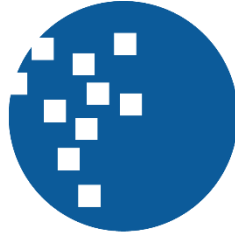


PERANCANGAN *WEBSITE*
PT CIANJUR ARTA MAKMUR



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Lutfiah Amandadewi
0000031604

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023

PERANCANGAN *WEBSITE*
PT CIANJUR ARTA MAKMUR



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Lutfiah Amandadewi

0000031604

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lutfiah Amandadewi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000031604
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN *WEBSITE* PT CIANJUR ARTA MAKMUR

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Juni 2023



Lutfiah Amandadewi

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN *WEBSITE* PT CIANJUR ARTA MAKMUR

Oleh

Nama : Lutfiah Amandadewi
NIM : 00000031604
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 23 Juni 2023

Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/E068502

Penguji



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

Pembimbing



Harry Mores, S.Ds., M.M.
0306078902/L00790

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfiah Amandadewi
NIM : 00000031604
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Tesis/Skripsi/Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN WEBSITE PT CIANJUR ARTA MAKMUR

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 23 Juni 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Lutfiah Amandadewi)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “PERANCANGAN *WEBSITE* PT CIANJUR ARTA MAKMUR”, alasan penulis merancang media informasi berupa desain website adalah untuk memberikan informasi tentang produk yang dihasilkan oleh PT CIANJUR ARTA MAKMUR melalui media informasi website, sehingga dengan perancangan desain website ini masyarakat umum dapat lebih mengetahui atau mengenal produk perusahaan ini.

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Harry Mores, S.Ds.,M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Pradipta Danar Jati, selaku *Corporate Secretary & People Department Manager* PT Widodo Makmur Perkasa selaku holding company PT Cianjur Arta Makmur yang telah bersedia menjadi narasumber.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada teman – teman saya khususnya Sisilia yang turut menemani dan membantu saya menyelesaikan Tugas Akhir ini, Alifia Febyanti & Tiara Eka Padri yang turut selalu *mensupport* saya selama Tugas Akhir, dan semua teman – teman saya yang turut menyemangati dan menghibur saya selama Tugas Akhir berlangsung.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat untuk akademis sehingga dapat menjadi acuan bagi mahasiswa lain yang sedang menyusun Tugas Akhir, untuk keluarga, dan untuk saya pribadi guna sebagai pedoman jenjang karir.

Tangerang, 23 Juni 2023



Lutfiah Amandadewi



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN WEBSITE PT CIANJUR ARTA MAKMUR

(Lutfiah Amandadewi)

ABSTRAK

Produk yang di hasilkan oleh PT CIANJUR ARTA MAKMUR berupa daging sapi, makanan olahan, dan daging ayam diproses dari awal pembibitan, pemsarasan ternak, dan mengolahnya menjadi makanan olahan. PT CIANJUR ARTA MAKMUR merupakan perusahaan berbasis B2B dalam menjual produknya sehingga mempunyai target pembeli dengan skala yang berbeda yaitu menjual ke perusahaan atau reseller atau producers Proses pendekatan transaksinya pun tidak hanya mengarah pada penjualan produk, namun selalu ada upaya untuk membina keterikatan bisnis dengan perusahaan atau reseller atau producers. Pengembangan media informasi dibutuhkan untuk menunjang penyebaran informasi kepada perusahaan atau reseller atau producers yang diharapkan dapat memberikan edukasi produk. Metode kuantitatif digunakan dengan mengumpulkan data analisis ilmiah dari pengguna produk. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan informasi detail secara langsung melalui narasumber yang merupakan staff ahli pada perusahaan tersebut. Dari analisa data yang didapatkan dijadikan sebagai bahan dalam pembuatan media informasi yang berbasis webbase digunakan untuk memberikan perusahaan atau reseller atau producers informasi mengenai produk, pengolahan dan kualitas, dengan tujuan bisa mendapatkan informasi yang cukup terhadap suatu produk, baik secara teknologi yang dimiliki, juga kualitas yang terdapat di dalam produk tersebut. Perancangan website dengan menggunakan metode *design thinking* menjadi pilihan karena dapat membuat informasi yang lebih lengkap dan mudah

