

Perancangan Prototype Website Fellow Coffee

Muhammad Ibrahim Alkayyis¹, Yanuar Rahman² dan Diena Yudiarti³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University Terusan Buah Batu Bandung 40257
alkayyis@student.telkomuniversity.ac.id¹, vidiyan@telkomuniversity.ac.id², dienayud@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Semakin ketatnya persaingan antar pelaku UMKM menyebabkan banyak perusahaan tidak dapat mengembangkan dan mempertahankan usahanya. Salah satunya disebabkan oleh pelaku usaha yang tidak beradaptasi dengan pasar, kurangnya inovasi produk/jasa, kegiatan promosi konvensional dan digital yang kurang efektif, tidak memanfaatkan internet sebaik mungkin. Fellow Coffee merupakan sebuah usaha kecil menengah yang bergerak dalam bidang kuliner yang berbasis di kota Manado Sulawesi Utara. Pada tahun 2019 dimasa pertumbuhan Fellow Coffee memiliki berbagai kendala yang salah satunya merupakan kurangnya exposure untuk memperkenalkan Fellow Coffee di kalangan anak muda terkhususnya. Sehingga pihak Fellow Coffee membuat media Instagram dan website sebagai media informasi meskipun website tersebut masih belum maksimal dalam fitur-fiturnya. Metode penelitian yang akan digunakan merupakan metode kualitatif, metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan hasil yang mendalam. Sedangkan metode pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara, studi pustaka dan pengumpulan survei. Perancangan prototype website ini bertujuan untuk membantu Fellow Coffee untuk memiliki usaha yang profesional dengan cara merancang website sebagai media penyampaian informasi dan manajemen coffee shop.

Kata kunci: Coffee Shop, Prototype, UI/UX, UMKM, Website.

Abstract: The increasingly tight competition among MSME actors has caused many companies to be unable to develop and maintain their business. One of them is caused by business promotion actors who are not adapting to the market, lack of product/service innovation, less effective conventional and digital activities, and not making the best use of the internet. Fellow Coffee is a small and medium business engaged in the culinary field based in the city of Manado, North Sulawesi. In 2019, during the growth period, Fellow Coffee had various obstacles, one of which was the lack of exposure to introduce Fellow Coffee among young people in particular. So Fellow Coffee made Instagram and website media as information media even though the website is still not maximal in its features. The research method that will be used is a qualitative method, qualitative methods are used to obtain in-depth results. While the data collection method uses observation, interviews, literature study and collection surveys. The design of this prototype website aims to help Fellow Coffee to have a professional business by designing a website as a medium for gathering information and managing coffee shops.

Keywords: Coffee Shop, Prototype, UI/UX, MSMEs, Website.

PENDAHULUAN

Berdasarkan data yang terdaftar di Dinas Koperasi & UMKM Provinsi Sulawesi Utara, ada 423.036 pelaku UMKM (dilansir dalam databoks.katadata.co.id, 2022). Hal tersebut menjadikan UMKM yang berada di wilayah Manado memiliki berbagai peran penting untuk meningkatkan perekonomian sektor industri daerah Sulawesi Utara.

Fellow Coffee merupakan *coffee shop* yang berlokasi di Manado dan telah berdiri sejak 2019. Fellow Coffee menjual berbagai macam jenis kopi juga menjual minuman non-kopi dan makanan ringan untuk disantap bersama teman-teman atau keluarga. Berdasarkan wawancara kepada pihak Fellow Coffee bahwa *website* yang dirancang masih kurang berfungsi sebagai media penyampaian informasi dan manajemen dan juga jumlah konten yang dirancang pada *website* Fellow Coffee masih sangat sedikit sehingga fungsi *website* tersebut tergeserkan dengan media sosial Instagram. Permasalahan *website* Fellow Coffee yang menampilkan gambar latar yang terlalu terang sehingga membuat UI pada *website* hampir senada kontrasnya, yang dimana menurut Sklar (dalam Siddik 2019:42) pemberian kontras tidak boleh sejalan dengan warna latar belakang situs. Karena warna objek bisa samar-samar atau terserap oleh warna latar.

