

ABSTRAK

PERANCANGAN DESAIN WEBSITE ARROMANIS CAKE BANDUNG SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI PRODUK

Aldila Shofya Anandyta

Arromanis Cake adalah salah satu toko kue di kota Bandung yang menyajikan beragam jenis kue dengan inovasi produk. Arromanis Cake mengenalkan produknya melalui *event-event* dan menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*, namun pada ketiga media sosial tersebut masih kurang dalam memberikan informasi produk secara *detail*.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka, analisis data, dan merancang *Business Model Canvas* untuk konsep bisnis Arromanis Cake.

Pengumpulan data dilakukan kepada pihak Arromanis Cake. Setelah pengumpulan data dan analisis, diketahui bahwa dibutuhkan sebuah media *website* untuk Arromanis Cake sebagai media promosi dan informasi produk sehingga dapat menyampaikan informasi produk secara lebih detail dibandingkan dengan media sosial sebelumnya seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Dengan adanya media *website* juga bertujuan dapat meningkatkan minat beli konsumen dan dapat mempromosikan Arromanis Cake ke khalayak yang lebih luas. Konsep desain visual *website* Arromanis Cake menggunakan elemen perpaduan warna hitam dan putih dan konsep fotografi produk.

Kata kunci : *Website*, *Cakes*, Kuliner, Bandung

PENDAHULUAN

Arromanis Cake merupakan salah satu bentuk usaha di bidang kuliner khususnya *cakes* (kue). Arromanis Cake memiliki berbagai macam pilihan *cakes* (kue) dengan bentuk dan rasa yang menarik. Awalnya Arromanis Cake mulai dikenal melalui *word of mouth*, kemudian setelah mengikuti banyak *event-event* kreatif di Bandung akhirnya penjualannya semakin melebar. Namun Arromanis Cake harus tetap mempromosikan produk mereka melalui media sosial internet karena seiring berkembangnya teknologi dan *lifestyle* masyarakat jaman sekarang yang lebih banyak menggunakan media sosial internet. Sampai sekarang media sosial yang digunakan oleh Arromanis Cake untuk mempromosikan produk mereka yaitu melalui *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Namun pada media sosial yang digunakan masih kurang mampu memberikan informasi mengenai produk secara detail dan menyeluruh.

PERMASALAHAN

1. Promosi melalui *word of mouth* ataupun mengikuti *event* masih kurang mampu memperkenalkan produk secara jangka waktu yang panjang karena masyarakat lebih banyak dan lebih sering mengakses internet.
2. Media sosial internet yang digunakan oleh Arromanis Cake untuk memberikan informasi produknya masih kurang dalam memberikan informasi produk secara detail.

RUMUSAN MASALAH

Bagaimana merancang desain *website* Arromanis Cake Bandung

sebagai media promosi dan informasi produk?

PENGUMPULAN DATA

Penulis menggunakan beberapa pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang oleh peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung, dengan cara mewawancarai pihak perusahaan yaitu Armita Sunaryo selaku pemilik dan seorang Ahli Pemograman *Web*.

b. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah mengamati secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.

c. Angket

Angket adalah suatu alat pengumpul data yang berupa serangkaian pertanyaan yang diajukan pada responden untuk mendapat jawaban. Angket dibagikan kepada 50 responden yang merupakan pengunjung toko Arromanis Cake.

d. Studi Pustaka

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku, baik dari perpustakaan maupun tempat lain. Penulis memperoleh dan mengumpulkan data dengan membaca buku-buku dan literatur. Studi Pustaka yang digunakan adalah teori yang berhubungan dengan *Website*, *User Experience*, *User Interface* (*layout*, warna, tipografi, fotografi, *icon*) dan Teori Promosi Pemasaran.