Kata kunci: Teknologi, *Webbase*, Informasi

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

WEBSITE DESIGN PT CIANJUR ARTA MAKMUR

(Lutfiah Amandadewi)

ABSTRACT (English)

The products produced by PT CIANJUR ARTA MAKMUR are beef, processed food, and chicken meat which are processed from the beginning of breeding, raising livestock, and processing them into processed food where all processes use predetermined quality standards. PT CIANJUR ARTA MAKMUR is a B2B based company in selling its products so that it has a target buyer with a different scale, namely selling to companies or resellers or producers. The transaction approach process does not only lead to product sales, but there are always efforts to foster business engagement. with companies or resellers or producers. The development of information media is needed to support the dissemination of information to companies or resellers or producers who are expected to be able to provide education on PT CIANJUR ARTA MAKMUR products. Quantitative methods are used by collecting scientific analysis data from product users to consumers.

Qualitative methods are used by collecting natural analysis data from product users in the community. From this data, a web-based information facility was built which is used to provide the companies or resellers or producers with information about products, processing and quality, with the aim of the public being able to obtain sufficient information about a product, both technologically, owned, as well as the quality obtained in the product.

Keywords: *Technology, Webbase, Information*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Desain Grafis	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.1.1 Garis	5
2.1.1.2 Bentuk	6
2.1.1.3 Warna	7
2.1.1.4 Color Wheel	8
2.1.1.5 Psikologi Warna	12
2.1.1.6 Tekstur	19
2.1.2 Prinsip Desain	20
2.1.2.1 Format	20
2.1.2.2 Keseimbangan (balance)	21
2.1.2.3 Hirarki Visual	22
2.1.2.4 Irama (rhythm)	23
2.1.2.5 Kesatuan (unity)	24
2.1.2.6 Hukum Pesepsi Visual (Laws of Perceptual Organization)	24

2.1.3	Prinsip Desain	28
2.1.3.1	Jenis – Jenis Tipografi.....	29
2.1.4	<i>Grid</i>	35
2.1.5	<i>Single-column Grid</i>	36
2.1.6	<i>Multicolumn Grid</i>	36
2.1.7	<i>Modular Grid</i>	37
2.2	Media Informasi	38
2.2.1	Jenis – jenis Media Informasi.....	39
2.2.2	Tujuan Media Informasi.....	40
2.3	Website	43
2.3.1	<i>Homepage</i>	43
2.3.2	<i>Singlepage Website</i>	44
2.3.3	<i>Sitemap</i>	45
2.3.4	<i>Adaptive User Interface</i>	46
2.3.5	<i>User Experience</i>	47
2.3.5.1	Navigasi.....	47
2.3.5.2	Formulir	50
2.3.5.3	Tombol.....	52
2.3.6	<i>User Interface</i>	53
2.3.6.1	Ikon (<i>Icon</i>).....	57
2.3.7	Perancangan <i>Website User Interface</i>	58
2.3.7.1	Sketsa	58
2.3.7.2	<i>Wireframing</i>	59
2.3.7.3	<i>Mockup</i>	60
2.3.7.4	<i>Prototyping</i>	61
2.4	B2B (<i>Business to Business</i>).....	64
2.4.1	Tipe Perusahaan <i>B2B</i>	65
2.5	PT Widodo Makmur Perkasa	66
2.6	PT Cianjur Arta Makmur	68
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		71
3.1	Metodologi Penelitian.....	71
3.1.1	Metode Kualitatif.....	71