METODE PENELITIAN

Menurut Swastha (dalam Hermawan Agus 2012:33) strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Sementara itu Menurut Soyomukti (dalam Syafikarani 2022), Komunikasi bisa terjadi tanpa media atau *non-mediated communication* yang berlangsung tatap muka atau *face-to-face*. Komunikasi juga dapat berjalan dengan bantuan media, yang disebut media komunikasi.

Kelley dan Brown (dalam Lazuardi dan Sukoco 2019) mengatakan bahwa produk yang sesuai dengan kebutuhan *user* dapat diperoleh melalui lima tahap pada proses *design thinking*. Tahap pertama yaitu *empathize*, dimana desainer memposisikan diri sebagai pengguna untuk mengetahui pengalaman user. Hal tersebut diperoleh dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, *purposive sampling*, dan studi pustaka.

Observasi perbandingan visual terhadap *website* Fellow Coffee dengan beberapa *website* Coffee Shop dalam negeri dilakukan sebagai acuan perancangan *website* Fellow Coffee. Soewardikoen (2019) berpendapat bahwa gambar harus diamati secara teliti dan mencatat unsur-unsur visual yang ada pada gambar tersebut. Dari proses tersebut didapatkan aset visual dari Fellow Coffee, berikut adalah aset visual yang dimiliki:



Gambar 1 Logo dan Website Fellow Coffee

Sumber: Fellow Coffee



Gambar 2 Aset Foto Minuman dan makanan Dari Fellow Coffee

Sumber: Fellow Coffee

Wawancara mendalam secara online dilakukan kepada pihak dari Fellow Coffee yaitu saudara Eldio Langkun, untuk mengetahui profil perusahaan, kebutuhan *coffee shop*, struktur perusahaan, produk makanan dan minuman, dan juga aset digital yang sudah tersedia. Wawancara mendalam adalah wawancara yang dilakukan tanpa terstruktur sehingga pertanyaan yang dikeluarkan tergantung pada situasi saat mewawancara agar bersifat fleksibel dan bebas mengikuti proses pemikiran narasumber tetapi juga memiliki target kemana arah pembicaraan (Soewardikoen (2019:57). Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada Dimas Imameza selaku ahli UI/UX Design, untuk mengetahui apa saja yang menjadi poin penting dalam melakukan perancangan UI/UX pada website Fellow Coffee.

Untuk memperkuat penelitian ini dilakukan pula studi pustaka dengan mengkaji riset terkait perancangan UI/UX dan website yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian-penelitian yang digunakan merujuk pada metode design thinking, prinsip-prinsip desain web, elemen desain UI, user experience, dan rujukan lain yang relevan dengan perancangan UI/UX website mengambil referensi dari buku, laporan Tugas Akhir, jurnal, dan artikel.

Tahap kedua pada *design thinking* adalah *define*, dimana informasi yang diperoleh pada tahap *empathize* dijadikan sumber untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh *user*. Ini dapat dilakukan dengan membuat daftar kebutuhan *user* dan menggunakan pengetahuan tentang kondisi yang sedang terjadi, kemudian membuat menjadi kuesioner untuk target audiens. Setelah mengetahui kebutuhan *user*, tahap selanjutnya adalah menghasilkan ide (*ideate*) untuk solusi yang dibutuhkan. Proses *ideate* dimulai dari menetapkan konsep pesan, kreatif, visual, dan media yang akan dirancang. Tahap selanjutnya menerapkan ide yang telah digambarkan menjadi produk uji coba (*prototype*). Menurut Razi (2018) *prototype* dilakukan untuk mendeteksi kesalahan lebih awal dan mendapatkan kemungkinan baru. Proses desain yang dilalui pada perancangan ini dimulai dari perancangan *site map*, *wireframe*, *wireflow*, dan *high-fidelity*. Tahap terakhir pada *design thinking* yaitu melakukan percobaan produk uji coba kepada pengguna atau disebut dengan *usability testing*. Pada tahap ini, masukan yang diperoleh berdasarkan pengalaman pengguna menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan produk.

