

**DESAIN WEB PT. ANDALAS MULTIMEDIA PROMOSINDO**

**JURNAL**

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



Oleh:

**GITA PRIMA DONA**  
**NIM. 1301251/2013**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode Maret 2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**JURNAL**  
**“DESAIN WEB PT. ANDALAS MULTIMEDIA PROMOSINDO”**

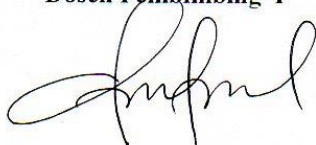
**Gita Prima Dona**

*Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Gita PrimaDona “Desain Web PT. Andalus Multimedia Promosindo” untuk persyaratan wisuda periode Maret 2018 dan telah diperiksa/ditetujui oleh kedua pembimbing.*

Padang, 12 Februari 2018

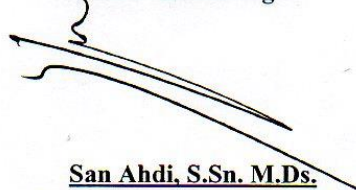
Disetujui dan Disahkan oleh:

**Dosen Pembimbing I**



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

**Dosen Pembimbing II**



**San Ahdi, S.Sn. M.Ds.**  
**NIP. 19791216.200812.1.004**

Mengetahui:

Ketua Jurusan Seni Rupa,



**Drs. Svalwan, M.Si.**  
**NIP.19570101.198103.1.010**

# DESAIN WEB PT. ANDALAS MULTIMEDIA PROMOSINDO

Oleh

**Gita Prima Dona<sup>1</sup>, Dini Faisal<sup>2</sup>, San Ahdi<sup>3</sup>**

Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email: primadonagita56@gmail.com

## ABSTRAK

Andalas Mutimedia Promosindo merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dibidang *advertising* ( *Outdoo & Indoor Promotion*) dan *event organizer*, yang berada dikawasan Kota Padang tepatnya di Jl. No. 25 Padang. Awal mulanya, perusahaan ini bergerak dibidang *Event Organizer*, tetapi seiring berjalannya waktu perusahaan ini juga melayani beberapa jasa desain grafis, dan *digital printing*. Dengan demikian ketatnya persaingan antar kompetitor, maka dibutuhkan sebuah media komunikasi visual yang baru dan dapat menarik perhatian target audiens, yaitu promosi melalui media *website*. Pemilihan media ini sesuai dengan kebutuhan PT. Andalas Multimedia Promosindo.

Metode perancangan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo ini, didasari oleh belum optimalnya tampilan desain *web* dan informasi yang lengkap dari perusahaan tersebut. Metode yang digunakan yaitu pendekatan 5W+1H yang dijadikan sebaga konsep dasar pemecahan masalah yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (dimana), dan *how* (bagaimana) sehingga, pendekatan ini menjadi metode yang efektif dan komunikatif.

Media utama yng digunakan dalam desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo yaitu, media *website*. kemudian media pendukung yang digunakan yaitu, *web banner*, poster, *promotion card*, *sticker*, *t-shirt*, *tote bag*, dan *name card*.

**Kata Kunci : Desain Web, Website, Promosi**

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda Maret 2018

<sup>2</sup>Pembimbing 1, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

<sup>3</sup>Pembimbing 2, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

## **ABSTRACT**

*Andalas Multimedia Promosindo merupakan is one of bussines entity in advertising (Outdoor & Indoor Promotion) and event organizer, that located in Padang city exactly in kalawi street no. 25 Padang. In the beginning, this company engage in the Event Organizer, but as time be run out, this company also served some of graphic design services and digital printing. Therefore tight of competition between, so it needed a new visual media of comunication and can draw attention to audience, is promotion by use media website. Chosen this media is available with needed of Andalas Multimedia Promosindo company.*

*Method of designing web design of Andalas Multimedia Promosindo this company, in basicly by not optimally view of web design yet and information that complete from the company. Method that using is 5W+1H approach that made as basic concept of problem solution is what, who, where, when, why, and how and how so, this approached being method that effectife and comunicatif.*