LANDASAN TEORI

Website

Situs *web* terdiri dari dua kata, yaitu *web* yang berarti program atau fitur dan *site* yang mewakili makna dari konten yang bisa diartikan sebagai isi atau pesan dari program atau fitur tersebut. Situs *web* merupakan tempat informasi disediakan kepada pengguna internet oleh penyedia informasi atau *provider*. (Joseph, 2011 : 6)

User Interface

Interface (Skopec,2003: 4) adalah fungsi dan interaksi, yaitu dimensi dimana terjadi sebuah interaksi diantara *body*, *tools*, dan tingkah laku manusia yang terstruktur sehingga memiliki maksud tertentu. Definisi mengenai *interface* ini diperkuat oleh pendapat bahwa *interface* sederhananya adalah wajah dari visualisasi dasar informasi yang terdapat pada layar dalam sebuah program (Garrand,2001: 10)

Layout

Pengertian *layout* yaitu komposisi, terdiri dari sejumlah elemen individual yang dibutuhkan oleh sistem dipikirkan dengan baik dalam kombinasi dengan unsur-unsur dasar untuk mengubah tata letak menjadi antarmuka yang baik untuk aplikasi *digital* (Skopec, 2003:26).

Sebuah tata letak terdiri dari sejumlah unsur yang berbeda, seperti tipografi, titik, garis dan bentuk, masing-masing yang sangat mendasar di alam. Hanya dengan hati-hati memilih, menggabungkan dan menentukan karakteristik seperti bentuk, ukuran dan posisi bahwa elemen-elemen meminjamkan tata letak penampilan sendiri, sedangkan

pengulangan dari sifat tersebut menyampaikan karakter dan tujuan dari aplikasi digital (Skopec, 2003:26)

PROFIL PERUSAHAAN

Nama Perusahaan :
Arromanis Cake Bandung
Alamat Perusahaan :
Jl. Wira Angun-Angun No. 14,
Bandung
Tahun Berdiri :
2011 – sekarang



Gambar 1 Logo Arromanis Cake
(Sumber : Perusahaan)

Arromanis merupakan perusahaan *Cakes* yang memiliki banyak inovasi produknya. Hingga sekarang ada 6 macam jenis *cakes* yang telah ditawarkan yaitu *cupcakes*, *cakes*, *whopiepie*, *cake in a cup*, *cakepops*, *cronuts* selain itu Arromanis membuat inovasi produk dalam bentuk *ice cream* dan *juice*.

DATA KHAYALAK SASARAN

1) Dasar Segmentasi

- a) Segmentasi Geografis
Daerah : Bandung
Ukuran Kota : Bandung dan sekitarnya.
Kepadatan : Kota
- b) Segmentasi Demografis
Umur :15-35 tahun
Jenis Kelamin : Pria dan wanita.

Kelas sosial : Menengah Atas
Pekerjaan : Anak sekolah,
Mahasiswa, Karyawan, dan
orang tua.

- c) Segmentasi Psikografis
Tingkat sosial berada pada kelas menengah. Sering menggunakan teknologi internet untuk mencari data dan informasi mengenai sesuatu hal.
Gaya hidup :
- Menyukai kue dengan beraneka ragam variasi warna dan rasa.
 - Membeli produk karena keinginan, bukan karena kebutuhan.
 - Merupakan pecinta kuliner yang kreatif dan unik.
 - Sering memberikan informasi mengenai sesuatu hal yang baru.

2) Dasar Targeting

- Target primer yaitu remaja perempuan, mahasiswi, ibu rumah tangga.
- Target sekunder yaitu remaja laki-laki, mahasiswa, dan karyawan.

3) Dasar Positioning

Arromanis Cake akan lebih dikenal oleh masyarakat Bandung ataupun luar Bandung sebagai sebuah toko kue dengan inovasi produknya.

ANALISIS DATA

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan penulis menyimpulkan bahwa sebuah perusahaan ataupun usaha jual beli produk/jasa memerlukan media yang dapat diakses dengan mudah melalui jaringan internet. Dengan adanya media *website*, Arromanis Cake

dapat lebih mengenalkan produknya dengan informasi yang lebih *detail*.