HASIL DAN DISKUSI

Perancangan berfokus pada media utama berupa *website*. *Website* dirancang sesuai dengan kebutuhan *user* yang telah diperoleh melalui tahapan *empathize* dan *define*, seperti informasi mengenai Coffee Shop, kebutuhan audiens yang sudah di dapatkan melalui kuesioner dan juga kebutuhan pemilik Fellow Coffee. Dapat disimpulkan pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens adalah Fellow Coffee memperlihatkan profil usaha, meningkatkan kredibilitas dan juga berfungsi sebagai media informasi lainnya sehingga para pelanggan ataupun calon pelanggan dapat memiliki kepercayaan yang tinggi dan dapat meningkatkan profesionalitas dari usaha tersebut dan juga dibutuhkan sistem manajemen internal untuk mengelola hasil penjualan *coffee shop*. Fitur yang akan ditawarkan di dalam website tersebut yaitu foto suasana *coffee shop*, *about us*, menu makanan dan minuman, *event*, lokasi, kontak dan halaman *login* khusus karyawan.

A. Site Map

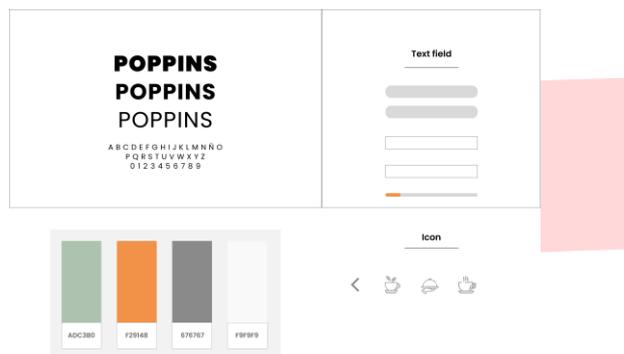
Berikut adalah *site map* sebagai kerangka daftar halaman dalam membuat *wireframe* pada *website*.



Gambar 3 *Wireframe* Laman Beranda

Sumber: Kayyis, Rahman, Yudiarti 2022

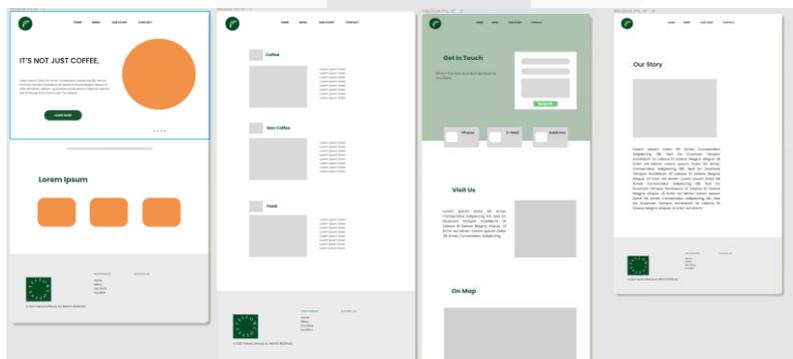
Untuk Typeface memakai Poppins sans-serif, lalu untuk foto-foto pendukung yaitu suasana tempat *coffee shop* hingga Foto menu minuman dan makanan akan ditambahkan sebagai informasi penting kepada pengunjung website. Berikut rangkuman konsep visual serta hasil perancangan bisa dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 4 konsep visual
Sumber: Kayyis, Rahman, Yudiarti 2022