*The first, media that using at web design of Andalas Multimedia Promosindo company is website media. Then supporting media that uses is web banner, poster promotion card, sticker, t-shirt, totebag, and name card.*

**Keyword : Web design, Website, Promotion**

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda Maret 2018

<sup>2</sup>Pembimbing 1, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

<sup>3</sup>Pembimbing 2, dosen FBS, Universitas Negeri Padang

## **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan dan kemajuan internet telah menjadi suatu kebutuhan dalam media iklan dan promosi yang semakin *modern*, cepat dan praktis. Hal ini sangat mempengaruhi aktifitas masyarakat luas untuk mendapatkan informasi secara cepat dan akurat. Informasi yang biasanya memerlukan waktu yang lama, kini hanya dalam hitungan detik informasi yang diinginkan sudah dapat di akses dengan cepat dan mudah. Sebagian besar perusahaan saat ini telah memiliki situs *web* atau *website* sebagai media promosi dan komunikasi *online*. Kedua media ini, salah satunya digunakan untuk mempermudah pengunjung *website* mendapatkan *update* produk maupun jasa. Media promosi

web atau *website* melalui jaringan internet sangat membantu suatu perusahaan untuk mempromosikan produk maupun jasa serta membangun hubungan dengan konsumen atau pengunjung *website*. Teori ini bersumber dari teori Sutherland dan Sylvester (2005:321) mengatakan bahwa situs *web* perusahaan bermula sebagai mengiklankan dan menyediakan titik temu bagi pelanggan. Namun, berkembang lebih jauh menjadi fokus terhadap bagi pengunjung untuk membangun relasi lebih erat dengan pengunjung *website*. Jadi *web* atau *website* media iklan dan promosi melalui jaringan internet mempermudah usaha perusahaan bergerak ke arah yang lebih *modern* dan mampu bersaing di dunia pasar global.

PT. Andalas Multimedia Promosindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa desain grafis, produksi cetak dan *event organizer*, memiliki permasalahan dalam memperkenalkan profil perusahaan. Hal ini dikarenakan kurang optimalnya media promosi *web* yang sudah ada. Manajemen pemasaran media promosi yang telah digunakan selama ini hanya dilakukan seperti media cetak, *wordpress*, dan *website* yang setiap halamannya hanya ada 3 menu navigasi. Hal ini berdasarkan hasil wawancara pada 3 Maret 2017 dengan salah satu karyawan PT. Andalas Multimedia Promosindo, yang bernama Sony Novrianto mengakui media promosi yang digunakan untuk memperkenalkan PT. Andalas Multimedia Promosindohnya menggunakan media cetak, *wordpress*, dan *website* yang ada saat ini masih kurangnya menampilkan informasi, serta hanya menampilkan tiga menu navigasi yaitu *profile*, visi & misi dan jenis layanan saja.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan *brand image* perusahaan dan penjualan produk maupun jasa yang baik, maka dibangunlah media promosi melalui *website*, sehingga diharapkan selain menjadi media promosi dan informasi juga dibutuhkan oleh pengunjung *website* dapat mengakses dengan cepat dan mudah serta, dengan tampilan yang menarik untuk dilihat para pengunjung jasa desain grafis dan cetak agar media promosi PT. Andalas Multimedia Promosindo ini lebih optimal, bersifat kekinian, efektif dan komunikatif.

Media promosi yang digunakan adalah media Desain *web* (*web design*). Desain *web* merupakan sebuah proses desain dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Mendesain sebuah *website* berada pada proses diantara seni, ilmu pengetahuan, dan pemecahan masalah (James dan Jason, 2016:2). Proses desain *web* adalah membawa kembali informasi yang telah ada, untuk di analisis dan mengembangkan pemahaman sebuah informasi, produk, dan layanan yang ingin ditawarkan serta, mengatur elemen-elemen visual didalamnya.

James dan Jason (2016:5) menjelaskan:

permulaan dari proses yang dikenal sebagai **arsitektur informasi**, atau disingkat dengan AI. Bagi *website* yang luas dan aplikasi-aplikasi web yang kompleks, arsitektur informasi merupakan sebuah pekerjaan tersendiri, namun prinsip-prinsip dari bidang ini apat memberikan dasar yang kuat untuk *website-website* terkecil sekalipun.

