

PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI OUTLET EVERY MART BANDARA HUSEIN SASTRANEGARA BANDUNG

Bayu Bambang Perdana¹, Sandi Destian Pratama², Bambang Alfi Faturohman³, Anggi Sugiharti⁴

¹Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, bayu@ars.ac.id

²Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, sandidestian@ars.ac.id

³Universitas BSI, bambangalfi1994@gmail.com

⁴Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, anggi.sugiharti@ars.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan dunia internet sekarang ini sangat pesat dan telah menuntut banyak orang untuk memanfaatkan dunia maya dalam setiap aktifitasnya di dunia nyata. Salah satu usaha yang ditempuh perusahaan dalam memenangkan persaingan yaitu dengan menggunakan internet sebagai media informasi yang lengkap dan akurat. Metode perancangan yang dilakukan adalah observasi langsung ke outlet Every Mart dan wawancara yang ditujukan kepada manager operasionalnya. Didukung dengan data sekunder yaitu studi pustaka, internet dan dokumentasi. Dari data wawancara dengan manager outlet Every Mart penulis dapat menyimpulkan hasil yaitu dengan perancangan website untuk mencapai tujuan mempromosikan outlet Every Mart dengan metode pembuatannya menggunakan WordPress agar pengelolaannya sangat mudah bukan hanya itu biaya yang dikeluarkan juga hemat. Media ini dipilih karena dapat mensosialisasikan outlet Every Mart dikalangan luas dengan cara yang lebih efektif walaupun dengan mengeluarkan biaya yang sangat hemat.

Kata Kunci: Website, Wordpress, Ritel, Promosi, Perancangan

ABSTRACT

The development of the internet world is now very rapid and has demanded many people to use cyberspace in every activity in the real world. One of the efforts taken by the company in winning the competition is by using the internet as a medium of complete and accurate information. The design method used is direct observation to Every Mart outlets and interviews addressed to the operational manager. Supported with secondary data, namely literature study, internet and documentation. From the interview data with the Every Mart outlet manager, the writer can conclude the results, namely by designing a website to achieve the goal of promoting Every Mart outlet with its manufacturing method using WordPress so that the management is very easy, not only that the costs incurred are also economical. This media was chosen because it can socialize Every Mart outlets among the wider in a more effective way even though it costs a lot of money.

Keywords: Website, Wordpress, Retail, Promotion, Design

PENDAHULUAN

Pesatnya persaingan pasar untuk menunjang kemajuan perusahaan maka komunikasi dan informasi sangat dibutuhkan untuk kelangsungan produksi perusahaan, lembaga maupun kemajuan

sebuah instansi. Data dan informasi dibutuhkan untuk membantu produksi pemasaran dan promosi perusahaan. dunia komunikasi dan informasi merupakan bagian yang penting bagi kehidupan manusia sekarang ini website dan internet

merupakan media penyampaian informasi atau sebagai media promosi yang efektif dan efisien, dengan jaringan internet kita dapat menjelajah tanpa batas ruang dan waktu selama tersambung ke jaringan internet.

Perkembangan dunia internet sekarang ini sangat pesat dan telah menuntut banyak orang untuk memanfaatkan dunia maya dalam setiap aktifitasnya di dunia nyata. Teknologi informasi yang maju dan dengan adanya perekonomian dunia secara global membuat persaingan bisnis perusahaan semakin ketat dimana pihak manajemen tingkat atas dituntut untuk memikirkan langkah strategis dalam setiap perencanaan aktifitas perusahaan. Dengan kemudahan menggunakan internet saat ini konsumen dapat mencari suatu produk yang ditawarkan oleh produsen, konsumen dapat berkomunikasi dengan produsen secara online dan konsumen dapat langsung mengetahui informasi produk yang akan dibeli (Fristanti, 2013).

KAJIAN LITERATUR

Pengertian Promosi

Promosi merupakan suatu alat yang intensif dan beraneka ragam yang dilakukan untuk memenuhi target dalam waktu jangka pendek dan dirancang untuk merangsang pembeli produk tertentu lebih cepat atau lebih kuat oleh konsumen atau pedagang dimanapun (Hariadi & Martoatmodjo, 2013).

Promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi (Rangkuti, 2009).

Pengertian Website

Pada dasarnya web merupakan kumpulan hyperlink dengan bahasa HTML (Hypertext Markup Language). Website dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang

digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (Hikmah, Supriadi, & Alawiyah, 2015).

WordPress

WordPress adalah sebuah aplikasi sumber terbuka (open source) yang sangat populer digunakan sebagai mesin blog (blog engine). WordPress dibangun dengan bahasa pemrograman PHP dan basis data (database) MySQL. PHP dan MySQL, keduanya merupakan perangkat lunak sumber terbuka (opensource software). Selain sebagai blog, WordPress juga mulai digunakan sebagai sebuah CMS (Content Management System) karena kemampuannya untuk dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya (Utomo, 2013). Wordpress memiliki beberapa keunggulan (Imansyah, 2010), antara lain:

1. **Fleksibel**
Wordpress menyediakan platform publikasi web yang luwes. Bebas untuk menyulapnya menjadi apa saja.
2. **Hemat**
Tidak perlu merogoh kocek terlalu dalam untuk mendapatkan ruangan di Wordpress. Yang perlu dilakukan hanyalah membuat akun Wordpress lalu membuat website dengan mudah, dan agar lebih baiknya lagi di hosting melalui web hosting.
3. **Kaya fitur**
Wordpress mengajak jutaan penggunaannya untuk bersama-sama mengembangkan aplikasi tambahan berupa plugin dan theme. Dapat memodifikasi dengan memadukan plugin dan theme agar sesuai dengan selera dan kebutuhan.
4. **Mudah**

Tidak perlu mahir di bidang desain dan pemrograman web untuk membuat sebuah website. Wordpress disini sangat membantu hanya perlu menggabungkan plugin dan theme sesuai selera.

Pengertian CMS

CMS adalah singkatan dari Content Management System. CMS merupakan sebuah aplikasi web atau software web yang tujuannya untuk memudahkan dalam pengelolaan (upload, edit, menambahkan, dan lain-lain) konten dalam sebuah website, blog dan aplikasi web tanpa harus dibekali pengetahuan tentang hal-hal yang bersifat teknis atau memiliki pengetahuan tentang bahasa pemrograman web yang handal sehingga dengan adanya CMS ini, orang awam pun dapat membuat sebuah website yang langsung jadi dan pengguna tinggal mengelola isi konten website tersebut tanpa campur tangan dari pihak webmaster (Nahlah, Amiruddin, & Amansyah, 2017).

Pengertian PHP

PHP adalah singkatan dari (PHP: Hypertext Preprocessor), yang merupakan sebuah bahasa scripting yang terpasang pada HyperText Markup Language (HTML). Sebagian besar sintaks mirip dengan bahasa C++, Java dan Perl, ditambah beberapa fungsi PHP yang spesifik. Tujuan utama penggunaan bahasa ini adalah untuk memungkinkan perancang web menulis halaman web dinamik dengan cepat (Muslih, 2013).

Bahasa Pemrograman PHP sangat cocok dikembangkan dalam lingkungan web, karena PHP bisa diletakkan pada script HTML atau sebaliknya. PHP dikhususkan untuk pengembangan web dinamis. Maksudnya, PHP mampu menghasilkan website yang secara terus-menerus hasilnya bisa berubah-ubah sesuai dengan pola yang diberikan. PHP tergolong juga sebagai bahasa pemrograman yang berbasis serverside scripting (Hikmah, Supriadi, & Alawiyah, 2015).

Pengertian MySQL

MySQL (My Structure Query Language) adalah salah satu DataBase Management System (DBMS). MySQL berfungsi untuk mengelola database menggunakan bahasa SQL. MySQL bersifat open source sehingga kita bisa menggunakannya secara gratis. Pemrograman PHP juga sangat mendukung/support dengan database MySQL (Fristanto, 2013). MySQL berfungsi untuk mengolah Database menggunakan bahasa SQL. MySQL bersifat open source sehingga bisa menggunakan secara gratis. Pemrograman PHP juga sangat mendukung database MySQL (Hikmah, Supriadi, & Alawiyah, 2015).