B. Wireframe

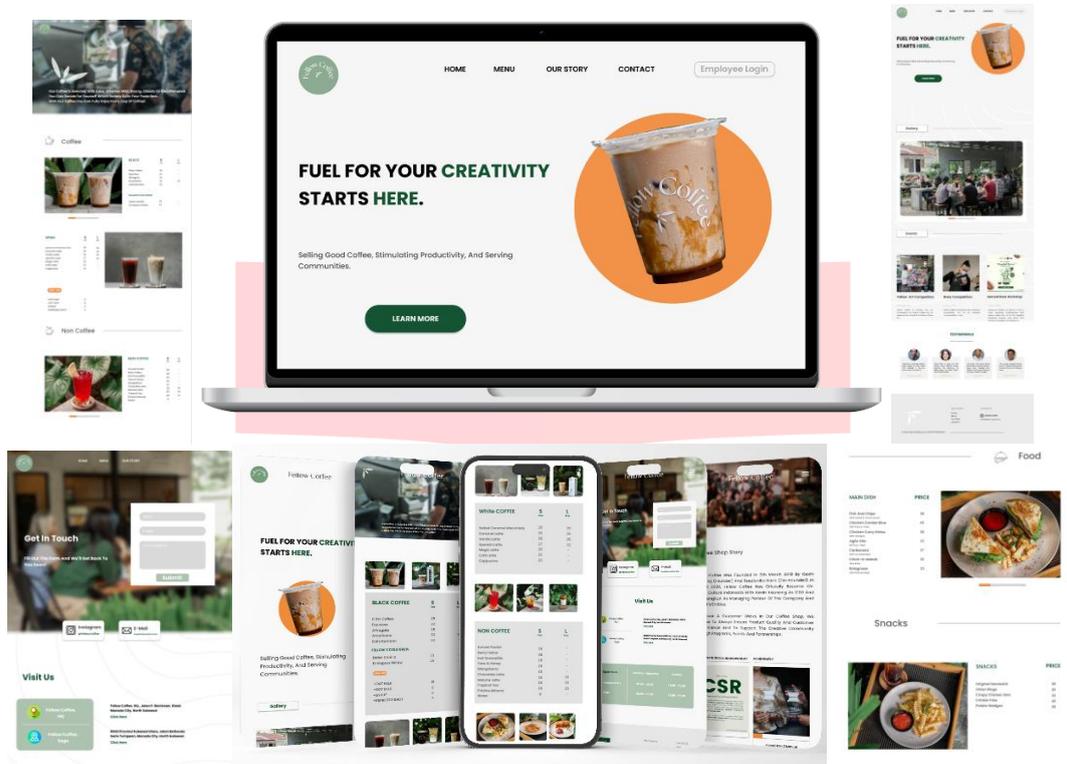
Sebelum merancang tampilan website akan dilakukan pembuatan *wireframe*. Terdapat empat menu *navigasi* pada website Fellow Coffee yang terdiri dari beranda, *menu*, *our story*, *contact*. Di dalam landing page terdapat image produk kopi andalan Fellow Coffee disertai kalimat mengajak untuk mengunjungi *coffee shop*.



Gambar 5 Wireframe
Sumber: Kayyis, Rahman, Yudiarti 2022

C. Prototype

Prototype adalah satu versi dari sebuah sistem potensial yang memberikan para calon pengguna, bagaimana sistem akan berfungsi dalam bentuk yang telah selesai (Darmawan dan Fauzi ,2013)



Gambar 6 Prototype
Sumber: Kayyis, Rahman, Yudiarti 2022

D. Usability Testing

Langkah setelah merancang *prototype* adalah melakukan uji coba kepada *user website*, Kegiatan UT dilaksanakan secara daring melalui Google Meet dan Discord dimana *user share screen* ketika mencoba prototype website. Feedback dari user akan dipertimbangkan untuk peningkatan prototype website.

5. Media Pendukung

Media pendukung dibutuhkan untuk mengarahkan target audiens terhadap eksistensi *website* dan pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh Fellow Coffee terhadap audiens mereka. Media yang dipilih pada perancangan ini diantara lain media sosial, id-card, Tumbler, X-banner dan *totebag*.



