambaran dari teks yang ada.

Halaman Menu menampilkan macam-macam menu makanan seperti:

a. *Indonesian Food* (Makanan Indonesia)

Menampilkan informasi mengenai ragam makanan dari Indonesia dengan menyuguhkan 4 bagian detail gambar produk dan diskripsinya.

b. *Western Food* (Makanan Barat)

Menampilkan informasi mengenai ragam makanan cepat saji dari Barat dengan menyuguhkan 4 bagian detail gambar produk dan diskripsinya.

c. *Japanese Food* (Makanan Jepang)

Menampilkan informasi mengenai ragam makanan dari Jepang dengan menyuguhkan 4 bagian detail gambar produk dan diskripsinya.

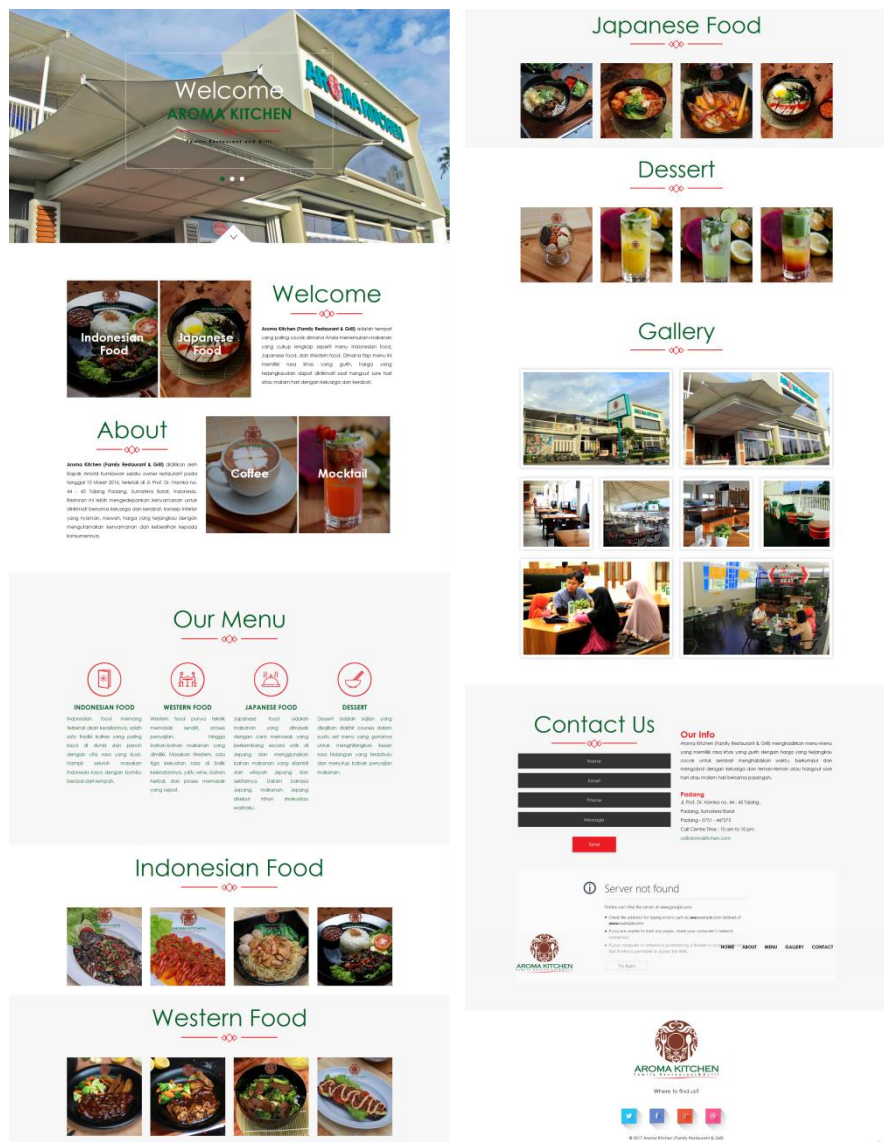
d. *Dessert*

Menampilkan informasi mengenai ragam minuman penutup dengan menyuguhkan 4 bagian detail gambar produk dan diskripsinya.

Halaman *Gallery* berisikan beberapa foto-foto gedung dan ruangan dari *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*.

Yang terakhir merupakan halaman *contact us* dan *map*. Pada bagian *contact us* berisi kontak yang bisa dihubungi bila memerlukan informasi

lebih lanjut mengenai *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*. Pada bagian map ini berisi peta lokasi *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* di Padang. Map pada website didukung dengan fitur *google map*, dimana orang yang mengakses dapat langsung mengetahui lokasi yang ingin dituju dengan menggunakan *GPS (google map)*.



Gambar 1
Final Desain Website *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*
Gambar : Laura Sriutami Junensa

2. Media Pendukung

a. Web Banner

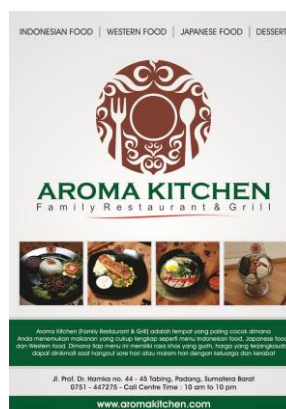
Final Desain *Web Banner* yang dipilih adalah alternatif 1, konsep desain *web banner* ini menampilkan logo, macam-macam menu, ilustrasi produk, dan *link website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*.



