

PERANCANGAN WEBSITE BAGI KOMUNITAS UMKM IKATAN AHLI BOGA INDONESIA

Fira Aulia Rahmadayanti¹, Bijaksana Prabawa² dan Diena Yudiarti³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsong, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

firaul@student.telkomuniversity.ac.id, beejaksana@telkomuniversity.ac.id,
dienayud@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: IKABOGA adalah sebuah komunitas atau organisasi yang sudah berdiri sejak tahun 1987 dan telah menjadi wadah tunggal bagi Ahli Boga Indonesia. Saat ini, komunitas UMKM IKABOGA masih belum mempunyai sebuah media untuk menyalurkan informasi tentang UMKM yang berada dibawah naungannya. Hal ini menyebabkan timbulnya kesulitan bagi khalayak untuk menemukan informasi yang akan mereka cari. Oleh karena itu, tujuan dibuatnya website bagi Komunitas UMKM IKABOGA ini adalah untuk memudahkan khalayak menemukan informasi terkait Komunitas UMKM IKABOGA. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah menggunakan metode observasi, studi pustaka, dan wawancara. Data yang didapatkan dari metode yang dilakukan akan dianalisis dan menjadi penunjang dalam melakukan perancangan ini. Adapun media yang akan dihasilkan dari perancangan Tugas Akhir ini dibuat dalam bentuk prototype website dalam figma yang dapat menjadi wadah untuk menyalurkan informasi terkait produk dan jasa yang ditawarkan IKABOGA.

Kata kunci: UMKM, Desain Interaksi, Perancangan website.

Abstract: *IKABOGA is a community or organization that has been established since 1987 and has been the sole platform for Indonesian Culinary Experts. Currently, the IKABOGA MSME community lacks a dedicated medium to disseminate information about the MSMEs under its umbrella. This has led to difficulties for the public in finding the information they seek. Therefore, the purpose of creating a website for the IKABOGA MSME Community is to facilitate the audience in accessing information related to the IKABOGA MSME Community. The methods employed in this design include observation, literature review, and interviews. The data obtained from these methods will be analyzed and will support the execution of this design. The resulting media from this Final Project will take the form of a prototype website created in Figma, serving as a platform to convey information about the products and services offered by IKABOGA.*

Keywords: *MSME, Interaction Design, Website Design*

PENDAHULUAN

IKABOGA merupakan sebuah komunitas atau organisasi yang sudah berdiri sejak tahun 1987 dan menjadi wadah tunggal bagi Ahli Boga Indonesia. Hingga saat ini, 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. Oleh sebab itu, diperlukannya sebuah website untuk menyalurkan informasi yang akan disampaikan kepada khalayak.

Dengan adanya *website* ini, khalayak dapat mengetahui segala informasi yang akan disampaikan, serta dapat terjadinya sebuah interaksi satu sama lain. Di Indonesia itu sendiri terdapat beragam jenis-jenis media yang sering digunakan untuk berkomunikasi dan menyebarkan luaskan informasi, salah satunya adalah media *website*.

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.

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam perancangan ini adalah metode wawancara, metode observasi dan studi pustaka. Metode observasi dilakukan dengan mengamati komunitas IKABOGA dan website komunitas sejenis guna melihat

referensi gaya visualisasi dalam hal yang dibutuhkan dalam perancangan *website*. Wawancara dilakukan dengan pihak IKABOGA, ahli di bidang *website*, dan dengan *user* (calon pengguna). Dalam metode studi pustaka, digunakan beberapa teori yang digunakan sebagai landasan dalam perancangan. Teori yang digunakan adalah teori desain interaksi, teori *website*, teori persona analisis, teori *user flow*, teori *wireframe*, konsep dasar dalam *user interface* (UI), dan teori Desain Komunikasi Visual. Mendesain sebuah *website* adalah sebuah proses menciptakan sebuah halaman dengan memperhatikan estetika. Namun hal dalam hal mendesain *website* harus tetap mempertimbangkan mekanisme. (Wijayanti, Prabawa, & Swasty, 2015:3). Menurut Rizki (2019), UI mengacu pada perancangan antarmuka yang fokus pada estetika tampilan, seleksi warna yang cocok, dan komponen lain yang meningkatkan daya tarik tampilan situs web e-commerce. Biasanya, tahap implementasi atau pengembangan UI dilakukan setelah selesai merancang UX (Pengalaman Pengguna) dengan merinci desain tata letak, logo, palet warna, tipografi, serta elemen-elemen lainnya. Tugas utama seorang desainer UI adalah merawat aspek visual, seperti tata letak, struktur tata letak, konten tata letak, dan lain sebagainya (Rustan 2020: 50).

