

Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pada Fm Karaoke Salatiga

Guntur Adi Saputro¹

¹ Program Studi S1 Desain Grafis, Universitas Sains dan Teknologi Komputer
Jl. Majapahit 605 Semarang, telp : (024)-6723456, e-mail: guntursaputro73@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 27 Sept 2021

Received in revised form 4 Oct 2021

Accepted 11 Oct 2021

Available online 18 Oct 2021

ABSTRACT

This study aims to develop the media used previously as a means of conveying information and promotion at FM Karaoke Salatiga. The media previously used was in the form of print media such as brochures and business cards, which had problems if FM Karaoke wanted to update or update information and promotions, it would require more printing costs. Therefore, from the existing constraints, information and promotion media are needed in the form of a website that can provide more complete and up-to-date information. This website was created as a complement to the media used before. The website was chosen because it can be accessed 24 hours and is not constrained by distance and time, so that people can find information and promotions anytime and anywhere. This research is a type of development research with reference to the Research and Development (R&D) method (Borg, W.R and Gall, M.D, 1989). In this study, the authors determined FM Karaoke Salatiga as the research subject, while the object of the writer's research was promotional media and information that had been used by FM Karaoke Salatiga. The data obtained for research purposes uses techniques such as interviews, observation, questionnaires, and literature study. The results of the research show that in the field trial, the website created is included in the good category. After testing the validation and revision of the website, the results of the development from the previous media were included in the very good category. Thus the website is feasible to use and publish using existing print media.

Keywords: Website, Print Media, Graphic Design, Promotion, Information.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media yang digunakan sebelumnya sebagai sarana dalam menyampaikan informasi dan promosi di FM Karaoke Salatiga. Media yang digunakan sebelumnya yaitu berupa media cetak seperti brosur dan kartu nama, yang mempunyai kendala jika FM Karaoke ingin

Received Sept 27, 2021; Accepted Oct 4, 2021; Available online Oct 18, 2021

melakukan pembaharuan atau update informasi dan promosi akan memerlukan biaya cetak lagi. Oleh karena itu dari kendala yang ada, maka diperlukan media informasi dan promosi berupa website yang bisa memberikan informasi lebih lengkap serta uptodate. Website ini dibuat sebagai pelengkap dari media yang dipakai sebelumnya. Website dipilih karena dapat diakses 24 jam dan tidak terkendala oleh jarak dan waktu, sehingga masyarakat bisa mengetahui informasi dan promosi kapanpun dan dimanapun. Penelitian ini termasuk jenis penelitian pengembangan dengan mengacu pada metode Research and Development (R&D) (Borg, W.R dan Gall, M.D, 1989). Dalam penelitian ini, penulis menetapkan FM Karaoke Salatiga sebagai subjek penelitian, sedangkan yang menjadi objek penelitian penulis yaitu media promosi dan informasi yang selama ini digunakan oleh FM Karaoke Salatiga. Data yang diperoleh untuk kebutuhan penelitian menggunakan teknik-teknik seperti wawancara, observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji coba lapangan, website yang dibuat termasuk dalam kategori baik. Setelah dilakukan uji validasi dan revisi website hasil pengembangan dari media sebelumnya termasuk dalam kategori sangat baik. Dengan demikian website layak digunakan dan dipublikasikan menggunakan media cetak yang sudah ada.

Kata kunci: Website, Media Cetak, Desain Grafis, Promosi, Informasi

1. PENDAHULUAN

Kemajuan bisnis sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan informasi saat ini, sangat berpengaruh terhadap penyampaian informasi baik dalam dunia industri maupun pariwisata, serta membantu kinerja perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis. Internet merupakan teknologi yang perkembangannya paling pesat saat ini. Jangkauan internet sangatlah luas, dari berbagai daerah sekarang ini sudah bisa mengakses internet. Dengan adanya penyedia layanan telekomunikasi, ditambah dengan gadget yang sudah mumpuni, membuat semua orang bisa mengakses informasi melalui internet semakin mudah, dimanapun dan kapanpun. Dunia hiburan saat ini merupakan salah satu sektor industri yang mengalami kemajuan kian pesat di Indonesia, apalagi saat ini didukung dengan kemajuan teknologi yang semakin maju. Salah satu tempat yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi adalah tempat karaoke. FM Karaoke adalah suatu usaha hiburan karaoke yang berada di kota Salatiga, serta karyawan yang sangat ramah dan profesional.

