

PERANCANGAN DESAIN *WEBSITE*

PERUSAHAAN FATMAC SEMARANG

Benny Kristian, Umi Rosyidah, Godham Eko Saputro

Abstrak

Salah satu aspek desain website adalah mengemas sebuah informasi dari beberapa konten yang ingin diberikan untuk mencapai tujuan. Fatmac yang beralamat di jalan Dewi Sartika Barat III/21A Semarang, yang berdiri sejak 2007 membuat efek gitar dan gitar bass. Fatmac hanya menggunakan media internet Facebook dan Blogspot dalam mempromosikan produk tersebut. Melihat dari cara penyampaian informasi hanya dengan media sosial yang masih secara gratis dan ikut dengan situs perusahaan lain, dari sini diperlukannya media internet baru yang dapat berdiri sendiri berupa website pribadi. Maka timbul pertanyaan bagaimana membuat website Fatmac yang dapat dapat memberikan informasi secara optimal, melalui perancangan desain website yang sesuai dengan konsep desain?. Dalam perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data, yang terdiri dari metode observasi, wawancara, kepustakaan, dokumentasi dan internet. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dalam menganalisis atau pengolahan data menggunakan matriks swot. Pembuatan desain website menonjolkan produk-produk yang ada secara detail dengan menampilkan foto, suara, diskripsi, dan video di samping juga menampilkan peta alamat dari perusahaan. Melalui desain website yang dirancang dapat memberi informasi secara detail dan juga menumbuhkan rasa percaya akan perusahaan. Pada perancangan ini dibuatnya media pendukung yang dapat mendukung secara optimal dari media internet berupa Facebook, Blogspot, Twitter, Instagram, Youtube, dan Soundcloud sedangkan media cetak terdiri T-shirt, Pick Gitar, gantungan Kunci, dan Sticker. Dalam keseluruhan perancangan ini dapat memberi informasi dan mempromosikan secara baik sehingga dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk Fatmac.

Kata kunci : Perancangan, Desain *Website*, Media *internet*, Efek Gitar, Fatmac

1. PENDAHULUAN

Teknologi internet dewasa ini sudah merambah keberbagai bidang, antara bidang pendidikan, perkantoran, bidang informasi dan komunikasi, dan juga bidang bisnis atau usaha. Dalam bidang usaha banyak perusahaan besar maupun kecil yang menggunakan fasilitas internet sebagai media promosi yaitu website. Keunggulan lain dari media *website* memiliki berbagai fungsi lain seperti, komunikasi antara konsumen, menginformasikan secara detail, fungsi entertainment, transaksi dengan pembayaran secara elektronik, dan jangkauan yang tak terbatas. *Internet marketing* atau pemasaran berbasis *Internet* dapat didefinisikan sebagai penggunaan *Internet* dan teknologi *digital* untuk mencapai tujuan pemasaran dan mendukung konsep pemasaran modern [1]. Masyarakat mendapatkan kemandirian yang tersedia pada internet yang menyediakan mesin pencari (*search-engine*) maupun *website* yang mudah dan cepat, dan juga gratis. Internet merupakan pehubung antara satu dengan lainnya dimana orang saling berkomunikasi, orang yang menawarkan dan mencari informasi dalam berbagai hal [2]. *Web* merupakan alat komunikasi dan informasi yang modern, namun dalam dunia bisnis memerlukan perancangan yang tepat agar dapat menarik target audien untuk sampai dengan baik tujuan dari *web* itu sendiri. Desainer grafis merupakan ujung tombak pemnyampai informasi dimana harus dapat mempengaruhi penonton. Desainer mencoba untuk mendapatkan sebagian besar dari orang-orang dalam kelompok sasaran untuk merespon secara positif pesan visual [3]. Daya tarik web seperti, audien yang global dimana materi dipublikasikan dalam *WWW*, beroperasi selama 24 jam, 7 hari seminggu sehingga audien dapat mengakses setiap saat, relatif murah, mempublikasikan secara luas, mengiklankan produk lainnya secara spesifikasi, kemampuan multimedia, tampilan yang menarik dan mudah untuk meningkatkan minat pengunjung dalam menjelajahi isi [4]. Fatmac merupakan perusahaan yang