HASIL DAN DISKUSI

Target sasaran dari Komunitas IKABOGA disegmentasikan ke dalam usia kisaran 25-40 tahun dan berjenis kelamin wanita. Segmentasi ini dapat diklasifikasikan ke dalam sebuah golongan atau kelompok wanita (ibu-ibu) yang berusia dewasa awal. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa untuk membuat suatu *website*, perlu diketahui terlebih dahulu mengenai kebutuhan isi konten-konten dan informasi yang akan disampaikan. Terdapat pula empat komunitas sejenis, setelah melakukan matriks perbandingan terhadap komunitas sejenis, dapat diketahui bahwa dua *website*

pesaing sejenis sudah mulai menerapkan sistem desain yang baik dan memiliki konsistensi, sedangkan dua lainnya masih terdapat beberapa elemen yang tidak terlihat menyatu dengan keseluruhan website. Strategi yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah strategi W-O. Ini merupakan strategi untuk mengatasi kelemahan (*weakness*) dan memanfaatkan peluang (*opportunity*)

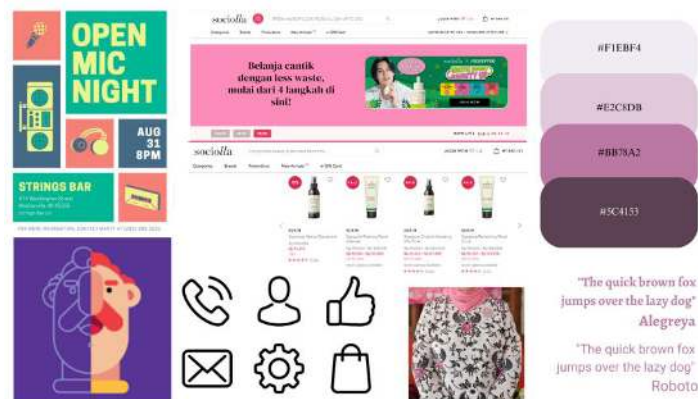
Konsep Perancangan

Konsep pada perancangan ini timbul dan difokuskan pada permintaan dari IKABOGA untuk membuat sebuah media sebagai sarana penyebarluasan informasi terkait Bidang dan Jasa Boga kepada masyarakat luas, terlebih khususnya masyarakat yang tertarik dengan Bidang dan Jasa Boga.

Ide besar dari perancangan ini adalah untuk memberikan informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan oleh Komunitas UMKM IKABOGA terhadap masyarakat luas dengan citra yang positif dan profesional dalam Bidang Boga dan Jasa Boga. Ide besar ini muncul sesuai dengan hasil brief yang telah diberikan, serta visi dan misi IKABOGA sebagai wadah yang terbuka dan responsif terhadap anggota-anggota komunitasnya.

Konsep kreatif pada perancangan ini mengambil karakter dari logo IKABOGA dan aspek feminisme sebagai konsep kreatif yang sesuai dengan warna dan karakteristik logo. Konsep kreatif pada perancangan ini mengambil karakter dari logo IKABOGA dan aspek feminisme sebagai konsep kreatif yang sesuai dengan warna dan karakteristik logo.

Pengayaan visual yang digunakan adalah pengayaan flat design untuk memberikan kesan yang simple. Pengayaan ini dipilih berdasarkan relevansi dengan target pasar dan konsep pesan yang diusung pada perancangan tugas akhir ini.



Gambar 1 Moodboard Perancangan
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Hasil Rancangan

Website

Sebagai media utama, website IKABOGA berisikan segala informasi terkait profil, sejarah berdirinya, visi dan misi, maupun produk-produk unggulan dari UMKM dibawah naungannya. Tersedia juga fitur online shopping untuk membeli produk unggulan dari Komunitas UMKM IKABOGA.

Landing Page

Landing Page website IKABOGA berisikan tentang penjelasan singkat mengenai profil IKABOGA, serta terdapat juga fitur registrasi akun. *Header* pada website IKABOGA berisikan menu-menu yang akan mengarah ke halaman lainnya. Sedangkan *footer website* berisikan tentang kontak person dan alamat IKABOGA. Penggunaan layout yang digunakan konsep simetris. Warna yang digunakan merujuk pada warna yang terdapat di dalam logo IKABOGA. Tipografi menggunakan font serif (Alegreya Bold) sebagai *headline* dan font sans serif (Roboto) sebagai *body text*.



