

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Merespon perubahan kebijakan pendidikan nasional yang dicanangkan oleh kementerian pendidikan tinggi, Telkom University menyusun program magang yang dikemas ke dalam sebuah program bernama *Work Ready Programs* (WRAP). Menurut *website* BPA Telkom University, WRAP adalah sebuah mata kuliah yang dirancang dengan tujuan membuat lulusan program studi di Telkom University dapat siap-kerja. Secara garis besar WRAP terbagi menjadi empat bagian, yaitu: *Internship*, *Apprenticeship*, *Entrepreneurship*, dan *Researchship*.

WRAP *Internship* itu sendiri merupakan bagian dari program MBKM yang berorientasi praktis berupa program magang sebagai tenaga profesional di perusahaan sepanjang satu semester penuh dan dapat diperpanjang ke semester berikutnya dengan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kurikulum dan profil lulusan program studi. Program magang ini dibentuk guna meningkatkan mutu dan kualitas mahasiswa dalam penyerapan dan menghadapi tantangan kerja.

Krealoka *Brand and Design Clinic* merupakan sebuah studio dibawah naungan Fakultas Industri Kreatif (FIK) Telkom University yang menyediakan program WRAP *Internship* untuk mahasiswa FIK. Krealoka *Brand and Design Clinic* didirikan di awal tahun 2022 dan saat ini memiliki beberapa unit kegiatan, salah satunya adalah penyelenggaraan proyek desain. Dalam rentang waktu 1 tahun (2022-2023) penulis terlibat dalam pengerjaan beberapa proyek desain, salah satunya adalah perancangan media interaktif *website* bagi Komunitas UMKM IKABOGA.

IKABOGA merupakan sebuah komunitas atau organisasi yang sudah berdiri sejak tahun 1987 dan menjadi wadah tunggal bagi Ahli Boga

Indonesia. Pendirian ini merupakan realisasi dari gagasan Subkonsorsium Memasak dan Jasa Boga pada Direktorat Pendidikan Masyarakat Ditjen Diklusepora Departemen Pendidikan Nasional, yang pada waktu itu dijabat oleh Bapak Prof. Dr.W.P.Napitupulu. Saat ini terdapat 160 UMKM dengan berbagai jenis produk unggulannya sebagai anggota dari IKABOGA.

Komunitas UMKM IKABOGA masih belum mempunyai sebuah media untuk menyalurkan informasi tentang komunitasnya. Sehingga segala informasi, termasuk informasi tentang kegiatan yang dilakukan belum dapat diinformasikan kepada khalayak. Informasi mengenai produk unggulan dari UMKM naungannya pun belum dapat tersampaikan karena belum adanya platform untuk menadahkan informasi tersebut. Untuk memudahkan khalayak menemukan informasi terkait Komunitas UMKM IKABOGA, diperlukannya sebuah media interaktif untuk menyalurkan informasi yang akan disampaikan kepada khalayak.

Dengan adanya media interaktif ini, khalayak dapat mengetahui segala informasi yang akan disampaikan, serta dapat terjadinya sebuah interaksi satu sama lain. Di Indonesia itu sendiri terdapat berbagai jenis media yang biasa digunakan untuk menyampaikan dan menyebarkan luaskan informasi, salah satunya adalah media *website*. *Website* merupakan kumpulan dari beberapa halaman yang dibuat untuk memberikan penjelasan mengenai pesan/informasi terkait ataupun konten-konten tertentu yang dapat diakses dengan mudah oleh publik.

Berdasarkan fenomena masalah yang muncul, penggunaan *website* dapat digunakan sebagai solusi untuk menyebarkan luaskan informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku UMKM dalam naungan IKABOGA. Penggunaan *website* pun terbilang cukup efektif, hal ini dapat dilihat dari Komunitas UMKM sejenis yang telah menggunakan *website* untuk memuat informasi terkait komunitasnya. *Website* dapat memuat banyak informasi, memiliki akses yang mudah, serta bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang tertulis di atas, maka dapat ditarik beberapa masalah sebagai berikut:

1. Komunitas UMKM IKABOGA belum mempunyai media untuk menyalurkan informasi terkait komunitasnya kepada khalayak.
2. Belum terdapat platform untuk mengenalkan Komunitas UMKM IKABOGA, sehingga dibutuhkan suatu platform untuk mengakses informasi terkait IKABOGA.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah yang didapatkan adalah “Bagaimana merancang website sebagai sarana informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan oleh Komunitas UMKM IKABOGA?”