bekerja dibidang produksi efek-efek gitar yang berlokasi di Semarang, Jawa Tengah ini hanya menggunakan media internet dalam promosi dan informasi produk yang diproduksi melalui *Facebook* dan *Blogspot*. *Blog/Web Blog* merupakan bagian dari blog atau dapat dibilang sebagai anak dari Website dengan *Domain* atau alamat *situs web* tidak bisa berdiri sendiri, *Blogspot* dan *Facebook* juga dikenal sebagai *web blog* sejak pertama dikenal sebagai tempat untuk sebuah tulisan pribadi secara online, disisi lain *blog* maupun media sosial sendiri postingan lama akan tertindih oleh postingan baru dan secara tidak langsung postingan lama tidak akan terlihat. Pada blog yang merupakan bagian dari *website* utamanya mempunyai aturan yang harus diikuti dan pada desain blog tidak dapat sepenuhnya diatur sendiri sesuai apa yang diinginkan. Desain pada *blogspot* yang ada banyak digunakan oleh *blogger* lain karena *template* tersebut merupakan *template bawaan* dari *platform blog* atau *template blog* yang dibagikan secara gratis oleh beberapa situs penyedia *template blog*. *Web blog* yang sudah dimiliki kontennya kurang dapat maksimal, dimana konten-konten informasi produk tidak tertata secara profesional dan masih bercampur dengan konten lainnya yang mengakibatkan beberapa produk tidak dapat terlihat. Pemberian informasi produk melalui video masih harus dibuka atau dilihat melalui *website* lainnya, peran video produk menjadi salah satu hal penting untuk informasi produk kepada para calon konsumen. Dari kelemahan yang dirasa kurang relevan apabila sebuah perusahaan masih menggunakan media *web blogspot* untuk profil perusahaan dan informasi produk. Fatmac Sendiri masih kurang maksimal dalam penataan *layout* dan penetapan konten-konten isi seperti gambar, huruf, dan video pada *website blog*.

2. Metode

2.1 Tujuan

Merancang desain *website* untuk perusahaan FATMAC yang dapat menyampaikan informasi produk yang sesuai dengan kebutuhan calon konsumen menggunakan berbagai komponen komunikasi visual dan juga harapan dapat menarik minat untuk dapat meningkatkan penjualan.

2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang desain *website* untuk perusahaan Fatmac yang dapat menyampaikan informasi produk yang sesuai dengan kebutuhan calon konsumen dalam usia 9-60 tahun dengan menggunakan berbagai komponen komunikasi visual.

2.3 Metode Penelitian

Dalam mendapatkan tujuan dari perancangan ini, penulis menggunakan metodologi pengumpulan data kualitatif untuk mendapatkan data-data untuk memenuhi kebutuhan komponen-komponen yang akan digunakan dalam perancangan website, pengumpulan data yang berkaitan dalam perusahaan Fatmac dan jagan data berkaitan dengan produk yang dihasilkan sehingga dapat memperkuat analisis dalam perancangan desain website ini. Dalam penelitian sumber data dilakukan pada produk-produk yang sudah dihasilkan dan pemilik Fatmac.

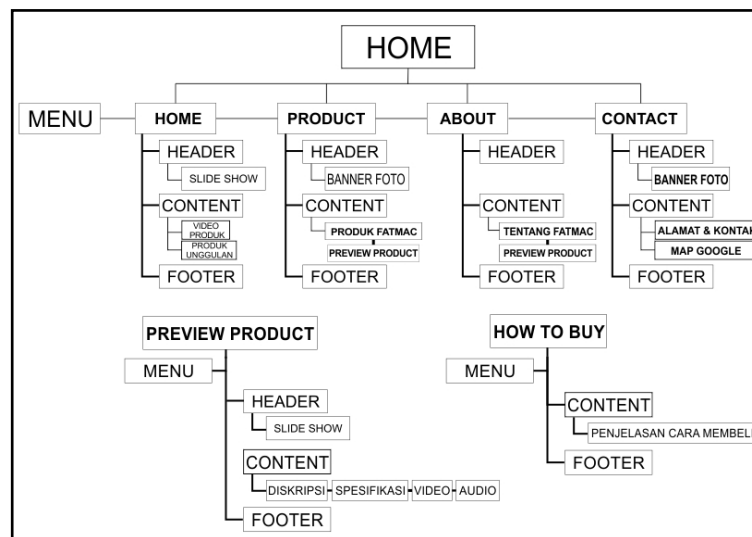
3. ISI PERANCANGAN

3.1 Strategi Perancangan

Langkah strategis yang dipakai adalah dengan membuat website statis dan juga modern yang mudah digunakan oleh pengunjung web. Konten gambar produk diperbarui dengan melakukan pemotretan produk Fatmac secara professional. Penataan layout dan penataan konten disusun minimalis agar lebih mudah dalam pemakaiannya. Fatmac yang merupakan industry