Gambar 2 Landing Page Website
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Laman 'Tentang Kami'

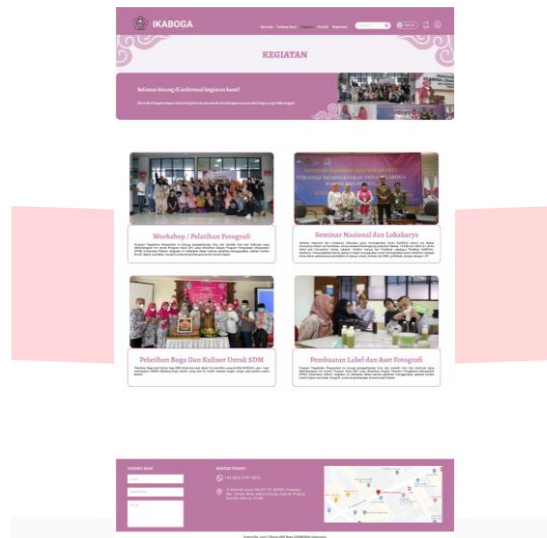
Laman ini berisikan tentang profil dari IKABOGA. Profil tersebut meliputi sejarah berdirinya, visi misi, hingga daftar-daftar UMKM yang tergabung di dalam IKABOGA. UMKM tersebut dibagi kedalam 4 kategori, yaitu: *Cake and Cookies*, *Food and Beverage*, *Cemilan Tradisional*, dan *Minuman*.



Gambar 3 Laman Website 'Tentang Kami'
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Laman 'Kegiatan'

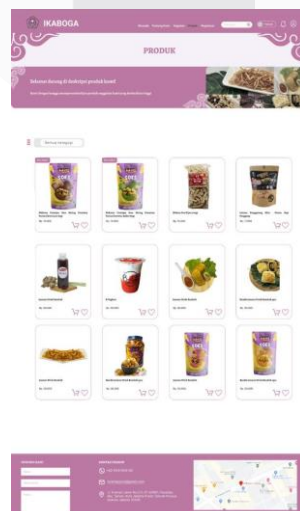
Laman ini berisikan tentang dokumentasi serta penjelasan singkat mengenai kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh Komunitas UMKM IKABOGA.



Gambar 4 Laman Website 'Kegiatan'
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Laman 'Produk'

Laman ini berisikan tentang produk-produk unggulan dari UMKM yang dinaungi oleh IKABOGA. Pada bagian ini juga pengguna dapat membeli produk-produk unggulan yang ditawarkan oleh Komunitas UMKM IKABOGA

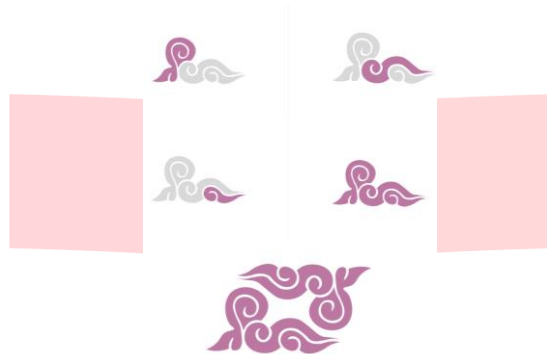


Gambar 5 Laman Website 'Produk'
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Sistem Desain

Super Grafis

Supergrafis IKABOGA diambil dari pola batik IKABOGA yang disimplifikasikan



Gambar 6 Super Grafis
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Icon

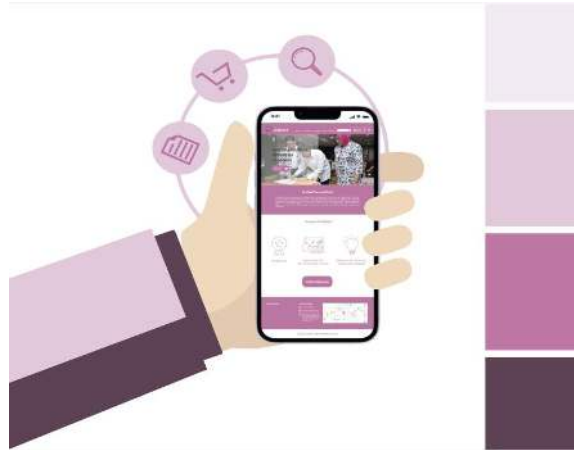
Icon yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan sistem outline agar memberikan kesan yang simpel dan minimalis.



Gambar 7 Icon
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan pada perancangan ini adalah flat design untuk meninggalkan kesan yang minimalis dan modern.