1.4. Ruang Lingkup

Pada pelaporan kegiatan WRAP ini pembatasan dilakukan karena adanya keterbatasan waktu pengerjaan, sehingga fokus pada kegiatan WRAP ini difokuskan pada salah satu proyek terkait pembuatan *website* bagi Komunitas UMKM IKABOGA, walaupun dalam pelaksanaan kegiatan WRAP proyek yang dilakukan lebih banyak. Terdapat 7 mitra yang terkait dalam pelaksanaan proyek desain selama kegiatan WRAP berlangsung, salah satunya adalah Komunitas UMKM IKABOGA. Proses pelaksanaan proyek desain dilakukan sejak 2022 hingga 2023 dan berlokasi di kampus Telkom University. Pelaksanaan proyek desain dilakukan dengan cara menganalisis hasil brief yang diberikan, serta melakukan observasi terhadap keinginan klien.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang sudah dijabarkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang website sebagai penyebaran informasi terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh IKABOGA.

1.6. Cara Pengumpulan dan Analisis Data

1.6.1. Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara (Rohidi, 2011:182). Observasi klien dilakukan dengan mengamati karya sejenis guna melihat referensi gaya visualisasi dalam hal-hal yang dibutuhkan klien dalam proses perancangan *website*.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah proses peneliti membaca buku agar referensi yang dimilikinya semakin luas dan untuk mengisi *frame of mind*. Dengan studi pustaka juga dapat memperkuat perspektif dan kemudian meletakkannya di dalam konteks (Soewardikoen, 2013:06). Studi Pustaka ini dilakukan dengan membaca beberapa literatur yang berhubungan dengan hal-hal perancangan.

c. Wawancara.

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui wawancara, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono 2016: 231). Wawancara

dilakukan dengan pihak IKABOGA, ahli di bidang *website*, serta dengan *user* (calon pengguna).

1.6.2. Analisis

a. Analisis Data Wawancara

Analisis data wawancara adalah membuat rangkuman dengan cara memilih kalimat-kalimat kunci dari teks hasil wawancara, kemudian menggabungkannya menjadi sebuah pernyataan yang relevan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian (Soewardikoen 2021:100).