KONSEP KOMUNIKASI

Konsep pesan yang ingin disampaikan melalui media *website* Arromanis Cake ini adalah menyampaikan tujuan dari tagline perusahaan Arromanis Cake yaitu *Low Fat Milk With Love*. Penyampaian pesan ini disampaikan dengan cara menampilkan visualisasi produk dan kalimat-kalimat persuasif yang dapat menimbulkan keinginan *audiens* untuk mencoba produk Arromanis Cake itu sendiri. Tagline *Low Fat Milk With Love* mempunyai arti bahwa produk kue dibuat dengan bahan yang rendah gula agar tidak terlalu manis untuk dikonsumsi, sehingga mudah dikonsumsi untuk target pasar yang luas, dari anak kecil hingga dewasa. Selain itu pada konten *website* yang dibuat akan memberikan informasi mengenai rasa dan *toping* tambahan di setiap produknya sehingga dapat memberikan gambaran kepada konsumen mengenai rasa *cakes*nya.

STRATEGI KOMUNIKASI

- Efek Kognitif, yaitu konsumen dapat mengetahui keberadaan *website* Arromanis Cake sehingga Arromanis Cake dapat diingat produk-produknya oleh konsumen.
- Efek Afektif, keberadaan *website* Arromanis Cake Bandung memberikan informasi mengenai produk-produk dan pelayanan *make by order* dan *delivery* melalui travel untuk daerah sekitar Bandung sehingga target sasaran tertarik untuk mencari keunikan Arromanis Cake Bandung.

c) Efek Behavioral, konsumen memutuskan untuk akan mendatangi Arromanis Cake Bandung untuk membeli produknya.

KONSEP KREATIF

Konsep kreatif yang penulis lakukan adalah membuat sebuah *website* dengan desain yang *simple* dengan menggunakan konsep perpadua warna *black and white*. Selain itu menggunakan elemen-elemen ilustrasi *outline cupcakes* sebagai *background* pada *layout* halaman *website*.

KONSEP MEDIA

Media layar website yang akan digunakan penulis adalah media *website* dengan ukuran lebar 1152px (ketinggian disesuaikan). Penulis melakukan pembuatan *website* dengan aplikasi *Adobe Photoshop* kemudian melakukan *slice tool* sebelum dipindahkan ke *Adobe Dreamweaver* untuk melakukan *coding* interaktifitas sistem navigasinya. *Website* ini nantinya akan ditampilkan melalui *desktop web browser Windows, Linux* ataupun *MacOs* yang umum digunakan oleh user seperti *Internet Explore, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome, dan Safari*.

Budgeting Media

Berikut adalah rancangan biaya untuk media *website* dan beberapa media pendukung promosi yang dirancang oleh penulis. Informasi biaya *website* berdasarkan harga dari I-smart Group.

Domain :

Rp 150.000 / tahun
(untuk tahun pertama)
Rp 100.000 / tahun

(untuk tahun berikutnya)

Web Hosting :

Rp 250.000 (250Mb)

Total :

RP 150.000 + Rp 250.000 =

Rp 400.000 (Untuk tahun pertama)

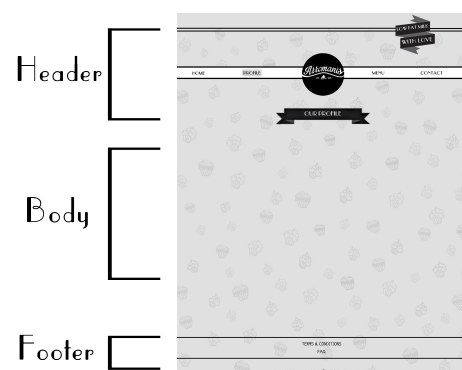
KONSEP VISUAL

Konsep visual yang penulis gunakan disimpulkan berdasarkan konsep pesan dan konsep kreatif seperti yang telah dijabarkan sebelumnya. Visualisasi yang muncul merupakan hasil dari observasi, wawancara yang diperkuat dengan dasar pemikiran teori-teori yang telah didapatkan penulis.