Promosi yang dilakukan FM Karaoke selama ini masih menggunakan media cetak berupa kartu nama, brosur, dan neon box yang dipasang dipintu masuk FM Karaoke. Kendala dari media cetak yang digunakan seperti brosur yaitu jika FM Karaoke ingin melakukan pembaharuan atau update informasi dan promosi, tentunya akan sering mencetak brosur setiap kali ada update informasi, yang nantinya akan memerlukan biaya yang lebih besar dan menjadi kurang efisien. Kekurangan lain yang didapat saat menggunakan media cetak seperti brosur yaitu hal yang dimuat didalamnya tidak bisa memuat keseluruhan informasi yang ada di FM Karaoke seperti informasi harga, fasilitas yang ditawarkan, promo yang nantinya akan selalu diperbaharui. Dalam menyampaikan informasi dan promosi melalui brosur, FM Karaoke memilih membagikan brosur kepada pengguna jalan raya yang dibagikan oleh karyawan. Dalam hal ini diperlukan media informasi dan promosi berupa website yang bisa memberikan informasi lebih lengkap serta up to date mengenai profil usaha, fasilitas yang ditawarkan, harga dengan disertai gambar, serta visualisasi yang menarik. Website dipilih karena selain pembuatannya tidak menelan biaya yang besar, website juga dapat diakses 24 jam dan tidak terkendala oleh jarak dan waktu, sehingga masyarakat bisa mengetahui informasi dan promosi secara up to date kapanpun dan dimanapun selama terhubung dengan internet. Oleh karena itu, dari kendala-kendala promosi yang sudah ada sebelumnya, maka penulis memilih membuat website untuk FM Karaoke yang bertujuan untuk mempermudah menyampaikan informasi dan promosi secara jelas, lengkap, dan up to date serta dapat menambah jangkauan promosi ke wilayah yang lebih luas, bukan daerah sekitarnya saja melainkan bisa merambah hingga Kabupaten Semarang. Supaya promosi melalui website bisa berjalan dengan baik dan dapat dikenal ke masyarakat luas, FM Karaoke perlu mencantumkan alamat website kedalam media cetak yang sudah ada sebelumnya yaitu kartu nama, brosur, dan media cetak yang akan dibuat nantinya, sehingga alamat website bisa tersampaikan kepada masyarakat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perancangan Website

Perancangan website adalah suatu proses untuk membuat suatu website, baik yang berhubungan dengan internet ataupun tidak berhubungan. Tujuan dari perancangan website ini ialah untuk merancang kebutuhan website yang diinginkan oleh pemakai serta membuat gambaran yang jelas (Ramadhan, 2012).

2.2. Internet

Internet merupakan singkatan dari Interconnecting Networking. The Network of the Network diartikan sebagai A Global Network Of Computer Networks atau sebuah jaringan komputer dalam skala global atau mendunia. Jaringan komputer ini berskala internasional yang dapat membuat masing-masing komputer saling berkomunikasi. Network ini membuat jaringan interkoneksi (International Network) yang terhubung melalui protocol TCP/IP, dikembangkan dan diuji coba pertama kali tahun 1969 oleh US Department Of Defense dalam proyek ARPANET, dalam arti akan membentuk sesuatu. Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer luas dan besar yang mendunia yaitu yang menghubungkan pemakai komputer suatu negara ke negara lain diseluruh dunia, dimana didalamnya terdapat berbagai daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis (Nandang, 2005).