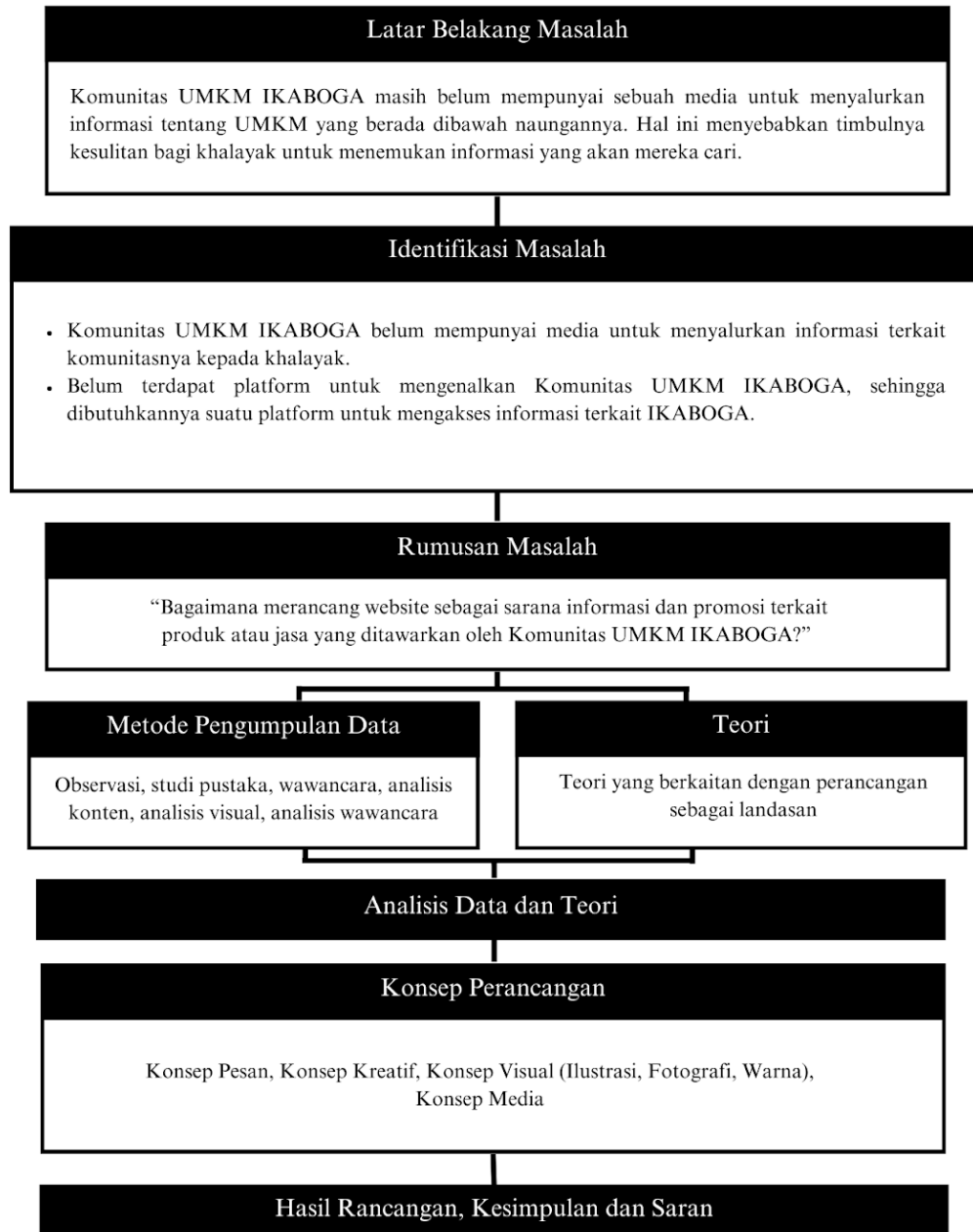
b. Analisis Matriks

Pada prinsipnya analisis matriks adalah jukstaposisi atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual apabila dijejerkan dan dinilai menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya sehingga dapat memunculkan gradasi (Soewardikoen, 2021: 111).

c. Analisis SWOT

Dalam menilai suatu perusahaan, analisis SWOT biasanya digunakan dengan memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *strength* dan *weakness* serta faktor eksternal yang terdiri dari *opportunity* dan *threat*. (Soewardikoen, 2021: 114).

1.7. Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Arsip pribadi

1.8. Pembabakan

Penulisan laporan “Perancangan Website Bagi Komunitas UMKM Ikatan Ahli Boga (IKABOGA)” ini dibagi kedalam enam bab dengan pemaparan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan latar belakang penelitian, permasalahan, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka pemikiran, dan gambaran singkat setiap bab.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Bab II berisikan pembahasan ilmu menurut para ahli ataupun teori dasar yang relevan dengan judul penelitian sebagai acuan dalam membuat laporan penelitian, dan bagan kerangka pemikiran untuk membentuk asumsi.

3. BAB III DATA & ANALISIS

Bab III menguraikan analisis pencarian data secara terstruktur sebagai bukti validitas laporan, seperti data institusi, data pemberi proyek, data khalayak sasaran, data wawancara, data komunitas pesaing, analisis wawancara, analisis data pesaing, dan juga penarikan kesimpulan.

4. BAB IV KONSEP & HASIL PERANCANGAN

Bab IV menguraikan proses perancangan yang dibuat, seperti konsep-konsep perancangan yang menentukan tema desain yang dipilih, konsep visual, konsep media, serta menguraikan proses-proses pengerjaan proyek yang dilakukan selama masa WRAP yang berlangsung selama satu tahun di *Krealoka Brand and Design Clinic*.

5. BAB V PENUTUP

BAB V merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, masukan dan juga saran yang dapat melengkapi penelitian ini agar menjadi lebih baik.