Desain Visual

1. Layout

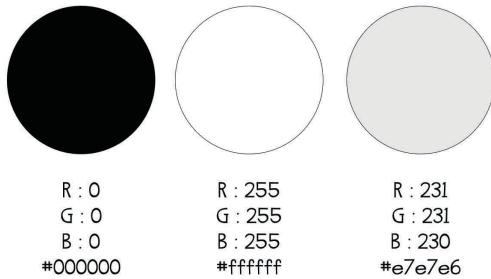
Dalam pembuatan desain situs website Arromanis Cake, penulis menggunakan margin yang menyediakan ruang atas untuk *header* yang meliputi logo, *tagline*, dan navigasi, ruang tengah untuk *body* yang meliputi tentang konten/ isi informasi dan juga ruang bawah untuk *footer* yang meliputi informasi pendukung seperti alamat, media sosial, *copyright* dan lain sebagainya.



Gambar 2 Layout pada Website Arromanis Cake Bandung
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

2. Warna

Konsep warna yang digunakan adalah perpaduan Hitam dan Putih.



Gambar 3 Warna pada *Website Arromanis Cake Bandung*
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

3. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam desain *website Arromanis Cake* yaitu jenis font *Sans Serif* (tidak berkait). Nama huruf yang digunakan untuk bagian *Header* (navigasi, *tagline*, dan judul) adalah *Parisish*, *Jelly Bean Sandwich Body* (*content*) dan *Footer*.



Gambar 4 Jenis Huruf Parisish
Jenis Huruf *Header*
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



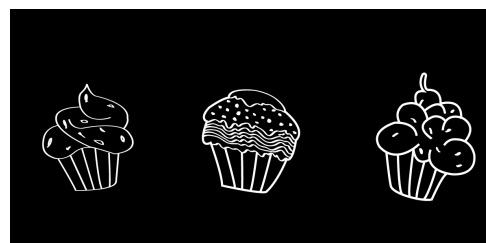
Gambar 5 Jenis Huruf Jelly Bean Sandwich
Jenis Huruf konten dan *Footer Website*
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

4. Icon

Dalam perancangan desain *website Arromanis Cake* ini, penulis menggunakan beberapa *icon*. *Icon* media sosial digunakan sesuai dengan visualisasi *icon* logo aslinya, sedangkan *icon* store dan *contact* dibuat bergaya *illustrasi outline* berikut adalah *icon* yang digunakan :



Gambar 6 *Icon Contact*
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 7 *Icon Background Website*
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

5. Fotografi

Konsep fotografi Arromanis Cake dengan menampilkan fotografi menarik dengan gaya fotografi yang *colorfull* sesuai dengan identitas warna dari masing-masing produk.

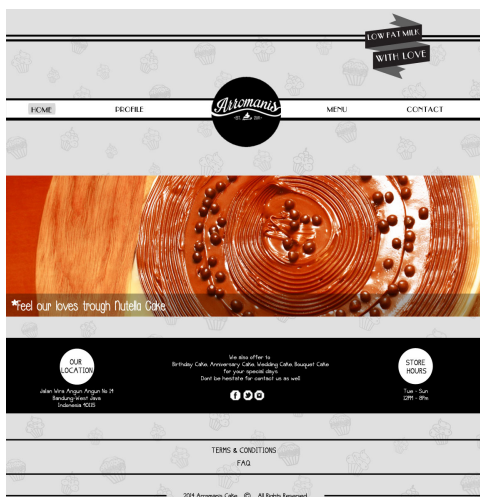
Tampilan foto produk dibuat menjadi bentuk lingkaran. Bentuk lingkaran dipilih karena disesuaikan dengan bentuk logo dari Arromanis.