2.3. Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink). Bersifat statis apabila isi informasi website tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta penguuna website. Dalam sisi pengembangannya, website statis hanya bisa diperbaharui oleh pemiliknya saja, sedangkan website dinamis bisa diperbaharui oleh pengguna maupun pemilik (Robiansyah, 2013).

2.4. Media

Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang secara harfiah kata tersebut mempunyai arti perantara atau pengantar.

Media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi (Rohani, 1997:2).

Media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pembelajaran (Djamarah, 1995:136).

Media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar (Purnamawati dan Eldarni , 2001:4).

2.5. Informasi

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna untuk pembuat keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian (atau meningkatkan pengetahuan) Informasi menjadi penting, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi obyektif perusahaannya. Informasi tersebut merupakan hasil pengolahan data atau fakta yang dikumpulkan dengan metode ataupun cara – cara tertentu.

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna untuk pembuat keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian (atau meningkatkan pengetahuan) Informasi menjadi penting, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi obyektif perusahaannya. Informasi tersebut merupakan hasil pengolahan data atau fakta yang dikumpulkan dengan metode ataupun cara-cara tertentu.

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna untuk membuat keputusan. Informasi berguna untuk pembuat keputusan karena informasi menurunkan ketidakpastian (atau meningkatkan pengetahuan) Informasi menjadi penting, karena berdasarkan informasi itu para pengelola dapat mengetahui kondisi obyektif perusahaannya. Informasi tersebut merupakan hasil pengolahan data atau fakta yang dikumpulkan dengan metode ataupun cara-cara tertentu.

Informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian – kejadian (event) yang nyata (fact) yang digunakan untuk pengambilan keputusan (Jogiyanto HM, 1999 : 692).

2.6. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di perusahaan tersebut. Untuk memperjelas tentang pengertian promosi, berikut ini beberapa definisi tentang promosi menurut para ahli. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Adapun yang dimaksud dengan

komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan / atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2000 : 219).

2.7. Tipografi

Tipografi, seni cetak, atau tata huruf adalah seni dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan distribusi pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, untuk kenyamanan membaca maksimal. Tipografi juga dikenal sebagai seni jenis huruf yaitu desain yang menggunakan pengaturan huruf sebagai elemen utama. Dalam seni tipografi, pengertian huruf sebagai simbol suara dapat diabaikan.

Dalam buku “Tipografi Dalam Desain Grafis”, Danton Sihombing mengemukakan bahwa Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif. Selain itu Danton Sihombing mengemukakan dalam buku “Tipografi Dalam Desain Grafis”, bahwa pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam sebuah disiplin seni yang disebut tipografi (typografi) (Sihombing, 2001:3).

2.8. Desain Grafis

Secara umum, desain berarti merancang, menciptakan bentuk, susunan, garis, bidang, warna, dan tekstur, termasuk memilih unsur-unsur tersebut dan menggarapnya menjadi suatu bentuk ciptaan yang mengandung kaidah dan nilai estetika (Affadi, 1967: 1).

Desain yang artinya merencanakan. *Designing* artinya membuat pola-pola. Arti keseluruhan dari desain adalah proses merencanakan suatu karya seni yang terpakai, dengan mengindahkan fungsi, komposisi warna, tata letak, bentuk, harga dan bisa diproduksi banyak, keinginan pasar serta bisa laku dijual (Taufiq, 2009:1).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam model pengembangan, Borg and Gall (1983) memuat panduan sistematika langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti agar produk yang dirancangnya mempunyai standar kelayakan. Tahap model penelitian pengembangan (R&D) adalah suatu proses yang digunakan untuk mengem-bangkan dan mengesahkan produk bidang pendidikan. Langkah-langkah da-lam proses ini pada umumnya dikenal sebagai siklus Research and Devel-poment (R&D), yang terdiri dari pengkajian terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan validitas komponen-komponen pada produk yang akan dikembangkan, mengembangkannya menjadi sebuah produk, pengujian terhdapat produk yang dirancang, dan peninjauan ulang dan mengoreksi produk tersebut berdasarkan hasil uji coba. Hal itu sebagai indikasi bahwa produk temuan dari kegiatan pengembangan yang dilakukan mempunyai obyektivitas. Dalam metode pengembangan ini bertujuan sebagai upaya pengembangan yang sekaligus disertai dengan upaya validasinya (Borg & Gall, 1983).

a. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data dari lapangan digunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara (interview) merupakan teknik pengumpulan data atau fakta yang efektif dan efisien dalam penelitian. Dalam hal ini penulis langsung melakukan wawancara terhadap pendiri FM Karaoke Salatiga dan beberapa karyawan tentang jasa, fasilitas yang ditawarkan.

2. Pengamatan (Observasi)

Observasi adalah suatu cara untuk mendapatkan keterangan mengenai situasi dan kondisi dengan melihat dan mendengar apa yang terjadi, kemudian semuanya di catat dan digambar dengan cermat. Di sini penulis mengadakan pengamatan secara langsung di FM Karaoke Salatiga.

3. Studi Pustaka

Studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, situs website, majalah guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti.

4. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat yang mendukung teori, informasi kebutuhan untuk pengembangan produk, serta penilaian terhadap produk yang dibuat. Penulis mengajukan kuesioner kepada 30 responden untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Berikut ini adalah langkah-langkah yang penulis lakukan dalam pembuatan kuesioner:

1. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan.
2. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya.
3. Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan skala likert.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengumpulan Data Awal

Dalam tahap ini penulis melakukan identifikasi perkiraan kebutuhan serta mempelajari literatur dan meneliti beberapa hal yang dilakukan pada FM Karaoke. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi dalam kebutuhan penelitian. FM Karaoke adalah sebuah tempat hiburan karaoke yang berada di Kota Salatiga, yang menyediakan jasa hiburan karaoke untuk semua kalangan. Keunggulan yang ditawarkan FM Karaoke sangatlah banyak, mulai dari ruang karaoke yang sangat luas dengan pendingin ruangan (AC), sofa yang nyaman, serta promosi yang diberikan setiap waktu.

Promosi yang dilakukan FM Karaoke selama ini masih menggunakan media cetak berupa kartu nama, brosur, dan *neon box* yang dipasang dipintu masuk FM Karaoke. Kendala dari media cetak yang digunakan seperti brosur yaitu jika FM Karaoke ingin melakukan pembaharuan atau *update* informasi dan promosi, tentunya akan sering mencetak brosur setiap kali ada *update* informasi, yang nantinya akan memerlukan biaya yang lebih besar dan menjadi kurang efisien. Kekurangan lain yang didapat saat menggunakan media cetak seperti brosur yaitu hal yang dimuat didalamnya tidak bisa memuat keseluruhan informasi yang ada di FM Karaoke seperti informasi harga, fasilitas yang ditawarkan, promo yang nantinya akan selalu diperbaharui.

4.2. Hasil Produk

1. Halaman Beranda



2. Halaman Promosi



3. Halaman Room



4. Halaman Top Lagu



5. Halaman Snack



6. Halaman Profil



a. Media Publikasi Alamat Website

Pembuatan produk ini digunakan untuk membantu penyebaran informasi berupa alamat *website* FM Karaoke kepada masyarakat luas, sehingga diharapkan masyarakat mengetahui adanya *website* FM Karaoke.

1. Pembuatan *Voucher*



Voucher digunakan sebagai media promosi serta informasi mengenai *website* ke masyarakat. Didalamnya memuat keterangan umum, Diharapkan dengan adanya *voucher* ini dapat menarik minat pengunjung. *Voucher* ini nantinya akan diberikan kepada pelanggan saat pembayaran di kasir.