Gambar 7 Instagram Feeds
Sumber: Kayyis, Rahman, Yudiarti 2022



Gambar 8 Media Pendukung
Sumber: Kayyis, Rahman, Yudiarti 2022

KESIMPULAN

Perancangan Tugas Akhir ini disusun dan dibuat berdasarkan hasil data observasi, wawancara dan juga kuesioner yang menyatakan coffee shop Fellow Coffee memerlukan suatu media untuk membantu mengumpulkan semua informasi dalam suatu wadah. Saat ini Fellow Coffee telah menggunakan media sosial yakni Instagram meskipun sudah mendapatkan exposure yang cukup baik sangat disayangkan untuk website Fellow Coffee yang masih belum mendapatkan perhatian yang lebih. dikarenakan informasi yang ada di media sosial tersebut masih belum terperinci dan terbatas bagi para pelanggan untuk mengaksesnya. Oleh karena itu dibutuhkan desain ulang website coffee shop untuk dapat memberikan informasi secara terperinci dan juga jelas agar dapat memudahkan user atau calon pelanggan mencari informasi-informasi yang dibutuhkan agar dapat menarik minat khalayak umum.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, solusi yang paling tepat untuk memecahkan masalah melalui perancangan website, sebagai media promosi, penyampaian informasi dan manajemen untuk Fellow Coffee. Perancangan website dibuat bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi mengenai Fellow Coffee dan manajemen internal sehingga dapat meraih pasar yang lebih jauh lagi ke keluar daerah dan memudahkan manajemen Fellow Coffee dalam melihat data penjualan. Sesuai dengan data hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa fitur yang akan ada pada website tersebut yakni foto menu makana dan minuman yang ditawarkan, profil perusahaan, foto suasana Fellow Coffee dan lokasi dan kontak coffee shop. Selain itu, untuk memperkuat kualitas website ini dibutuhkan pengujian langsung kepada user (user testing) guna untuk mengetahui kesesuaian pada tampilan website dan juga fitur-fitur yang ditawarkan, disarankan untuk langsung melakukan pengujian quality website kepada beberapa khalayak umum ataupun yang sudah profesional dibidangnya yang tentunya dapat menyempurnakan perancangan website tersebut.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Pengerjaan riset ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diberikan kepada Bapak Prof. Dr. Adiwijaya, S.Si., M.Si., selaku rektor Telkom University; Ibu Dr. Roro Retno Wulan, S.Sos., M.Pd., selaku dekan Fakultas Industri Kreatif; Bapak Yanuar Rahman, S.Ds., M.Ds., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Diena Yudiarti, S.Ds., M.S.M., selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing proses pengerjaan riset ini; Bapak Rio Adriyanto, SE., M.Eng., selaku dosen penguji I dan Bapak Ar Razi, S.Ds., M.Ds., selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan selama pengerjaan riset ini; Orang tua tercinta yang selalu mendoakan, bekerja keras, dan memberi dukungan sampai akhir proses memperoleh gelar sarjana ini; Eldio Langkun sebagai pihak Fellow Coffee memberikan arahan, bantuan, dan bersedia menjadi narasumber yang berkaitan dengan Fellow Coffee; Dimas Imameza, selaku narasumber UI/UX; beserta orang-orang terdekat yang menemani, membantu dan memberi masukan selama perkuliahan dan pengerjaan Tugas Akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

Darmawan, Deni dan Fauzi, Nur, Kunkun. 2013. Sistem Informasi Manajemen.

Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Hermawan, Agus. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

I Ramadhan, I Wirasari, A Syafikarani. (2022). Perancangan Strategi Promosi Muslim Fashion Cover Me. *eProceedings of Art & Design* 9 (3)

Razi, Aria Ar. (2018). *Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Siddik, Abdurrahman. (2019). *Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Desain*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari.

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT. Kanisius.

Viva, Budy Kusnandar. (2022). "Industri Makanan dan Minuman Nasional Mulai Bangkit dari Pandemi Covid-19", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/31/industri-makanan-dan-minuman-nasional-mulai-bangkit-dari-pandemi-covid-19>, (20 Oktober 2022, 10:00).