rumahan dan tentunya masih dikelola sendiri ini belum mendapat kepercayaan akan benar tidaknya perusahaan ini maka dari itu akan ditampilkan map lokasi tempat produk Fatmac pada websitenya. Dan dalam strategi meningkatkan eksistensi dan kepercayaan kepada masyarakat dan target audience akan membuat satu halaman yang menggaitkan dengan beberapa akun sosial resmi milik Fatmac.

3.2 Flowchart Website (Bagan Alur Website)



Gambar 1: *Flowchart website*

Rencana harus berada di tempat sebelum memulai untuk membuat grafis, suara, dan komponen lainnya, dan harus merujuk kepada rancangan selama pelaksanaan proyek [5]. Dalam pembuatan website memerlukan bagan alur yang merupakan hal yang sangat penting dimana untuk dapat mengerti dari alur website.

3.3 Studi Warna

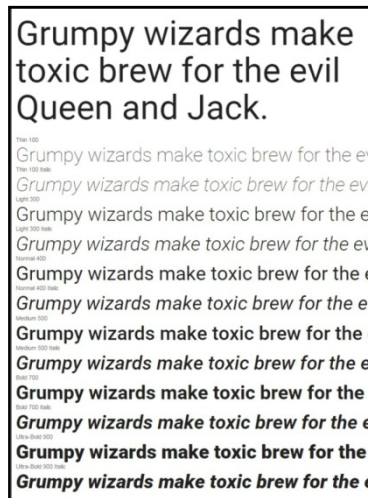
Dalam penentuan warna untuk website menggunakan beberapa warna yang menggaitkan dengan hal tertentu yang tentunya dapat menghasilkan keseimbangan/Warna merupakan suatu unsur penting karena dapat mempengaruhi penglihatan [6], dan warna yang digunakan sebagai berikut :

1. Kuning : R:241,G:252, B:0,
C:11, M:0, Y:99, K:0,
2. Hitam : R:0,G:0, B:0,
C:75, M:68, Y:67, K:90.
3. Putih : R:255,G:255, B:255,
C:0, M:0, Y:0, K:0.
4. Abu-abu : R:204,G:204, B:204,
C:19, M:15, Y:16, K:0.

Warna kuning dan hitam diambil dari warna logo perusahaan dengan tujuan memperkuat identitas perusahaan.

3.4 Penggunaan Font

Pemilihan huruf/font utama adalah jenis font sans serif yaitu Roboto. Pemilihan font tersebut karena bentuknya yang sederhana dan tingkat keterbacaannya tinggi. Kelebihan lain dari Font Roboto *support* dengan layar kecil phone maupun layar besar. Font ini pun juga disertakan dalam beragam mode, seperti *bold*, *italic*, *thin*, *light*, *medium*, *normal*, dan *ultra-bold*, Seperti berikut:



Gambar 2: *Font Roboto*

3.5 Desain Website Fatmac

Dalam perancangan desain website, penataan layout merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk keindahan dalam penempatan berbagai