Pembuatan *voucher* berukuran 9,5 x 25 cm ini memiliki desain warna yang senada dengan *website*. Bentuk persegi panjang menunjukkan kejujuran dan stabilitas, bentuk yang umum digunakan dan terpercaya. Hal ini disebabkan karena umumnya tulisan yang disusun dalam bentuk kotak dan persegi panjang, maka bentuk tersebut menjadi familiar, aman dan nyaman.

Warna dominan dalam desain *voucher* ini adalah warna ungu dimana warna ini tersambung dengan pikiran dan imajinasi seseorang. Warna ungu disebut juga sebagai warna mewah, keagungan dan kebijaksanaan. Warna ungu mampu memberi pemikiran atau penggambaran pada benak yang melihat akan sesuatu yang bersifat kesenangan dan kemewahan.

2. Kartu Nama



Untuk menginformasikan alamat *website* FM Karaoke pada masyarakat luas. Kartu nama akan diletakkan di meja kasir dan diberikan kepada masyarakat bersamaan dengan brosur yang dibagikan di pinggir jalan.

Pembuatan kartu nama menggunakan ukuran 5,5 cm x 9 cm sesuai standar ukuran kartu nama di Indonesia. Berisikan informasi nama pemilik dan *contact person* serta alamat *website*. Pemilihan jenis tulisan yaitu menggunakan *arial*, jenis huruf yang tidak mempunyai garis-garis kecil dan sifatnya solid. Jenis huruf *sans serif* ini bertolak belakang dengan jenis huruf *serif*. Jenis huruf *sans serif* ini tidak mempunyai garis-garis kecil, dikarenakan jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern.

Warna pada *background* terdiri dari warna hitam dan jingga, warna hitam mempunyai arti yang melambangkan keanggunan (*elegance*), kemakmuran (*wealth*) dan kecanggihan (*sopiscated*), juga merupakan warna yang *independent* dan penuh misteri. Warna jingga merupakan warna ketenangan yang berkaitan dengan kehangatan sebuah hubungan, sehingga dapat menarik perhatian orang tanpa adanya nuansa intimidasi.

3. Brosur



digunakan untuk menginformasikan alamat *website* FM Karaoke. Brosur ini nantinya akan diberikan kepada pengunjung karaoke, dan disebar di wilayah Salatiga dan Kabupaten Semarang. Sehingga diharapkan masyarakat mengetahui adanya *website* FM Karaoke.

Pembuatan brosur FM Karaoke memiliki ukuran 14,5 x 21 cm (A5). Persegi panjang memberikan kesesuaian, kedamaian, soliditas, keamanan, dan kesetaraan. Keakraban dan stabilitasnya, bersamaan dengan sifatnya yang terlalu biasa dapat terlihat membosankan. Penempatan ilustrasi gambar FM Karaoke memberikan penekanan supaya mendapat perhatian konsumen.

Warna dominan dalam desain brosur adalah abu-abu. Warna abu-abu termasuk warna netral yang dapat menciptakan kesan misterius, namun juga mententramkan dan menimbulkan perasaan damai. Kesan yang lain dari abu-abu antara lain adalah independen dan stabil. Terdapat juga warna kuning yang memiliki optimistis, ceria, menyenangkan dan bahagia.

4. Stempel



Stempel digunakan sebagai cap lunas pada nota FM Karaoke, didalamnya terdapat informasi alamat website, sehingga diharapkan dapat membantu penyebaran informasi alamat *website* FM Karaoke.

Stempel berbentuk lingkaran dengan diameter 3,5 cm, lingkaran tidak memiliki awalan dan tidak memiliki akhiran, lingkaran memiliki pergerakan yang bebas. Lingkaran melindungi, memberikan pertahanan dan membatasi. Lingkaran membatasi apa yang ada di dalam dan menjaga hal-hal lain tetap di luar. Lingkaran menawarkan keamanan dan koneksi. Lingkaran menunjukkan komunitas, integritas dan kesempurnaan.