3.2	Metodologi Kuantitatif.....	73
3.2.1	Kuisisioner	74
3.3	Metodologi Perancangan	78
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	80
4.1	Strategi Perancangan	80
4.1.1	Overview.....	80
4.1.1.1	<i>Empathize</i>	80
4.1.1.2	<i>Define</i>	80
4.1.1.3	<i>Ideate</i>	88
4.1.1.4	<i>Prototype</i>	97
4.1.1.5	<i>Test</i>	98
4.1.2	Perancangan <i>Layout</i>	99
4.2	Analisis Perancangan	104
4.2.1	Analisis Tahap <i>Attention & Interest</i>	104
4.2.2	Analisis Tahap <i>Search</i>	107
4.2.3	Analisis Tahap <i>Action</i>	108
4.2.4	Analisis Tahap <i>Share</i>	108
4.3	<i>Budgeting</i>	108
BAB V	PENUTUP.....	110
5.1	Simpulan.....	110
5.2	Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xiv



 U N I V E R S I T A S

 M U L T I M E D I A

 N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Segmentasi Audiens.....	81
Tabel 4. 3 Riset Kompetitor.....	84
Tabel 4. 4 Analisis SWOT.....	87
Tabel 4. 5 Tabel Perancangan Media.....	87
Tabel 4. 6 Isi Konten Website.....	88
Tabel 4. 7 <i>Creative Brief</i>	90
Tabel 4. 8 <i>Budgeting</i>	109



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Garis	6
Gambar 2. 2 Bentuk	7
Gambar 2. 3 Warna	8
Gambar 2. 4 Tiga Warna Primer	9
Gambar 2. 5 Tiga Warna Sekunder.....	10
Gambar 2. 6 Enam Warna Tersier.....	10
Gambar 2. 7 Warna Analogous.....	11
Gambar 2. 8 Warna Komplementer	12
Gambar 2. 9 Psikologi Warna Merah pada Kampanye Iklan.....	13
Gambar 2. 10 Psikologi Warna Oranye pada Kampanye Iklan Sumber: Speckyboy.com (2021)	14
Gambar 2. 11 Psikologi Warna Kuning pada Kampanye Iklan	15
Gambar 2. 12 Psikologi Warna Hijau pada Kampanye Iklan	15
Gambar 2. 13 Psikologi Warna Biru pada Kampanye Iklan.....	16
Gambar 2. 14 Psikologi Warna Ungu pada Kampanye Iklan	17
Gambar 2. 15 Psikologi Warna Hitam pada Kampanye Iklan	18
Gambar 2. 16 Psikologi Warna Putih pada Kampanye Iklan.....	19
Gambar 2. 17 Tekstur.....	20
Gambar 2. 18 Format	21
Gambar 2.19 Keseimbangan (<i>balance</i>).....	22
Gambar 2.20 Emphasis	22
Gambar 2.21 Irama.....	23
Gambar 2.22 <i>Similiarity</i>	24
Gambar 2.23 <i>Proximity</i>	25
Gambar 2.24 Menggunakan <i>continuity</i> untuk menjelaskan 3 langkah	26
Gambar 2.25 <i>Closure</i>	26
Gambar 2.26 <i>Common Fate</i> pada <i>Expandable Menu</i>	27
Gambar 2.27 <i>Continuing Line</i>	28
Gambar 2.28 Tipografi.....	29
Gambar 2.29 Tipografi <i>Old Style</i>	30
Gambar 2.30 Tipografi <i>Transitional</i>	31
Gambar 2.31 Tipografi <i>Modern</i>	32
Gambar 2.32 Tipografi <i>Slab Serif</i>	32
Gambar 2.33 Tipografi <i>Sans Serif</i>	33
Gambar 2.34 Tipografi <i>Blackletter</i>	34
Gambar 2.35 Tipografi <i>Script</i>	34
Gambar 2.36 Tipografi <i>Display</i>	35
Gambar 2.37 <i>Single-column Grid</i>	36
Gambar 2.38 <i>Multicolumn Grid</i>	37
Gambar 2.39 <i>Modular Grid</i>	38
Gambar 2.40 Contoh <i>Single Website</i>	45