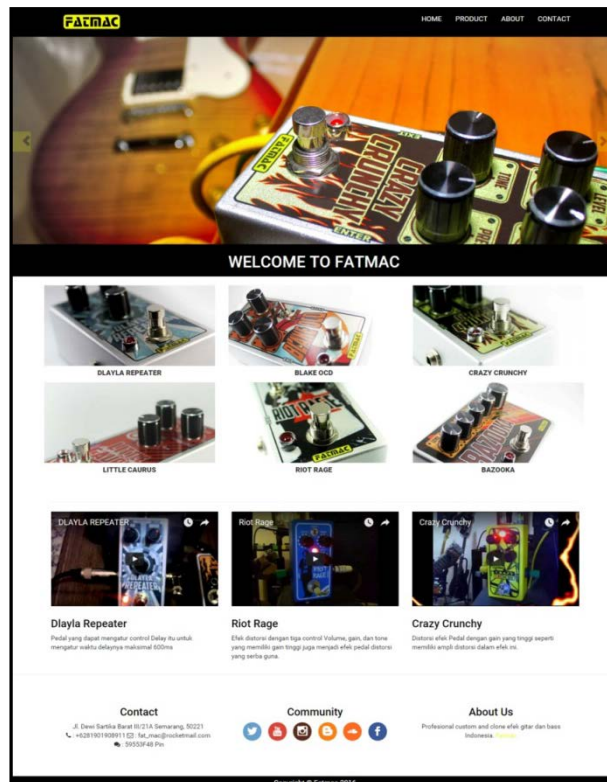
komponen dan juga menjadi acuan dalam pengoperasian dalam website. Sebuah tahapan mengorganisir ruang pada media dengan menata elemen-elemen layout sehingga pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat ditangkap dan dipahami oleh pengguna, dan ditata dengan rapi untuk mempermudah pengguna berpindah dari bagian satu ke bagian lain dengan mudah dan cepat dan juga dapat menarik perhatian[7].