Stempel dibuat dengan satu warna yaitu warna merah. Dalam psikologi warna merah memberi arti sebuah simbol keberanian, kekuatan dan energi, juga gairah untuk melakukan tindakan (*action*), serta melambangkan kegembiraan.

Keseimbangan pada *layout* stempel yaitu memiliki keseimbangan sentral yaitu menggambarkan sebuah komposisi yang memusat di tengah (berpusat di suatu titik).

I. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Perancangan *Website* Sebagai Media Informasi dan Promosi pada FM Karaoke Salatiga” yang dilakukan penulis melalui proses observasi, perancangan, dan penyebaran kuisioner, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. FM Karaoke Salatiga telah berhasil untuk memberikan informasi jasa dan fasilitas serta promosi secara *up to date* dengan menggunakan media berupa *website* yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun.
- b. FM Karaoke Salatiga telah berhasil menyampaikan informasi dan promosi melalui media berupa *website* dan media cetak secara maksimal.
- c. Berdasarkan hasil presentase analisis dan penelitian yang meliputi unsur desain, informasi, penggunaan dan promosi, produk *website* sudah sangat baik / layak untuk dijadikan media informasi dan promosi FM Karaoke Salatiga. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan secara keseluruhan, meliputi aspek informasi dan penggunaan, promosi, dan desain, skor total yang diperoleh 1564. Dari hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, produk *website* yang telah dikembangkan oleh penulis masuk kedalam kategori sangat baik dengan presentase 86,88%.
- d. Berhasilnya pembuatan *website* ini juga dapat dilihat melalui hasil uji validasi dari pakar ahli desain yaitu bapak Hendri Rasminto, S.Kom., M.Si, yaitu pakar ahli memberikan nilai skor 3 pada 5 pertanyaan dan skor 4 untuk 8 pertanyaan, jadi jumlah skor total adalah 47 banding skor ideal 52. Hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, produk *website* yang telah dikembangkan oleh penulis masuk dalam kategori sangat baik dengan presentase 90,38%.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2003; “*Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*”, Yogyakarta; Penerbit Unit dan Percetakan.
- Budi Sutedjo Dharma Oetomo, 2002; “*Perancangan & Pengembangan Sistem Informasi*”, Yogyakarta; Andi.
- Borg, W.R. dan Gall, M. D., 1983; “*Educational Research An Introduction*”, New York; Longman.
- Basu, Swastha, 2000; “*Manajemen Pemasaran Modern*”, Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada.
- Bretz, Rudy, 2008; “*Berbagai Jenis Media*”, Tersedia di edu-articles.com. [29 maret 2011].
- Craig, James, 1971; “*Designing with type: A basic course in typography*”, New York; Waston-Guptill Publication.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed), 2009; “*Digital Cultures: Understanding New Media*”, Berkshire-England; Open University Press.
- Dewantoro, Affandi, 2004; “*Mengenal Seni Rupa Anak*”, Yogyakarta; Gama Media.
- Djamarah, Syaiful B, & Zain, Aswan, 1995; “*Strategi Belajar Mengajar*”, Jakarta; Rineka Cipta.
- Gonia, M. Firdaus, 2009; “*Pengembangan Multimedia Interaktif Untuk Asesmen Pembelajaran Pembiasaan Cahaya*”, Skripsi Program Studi Pendidikan Ilmu Komputer FPMIPA UPI; Tidak Diterbitkan.
- Gordon B. Davis, 1991; “*Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian I*”, Jakarta; PT Pustaka Binamas Pressindo.
- Hasan, M. Iqbal, 2002; “*Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*”, Indonesia, Bogor; Ghalia.