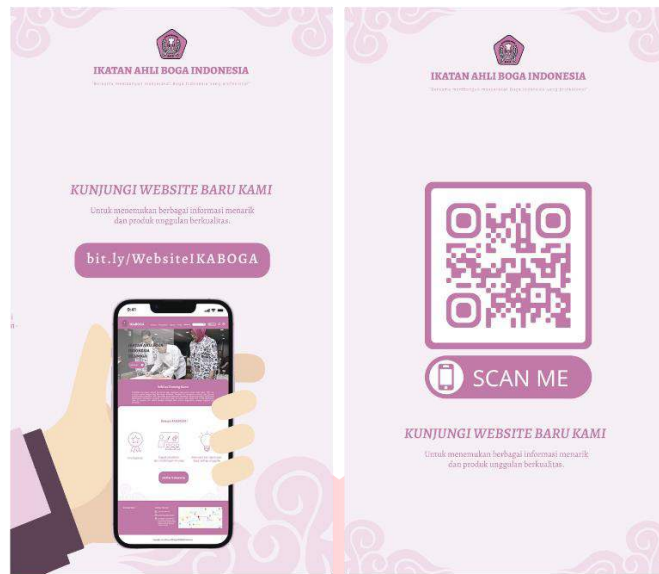
Gambar 8 Ilustrasi
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Media Online
Poster Digital



Gambar 9 Poster Digital
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Instagram Story



Gambar 10 Instagram Story
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Media Cetak

X-Banner



Gambar 11 X-Banner
Sumber: Rahmadayanti (2023)

Poster/Flyer



Gambar 12 Poster/Flyer
Sumber: Rahmadayanti (2023)

KESIMPULAN

Kesimpulan dari perancangan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Website Bagi Komunitas UMKM IKABOGA” yang disertai dengan beberapa analisis adalah Komunitas UMKM IKABOGA belum mempunyai sebuah media untuk menyalurkan informasi terkait profil dan produk unggulan dari UMKM di bawah naungannya. Sehingga dibutuhkan suatu media interaktif yang dapat digunakan untuk menadiah informasi-informasi tersebut agar dapat disampaikan kepada khalayak.

Website dapat digunakan sebagai solusi untuk menyalurkan informasi terkait profil dan produk unggulan dari Komunitas UMKM IKABOGA. Penggunaan website pun terbilang cukup efektif karena dapat diakses kapanpun, dimanapun, dan oleh siapapun, sehingga jangkauannya bisa lebih luas dan informasi dapat tersampaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile

Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya. *BARIK*, 1(1), 112-122.

Faizal, M., Abdillah, M. F., IMS, D. A. S., Setiadi, W., Octavia, D., Suhendari, W., & Soewardikoen, D. W. (2018). Penggunaan Website Portal Berita sebagai Media Informasi untuk Mahasiswa. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 34-42.

Federal ministry of education and Research (2018). personas: how to create personas with secondary data.

Herman Dwi Surjono. *Multimedia Pembelajaran Interaktif*. Yogyakarta: UNY Press, 2017.

Koesoemadinata, M. I. P., Soewardikoen, D. W., Putra, I. D. A. D., Lawe, I. G. A. R., & Rahadiano, I. D. (2021). Perancangan dan Pelatihan Pengelolaan Website Pondok Pesantren Assubkiyah Kabupaten Bandung. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(1).

Maulana, R. T. (2020). Perancangan User Interface User Experience Dengan Metode User Centered Design Pada Aplikasi Mobile Auctentik. Universitas Islam Indonesia.

Munir. (2015). *Multimedia Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

Murtono, T. (2019). *Eksperimen Tipografi*. CV Kekata Group.

Rahmalia, N., & Tricahyono, D. (2020). Analisis Customer Journey Mapping Untuk Meningkatkan Customer Experience Pada Aplikasi Mobile E-Commerce

Dengan Menggunakan Metode Diary Study (Studi Pada Aplikasi Mobile E-Commerce Shopee). *eProceedings of Management*, 7(3).

Rizki, Muhammad Ditya. 2019. "Apa itu UI dan UX".

Segara, A (2019). Penerapan Pola Tata Letak (Layout Pattern) pada Wireframing Halaman Situs Web. *Jurnal Magenta, SMTK Trisakti*, 3(1),452-464

Shakilah, N. D. (2016). Pemanfaatan Aplikasi Lectora Inspire Sebagai Media Pembelajaran Interaktif.

Swasty, W dan Adriyanto AR. (2017). Does Color Matter on Web User Interface design. *CommIT (Communication & Information Technology) Journal*

Soewardikoen, D. Widiatmoko, (2021), Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, PT. Kanisius, D.I. Yogyakarta.

Wijayanti, N., Prabawa, B., & Swasty, W. (2015). Towilfiets Website Design As Promotional Media. *eProceedings of Art & Design*, 2(1).