Pemilihan media promosi desain *web* saat ini, menjadi salah satu bagian terpenting dalam kegiatan promosi dari perusahaan PT. Andalas Multimedia yang menyediakan layanan jasa desain grafis dan produksi cetak di bidang

*advertising*. Jadi, perusahaan tersebut sangat memerlukan adanya media promosi desain *web* yang efektif dan komunikatif.

Proses perancangan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo masalah yang diidentifikasi sangatlah luas, dan memerlukan jangka waktu yang relatif lama dan panjang serta keterbatasan kemampuan dalam menyusunnya. Oleh karena itu, diperlukan pembatasan ruang lingkup permasalahan masalah mengenai desain *web* PT. Andalas Multimedia yaitu bagaimana konsep dan perancangan desain *web* yang menarik sebagai media promosi dan komunikasi visual yang efektif, jelas, dan tepat pada sasaran agar pesan dan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pengguna jasa desain grafis, serta mampu menunjang kemajuan pada perusahaan PT. Andalas Multimedia Promosindo.

Tujuan dari penulisan ini adalah menjelaskan cara yang digunakan dalam pemecahan masalah mengenai desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo, meningkatkan *brand name* perusahaan serta meningkatkan penjualan layanan jasa dan produksi sebagai suatu perusahaan yang bergerak dibidang layanan jasa dan produksi cetak media *outdoor* dan *indoor* agar informasi yang disampaikan dapat diakses dengan cepat dan mudah. Manfaatnya adalah untuk masalah yang dihadapi oleh PT. Andalas Multimedia Promosindo dalam membuat desain *web* yang komunikatif dan efektif. Berdasarkan penjelasan di atas maka sangat diperlukan desain *web* yang menarik, komunikatif dan efektif. Dengan demikian judul Karya Akhir ini adalah **“Desain Web PT. Andalas Multimedia Promosindo”**

## B. METODE ANALISIS DATA

Untuk memperkuat analisis perlu didukung dengan metode analisis data, pada situs *web* atau *website* sebagai media promosi PT. Andalas Multimedia Promosindo. Pada metode analisis ini, menggunakan metode analisis kualitatif dengan teknik pengumpulan data antara lain, dengan wawancara, kuisioner, daftar pertanyaan, dan observasi. Kemudian menggunakan Analisis 5W+1H yaitu, what (apa), why (Mengapa), Who (siapa), when (kapan), where (dimana), dan How (bagaimana) digunakan untuk membantu dalam pemecahan masalah yang ada dalam penelitian.

### 1. *What (apa), apa masalahnya?*

PT. Andalas Multimedia Promosindo atau Alsindo merupakan salah satu perusahaan *advertising* yang berdiri pada 02 Desember 2013. Saat ini belum optimalnya media promosi *webyang* kini menjadi bagian penting dalam kegiatan promosi.

### 2. *Who (Siapa), siapa target audience nya?*

Yang menjadi target *audience* dari Desain *web* Jasa dan produksi PT. Andalas Multimedia Promosindo adalah masyarakat umum yang memiliki bidang usaha dari kalangan kelas sosial menengah sampai kelas menengah atas.

### 3. *When (kapan), kapan masalah ini terjadi?*

Sejak berdirinya PT. Andalas Multimedia Promosindo



**4. *Where* (dimana), dimana masalah ini terjadi?**

Di tempat berdirinya saat ini di Jalan Kampung Kalawi no. 25 di KotaPadang, Perusahaan Alsindo ini belum optimalnya media Promosi *Web* yang telah ada.

**5. *Why* (mengapa), mengapa masalah ini terjadi?**

Karena PT. Andalas Multimedia Promosindo belum memahami perlunya *Web* oleh pemilik perusahaan tersebut.

**6. *How*(bagaimana), bagaimana cara mengatasi masalah ini?**

Dari beberapa penjelasan di atas, penulis memilih media *web design* sebagai media promosi untuk mengoptimalkan media promosi yang bersifat jangka panjang melalui media promosi *website*. dari PT. Andalas Multimedia Promosindo yang baru beroperasi sejak bulan september 2016.