- Irawati, Maria, 2013; *“Perancangan Website Profil Studio Fotografi Beyond di Surabaja”*, Surabaya: Jurnal DKV Adiwarna; Vol 1 (2015): Creative And Original; 12.
- Jakaria, yaya, 2009; *“Uji coba model (validasi)”*, Jakarta: Pusata Kebijakan dan Inovasi Pendidikan Badan Penelitian dan Pengembangan Departemen Pendidikan Nasional.
- Jogiyanto HM., 1999; *“Analisis dan Disain Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis”*, Yogyakarta; Andi Offset.
- Junaedi, Ahmad, 2003; *“Perancangan Logo”*, Bandung; PT. Tesapura.
- Kartika, 2004; *“Seni Rupa Modern”*, Bandung; Rekayasa Sains.
- Kotler, Philip. 2002; *“Marketing Management”*, Millenium Edition North Western University New Jersey; Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip, 2002; *“Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium”*, Jakarta; Prehallindo.
- Kusrianto, Adi, 2007; *“Pengantar Desain Komunikasi Visual”*, Yogyakarta; Andi Offset.
- Lievrouw, L.A. dan Sonia Livistone, 2006; *“The Handbook of New Media”*, London; SAGE Publications.
- M. Taufiq, Amir, 2009; *“Inovasi Pendidikan Melalui Problem Based Learning”*, Jakarta; Kencana Prenada Media Group.
- Meliono, Anton M., 1990; *“Kamus Besar Bahasa Indonesia”*, Jakarta; Balai Pustaka.
- Mondry, 2008; *“Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik”*, Indonesia; Ghalia.
- Murphy, John and Michael Rowe, 1998; *“How to Design Trademarksand logos”*. Ohio : North Light Book.
- Purnamawati dan Eldarni, 2001; *“Media Pembelajaran”*, Jakarta; CV. Rajawali.
- Pujiriyanto, 2005; *“Desain Grafis Komputer”*, Yogyakarta; CV ANDI OFFSET.
- Ramadhan, 2012; *“Pengertian Perancangan Website”*, diakses tanggal 01 November 2017 [<http://informationof-world.blogspot.com/2012/12/pengertian-perancangan-website.html>].
- Robiansyah, Robi, 2013; *“Pengertian website menurut para ahli informatika”*, Diakses tanggal 11 Oktober 2017 [<file://Pengetian%20website%20menurut%20para%20ahli%20informatika%20~%20pengertian%20bahasa%20di%20internet.html>].
- Rohani, Ahmad, 1997; *“Media Instruksional Edukatif”*, Jakarta; Rineka Cipta.
- Sidharta, Lani, 1995; *“Pengantar Sistem Informasi Bisnis”*, Jakarta; P.T. ELEX Media Komputindo.
- Sihombing, Danton, 2001; *“Tipografi Dalam Desain Grafis”*, Jakarta; Gramedia.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2008; *“Metode Penelitian Survei”*, Jakarta: LP3ES.
- Sudiana, Dendi, 1986; *“Komunikasi Periklanan Cetak”*, Bandung; Remadja Karya.
- Sudiana, Dendi, 2001; *“Klomedia”*, Bandung; rumah produksi dendi Sudiana.
- Sugiyono, 2011; *“Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R & B”*, Bandung; Alfabeta.
- Sullivan, W. G., James A. Bontadell dan Elin M. Wicks, 2000; *“Enginneering Economy”*, New Jersey; Prentice-Hall.
- Surianto, Rustan, 2009; *“Mendesain Logo”*, Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto & Salamah, Ummi, 2009; *“Riset Kebidanan Metodologi & Aplikasi”*, Yogyakarta; Mitra Cendikia Press.
- Tjiptono, Fandy, 2000; *“Manajemen Jasa”*, Yogyakarta; Penerbit Andi.
- Wibisono, Guntur, 2015; *“Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo”*, Yogyakarta: Jurnal Evolusi - Volume 3 No 2 –2015.
- Y. Nurhayati, 2010; *“Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dafdz Baby Rental And Shop di Bogor”*, Bogor: Jurnal Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Yosefa, Ferdianto, 2013; *“Definisi database management”*, Indonesia; QUANTA