Perancangan

Perancangan adalah suatu proses yang bertujuan untuk menganalisis, menilai, memperbaiki dan menyusun suatu sistem, baik sistem fisik maupun non fisik yang optimum untuk waktu yang akan datang dengan memanfaatkan informasi yang ada (Imansyah, 2010).

Identifikasi dan Analisa Aspek Internal

Every Mart adalah sebuah minimarket yang tersebar di setiap Bandara kota – kota besar khususnya di Indonesia dengan kombinasi konsep Convenience Store dan konsep Grab n Go. Kami ingin menjadi pengelola yang profesional dan berkualitas untuk memenuhi kepuasan penumpang terutama layanan service dan kenyamanannya. Kami termotivasi untuk terus berkembang dan menjadi yang terbaik demi para pelanggan atau penumpang bandara agar mendapatkan pelayanan pelanggan yang memuaskan. Hal ini kami lakukan untuk memenuhi tingkat index kepuasan para peanggan (customer satisfication index) dan bandara itu sendiri (key performance index) sehingga bisa menjadikan image bandara menjadi semakin lebih baik dan menuju World Class Airport.

Riwayat Perusahaan Outlet Every Mart Bandung di dirikan pada Tahun 2017 tepat pada tanggal 16 Januari 2017. Visi Dan Misi Every Mart adalah Hadir dan menjadi mitra usaha yang terbaik di Indonesia dengan memberikan pelayanan dan kebutuhan terbaik bagi para pelanggan serta mengangkat budaya loka dan turut berperan serta khususnya menjadikan bandara lebih berkelas dan semakin dikenal dunia serta menjadi convenience store yang terbaik profesional dan terpercaya. Misi Menjalankan kerjasama strategis dengan para vendor atau pemasok, Menciptakan tenaga kerja ahli dan kompeten, Memuaskan konsumen, Menjadi perusahaan yang terdepan.

Identifikasi dan Analisa Aspek Eksternal

A. Keuntungan Pemanfaatan Website

Beberapa keuntungan dari penerapan website bisnis bidang ritel untuk kegiatan promosi baik yang bersifat langsung atau tidak langsung (Su, 2017), diantaranya adalah:

1. Murah; karena media seperti ini relatif jauh lebih murah dibandingkan media promosi konvensional lainnya seperti media cetak (koran, majalah, brosur, dll) serta media elektronik konvensional seperti TV dan radio.
2. Personalisasi terjamin; mengakses website dapat dilakukan dirumah.
3. Dapat menyediakan informasi serinci mungkin; harga, lokasi, produk, dll.
4. Meningkatkan visibilitas perusahaan
5. Meningkatkan penjualan
6. Memudahkan calon konsumen
7. Jangkauan seluruh dunia

B. Website Kredibilitas Perusahaan

Apabila profil suatu perusahaan atau bisnis tersebut semakin di kenal oleh banyak masyarakat luas maka secara otomatis profil perusahaan atau bisnis tersebut juga akan terkenal. Dan juga tak dapat di pungkiri bahwa setiap perusahaan ataupun organisasi tentunya menginginkan apabila profilnya dapat di kenal secara luas (Sulianta, 2009).

Maka dari itu dengan memilih website sebagai media publikasi profil perusahaan atau bisnis maupun organisasi mereka merupakan salah satu cara yang sangat inovatif di era yang serba digital ini. Agar dapat menjaga reputasi perusahaannya, perusahaan tersebut dapat mengungkapkan lebih mengenai informasi perusahaan terutama dalam hal kondisi perusahaan, kualitas dan kredibilitas perusahaan (Anitasari, 2017). Sebaiknya perusahaan memilih menggunakan website bisnis profesional sebagai media promosi. Selain dapat memperluas pangsa pasar, ini pula akan meningkatkan kredibilitas sebagai perusahaan yang mampu mengikuti perkembangan teknologi (Sunanto, Haryono, & Minarsih, 2015).