Gambar 8 Fotografi Produk
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

HASIL RANCANGAN

Berikut adalah hasil rancangan desain *website* Arromanis Cake :



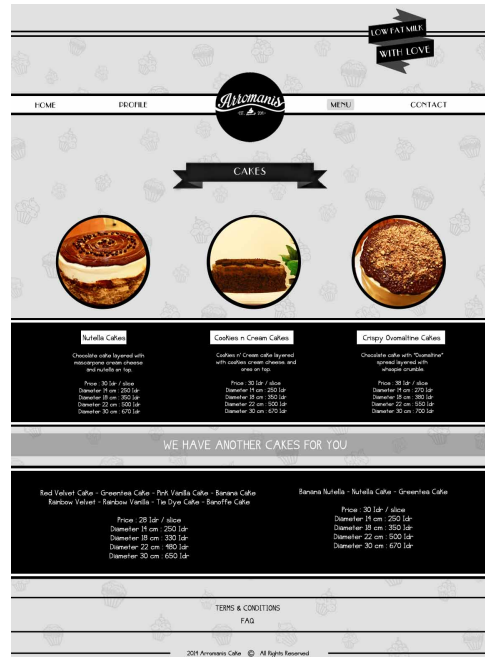
Gambar 9 Halaman *Home Website* Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



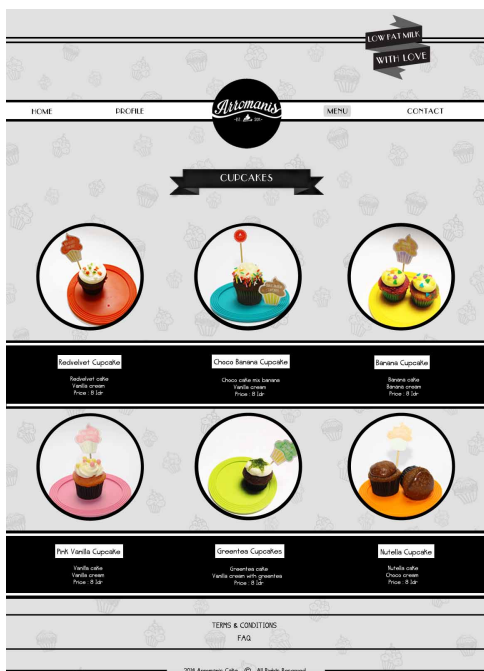
Gambar 10 Halaman *Profile Website* Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 11 Halaman Menu Website Arromanis Cake (Sumber : Dokumentasi Penulis)



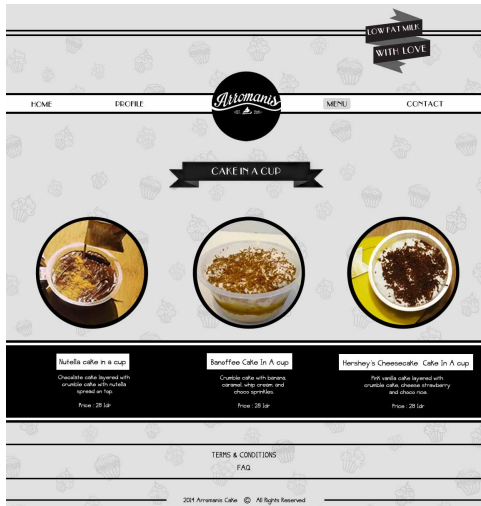
Gambar 13 Halaman Menu Cakes Website Arromanis Cake (Sumber : Dokumentasi Penulis)