Tujuan dari analisa 5W+1H ini adalah untuk memberikan gambaran hasil analisis yang digunakan sebagai dasar atau landasan penyusunan objektif dan strategi lembaga. Terlihat jelas dari analisa 5W+1H diatas bahwa PT. Andalas Multimedia Promosindo membutuhkan media *webdesign* sebagai media promosi Selain media ini mudah diakses, komunikatif dan tidak membosankan untuk menyampaikan pesan kepada target *audience*, informasi yang disampaikan didalamnya dibuat berdasarkan sebuah bentuk aktualitas dan realitas yang ada.

## C. PEMBAHASAN

### 1. Media Utama

*Website* merupakan sebuah media promosi yang digunakan sebagai media utama desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo. Situs *web* atau *website* dapat diartikan sebagai kumpulan yang menampilkan informasi PT. Andalas Multimedia Promosindo melalui jaringan internet. Salah satu komponen internet paling populer saat ini yaitu, *world wide web* (WWW) yang menampilkan teks, suara, grafik, foto, dan video yang menjadi bagian komersial di internet (Morissan 2010:317-318). Tujuan dari perancangan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo ini dirancang untuk mempromosikan, profil perusahaan untuk meningkatkan *brand name* dan penjualan layanan jasa dan produksi cetak serta membangun relasi bagi pengunjung halaman *website*. Konsep teori perancangan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo bersumber dari teori Sutherland dan Sylvester (2005:321) menjelaskan:

Dewasa ini, merek apa pun dari substansi apapun memiliki sebuah situs web. Situs web sebuah perusahaan sering hanya bermula sebagai salah satu “mengiklankan” dan menyediakan titik temu dengan pelanggan yang sudah ada maupun calon pelanggan potensial. Namun, situs itu segera berkembang lebih jauh. Fokusnya membangun jalan bagi pengunjung untuk menikmati suatu pengalaman dan digunakan untuk membangun relasi lebih erat dengan mereka. internet tersebut, ini berarti bahwa bisnis melalui internet masih sangat menjanjikan. Dengan kata lain, calon pembeli di pasar internet adalah 12 juta orang sampai akhir 2004.

Penulis merancang desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindodengan pemilihan bentuk *layout*, menu navigasi dan tipografi yang sesuai konsep perancangan yang sederhana dan dinamis dengan penyusunan elemen-elemen visual seperti, *layout*, warna, garis, dan sebagainya dengan bantuan teknologi (Supriyono, 2010:9)

## **2. Pendekatan Verbal**

Pendekatan verbal yang digunakan perancangan “ Desain *Web* PT. Andalas Multimedia Promosindo berupa penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang sering digunakan beberapa *website* pada umumnya, ringan, dan mudah dimengerti oleh target *audience* khususnya seorang wirausaha, tema yang diangkat seputar informasi layanan jasa dan produksi cetak, bisa melakukan pemesanan dan pembayaran langsung melalui bank PT. Andalas Multimedia Promosindo.

## **3. Pendekatan Visual**

### **a. Tipografi**

Tipografi sangat penting dalam dunia seni dan desain. promosi *website* ini menurut teori Evans (2006) dalam Aryanto membutuhkan pemahaman tentang potensi komunikasi visual seperti, huruf yang akan dipilih mempertimbangkan nilai mudah baca. Tipografi yang dipilih dalam perancangan ini adalah jenis Pada perancangan media promosi melalui *website* Perusahaan Andalas Multimedia Promosindo ini, jenis huruf yang digunakan antara lain:

- a) *Franklin Gothic Book, Typeface* ini memiliki karakter yang formal dan simple serta mudah baca

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

- b) *Helvetica Neue*








*Typeface* ini memiliki karakter yang sederhana, dan mudah dibaca.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X  
 Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## b. Warna