Analisa Data Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah desain yang mempunyai peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan sebagainya dengan bantuan teknologi (Supriono, 2010). Salah satu jenis dalam desain komunikasi visual adalah iklan, sebagai struktur dan komposisi komunikasi informasi yang bersifat nonpersonal, umumnya dilakukan dengan berbayar yang dicirikan dengan persuasif, berisi tentang produk (barang, jasa, dan ide) yang di identifikasikan sebagai sponsor melalui berbagai media (Junaedi, 2014).

Desain komunikasi visual dapat di katakan sebagai seni menyampaikan pesan dengan menggunakan Bahasa rupa yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai sedangkan bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar dan lain-lain. Isi pesan disampaikan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan

baik sosial ataupun komersial (Fitriah, 2018).

Analisa Data Wawancara

Dari informasi yang didapat dari narasumber yang berasal dari manager operasional outlet Every Mart, Muhammad Marsel Firtramar Harapap diketahui bahwa masalah utama dalam permasalahan perusahaan tersebut adalah kurang adanya media promosi yang maksimal di dunia internet. Seperti yang dikatakan oleh Muhammad Marsel Firtramar Harahap harusnya perusahaan berinteraksi dengan publik melalui internet dengan memiliki website atau minimal memasang profil perusahaannya.

Kesimpulan Analisa dan Usulan Pemecahan Masalah

Dari analisis wawancara dan latar belakang masalah dapat dilihat bahwa website merupakan sebuah kebutuhan bagi perusahaan, maka dari itu pentingnya dirancang sebuah website untuk outlet Every Mart yang bergerak dibidang penjualan eceran (ritel) agar lebih dikenal sebagai minimarket yang berada di ruang tunggu Bandara Husein Sastranegara Bandung. Website akan menampilkan informasi rinci perusahaan dan display produk. Adapun manfaat dari pembuatan media promosi melalui website ini akan disebar juga alamat situsnya di media sosial seperti Facebook. Konsumen khususnya pengguna jasa bandara akan lebih memilih membeli produk di outlet Every Mart dan selain itu penulis akan mencantumkan kerjasama PT. Everimaret Ritel Indonesia dengan perusahaan lain agar lebih percaya menyalurkan produknya untuk dijual di outlet Every Mart.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu dengan meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa

dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran mengenai fakta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Budiutomo, 2016).

Menurut Sugiyono dalam (Sugiyono, 2013), ia mengemukakan bahwa “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data” (Hamdi, 2014). Berikut metode pengumpulan data yang penulis gunakan:

Data Primer

1. Observasi
Dalam observasi penulis secara langsung melakukan pengamatan langsung ke outlet Every Mart.
2. Wawancara
Wawancara yang ditujukan langsung kepada manager operasional outlet Every Mart yaitu Muhammad Marsel Firtramar Harahap.

Data Sekunder

1. Studi Pustaka
Untuk mendukung penelitian, penulis melakukan pencarian informasi lain melalui buku, skripsi dan jurnal.
2. Internet
Metode ini dilakukan dengan mencari data yang beredar di internet dari situs – situs resmi.
3. Dokumentasi
Metode ini dilakukan untuk mengambil bahan – bahan untuk diterapkan kedalam website berupa foto kegiatan dan keseluruhan outlet.

PEMBAHASAN

Konsep Media

Website dibangun dengan menggunakan Wordpress yang bisa dibuat di <http://www.wordpress.com>. Aplikasi website dikembangkan dengan merubah layout, design dan menu website sesuai dengan kebutuhan outlet Every Mart. Tujuan perancangan media promosi website ini adalah untuk memberikan

informasi lebih tentang outlet Every Mart terhadap masyarakat khususnya pengguna jasa bandara.