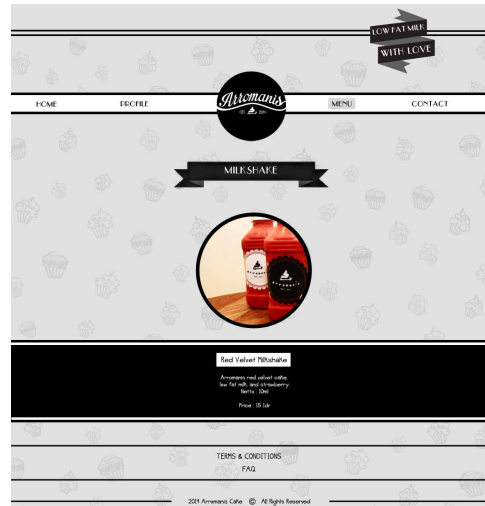
Gambar 12 Halaman Menu Cupcake Website Arromanis Cake (Sumber : Dokumentasi Penulis)



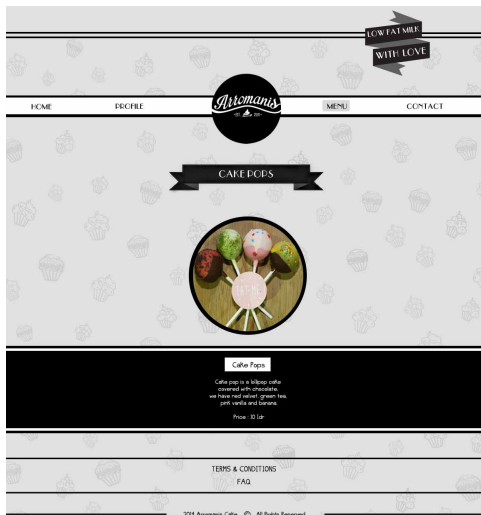
Gambar 14 Halaman Menu Whopie Website Arromanis Cake (Sumber : Dokumentasi Penulis)



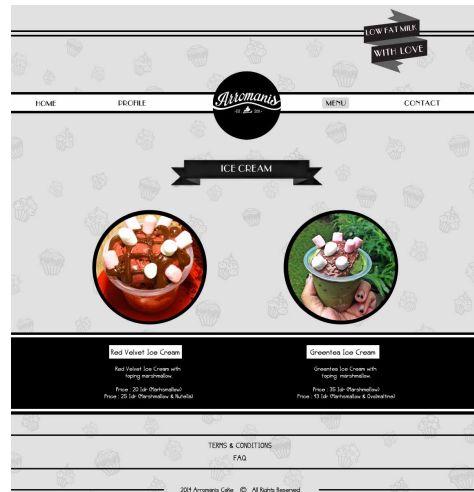
Gambar 15 Halaman *Menu Cake in Cup*
Website Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



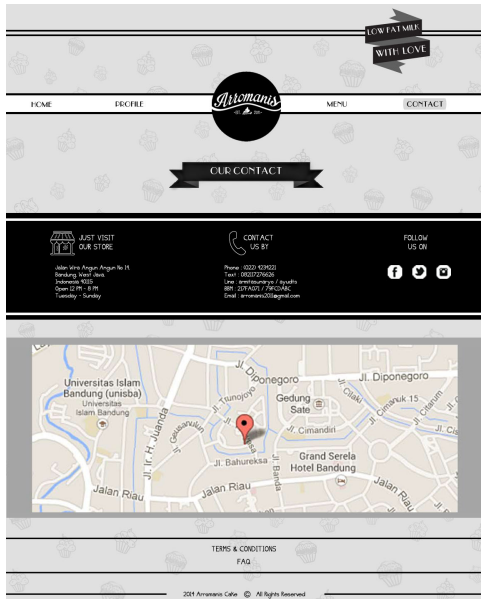
Gambar 17 Halaman *Menu Milkshake*
Website Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