Pemilihan warna dalam media perancangan ini, akan mempengaruhi emosi seseorang. psikologi warna sangat penting dalam sebuah karya desain. Menurut James dan Jason (2016:65) “Psikologi warna merupakan pengkhususan bidang studi yang mempelajari tentang pengaruh emosional dan perilaku yang ditimbulkan oleh warna dan kombinasi warna”. Untuk itu warna sangat berperan penting dalam berbagai hal, dalam mewujudkan peran itu, pelunya untuk memahami psikologi warna yang digunakan untuk menarik perhatian dan isi pesan yang akan disampaikan. Warna memiliki sifat karakteristik tersendiri. warna desain yang digunakan sesuai dengan konsep desain yang simple dan

dinamis. Beberapa warna yang akan digunakan dalam *layout* desain promosi Perusahaan Andalas Multimedia Promosindo adalah warna yang sesuai dengan identitas dari perusahaan tersebut.

	C: 100 R: 45 M: 95 G: 58 Y: 30 B: 123 K: 0		C: 74 R: 85 M: 67 G: 85 Y: 64 B: 85 K: 122
	C: 80 R: 42 M: 38 G: 133 Y: 8 B: 189 K: 0		C: 93 R: 0 M: 88 G: 0 Y: 89 B: 0 K: 80
	C: 54 R: 122 M: 1 G: 200 Y: 19 B: 211 K: 0		C: 0 R: 249 M: 62 G: 131 Y: 56 B: 100 K: 0
	C: 28 R: 193 M: 0 G: 227 Y: 13 B: 228 K: 0		

**Gambar 15**

Warna yang digunakan dalam perancangan visual  
Sumber : Gita Prima Dona 2017

Berdasarkan dari gambar no.15 di atas warna yang digunakan dalam perancangan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo. Warna dalam media perancangan ini, akan mempengaruhi emosi seseorang. Warna biru merupakan warna yang banyak disukai oleh semua orang. Warna biru dalam perancangan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo ini melambangkan keterbukaan, keyakinan, dan memiliki efek yang menyenangkan. Kehadiran warna biru yang digunakan dalam perancangan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo agar meyakinkan pengunjung tentang adanya perusahaan *advertising* di daerah kota padang,

memberikan kenyamanan bagi pengunjung halaman *website*. Warna hitam, dalam perancangan ini, memiliki makna tersendiri warna hitam dijadikan sebagai warna penjelas, dapat menjadi warna kekuasaan, kemewahan dan kekuatan terhadap *brand image* PT.Andalas Multimedia Promosindo. Sedangkan warna oranye dalam desain *web* perusahaan ini, dapat membawa kreatifitas, karena warna oranye merupakan warna yang relatif langka digunakan. Jadi warna desain *web* perusahaan ini akan menampilkan warna oranye analog untuk menciptakan efek cantik dan elegan.

**c. *Layout***

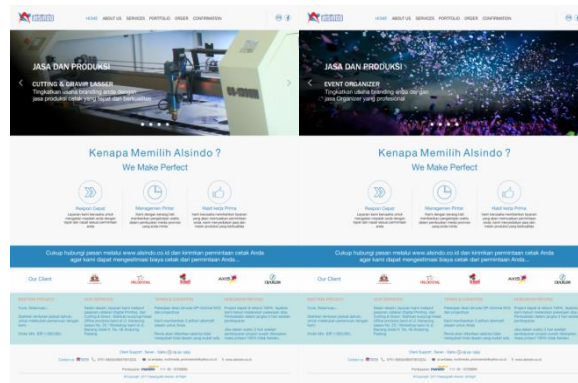
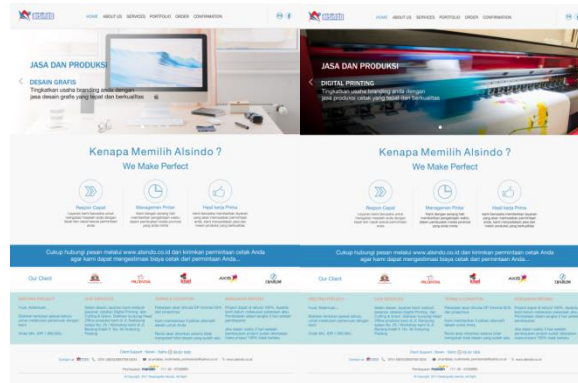
*Layout* atau tata letak adalah mengatur penempatan unsur komposisi yang ada di dalamnya seperti huruf, teks, garis, bidang, dan gambar. Tujuan utama dari *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dan memudahkan pembaca atau pengunjung menerima pesan yang disampaikan. *Layout* pada media promosi *website* Perusahaan Andalas Multimedia promosindo ini, disusun secara sederhana dan dinamis agar pesan atau informasi disampaikan dengan baik.