Pada tahap strategi media penulis akan menggunakan strategi menyebarkan alamat website yang sudah dibuat melalui media sosial facebook dan media-media lainnya juga akan mendukung. Media yang akan mendukung website yang sudah dibuat merupakan media yang bersifat cetak seperti x-banner, mug, kaos, topi dan tote bag. Hal ini dimaksudkan agar setiap Sasaran yang akan dijadikan sebagai target dari perancangan media promosi website ini, antara lain:

1. Geografis

Kota Bandung terletak pada posisi 107°36' Bujur Timur dan 6°55' Lintang Selatan. Luas wilayah Kota Bandung adalah 16.729,65 Ha. Perhitungan luasan ini didasarkan pada Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 10 Tahun 1989 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung dengan Kabupaten Daerah Tingkat II Bandung.

2. Demografis

Pada tahap ini akan memberi gambaran lebih kepada penulis tentang pemahaman kepada khalayak sasaran yang telah ditentukan, yaitu Gender, calon konsumen laki-laki dan perempuan khususnya pengguna jasa bandara yang akan melakukan penerbangan atau menunggu delay penerbangan di Bandara Husein Sastranegara Bandung dan mempunyai kebiasaan untuk mencari tahu segala informasi melalui internet. Lalu target usia dari outlet Every Mart adalah 15 sampai 50 tahun dengan alasan pada rentang usia tersebut adalah usia yang sudah mulai mempunyai kebiasaan

untuk berbelanja dan juga sering melakukan aktivitas di internet.

3. Psikografis

Pada tahap ini akan memberi gambaran lebih kepada penulis tentang pemahaman kepada khalayak sasaran yang telah ditentukan, yaitu Status Sosial Masyarakat yang datang ke kota Bandung dan pengguna jasa Bandara Husein Sastranegara Bandung yang ingin melakukan penerbangan dan memiliki tingkat ekonomi menengah keatas. Gaya hidup Masyarakat yang sering melakukan penerbangan ke kota lain ataupun negara lain tapi tidak mempunyai waktu untuk mempersiapkan kebutuhan ketika melakukan perjalanan lalu kepribadian yang praktis dan konsumtif.

Dalam perancangan media promosi ini penulis menggunakan media lainnya sebagai pendukung promosi website yang sudah dibuat. Media pendukung ini akan diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti:

1. Media Utama: Website
2. Media Pendukung: X-Banner, Mug, Kaos, Topi, Tote Bag

Perancangan media promosi ini akan diwujudkan dalam bentuk website dan pembuatannya menggunakan Wordpress. Penulis akan mengubah alamat Wordpress dari yang awalnya www.everymartbdg.wordpress.com menjadi www.everymartbdg.com melalui jasa domain dan hosting Niagahoster. Hal ini agar website yang sudah dibuat menggunakan Wordpress lebih resmi. Penulis akan melakukan promosi alamat situs yang sudah dibuat ke media sosial facebook.

Kemudian dilanjutkan dengan perancangan x-banner sebagai media pendukung dalam media promosi ini. X-banner ini akan di letakan di depan outlet Every Mart. Hal ini dimaksudkan untuk menarik perhatian agar pengguna jasa bandara belanja di outlet Every Mart. Tahap selanjutnya adalah perancangan media pendukung seperti mug,

kaos, topi dan tote bag akan dibagikan oleh staff outlet Every Mart kepada pengguna jasa bandara yang berbelanja minimal Rp. 50.000,-.

Konsep Kreatif

Perancangan media promosi website ini akan menggunakan pendekatan melalui media pendukung dan juga penyebaran melalui media sosial seperti Facebook sebagai proses komunikasi kepada khalayak sasaran. Penulis akan mengedepankan visual yang menarik untuk dilihat khalayak sasaran dan dengan cara mengkomunikasikan isi pesan dengan visual yang menarik yaitu, melalui website yang dapat menginformasikan pesan seperti profil, promosi, katalog produk dan kontak perusahaan dengan mudah kepada masyarakat khususnya pengguna jasa bandara.

Bentuk visual yang akan digunakan yaitu bernuansa sederhana dan menarik. Visualisasi tersebut merupakan pendekatan terhadap pesan media promosi yang sesungguhnya. Pada media promosi lainnya seperti x-banner, mug, kaos, topi dan tote bag akan dicantumkan logo dan alamat domain outlet Every Mart yaitu www.everymartbdg.com. Dengan adanya bentuk visual ini akan lebih menarik perhatian.



Gambar 1.
Logo Outlet Every Mart
Sumber: Dokumen Penulis

Pembuatan website ini akan merubah tema awal dari Wordpress, sehingga menghasilkan tampilan yang sesuai dengan tema ritel, menggunakan layout yang sederhana dan menarik yang intinya berisi tentang profil outlet Every Mart, promosi, produk dan kontak. Dengan tujuan ini

website akan menjadi sebuah kesatuan desain yang didalamnya terdapat elemen seperti teks, visual, dan elemen lainnya.

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang tata letak sebuah huruf atau kalimat agar terlihat indah dan dapat dengan mudah menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran. Huruf yang digunakan adalah open sans pemilihan jenis huruf ini diambil dari kepribadian para calon konsumen outlet Every Mart yaitu sederhana, sehingga jenis huruf ini dapat memberikan kesan nyaman.



Gambar 2.
Font Open Sans
Sumber: Dokumen Penulis

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili kejiwaan dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang berbagai rasa yaitu sedih, gembira, maupun semangat. Penggunaan warna pada website ini secara garis besar diambil dari warna logo outlet Every Mart.



Gambar 3.
Kode Warna
Sumber: Dokumen Penulis

Metode desain dalam pembuatan website ini menggunakan metode website responsif. Sehingga website dapat menyesuaikan resolusi layar di berbagai perangkat. Hal ini dikarenakan penggunaan perangkat yang

berbeda-beda oleh masyarakat. Website dengan metode responsif ini sangat membantu dalam menampilkan tampilan web menjadi optimal. Web akan secara otomatis mengubah ukuran resolusinya dengan resolusi layar. Sehingga saat di akses melalui layar resolusi yang kecil tidak perlu diperbesar.

Peran user experience sangat penting dalam perancangan media promosi website ini dengan pembuatannya menggunakan Wordpress untuk proses meningkatkan kepuasan pengguna (client dan pengunjung website). Website ini dibuat dengan Wordpress oleh karena itu client akan diberi kemudahan untuk mengelola atau meng-update isi dari website tersebut hanya dengan login melalui alamat www.everymartbdg.com/wp-admin client akan langsung bisa mengubah tampilan website.

Naskah merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam pembuatan media promosi. Hal ini dibuat agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh khalayak sasaran. Dalam perancangan media promosi Every Mart, Website sebagai media utama, akan ditunjang dengan beberapa media pendukung. Peranan media pendukung nantinya akan menunjang efektivitas dari website sebagai media utama dalam mempromosikan Every Mart ke target audience yang akan dituju. Media pendukung terdiri dari beberapa jenis seperti: X-Banner, Mug, Kaos, Topi, Tote Bag.

Data Visual

Pada pembuatan media promosi website ini bentuk visual yang digunakan akan sesuai dengan tema yang akan di angkat yaitu bernuansa sederhana dan menarik. Visualisasi tersebut merupakan pendekatan terhadap pesan media promosi yang sesungguhnya. Melalui visualisasi ini diharapkan akan lebih menarik perhatian khalayak sasaran. Pada media promosi lainnya seperti x-banner, mug, kaos oblong, topi dan tote bag akan dicantumkan logo

dan alamat web yang sudah dibuat agar mendukung identitas dari media promosi lainnya tersebut. Setiap media pendukung nantinya akan memiliki visualisasi yang tidak berbeda jauh dengan media utama namun dengan layout yang berbeda.



Gambar 4.
Website

Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 5.
Halaman Home

Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 6.
Halaman Profil

Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 7.
Halaman Katalog Produk
Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 8.
Halaman Kontak
Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 9.
X-Banner
Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 10.
Mug
Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 11.
Kaos
Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 12.
Topi
Sumber: Dokumen Penulis



Gambar 12.
Tote Bag
Sumber: Dokumen Penulis

PENUTUP

Faktor-faktor yang telah diidentifikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terlihat kurangnya media promosi terutama di internet yang dimiliki oleh Outlet Every Mart. Dimulai dari media promosi utama

yaitu website dan media pendukung seperti x-banner, mug, kaos, topi dan tote bag. Penulis melakukan banyak hal yaitu merumuskan masalah dan menganalisa tentang permasalahan yang didapat untuk mencari solusi pemecahan masalah tersebut.

Dengan adanya perancangan media promosi website ini dan media pendukung lainnya, diharapkan dapat membantu secara langsung bagi perusahaan dengan meningkatnya konsumen yang akan membeli produk di outlet Every Mart dan masyarakat akan lebih mengenal outlet Every Mart beserta masyarakat mengetahui produk apa saja yang dijual. Bahkan dengan adanya media promosi website ini perusahaan yang ingin bekerjasama hingga yang sudah bekerjasama pun akan lebih percaya untuk menyalurkan produk-produknya.

Saran

Ada hal yang penulis alami selama pembuatan skripsi ini. Ada beberapa saran untuk membangun kepentingan bersama, perusahaan disarankan lebih memperhatikan media-media promosi lain yang tepat sasaran serta perlu adanya promosi yang tertuju langsung kepada target sasaran seperti di sosial media seperti Facebook agar outlet Every Mart lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

Membuat perencanaan dan konsep yang terstruktur dalam proses perancangan suatu media komunikasi visual agar dapat menunjang usaha promosi produk outlet Every Mart untuk mencapai targer audience yang diinginkan, maka perlu adanya pemilihan media dan karakter masing-masing media.

Diharapkan untuk perkembangan disiplin ilmu desain komunikasi visual, mahasiswa hendaknya di khususkan keahlian pada salah satu cabang dari Desain Komunikasi Visual seperti dalam bidang periklanan, website, desain produk, dan lain-lain dan diharapkan di masa mendatang karya- karya bisa lebih baik lagi.

Dengan adanya website ini nama Every Mart akan diingat sebagai sebuah minimarket yang memenuhi kebutuhan para pengguna jasa bandara dan penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anitasari, N. (2017, Juli 10). Retrieved from [zahiraccounting.com: https://zahiraccounting.com/id/blog/kredibilitas-dengan-online-branding/](https://zahiraccounting.com/blog/kredibilitas-dengan-online-branding/)
- Budiutomo, N. (2016, November 10). *Metode Penelitian Kualitatif beserta Contoh Judul, Contoh Proposal (Lengkap)*. Retrieved from [BUKUBIRUKU: https://bukubiruku.com/metode-penelitian-kualitatif/](https://bukubiruku.com/metode-penelitian-kualitatif/)
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fristanti, T. H. (2013). PEMBUATAN WEBSITE PROMOSI DAN PEMESANAN PRODUK PADA. *Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika dan Komputer FTI UNSA 2013* (pp. 37-42). Surakarta: Fakultas Teknologi Informatika Universitas Surakarta.
- Hamdi, A. S. (2014). *Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hariadi, D., & Martoatmodjo, S. (2013). Pengaruh produk, harga, promosi

- dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk projector. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 67-87.
- Hikmah, A. B., Supriadi, D., & Alawiyah, T. (2015). *Cara Cepat Membangun Websiter dari Nol: Studi Kasus: Web Dealer Motor (Putri Christian, Ed.)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Imansyah, M. (2010). *Membangun Toko Online Dengan Wordpress*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Junaedi, F. (2014). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Nahlah, Amiruddin, & Amansyah, F. (2017). Perancangan Website Sekolah pada SDN 103 Kabupaten Sinjai sebagai Salah Satu Sarana Pembelajaran Online dan Penyajian Informasi. *Jurnal Penelitian INTEK*, 92-99.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Su, R. (2017). *Rahasia Membuat Website Dengan Modal 200 Ribu*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sulianta, F. (2009). *Web Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sunanto, Haryono, A., & Minarsih, M. M. (2015). PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN ASURANSI DAN DIFFERENSIASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT ACE JAYA PROTEKSI SEMARANG. *Journal of Management*.
- Supriono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utomo, M. (2013). web Scraping Pada Situs Wikipedia menggunakan Metode Ekspresi Regular. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 153-160.