Gambar 2
Final Desain *Web Banner*
Gambar : Laura Sriutami Junensa

b. Poster

Final Desain Poster yang dipilih adalah alternatif 1, dalam konsep desain pembuatan poster, penulis masih mengandalkan tipografi, menonjolkan logo dan alamat *website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* beserta foto produk dengan susunan *picture window layout* dan *angular layout*.



Gambar 3
Final Desain Poster
Gambar : Laura Sriutami Junensa

c. Paper Bag

Final Desain *Paper Bag* yang dipilih adalah alternatif 3, Bentuk yang digunakan adalah persegi panjang dengan ukuran 30 x 10 x 15 cm. Untuk bagian depan dan belakang berupa logo, nomor telepon dan alamat *website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*.



Gambar 4
Final Desain *Paper Bag*
Gambar : Laura Sriutami Junensa

d. X-Banner

Final Desain *X-Banner* yang dipilih adalah alternatif 2, Dalam pembuatan *x-banner* akan menampilkan alamat *website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* selain logo, jenis menu, foto gedung dan ilustrasi produk dengan susunan *picture window layout*.



Gambar 5
Final Desain *X-Banner*
Gambar : Laura Sriutami Junensa

e. *T-Shirt*

Final Desain *T-Shirt* yang dipilih adalah alternatif 3, Desain yang digunakan kaos ini cukup sederhana, warna dasar kaos adalah putih, pada bagian depan pencantuman logo *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* dan pada bagian belakang dicantumkan nomor telepon dan alamat *website*.



Gambar 6
Final Desain *T-Shirt*
Gambar : Laura Sriutami Junensa

f. Tote Bag

Final Desain *Tote Bag* yang dipilih adalah alternatif 1, *Tote Bag* ini dibuat dengan ukuran 35 x 40 cm. Pada desain *Tote Bag* ilustrasinya hanya menampilkan logo, tagline *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*, alamat *website*, nomor telepon dan jenis menu.



Gambar 7
Final Desain *Tote Bag*
Gambar : Laura Sriutami Junensa

g. Flag Chain

Final Desain *Flag Chain* yang dipilih adalah alternatif 1, bentuk desain dengan visualisasi logo *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* dengan dipadukan *tagline*. Ukuran yang digunakan adalah 15 x 15 cm.



Gambar 8
Final Desain *Flag Chain*
Gambar : Laura Sriutami Junensa

h. Mug

Mug ini didesain dengan menonjolkan ilustrasi logo *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*, jenis menu dan alamat *website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*.



Gambar 9
Final Desain *Mug*
Gambar : Laura Sriutami Junensa

E. Kesimpulan dan Saran

Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill) merupakan sebuah *restaurant* di kota Padang yang memiliki kualitas, baik dalam menu masakan yang disajikan, pelayanan, maupun suasana interior yang nyaman dan mewah. Namun dengan semua potensi yang dimiliki, *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* masih belum dapat meraih jumlah konsumen yang stabil setiap harinya. Hal tersebut disebabkan promosi yang dilakukan masih kurang efektif untuk memperbaiki kelemahan yang dimiliki *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*. Perancangan media promosi berupa *website* ini diharapkan dapat mewujudkan tujuan awal yaitu memperkenalkan *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* yang ada di kota Padang beserta menu-menu yang ditawarkan. Disamping perancangan desain *website* juga dibuat

rancangan desain yang merupakan bagian dari rangkaian yang memperkenalkan *website* ke masyarakat melalui beberapa media pendukung diantaranya: *Web banner*, *Poster*, *Paper Bag*, *X-Banner*, *T-shirt*, *Totebag*, *Flag chain* dan *Mug*. Pembuatan sarana promosi ini secara keseluruhan diharapkan dapat meningkatkan *volume* kedatangan konsumen ke *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* di kota Padang serta meningkatkan penjualan produknya.

Berdasarkan kesimpulan *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* diatas penulis membuat beberapa saran yaitu:

1. Bagi pihak *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* di kota Padang, diharapkan perancangan media promosi *website Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* di kota Padang ini dapat digunakan sebagai salah satu alternatif media promosi bagi *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)*.
2. Bagi *target audiens* untuk dapat meningkatkan kunjungan ke *Aroma Kitchen (Family Restaurant & Grill)* di kota Padang.
3. Bagi desainer sangat penting untuk menciptakan karya yang baik dalam Desain Komunikasi Visual, maka perlu menggunakan komponen-komponen visual yang tepat dimulai dari *layout* (tata letak), *font*, warna yang harmoni agar tercipta keindahan, mudah dipahami dan mudah dibaca.

DAFTAR RUJUKAN

Aristo, Hadi Sutopo. 2002. *Analisis dan Desain Berorientasi Objek*, Jakarta: J&J Learning.

Marsum, W. A. 1999. *Restoran & Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset.

Supriyanto, Aji. 2010. *Pengantar Teknologi dan Informasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.

Soekresno. 2001. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel Buku Panduan Sekolah Pariwisata & Manajemen Restoran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

<http://preaxz.com/category/desain-web/>, diakses tanggal 21 Oktober 2016

<http://anto-dwiharja.com/index.php>, diakses tanggal 21 Oktober 2016