Gambar 2.41 <i>Adaptive User Interface</i>	46
Gambar 2.42 Jenis Navigasi.....	48
Gambar 2. 43 <i>Visible Navigation</i>	48
Gambar 2.44 <i>Floating Navigation</i>	49
Gambar 2.45 <i>Hamburger Navigation</i>	49
Gambar 2.46 Kerangka Form.....	51
Gambar 2.47 Status Form	51
Gambar 2.48 <i>Do and don't form</i>	52
Gambar 2.49 Contoh Tombol	52
Gambar 2.50 Contoh <i>Icon</i>	57
Gambar 2.51 Format Tombol.....	57
Gambar 2.52 Sketsa	58
Gambar 2.53 <i>Wireframe</i>	59
Gambar 2.54 <i>Mockup</i>	61
Gambar 2.55 <i>Prototyping</i>	61
Gambar 2.56 <i>Service Business Organisation</i>	64
Gambar 2.57 B2C vs B2B.....	65
Gambar 2.58 Produk Lini Bisnis.....	68
Gambar 2.59 RPH.....	69
Gambar 2.60 Produk Daging Sapi	70
Gambar 3. 1 Wawancara Narasumber	72
Gambar 3. 2 Rumus <i>Slovin</i>	74
Gambar 3. 3 Data Responden yang Pernah Mendengar tentang PT Widodo Makmur Perkasa.....	75
Gambar 3. 4 Data Responden yang Pernah Melihat Produk PT Cianjur Arta Makmur.....	75
Gambar 3. 5 Data Responden yang Merasa Produk dapat membangkitkan minat mereka.....	75
Gambar 3. 6 Data Responden yang Sering Melihat Promosi Produk Ini.....	76
Gambar 3. 7 Data Media Sosial yang Digunakan Responden Untuk Mencari Informasi Produk.....	76
Gambar 3. 8 Data Ketertarikan Responden Terhadap Informasi di Media Sosial	77
Gambar 3. 9 Data Pendapat Responden Tentang Ketertarikan Konten.....	77
Gambar 4. 1 <i>Image Board</i>	83
Gambar 4. 2 User Persona.....	83
Gambar 4. 3 <i>Customer Journey Map</i>	84
Gambar 4. 4 <i>Mindmap</i>	89
Gambar 4. 5 <i>Moodboard</i>	92
Gambar 4. 6 <i>Homepage</i>	93
Gambar 4. 7 Sketsa <i>Footer</i>	93
Gambar 4. 8 Sketsa <i>Product Page</i>	94

Gambar 4. 9 Sitemap	94
Gambar 4. 10 Wireframe	95
Gambar 4. 11 Font Montserrat.....	96
Gambar 4. 12 Font Photograph Signature.....	96
Gambar 4. 13 Customer Journey Map	97
Gambar 4. 14 Prototype Homepage.....	97
Gambar 4. 15 Product Page.....	98
Gambar 4. 16 About Us Page.....	98
Gambar 4. 17 Layout Home Page Promo of The Month.....	99
Gambar 4.18 Layout Homepage Our Company Profile.....	99
Gambar 4.19 Layout Homepage Food Photography	100
Gambar 4.20 Layout Produk Page Category	101
Gambar 4.21 Layout Product Detail Page.....	102
Gambar 4.22 Layout About Us.....	102
Gambar 4. 23 Thumbnail Home Page & Website	103
Gambar 4. 24 Thumbnail Product Page Sosis	103
Gambar 4. 25 Thumbnail Product Naget Ayam	104
Gambar 4. 26 Thumbnail Product Pao.....	104
Gambar 4. 27 Analisis Perancangan Desain Instagram Story.....	106
Gambar 4. 28 Analisis Perancangan Desain Instagram Feeds Interaktif	106
Gambar 4. 29 Analisis Perancangan Desain Instagram Feeds Informatif	107
Gambar 4. 30 Analisis Perancangan Desain Promo of The Month	107



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xiv
Lampiran B Hasil Data Kuisisioner.....	xvii
Lampiran C Turnitin	xxv
Lampiran D Transkrip Wawancara & Dokumentasi Wawancara dengan Narasumber	xxix



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA