

Perancangan Ulang Website Ruang Pamer Produk UMKM Kabupaten Kediri

Victor Vicitra Njoto¹, Deny Tri Ardianto, S.Sn., Dipl. Art², Erandaru, ST., M.Sc.³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
Email: victornjoto@yahoo.com

Abstrak

Website UMKM Kabupaten Kediri merupakan salah satu media untuk menampilkan produk unggulan UMKM Kabupaten Kediri. Pada *website* tersebut *layout* produk dalam menyampaikan informasi produk UMKM Kabupaten Kediri kurang jelas sehingga informasi produk belum tersampaikan secara tepat. Dengan tata *layout* yang tepat diharapkan akan meningkatkan pengenalan UMKM Kabupaten Kediri. Selain itu melalui perancangan *website* akan menjadi referensi untuk pengembangan *website* UMKM Kabupaten Kediri untuk ke depannya.

Kata kunci: Perancangan Ulang, Ruang Pamer, *Website*, UMKM Kabupaten Kediri

Abstract

Title: *Website Redesign for Kediri Regency's Micro Small and Medium Enterprise Product Exhibition*

Kediri Regency Micro, Small and Medium Enterprise is a media to show off product in a website. This website layout problem is less applicable to inform product correctly. If its showed correctly, so the product increase of the product Kediri Regency MSME marketing. This website design for reference the next Kediri Regency's Micro Small and Medium Enterprise Product Exhibition.

Keywords: *Redesign, Showroom, Website, MSME Kediri Regency .*

Pendahuluan

Website berisi halaman informasi yang mudah diakses dan terdiri dari beberapa unsur yaitu teks, gambar, video, dan unsur lain. Halaman informasi ini memudahkan *website* dalam melakukan *layout*. Pada perkembangannya *website* yang awalnya hanya untuk menampilkan informasi dan *e-mail* beralih fungsi menjadi sebuah media promosi dan penjualan yang dikenal dengan *e-business*.

Perubahan ini disebabkan karena beberapa aspek salah satunya adalah pertumbuhan jaringan dan juga pengguna *internet* yang cukup besar di dunia khususnya Indonesia. Saat ini sudah mencapai 63 juta pengguna *internet* berdasarkan survey APJII. (kompas.com, 2013)

Adopsi teknologi yang cukup cepat ini tentunya disebabkan beberapa faktor yaitu turunnya harga komputer *tablet*, *smartphone* dan paket layanan *internet* sehingga dapat dijangkau oleh segala kalangan. Sebagai salah satu pendorongnya adalah

social media. Selain itu juga berkaitan dengan majunya teknologi informasi sehingga memungkinkan masuknya banyak fitur baru pada *website*.

UMKM Kabupaten Kediri semakin hari semakin maju. Kemajuan tersebut akan memberikan nilai lebih dibandingkan dengan toko tradisional, *website* dipergunakan untuk mempromosikan UMKM karena dinilai cukup efisien dan hemat waktu, penjual tidak perlu menyewa lahan toko. Konsumen tidak perlu terhalang dengan jarak. Sedangkan dengan toko tradisional memiliki beberapa kendala seperti pembeli harus repot ke toko tersebut menghabiskan waktu di jalan, apalagi ditambah lagi kondisi lalu lintas yang tidak menentu. Akan tetapi di toko konvensional pembeli dapat memilih secara langsung produk fisik yang akan dibeli.

Produk fisik memberikan pertimbangan bisnis konvensional melebarkan areanya ke *e-business* karena dengan *website* sebagai *e-business* tentu biaya yang dikeluarkan relatif murah dan tidak terkendala ruang dan waktu. Biaya yang lebih efisien ini berkaitan dengan bisnis konvensional tidak tergeser

dengan adanya *e-business*, tetapi tetap berjalan bersama.

Dalam perkembangan *e-business* bermunculan beberapa *website* sebagai media bisnis diantaranya adalah Ebay dan Amazon. Amazon merupakan *website* yang awalnya menjual produk buku dan kemudian berkembang ke retail penjualan elektronik, *DVD*, *CD* dan perangkat lainnya. Sedangkan Ebay merupakan layanan bisnis jual beli yang berpusat di San Jose dari konsumen ke konsumen di manca negara.

Dari perkembangan bisnis melalui *website* tenaga – tenaga maju cukup baik tetapi perlu menjaga kewaspadaan. Kewaspadaan ini berkaitan dengan pembelian. Kemudian pembelian ini berkaitan dengan pelanggan. Saat ini pelanggan yang biasanya mengakses *website* di komputer mulai beralih ke perangkat *smartphone* dan *tablet*. Aplikasi *website* ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kediri. Pembuatan *website* ini sendiri adalah untuk menampilkan produksi dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah langsung ke konsumen, meningkatkan pembangunan daerah dan mendorong wirausaha baru di kota Kediri.

Berikut ini UMKM Kabupaten Kediri ditinjau dari segi struktur *website* yang ada. Bila disorot dari segi navigasi, *website* UMKM Kabupaten Kediri ini sudah memiliki navigasi yang mudah untuk diakses, dari halaman awal, kategori dan selanjutnya. Dari segi navigasi *website* ini memiliki navigasi primer dan *secondary*.

Salah satu permasalahannya pada sisi konten adalah gambar produk yang kurang jelas karena hanya memberikan gambaran produk secara sekilas dan kurang menampilkan detail bentuk produknya. Selain itu tampilan dari foto produk yang kurang menarik akan menjadi permasalahan penting untuk meningkatkan penjualan. Salah satu isi konten yang kurang ditampilkan adalah konten alamat yang jelas, harga, spesifikasi produk yang jelas, dan juga ketersediaan barang. Selain itu alamat yang jelas dari UMKM yang dituju perlu diperjelas sehingga pembeli dapat mudah mengunjungi UMKM tersebut.

Dari segi *marketing website* ini kurang memiliki program marketing yang cukup baik untuk menarik konsumen seperti adanya promo – promo terutama diskon, sebab konsumen sekarang lebih senang dengan sesuatu yang bersifat interaktif. Pada sisi *marketing* ini diperlukan komunikasi interaktif dua arah dengan konsumen perlu dilibatkan, baik antara konsumen dan penjual, maupun antara konsumen dan konsumen. Komentar atau *feedback* konsumen atas produk yang mereka beli dapat menjadi evaluasi *website* ke depannya. Tentunya perancangan *website*

ini juga akan tertuju pada promosi yang akan dilakukan untuk meningkatkan citra UMKM tersebut.

Website Ruang Pamer merupakan *website* yang menampilkan produk - produk olahan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kediri. Kemudian *website* produk yang ditawarkan merupakan salah satu di antaranya ada produk fashion, kerajinan, kuliner, produk olahan perkebunan, dan produk olahan pertanian.

Sedangkan dari segi target konsumennya merupakan orang sering melakukan perbelanjaan secara *online*. Selain itu juga mencakup orang yang memiliki akses ke internet. Beberapa konsumen dari produk UMKM Kabupaten Kediri adalah para pendatang atau pengunjung yang sehabis berwisata ke kabupaten Kediri.

Tujuan perancangan adalah untuk merancang ulang *website* Ruang Pajang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Kediri untuk meningkatkan citra UMKM Kabupaten Kediri melalui produk khas Kabupaten Kediri dengan menghadirkan pengalaman konsumen untuk menjelajah *website* Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Kediri.

Dari tujuan tersebut maka akan ada hubungannya dengan segi *marketing website* tersebut. Segi *marketing website* ini cukup baik apabila dengan adanya konsumen seperti adanya promo – promo. sebab konsumen sekarang lebih senang dengan sesuatu yang bersifat interaktif. Komunikasi dua arah dengan konsumen perlu dilibatkan, baik antara konsumen dan penjual, maupun antara konsumen dan konsumen. Komentar atau *feedback* konsumen atas produk yang mereka beli dapat menjadi evaluasi *website* ke depannya. Perancangan *website* ini ditujukan pada tampilan *website* untuk meningkatkan citra UMKM tersebut.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan pendekatan angket data kepuasan konsumen tentang *website* UMKM Kabupaten Kediri serta selera konsumen. Selera konsumen yang diambil mencakup kepuasan akan *website*, serta saran dan kritik. Selain itu disertai pula dengan studi literatur *website*.

Selain itu juga menggunakan metode analisis SWOT untuk menganalisis bentuk desain yang diinginkan konsumen dan lebih memberi kenyamanan bagi konsumen selain itu juga untuk membandingkan dengan *website* pesaing yang ada. Metode ini dipilih dengan tujuan untuk menyesuaikan *website* dengan kebutuhan pasar akan redesain *website* yang ada.

Media Baru

Media Baru merupakan media yang belum pernah ada sehingga dapat menjadi sarana baru dalam menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan ini dalam bentuk beragam. Keberagaman ini memiliki bentuk yang lebih relevan pada saat ini. Bentuk media baru memiliki dua bentuk yang berbeda, yaitu media baru yang memiliki bentuk dan media baru terkadang masih memiliki hubungan dengan media lama.

Media baru menjadi alternatif bentuk media dalam sebuah komposisi dan data mengenai bentuk media. Komposisi dan media berkaitan dengan bentuk yang tepat. Pada media merupakan saran menampung pesan atau informasi yang akan disampaikan.

Perubahan pada media terjadi pada media produksi, distribusi dan penggunaan. Secara garis besar karakteristik dari media baru berbeda selain itu terbentuk dari kombinasi antara hal lama dan baru. Terdapat perbedaan antara dua media yang ada maupun teknologi esensial di dalamnya. Secara pasti sifat dari media baru adalah digital, interaktif, hiperteks, *dispersal* dan virtual. (Lister et.al 11-13).

Pada proses transfer data media baru menjaga konsistensi kualitas dan data. Media baru sering dikaitkan dengan media digital. Sifat digital adalah mengkonversikan semua bentuk ke dalam angka yang akan diolah selanjutnya. Selain itu tentunya akan berhubungan dengan media *online*, data digital dan sejumlah angka untuk menjadi bagian dari halaman layar. (Lister et.al 14).

Sifat dari media baru salah satunya adalah interaktif contoh adalah *website* ataupun media lain seperti game, maupun bentuk interaktif lainnya. Keadaan bergerak dan memberikan informasi dua arah merupakan salah satu nilai tambah bagi media interaktif. Sifat media interaktif dua arah ini memberikan koneksi dua arah yaitu media interaktif kognisi dan verbal. Interaktifitas juga mengkombinasikan berbagai jenis komunikasi menjadi sebuah kesatuan yaitu seperti dilihat pada ponsel pintar.

Sedangkan sifat hipertekstual pada media baru adalah sebuah kondisi yang lebih luas daripada tekstual. Sedangkan *dispersal* menunjukkan diferensiasi media baru, dari media lama seperti media kontekstual. Kemudian aspek virtual pada media baru ini memberikan sebuah tantangan baru untuk memberikan aspek sinergis yaitu beberapa cara untuk memberikan catatan tentang media yang ada di dalam sebuah tantangan yang ada. Secara virtual memberikan pengalaman berbeda baik itu secara visual maupun audio maupun audio visual. Virtual dapat berwujud seperti animasi 3d, *website interaktif*,

sebuah transformasi realitas yang ada pada dinding, baik 3d *projection* maupun bukan.

Responsive Website

Website merupakan sebuah jaringan interkoneksi yang terhubung satu dengan lainnya antara halaman, *server*, dan menghubungkan media antara orang, kelompok maupun organisasi. (<http://www.thefreedictionary.com/Website.1>).

Struktur dasar *website* terdiri dari *header*, *body* dan *footer*. *Header* merupakan bagian atas, sedangkan *body* merupakan bagian tengah sedangkan *footer* merupakan bagian bawah.

Fungsi dari *website* di antaranya untuk mempromosikan bisnis, memasarkan produk, membentuk sebuah komunitas, melakukan eksplorasi, mempromosikan dan mentrigger sebuah kesenangan, mendistribusikan informasi, melakukan eksperimen dengan teknologi, berdiri sendiri, dan menjadi global. (Lawrence 5).

Website memiliki banyak kegunaan yang sifatnya fleksibel. Tentunya dengan adanya *website* dapat menjadi media baru yang menghubungkan antara satu orang dengan orang lainnya, salah satu contohnya adalah media sosial seperti twitter dan facebook. Dengan adanya media ini, transfer informasi menjadi semakin cepat, user dapat berhubungan dengan user lain yang tempatnya saling berjauhan.

Website menjadi sebuah kanvas bagi desainer untuk menuangkan kreativitasnya. Pada *website*, desain responsif berkaitan dengan grid yang fleksibel, media dan gambar yang fleksibel serta *media query* baik pada media yang berhubungan dengan CSS3. (Frost 9)

Desain responsif merupakan merupakan desain yang bersifat fleksibel sehingga desainer dapat bereksperimen dengan bebas. Sifat fleksibilitas ini dapat diaplikasikan pada *website* yang dibuat dapat dibentuk dan diaplikasikan dalam berbagai perangkat sehingga secara tepat dapat menyesuaikan ukuran layar dengan tepat.

Flexible grid adalah merupakan kolom yang menjadi acuan bagi desain agar dapat mengikuti ukuran yang ada tetapi tetap bersifat fleksibel. Pada *flexible grid* terdapat *flexible grid* merupakan perubahan yang ada. Pada *flexibel grid* terdapat pula *flexible typesetting* merupakan typeface yang memiliki ukuran fleksibel.

Salah satu bagiannya pengerjaannya pada bagian awal dan akhir sebuah developer. Kemudian gambar fleksibel merupakan gambar yang dapat menyesuaikan diri dengan adanya desain gambar. Dengan mengikuti bentuk kolom dan media pada

Flexible grid. Sedangkan pada *media query* memberikan bentuk mengenai bagaimana membentuk sebuah media menjadi media lain yang lebih baik, dengan mengubah bagian yang ada pada browser yang membuat sebuah desain ini menggabungkan menjadi media yang memiliki tingkat kepadatan *fluid* yang terdapat pada media tersebut.

Dengan adanya *layout* fleksibel ini tentunya dapat dengan mudah dibuat dengan melakukan pengujian media tersebut dapat diaplikasikan pada berbagai media yang ada seperti gadget dan beberapa alat lainnya. (Frost 65)

Tentunya *layout* fleksibel ini dapat diaplikasikan seperti mengecilkan ukuran layar penjelajah dari ukuran 1920 ke ukuran 1024. Salah satu permasalahan yang terjadi adalah pada *miniature grid* sering kita jumpai apabila ukuran browser dicecilkan semini mungkin sehingga dapat mengakibatkan tampilan yang berbeda pada masing – masing media.

Dengan adanya *media query*, bentuk dan ukuran jendela penjelajah dapat berubah – ubah, yang menyebabkan media berubah, tetapi tetap terbungkus. Salah satu pesan yang ada membuat media menjadi dasar yang ada dan menjadi sebuah setiap hal yang siap untuk ditampilkan pada media tersebut. Data mengenai media tersebut dibuat dan digunakan untuk memberikan tatanan. Media ini memberikan sebuah tampilan dengan campuran yang telah diberikan dari satu tempat ke tempat lainnya. Pada dasarnya tanda yang ada di dalam media merupakan tanda yang belum pernah terjadi di dalam media dasar.

Salah satu medianya adalah media penulisan diktat dan media penulisan grafis. Pembuatan media pada *miniature grid* memberikan langkah bagaimana membentuk media menjadi media baru. Halaman dalam sebuah blog yang ternyata memiliki konsistensi antara satu kolom dengan kolom lainnya.

Sedangkan margin yang fleksibel diikuti juga dengan karya fleksibel, dan dengan gambar fleksibel yang ada merupakan gambar yang menjadi bagian. *Responsive web design* memberikan dukungan oleh media yang tersedia.

Pada satu dekade lalu terdapat sebuah artikel berjudul " A Dao of Web Design" yang isinya mengulas bahwa designer memiliki kuasa bagaimana cara untuk mengontrol website . Tentunya secara dasar *website* itu memiliki cara mengetahui bentuk aturan dan fleksibilitas yang relevan. (Forst 5)

Kontrol pada *website* akan membentuk fleksibilitas dan aturan mengenai bentuk media yang ada. Sistematis *responsive* adalah terbentuknya media menjadi bagian yang memberikan kontrol. Contohnya : pada suatu media terjadi asumsi bahwa media itu

sendiri memberikan perbedaan dalam satu konten dengan lainnya.

Tampilan desain yang *responsive* memberikan desain yang memberikan suatu pengalaman berbeda. Akan tetapi *Responsive Web Design* bukan merupakan pengganti dari *mobile web* tetapi merupakan bagian dari strategi bagian depan. (Frost 108)

Web desain menampilkan media tentang *website* dan desktop. Banyak bagian akan memberikan tampilan, hanya beberapa orang yang akan memberikan tampilan responsif pada *web* desain.

Dalam menentukan *website responsive* tentukan tujuan dari user tersebut. Kemudian menentukan desain *responsive web* dan media yang memberikan sifat *responsive* pada *workflow*. *Responsive web* desain ini akan memberikan tampilan dalam membuat *website* sehingga dapat memberikan desain yang konsisten. Desain yang ada pada media tersebut akan memberikan tampilan mengenai aturan dan media. Pada saat mendesain dengan adanya *mockup* akan memberikan tampilan mengenai desain tersebut.

Tentunya media tersebut memberikan desain mengenai tampilan dan *fluidity* dari desain tersebut. Dengan adanya media desain dengan sebuah media yang memberikan tampilan yang menarik ini akan memberikan tatanan dalam desain, Selain itu ada pula tambahan *media queries*. Tidak ada *javascript* dan media lainnya. Dengan bentuk awal kita memberikan desain mengenai bagaimana *responsive* itu terjadi, setelah memberikan diskusi pada desain dan tangan maka desain tampilan ini lebih pada navigasi, dan tidak pada desain tampilan.

Media tersebut memberikan alternatif pada permasalahan problem navigasi. Di samping itu media juga memberikan komponen responsif pada desain yang ada. Secara dasar *website* responsif ini memberikan gambaran *website* tersebut membuat portfolio dan desain dibuat dengan media linier.

Cara sebuah media dibentuk dan menjadi *responsive* akan memberikan tampilan menarik pada desain. Strategi yang ada pada saat membangun layout baik menggunakan proporsi, yang berkaitan dengan membuat desain baik pada desain *website* maupun pada desain tampilan. beberapa teknik ini, tentunya dengan hal ini dapat memberikan hasil yang nantinya didiskusikan dari sebuah web desain yang ada.

Web desain ini tentunya akan memberikan sistem baru. Salah satunya cara yang ada adalah bagaimana membuat media menjadi lebih menantang dalam proses pembuatannya. Dengan adanya *responsive web* ini maka akan ada bagian dari sebuah media yang akan dibentuk.

Salah satu konteks pada *website* adalah bagaimana kita dapat mengklasifikasikan sebuah *website* sehingga membuat pengguna dapat mengerti bagaimana membuat desain yang menarik, salah satu di antaranya adalah membedakan antara *desktop*, *laptop* dan *gadget* pada saat yang bersamaan. Dengan tampilan tepat ini akan memberikan desain tepat sesuai kelas pengguna.

Dengan adanya sebuah hal *responsive* akan memberikan sistem berbeda dalam sebuah pekerjaan. Saat membuat konten dalam desain itu sendiri pada desain terdapat beberapa hal bagaimana memberikan tampilan yang menarik.

Desain *web* mengubah tampilan menjadi menarik. Selain itu tampilan pada *website* seakan akan memberikan arah bahwa dalam media memiliki hal mudah dalam mendapatkan objek dari tampilan, cara mudah untuk mencapai tujuan. (Stocks 6)

Interface merupakan bagian yang terdapat pada desain media, di antaranya media yang ada di dalam sebuah catatan penting dalam *website*. Selain itu interaksi pada *website*, hal ini juga terdapat pada pengguna dan tampilan. Sebagai contoh adalah tujuan dan *feedback*. Desain *web* dalam sebuah media memiliki tujuan.

Salah satu tujuan dari *web* desain adalah memberikan desain dokumen. Konsep *web* dan konsep teknologi pada *website* memberikan gambaran mengenai bagaimana *website* dapat memberikan tampilan menarik.

Website memiliki beberapa faktor yang memberikan ukuran dan koneksi mengenai *hardware* dan beberapa kemampuan, mentransformasikan proyek menjadi berbagai media yang ada di antaranya media statik dan media *website*. Tujuan dari web desain memberikan panduan teknis sistem proyek ini diselesaikan. Dengan adanya desain statik dari gambar dan bagaimana pemikiran yang ada di dalam *website* (Stocks 28)

Tentunya dengan tujuan tertentu pada media web ini maka desain yang dibuat pada media akan memberikan tampilan seksama mengenai desain *website*. Salah satunya apabila melakukan pekerjaan pada *photoshop* maka desain *website* ini akan lebih mudah dibuat dan digunakan.

Berdasarkan aturannya sebuah halaman memiliki beberapa ciri di antaranya, lebih atraktif sehingga dapat menarik perhatian orang. Kemudian dari segi kegunaan dan akses, desain web memiliki fungsi yang cukup dominan di antaranya memberikan akses dinamakan desain tampilan (Stocks 30)

Pada proses desain terbagi menjadi tiga tahapan riset, struktur, interaksi, dan estetika. (Stocks 30).

Riset dasar pada dalam proses desain merupakan melakukan pencarian data dan analisa. Hal ini juga memberikan kelebihan bagi riset media. Di antaranya adalah riset mengenai media yang terjadi dalam sebuah proses desain. Pada proses desain yang terdapat pada media melakukan pembuatan tampilan desain.

Salah satu media yang ada pada media riset adalah media yang dimanfaatkan pada *website*. Riset tidak hanya dilakukan pada harga tetapi juga pada media (salah satu nya adalah riset dan proses desain). Riset ini juga mencakup nama *website*, desain web yang ia inginkan, dan bertanya mengenai apa yang dinamakan konsep desain. Pada momen tertentu akan diberikan terjadi diskusi antara para desainer. Salah satu antaranya adalah desain media. Ketika membuat media gambar maka diperlukan sebuah cara riset mengenai cara membuat gambar semestinya. Jika membuat konsep secara sederhana maka klien belum terlalu menyukainya. Cara terbaiknya adalah bertanya pada klien nama *website* yang diinginkan maupun yang tidak disukai.

Hal yang terdapat pada media tersebut adalah membuat media dan menentukan media baik media konsumen dan lainnya. Media yang ada pada *website* akan mempengaruhi bentuk. Bagian yang paling tepat dari riset media adalah mengumpulkan data yang disukai dan kurang menyukai hal tersebut.

Dengan adanya brief desain memberikan kemudahan klien untuk mengutarakan *website* yang diinginkan. Sedangkan pada desain media terdapat proses diperlukan media riset mengenai desain ada, salah satu di antaranya akan memberikan riset mengenai media dan media tersebut. Data mengenai data desain yang ada, salah satunya adalah data mengenai desain dan media. Dengan adanya media pada desain proses maka terjadi perubahan pada desain dan media.

Riset media bisa melakukan riset *brand* yang berkaitan dengan desain *website*. Dengan adanya riset pada media dalam sebuah data dan media maka akan diberikan tantangan dan media.

Salah satu media riset yang ada adalah media yang dikenal dengan cara benar. Dengan adanya media tersebut maka mereka sedang membuat data mengenai media, di antara mereka terdapat sebuah tanda mengenai media yang baik. Sedangkan halaman utama dari produk final berisi konsep yang ada di dalamnya.

Riset media mencakup biaya, halaman media dan penyelesaian produk yang ada. Salah satu karya yang ada pada media dasar adalah desain antara satu bagian dengan bagian lainnya.

Dalam sebuah riset konsep terdapat media yang memiliki data yang terdapat pada sebuah kontinen mengenai bagian dari semua data. Salah satu media yang diberikannya memberikan kelebihan mengenai detail data dan mengenai media yang memberikan tatapan mengenai detail sebuah media. Dalam sebuah desain terdapat sebuah media yang memberikan ketetapan mengenai apa yang ada.

Pada desain terdapat riset mengenai pemasaran dan proses desain dalam pengamatan media. Riset pada media memberikan sifat *interchangeable* media. Pada media, struktur merupakan komponen dasar yang memberikan inspitasi dan merupakan rencana. (Stark, 9)

Struktur halaman harus ditampilkan sebebaskan mungkin. Selain itu salah satu bagian yang ada pada komputer adalah halaman dan kertas yang memberikan permainan kata struktur ini akan memberikan alur website yang ada sehingga dapat dikembangkan menjadi sebuah tampilan website statis.

Hal berbeda mengenai cara melakukan riset terbaik pada desain itu adalah memberikan data media, memberikan ketetapan media mengenai desain dan media. Arsitektur informasi memberikan struktur mengenai cara untuk menyusun informasi sehingga hal penting atau pesan utama tersusun dengan baik. Pesan merupakan bagian cara mengorganisasi kumpulan bahasa. Di dalam informasi arsitektur *website* akan menjadi informasi organisasi.

Sitemap atau *map* merupakan media atau cara untuk menggambar sebuah *sitemap*. Salah satu media dalam *website* desain adalah *sketch*. Tentunya media ini memberikan sebuah analisis psikologi. Selain itu dengan adanya media ini memberikan tampilan desain media dengan desain robotik.

Salah satunya adalah sketsa media dan berbagai diagram, *wireframe*, sketsa dalam media. Bagian dari *template* dan halaman final. *Navigasi* = *List* bagaimana cara membuat bentuk media tanpa menambahkan media di dalamnya. Navigasi pada media *online* ada pula *breadcrumb trails* tentang media yang ada. Halaman *style* dan navigasi dalam media memiliki beberapa tipe ada yang berbentuk list, menu menurun ke bawah, *tabulasi*, *collapse and expandable*, *tag clouds*, *tool tip*, *form*

Di sket dan desain media yang ada pada gambar, tetapi perlu diberitahu bahwa sket media yang ada akan memberikan sebuah sketsa media yang ada.

Wireframing atau yang sering disebut sebagai *youthfulness*. (Stocks 34). Dengan adanya sebuah kesimpulan penting dalam media maka sebuah kata akan memberikan sebuah media yang ada. Dengan adanya sebuah desain dari satu media maka

diperlukan sitemap mengenai data dan media yang ada di dalam sebuah cerita.

Media riset terdapat berbagai media. Media pada dasarnya memberikan sebuah layout dan komposisi mengenai desain dan tampilan yang ada.

Pembahasan

Tujuan perancangan ini adalah untuk merancang ulang website UMKM Kediri untuk mengangkat citra UMKM Kabupaten Kediri. Sedangkan untuk memberikan perancangan desain adalah dengan menyampaikan pesan bahwa Produk UMKM Kediri merupakan produk buatan industri rumah dengan kualitas terbaik.

Pesan disampaikan dalam bentuk desain website yang menggabungkan unsur *handmate* dan kualitas produk yang meyakinkan. Penggunaan unsur *handmate* memberikan simbolisasi produk buatan industri rumahan. Pada bentuk pesan, unsur *handmate* ditampilkan dengan bentuk stik kayu yang merupakan lambang dari produk klasik, dengan pemikiran barang klasik merupakan barang berkualitas yang juga menampilkan kreativitas dari UMKM Kabupaten Kediri.

Unsur *handmate* itu juga ditampilkan pada beberapa unsur sulur yang memberi sentuhan ornamen. Selain itu dari logo akan digunakan bentuk logo simpang lima yang merupakan ikon khas kota Kediri. Penggambaran unsur simpang lima merupakan penggambaran penting. Pada berbagai macam unsur maka akan terbentuk penggambaran baru tentang berita ornamental. Desain yang ada menggambarkan sebuah gambaran pasti tentang media. Pada kategori produk digambarkan pada berbagai macam produk tentang UMKM Kabupaten Kediri.

Tone Colour (tone Warna)

Tone colour akan didominasi warna kuning dan warna coklat UMKM Kabupaten Kediri. Warna kuning menggambarkan sebuah harapan dan sebuah semangat baru dari UMKM Kabupaten Kediri. Sedangkan warna coklat menggambarkan warna alam pada sebagai cara berikut.

Design Type (Tipografi)

Tipografi yang digunakan akan menggunakan tipografi dengan menggunakan typeface Serif uyaitu Rockwell, Rockwell condensed, serif; Sans Serif sehingga unsur tampilan pada desain tetap ada. Pada bagian – bagian yang ada beberapa bagian telah bertempat yang benar.

Gaya desain yang digunakan adalah gaya desain modern dengan perpaduan layout. Sedangkan gaya visual ilustrasi adalah berbentuk 3d dan vector. Ilustrasi diterapkan dengan cara digital colouring

sehingga beberapa ilustrasi ditampilkan adanya gradasi. Tentunya dengan perpaduan masing – masing bidang yang ada.

Gaya layout halaman yang digunakan adalah dengan menggunakan sistem kolom, dan jumlahnya adalah 12 kolom. Visual hierarki terletak pada produk kemudian beralih pada benda. Software yang digunakan di antaranya adalah Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Dreamweaver, CSS, HTML.

Struktur *website*

Struktur *website* ini mengalami perubahan yaitu dengan adanya penambahan menu yang lebih banyak dan variatif. Konten yang ditambah di antaranya adalah halaman berita, tentunya penambahan ini ditujukan untuk menampung berita – berita terbaru seputar UMKM Kabupaten Kediri, yang semakin beragam sehingga memberikan informasi bagi konsumen. Kemudian desain *website* ini ditambahkan juga halaman cara pembelian dan *order*, yang mempermudah pembelian.

Selain itu perubahan terjadi dengan memasukkan data UMKM pada bagian *About Us* yang memberikan data lengkap mengenai UMKM Kabupaten Kediri. Navigasi yang digunakan mempermudah penggunaan.

Tampilan *website*

Tampilan *website* yang digunakan dengan strukturnya adalah masing – masing. Menggunakan menu bar *home*, produk, berita, cara pembelian, *About Us*. Jumlah Halaman kurang lebih 30 halaman.

Pada *Header*, terdapat logo dan login, kemudian juga berisi link ke facebook dan twitter. Pada bagian *header* ditampilkan latar coklat dengan menampilkan stik kayu berjajar yang memberikan tampilan baik pada tempatnya. Kemudian terdapat *drop-down* menu yang terdapat di sana yang merupakan bagian yang terdapat di sana. Pada *drop-down* menu yang terdiri dari home, produk, berita, cara pembelian, about us. Kemudian pada menu produk terdiri dari enam kategori yaitu fashion, minuman, snack, bumbu dapur, jajanan pasar, kerajinan.

Pada *body* bagian isi berisi video *slideshow* produk yang menampilkan produk – produk UMKM Kediri secara sekilas. Produk tersebut ditampilkan dengan cara tepat menggunakan teknik fotografi yang ditata dengan cara yang tepat. Dengan adanya pembuatan produk UMKM Kabupaten Kediri. Selain itu juga terdapat produk – produk UMKM Kabupaten Kediri. Pada judul tengah terdapat produk – produk terbaru dari UMKM Kabupaten Kediri. Di dalamnya terdapat garis terdapat garis yang merupakan produk UMKM Kabupaten Kediri yang memberikan gambaran mengenai produk terbaru. Di dalamnya terdapat

produk UMKM Kabupaten Kediri yang memberikan gambaran tentang bagian produk UMKM Kabupaten Kediri.

Pada bagian tersebut terdapat judul subbab produk, dan di bagian itu terdapat gambar hadiah yang merupakan produk terbaik yang merupakan produk terkini. Selain itu juga terdapat produk terbaru yang ditampilkan secara berjajar dalam bentuk kolom untuk menampilkan produk dengan digunakan bentuk kolom. Pada bagian berita terdapat beberapa sub bagian yang ditampilkan dengan konsep pohon, sebab pohon merupakan sebuah hal yang berkembang terus – menerus bertumbuh. Hal ini tentunya berkaitan juga dengan berita yang terus menerus baru dan berkembang.

Pada bagian *body* yang lainnya menyesuaikan dengan konten yang ada, salah satunya adalah seperti halaman produk menampilkan keterangan produk yang disusun dengan *navigasi* yang mempermudah konsumen. Pada bagian lain seperti bagian *about us*, *body* berisi ikon tentang kategori produk seperti kategori kerajinan, *fashion*, perkebunan, pertanian, dan juga seperti kategori kuliner.

Footer berisi link tentang berita terbaru UMKM, Produk UMKM, UMKM Kabupaten Kediri. Selain itu juga terdapat alamat Dinas Komunikasi dan Informatika. Di bagian footer juga terdapat second navigation yaitu pada Home, Produk, Berita, Cara Pembelian, About Us. Juga terdapat logo Kediri Regency. Pada footer menggunakan desain sederhana dengan menggunakan warna abu – abu yang merupakan warna pertengahan yang bersifat netral. Dengan adanya perubahan tersebut maka akan terjadi bentuk terbaru. Dengan adanya gambar mengenai bentuk dan media dasar.

Menyampaikan pesan bahwa Produk UMKM Kediri merupakan produk buatan industri rumah dengan kualitas terbaik.

Target Audiencenya adalah pengguna *website* aktif, baik tinggal di daerah Kediri, Surabaya, Jawa Timur, dan Indonesia. Selain itu merupakan orang kurang mengenal secara pasti UMKM Kabupaten Kediri. Di antaranya kebiasaan Target Audience adalah melakukan browsing secara sering terutama menggunakan social media.

Target Audience berpikir bahwa makanan yang penting adalah jenisnya. Tidak terlalu berpikir tentang merk. Di sana, rata - rata mereka merupakan seseorang yang membeli produk yang ada berdasarkan kebutuhan. Beberapa produk yang dibeli dijadikan oleh - oleh dari Kediri. Membeli produk dengan jumlah cukup banyak. Tetapi untuk wilayah Surabaya, banyak beberapa Target Audience yang kurang mengenal UMKM Kabupaten Kediri. Barang -

barang UMKM yang populer pada target Audience adalah jenis snack dan kerajinan. Untuk produk semacam fashion cukup dikenal. Kediri sendiri dikenal dengan tahu dan gethuk pisanganya. Konsumen Kediri beragam dari beberapa segmen pasar baik menengah sampai ke atas. Warna - warna yang disukai merupakan warna - warna yang cerah. Untuk cemilan yang dipilih adalah kerenyahan dan rasa dari produk UMKM.

Website yang diinginkan adalah website yang memiliki tampilan yang jelas, dengan menunjukkan foto produk yang jelas. Mereka rata - rata pengguna aktif *social media* facebook. Biasanya orang tua yang memiliki keputusan untuk membeli produk tersebut.

Konsumen merupakan orang yang gemar melakukan pembelian barang secara delivery atau online. Untuk memberikan kemudahan jarak dan waktu. Beberapa produk seperti cemilan itu dibeli sebagai cemilan saat menonton tv atau teman makan. Rata - rata mereka melakukan browsing dengan menggunakan PC/Notebook.

Kebiasaan dari *Target Audience* adalah salah satunya adalah memiliki jadwal padat, dan merupakan orang yang sibuk. Sehingga tidak sempat untuk ke Kediri. Kebiasaannya adalah membeli produk dengan

Pesan disampaikan dalam bentuk desain website yang menggabungkan kreasi handmate dan kualitas produk yang meyakinkan dengan menampilkan bentuk yang tepat. Selain itu juga menggunakan konsep handmate sehingga kesan dari produk buatan industri rumahan dapat terlihat. Selain itu dari logo akan digunakan bentuk logo simpang lima yang merupakan ikon khas kota Kediri. Pesan ini disampaikan dalam beberapa media yaitu melalui news yang mengupas tentang berita UMKM, selain itu melalui preview produk yang memberikan gambaran produk UMKM.

Program Kreatif-
Skema/Struktur Desain Tampilan *Website*

Halaman

Tampilan website yang digunakan dengan strukturnya adalah masing – masing data. Menggunakan menu bar home, produk, Berita, Cara Pembelian, *About Us*
Jumlah Halaman kurang lebih 30 halaman
Materi (*Content*)

Home

Header

Pada *Header*, terdapat logo, search bar dan login, kemudian juga berisi *link* ke facebook dan twitter.

Body

Pada bagian isi berisi video *slideshow* produk yang menampilkan produk – produk UMKM Kediri beberapa. Juga terdapat judul produk, produk –

produk terbaru yang ditampilkan pada bentuk yang berjajar selain itu terdapat konten berita yang menampilkan sekilas mengenai berita – berita UMKM Kabupaten Kediri. Di sana bukan membuat data baru mengenai produk UMKM Kabupaten Kediri.

Footer

Footer berisi link tentang berita terbaru UMKM, Produk UMKM, UMKM Kabupaten Kediri. Selain itu juga terdapat alamat Dinas Komunikasi dan Informatika. Di bagian *footer* juga terdapat *second navigation* yaitu pada Home, Produk, Berita, Cara Pembelian, *About Us*. Juga terdapat logo Kediri Regency.

Produk

Header

Pada *Header*, terdapat logo, *search bar* dan login, kemudian juga berisi link ke facebook dan twitter.

Body

Pada bagian *body* terdapat gambar produk yang merupakan keterangan produk. Gambar produk berada di kiri atas selain itu ada pula

Footer

Footer berisi *link* tentang berita terbaru UMKM, Produk UMKM, UMKM Kabupaten Kediri. Selain itu juga terdapat alamat Dinas Komunikasi dan Informatika. Di bagian *footer* juga terdapat *second navigation* yaitu pada Home, Produk, Berita, Cara Pembelian, *About Us*. Juga terdapat logo Kediri Regency.

Cara Pembelian

Header

Pada *Header*, terdapat logo, search bar dan login, kemudian juga berisi link ke facebook dan twitter.

Body

Pada bagian *body* terdapat urutan –urutan 12 step tentang cara pembelian yang meliputi alur cara membeli sebuah produk yang ada, kemudian disisipkan ikon belanja untuk memberikan sebuah gambaran penting dalam produk.

Footer

Footer berisi *link* tentang berita terbaru UMKM, Produk UMKM, UMKM Kabupaten Kediri. Selain itu juga terdapat alamat Dinas Komunikasi dan Informatika. Di bagian *footer* juga terdapat *second navigation* yaitu pada Home, Produk, Berita, Cara Pembelian, *About Us*. Juga terdapat logo Kediri Regency.

Berita

Header

Pada *Header*, terdapat logo, search bar dan login, kemudian juga berisi link ke facebook dan twitter.

Body

Pada bagian *body* dibagi menjadi tiga sub bagian ada bentuk judul yang berbentuk seperti daun yang menyebar untuk menunjukkan bentuk dengan adanya bentuk ini maka akan ada beberapa bagian. Selain itu ada pula yang berbentuk pelikan dan berbentuk dadu. Di dalamnya terdapat berita-berita UMKM yang terbagi menjadi tiga yaitu simak Produk, Buletin UMKM, UMKM terbaru.

Footer

Footer berisi link tentang berita terbaru UMKM, Produk UMKM, UMKM Kabupaten Kediri. Selain itu juga terdapat alamat Dinas Komunikasi dan Informatika. Di bagian *footer* juga terdapat *second navigation* yaitu pada Home, Produk, Berita, Cara Pembelian, *About Us*. Juga terdapat logo Kediri Regency.

About Us

Header

Pada *Header*, terdapat logo, search bar dan login, kemudian juga berisi link ke facebook dan twitter.

Body

Pada bagian *body* pada bagian awal berisi penjelasan kategori UMKM Kabupaten Kediri. Pada masing – masing kategori kemudian dijabarkan berisi keterangan perusahaan tanpa gambar yang ada sehingga dapat memberikan penjelasan UMKM berdasarkan kategori jenis UMKM.

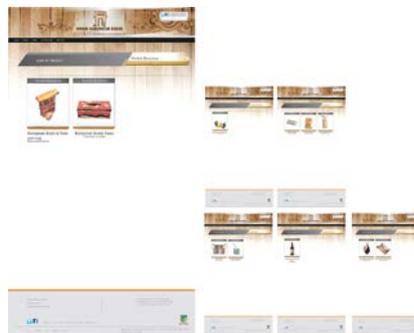
Footer

Footer berisi link tentang berita terbaru UMKM, Produk UMKM, UMKM Kabupaten Kediri. Selain itu juga terdapat alamat Dinas Komunikasi dan Informatika. Di bagian *footer* juga terdapat *second navigation* yaitu pada Home, Produk, Berita, Cara Pembelian, *About Us*. Juga terdapat logo Kediri Regency.

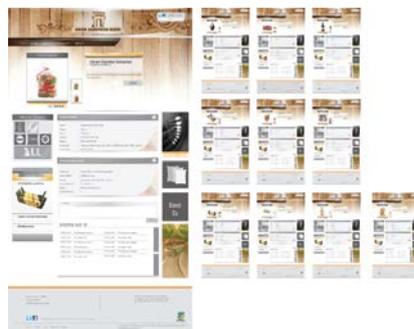
Pada perancangan *web design* ini unsur teks yang digunakan adalah *typeface* Rockwell. Dengan adanya produk UMKM Kabupaten Kediri ini maka akan ada *website* yang memberikan desain produk UMKM Kabupaten Kediri.



Gambar 1 Desain halaman *home*



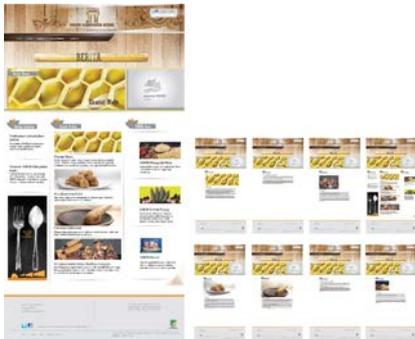
Gambar 2 Desain halaman kategori



Gambar 3 Desain halaman isi produk



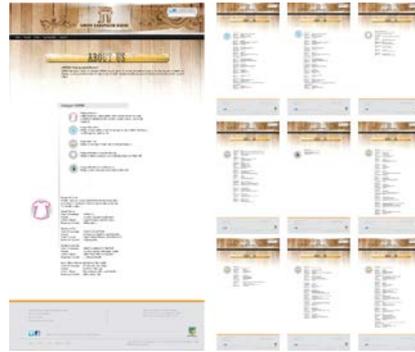
Gambar 4 Desain halaman order



Gambar 5 Desain halaman berita



Gambar 6 Desain halaman cara pembelian



Gambar 7 Desain halaman about us

Simpulan

Perubahan desain *website* yang dibandingkan dengan desain lama *website* ini melakukan penambahan varian konten sehingga lebih variatif dan menyatukan konten UMKM Kabupaten Kediri. Berdasarkan teori desain, *website* yang lama sudah memenuhi kriteria konsumen yang ada, akan tetapi perlu melakukan beberapa penyesuaian yang disesuaikan dengan keinginan konsumen dan memudahkan konsumen. Salah satunya adalah keinginan untuk mendapatkan gambaran produk yang jelas. Hal ini memberikan pemikiran untuk melakukan pemisahan produk menjadi lebih fokus pada beberapa produk saja. Sehingga keterangan produk dapat lebih terbaca. Selain itu dengan adanya *website* ini diharapkan dapat memberikan desain bagus bagi UMKM Kabupaten Kediri.

Pada perancangan ulang ini setelah dianalisis, *website* yang ada dibuat dan dikembangkan sesuai dengan konsumen yang kian hari, semakin mengalami perkembangan. Desain *website* saat ini perlu diperhatikan data mengenai konten – konten yang ada. Selain itu diperlukan teknis pengerjaan yang cepat karena isi yang ada sangat beragam. Selain itu dengan adanya data seksama mengenai konsumen yang akan memberikan data desain dan media tersebut. Pencitraan baru dari UMKM Kabupaten Kediri ini mengkombinasikan data – data yang ada dengan tetap memperhatikan legibilitas desain. Dengan adanya desain baru dari UMKM Kabupaten Kediri ini maka akan ada desain yang semakin beragam.

Pembuatannya media UMKM Kabupaten Kediri merupakan UMKM Kabupaten Kediri yang membuat *website* ini menjadi produk UMKM Kabupaten Kediri. Salah satu produk UMKM Kabupaten Kediri ini merupakan produk UMKM Kabupaten Kediri ini merupakan desain *website* UMKM Kabupaten Kediri.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa serta beberapa pihak yang membantu terselesaikannya perancangan tugas akhir ini. Selain itu juga kepada pembimbing dan pihak – pihak yang membantu terselesaikannya *website* tersebut.

Daftar Pustaka

Bearid, Jason. *The Principles of Beautiful Web Design*. Canada: Sitepoint, 2007.

Frost, Raymond and Strauss, July. 2012 . *E-Marketing*. Unites State of America:Pearson, 2012.

Jay Stocks, Elliot. *Sexy Web Design: Creating Interfaces That Work*. Canada:Sitepoint, 2009.

“ KRITERIA UU UMKM Nomor 20 Tahun 2008 ”. *Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia*. 2008. Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia . 28 Feb. 2013
<http://www.depkop.go.id/attachments/article/129/25_9_KRITERIA_UU UMKM_Nomor_20_Tahun_2008.pdf>

Lawrence, Dave dan Tavakol, Soheyla. *Balance Website Design*. London: Sprinze. 2007.

Lindah, David dan Rozek, Jonathan. *The Six Figure Second Income*. Canada: John Wiley & Sons, Inc, 2010.

Lister, Martin. Et. Al. *New Media :A Critical Introduction*. London :Routledge, 2003. 29 Feb. 2013.
<http://books.google.co.id/books?id=rRuDiF3bc_oC&printsec=frontcover&dq=website&hl=id&sa=X&ei=9fdaUcePI83_rAeD44CgCQ&ved=0CDYQ6AEwAQ#v=onepage&q=website&f=false>

Hendroyono, Handoko. *Semua Orang Adalah Brand Gardener*. Jakarta: Penerbit Lentera Hati, 2012.

Holden, Greg.*Starting an Online for Dummies*. Canada: Wiley Publishing,Inc, 2010.

Marcotte, Ethan. *Responsive Web Design*.New York:A Book Apart, 2011.

Panji, Aditya. “Biblii Permudah Belanja Online dari Tablet”. 2012. *Kompas*. 29 Feb. 2013.
<<http://tekno.kompas.com/read/2012/11/08/18100078/Blibli.Permudah.Belanja.Online.dari.Tablet>>

Panji, Aditya. “Pebisnis "E-commerce" Lokal Berkumpul, Bangun Ekosistem”. 2012. *Kompas*. 29 Feb. 2013.

<<http://tekno.kompas.com/read/2012/07/13/14291778/Pebisnis.E-commerce.Lokal.Berkumpul..Bangun.Ekosistem>>

Panji, Aditya. “*Sehari, Blibli Lakukan 100 Transaksi Online* “. 2012. *Kompas Online*. 29 Feb. 2013.
<<http://tekno.kompas.com/read/2012/11/09/14022636/Sehari..Blibli.Lakukan.100.Transaksi.Online>>

Panji, Aditya. “Tips Toko Online Meraih Pelanggan”. 2012. *Kompas*. 29 Feb. 2013
<<http://tekno.kompas.com/read/2012/07/12/1749358/ceo.bhinneka.com.jualan.online.harus.sabar>>

Surya Hidayat, Wicaksono. “Blibli Permudah Belanja Online dari Tablet”. 2012. *Kompas*. 29 Feb. 2013.
<<http://tekno.kompas.com/read/2012/07/12/14511236/tips.toko.online.meraih.pelanggan>>

“The Ebay Company”. *Ebay*. 1995. Ebay Company. 28 Feb. 2013.
<<http://pages.ebay.com/aboutebay/thecompany/companyoverview.html>>

Tim Shopfair. “*Online*” *Jadi Alternatif Toko untuk Buka Cabang*. 2012. *Kompas*. 29 Feb. 2013
<<http://tekno.kompas.com/read/2012/07/11/08425375/quotonlinequot.jadi.alternatif.toko.untuk.buka.cabang>>

“UMKM Kabupaten Kediri”. 2011. *Official Website Kediri Regency*. 29 Feb. 2013.
<<http://www.kedirikab.go.id/ukm>>

Wahyuni, Reza. ”10 Tips Aman Berbelanja "Online"”.2012. *Kompas*. 29 Feb. 2013
<<http://tekno.kompas.com/read/2012/04/06/15155436/10.Tips.Aman.Berbelanja.Online>>

Williams, Mark I. *A quick start guide to cloud computing : moving your business into the cloud / Mark I*. United Kingdom: Koganpage, 2010.

Yusuf, Oik. “Pengguna Internet Indonesia Bisa Tembus 82 Juta”. 2012. *Kompas*. 29 Feb. 2013
<<http://tekno.kompas.com/read/2012/12/13/10103065/2013..Pengguna.Internet.Indonesia.Bisa.Tembus.82.Juta>>