D. Final Desain

1. Media Utama

a. Website

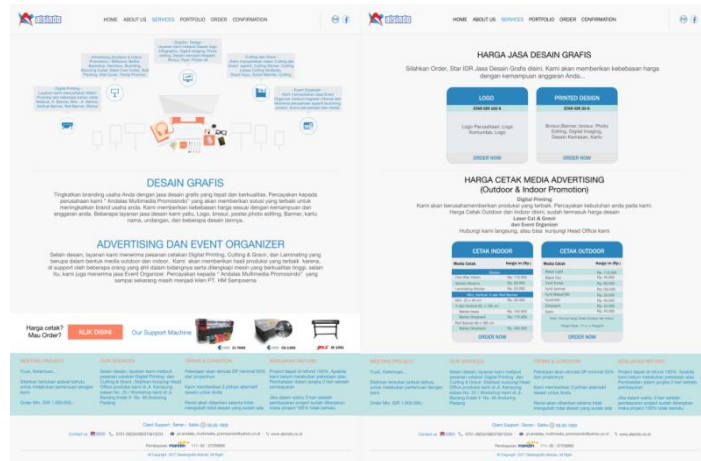
Tampilan page *home* pada desain web PT. Andalas Multimedia Promosindo



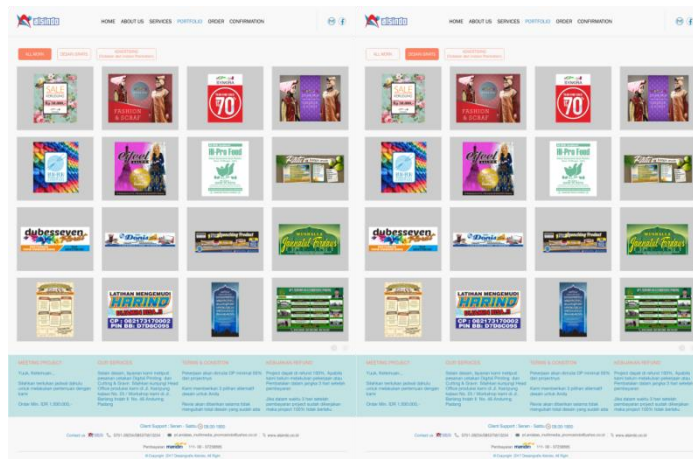
Tampilan page *about us* pada desain web PT. Andalas Multimedia Promosindo



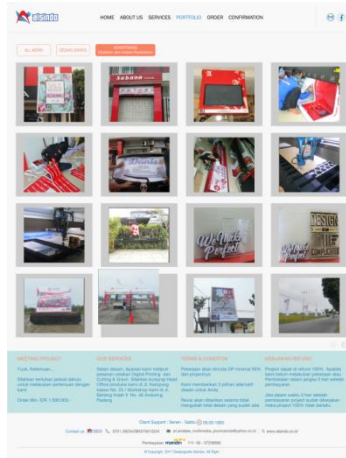
## Tampilan page *services* pada desain web PT. Andalas Multimedia Promosindo