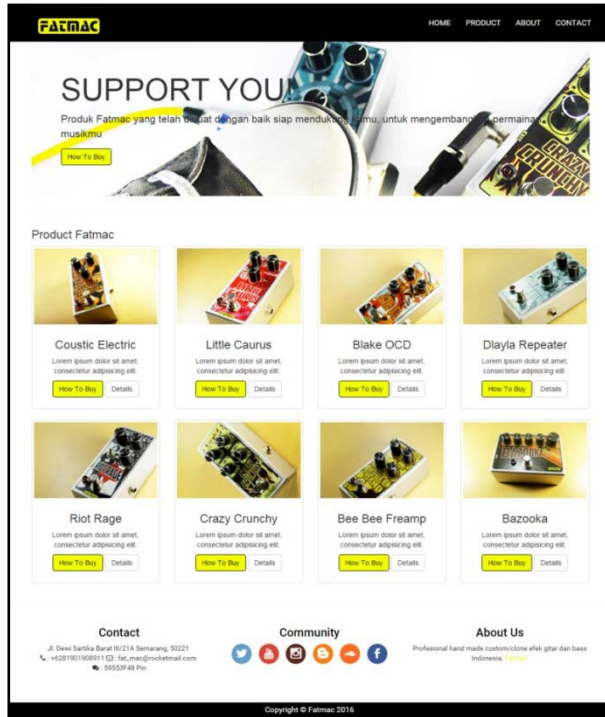
Gambar 3 : Menu Navigasi Website



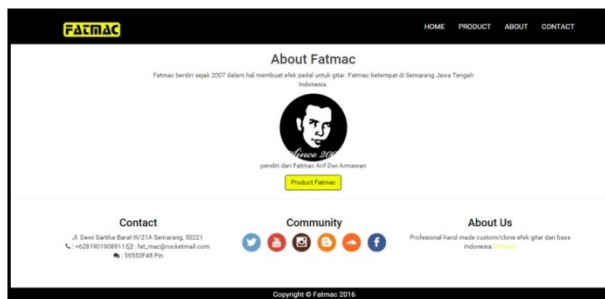
Gambar 4 : Footer Website



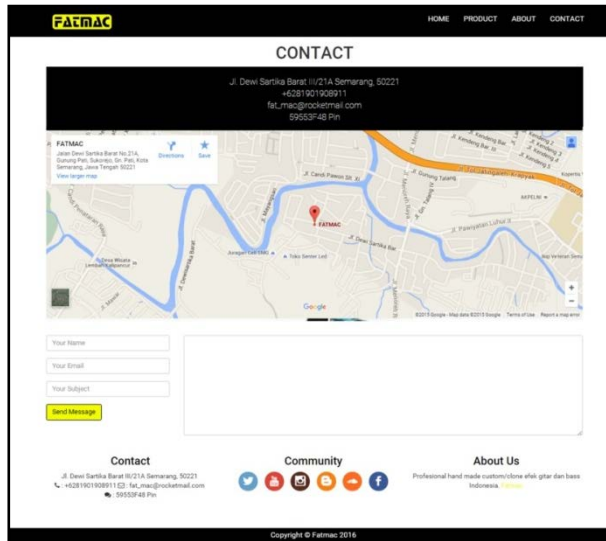
Gambar 5 : Halaman *Home*



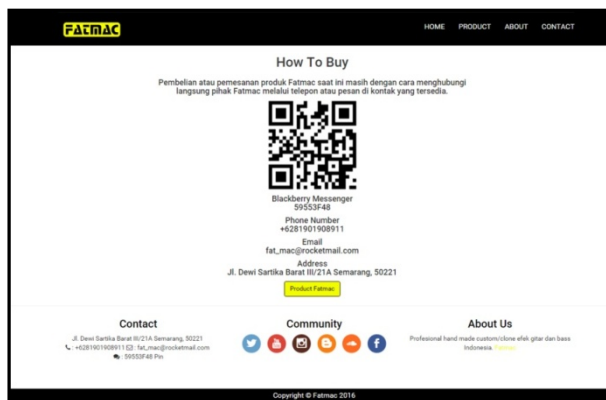
Gambar 6 : Halaman *Product*



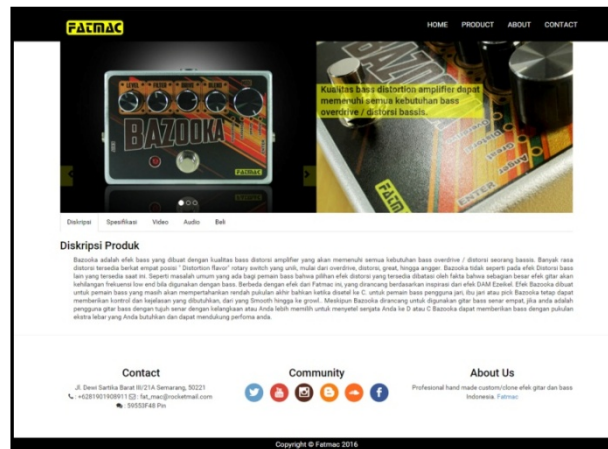
Gambar 7 : Halaman *About*



Gambar 8 : Halaman *Contact*



Gambar 9 : Halaman *How To Buy*



Gambar 10 : Halaman *Preview Product*

4. KESIMPULAN

Perancangan desain website yang menarik sesuai dengan target audiens dibutuhkan analisis mengenai komponen yang dibutuhkan target audiens. Sesuai dengan tujuan perancangan desain *website* untuk perusahaan FATMAC yang dapat menyampaikan informasi produk yang sesuai dengan kebutuhan calon konsumen menggunakan berbagai komponen komunikasi visual dengan penataan tampilan yang dapat dioperasikan dengan mudah dan juga menarik, selain itu tampilan-tampilan produk yang digunakan dalam web ini disesuaikan dibuat semenarik mungkin yang menunjukkan kesan akan produk yang mahal. Pemeberian komponen yang dapat dipertunjukkan secara langsung seperti video dan audio dibuat sesimple dan semudah mungkin untuk melengkapi keperluan informasi untuk produknya. Pemerian map lokasi pada web juga menambahkan kekuatan kepercayaan konsumen akan produk maupun perusahaan itu sendiri. Desain web Fatmac ini menyajikan berbagai informasi dan promosi yang saling terkait secara tidak langsung pengujung dikenalkan dengan produk lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi. 2003. Promosi Efektif dengan Web. Yogyakarta: Wahana Komputer.
- Andoko, Andrey (2000), Internet mengubah Cara berbisnis, Makalah Seminar Sukses Berbisnis di Era Internet, 22 Maret 2000
- Berryman, Gregg (1980), Notes on Graphics Design and Visual Communication, William Kaufmann, inc., Lost Atos, California
- Chaffey, Dave; et al.2000. Internet Marketing. Pearson Education Limited., England
- Rustan, Suriyanto. (2009). Layout Dasar Dan Penerapannya.Jakarta: Gramedia.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdie, 2009, Nirmana: Elemen- elemen Seni dan Desain, Yogyakarta: Jalasutra.
- Vaughan D. 2010. Oftalmologi Umum. Edisi 17. Penerbit Buku Kedokteran EGC, Jakarta.