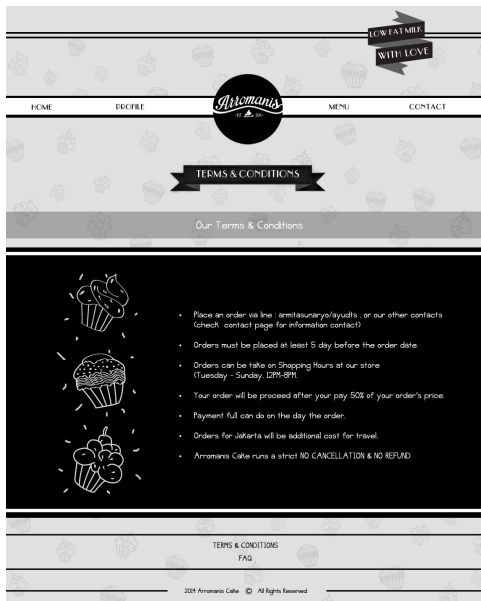
Gambar 16 Halaman *Menu Cakepops*
Website Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



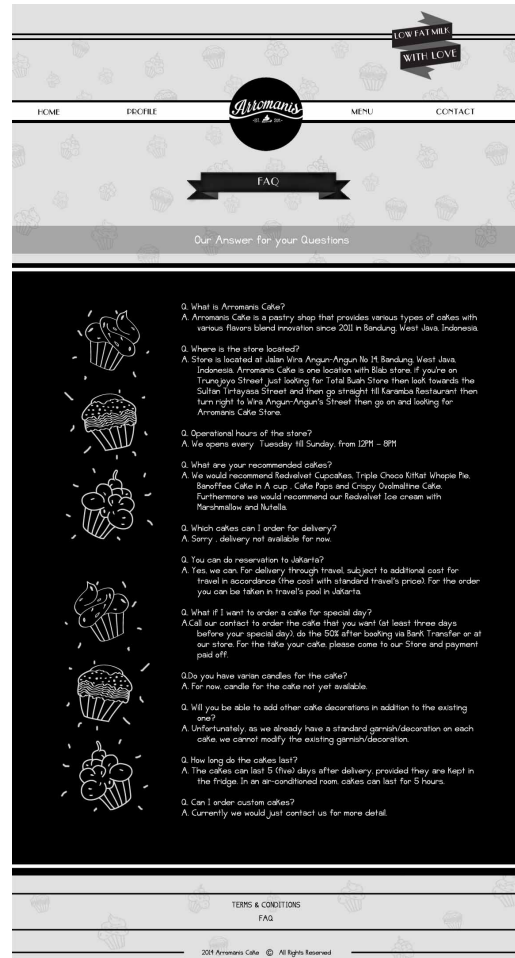
Gambar 18 Halaman *Menu Ice Cream*
Website Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 19 Halaman *Contact Website* Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 20 Halaman *Terms and Condition Website* Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 21 Halaman *FAQ Website* Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Desain Media Pendukung Promosi
Berikut adalah beberapa hasil rancangan desain media pendukung untuk *Website* Arromanis Cake sebagai media promosi :



Gambar 22 Desain *Business Card* Arromanis Cake
Kiri : Tampak Depan ,
Kanan : Tampak Belakang
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 23 Desain *Sticker* Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 24 Desain Poster Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 25 Desain *Sticker* Arromanis Cake
(Sumber : Dokumentasi Penulis)

PENUTUP

Perancangan Tugas Akhir ini dibuat untuk menjadikan media website ini sebagai media promosi agar Arromanis Cake lebih dikenal masyarakat Bandung dan sekitarnya serta wistawan Bandung. Selain itu media website juga didukung dengan kecepatan dan daya jangkau yang sangat luas. Kelengkapan data informasi pada media website dapat membangun kredibilitas perusahaan dimata konsumen yang lebih baik dibandingkan media digital lainnya karena website memiliki tingkat keamanan yang lebih tinggi serta administrasi yang lebih rumit.

DAFTAR PUSTAKA

- Garrand, Timothy. 2001. *Writing for Multimedia and The Web second edition*. Butterworth-Heinemann, United States of America.
- Joseph, Thomas. 2011. *Apps - The Spirit of Digital Marketing 3.0*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Skopec, David. 2003. *Digital Layout for The Internet and Other Media*. AVA Book Production Pte. Ltd, Singapore.