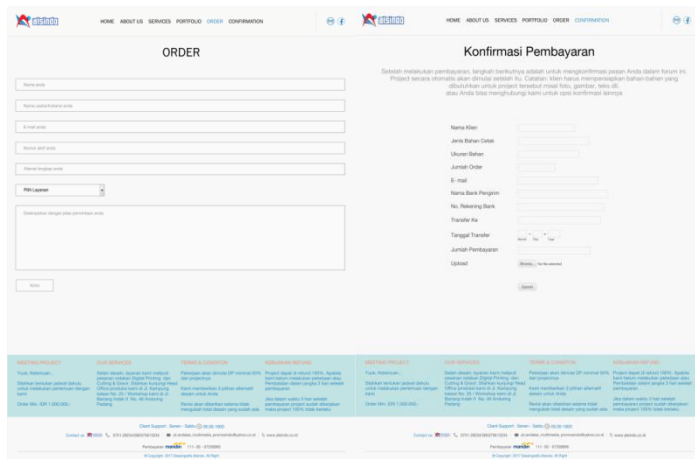
## Tampilan page *portfolio* pada desain web PT. Andalas Multimedia Promosindo







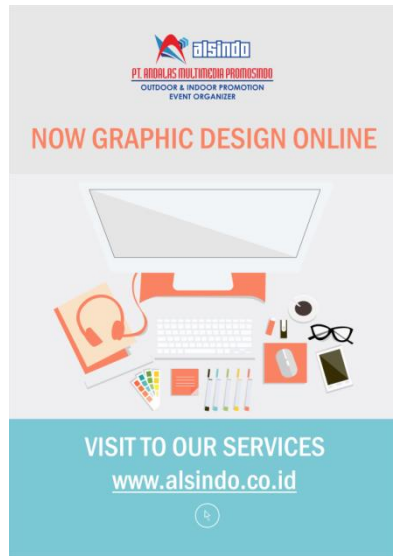
Tampilan page order dan confirmation padadesain web PT. Andalas Multimedia Promosindo



2. Media Pendukung



Web Banner



Poster Sticker



Promotion Card



T-shirt



*Tote bag*

## **E. Penutup**

### **1. Kesimpulan**

Dengan adanya desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo ini dapat menjadi media informasi dan mempermudah kelancaran usaha bisnis tentang layanan jasa desain grafis dan produksi cetak agar masyarakat dapat meningkatkan kebutuhan dalam berusaha. Perancangan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo ini diharapkan pengunjung halaman *website* tertarik dengan layanan jasa dan produksi yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, dengan beberapa tampilan desain *web* yang menarik, informasi yang meyakinkan, dan memudahkan untuk melakukan pemesanan. Selain itu, diharapkan dengan adanya desain PT. Andalas Multimedia Promosindo masyarakat mengetahui bahwa adanya perusahaan yang menyediakan layanan jasa desain grafis dan produksi di daerah kota Padang.

Media *website* PT. Andalas Multimedia Promosindo memberikan informasi dan visualisasi tentang desain *web* PT. Andalas

Multimedia Promosindo di kota Padang diharapkan memberikan kesadaran bahwa adanya perusahaan yang menyediakan jasa desain grafis dan produksi cetak secara *online* melalui media *website*. Serta bagi perusahaan tersebut, untuk dapat meningkatkan *brand name* dan penjualan baik produk maupun jasa yang ditawarkan kepada target *audience*.

## 2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut: diharapkan dengan adanya desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo dapat membawa kesadaran masyarakat bahwa adanya perusahaan yang menyediakan layanan jasa desain grafis dan produksi cetak melalui media *website*. Dengan adanya *website* PT. Andalas Multimedia Promosindo dapat mengatasi masalah dalam bidang usaha baik usaha perorangan, organisasi maupun badan usaha. Sehingga desain *web* PT. Andalas Multimedia Promosindo ini menjadi langkah awal dalam meningkatkan promosi dalam memperkenalkan kepada masyarakat terutama kepada target *audience*.

## Daftar Rujukan

- Sutherland Max, dan Sylvester, Alice K. 2005. *Advertising and mind of the consumer* (Bangun Setia. Terjemahan). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Beaird, Jason dan George, James. 2016. *The Principles Of Beautiful Web Design*. Yogyakarta: C.V AndiOffset.

Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenamedia Group.

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V AndiOffset.

**Sumber internet:**

Aryanto, Hendro. 2016. *Perancangan Web Kampanye Kelas Inspirasi Bangkalan*. Vol. 04 nomor 03 Tahun 2016 Diambil dari: <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/article/21766/-2/article.pdf> (24 April 2017).