



**PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI PENUNJANG
MEDIA PROMOSI CV. RAJA KREASI RASA**



Oleh:

Fadhlullah Hamid

15420100007

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2018**

PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI PENUNJANG MEDIA PROMOSI CV. RAJA KREASI RASA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik:



Disusun Oleh:
: Fadhlullah Hamid
: 15420100007
: S1 (Strata Satu)
: Desain Komunikasi Visual

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMATIKA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2018

LEMBAR MOTTO



“BERGERAKLAH SEBELUM BERGERAK TERPAKSA!”

LEMBAR PERSEMBAHAN



*Kupersembahkan kepada kedua Orang tua, Dosen Pembimbing, Teman
Seperjuangan Kerja Praktik PT. RAJA KREASI RASA terutama Ibu Ayu
Pusparini tersayang, Serta pihak yang telah banyak membantu menyelesaikan
laporan ini terima kasih banyak.*

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI PENUNJANG MEDIA PROMOSI CV. RAJA KREASI RASA

Laporan Kerja Praktik oleh :

Fadhlullah Hamid

NIM : 15.42010.0007

Telah diperiksa, diuji dan disetujui



Disetujui :

Surabaya, 8 Januari 2019

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

Penyelia



Ayu Pusparini

Owner CV. Raja Kreasi Rasa

Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn., M.Med.Kom.

NIDN 0725078203

Mengetahui,



Ketua Program Studi
FAKULTAS TEKNOLOGI
DAN INFORMATIKA
ST Desain Komunikasi Visual

Junt

Siswo Martono, S.Kom.,M.M.

NIDN 0726027101

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan benar, bahwa Laporan Kerja Praktik berjudul **PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI PENUNJANG MEDIA PROMOSI CV.**

RAJA KREASI RASA adalah asli karya saya selama melakukan kerja praktik pada bulan Juli - Agustus 2018, bukan plagiat baik sebagian maupun apalagi keseluruhan. Karya atau pendapat orang lain yang ada dalam Laporan Kerja Praktik ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya tindakan plagiat pada Laporan Kerja Praktik ini, maka saya bersedia untuk dilakukan pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian lembar pengesahan ini saya buat dengan sebenarnya dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 8 Januari 2019

Fadhlullah Hamid

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Fadhlullah Hamid
NIM : 15420100007
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI PENUNJANG MEDIA PROMOSI CV. RAJA KREASI RASA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/scbagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Januari 2019



Fadhlullah Hamid

NIM : 15420100007

ABSTRAK

Website atau lazim disingkat web adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website lain menuliskan web adalah salah satu alat komunikasi online yang menggunakan media internet dalam pendistribusianya. Apapun bahasannya, yang pasti kita semua setuju bahwa website merupakan kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau bergerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya. Penggunaan website sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, dll. Sehingga sebuah website akan terlihat lebih menarik dengan adanya sentuhan desain.

Untuk membuat desain website ini penulis menggunakan tahapan-tahapan dalam perancangan desain, diawali dengan melihat gambaran umum perusahaan yang didalamnya menjelaskan tentang profile dan visi misi perusahaan, lalu dilanjutkan dengan tahapan desain yang akhirnya dilanjutkan dengan proses desain. Dari proses yang ada, menghasilkan satu desain website yang sesuai dengan karakteristik PT. Raja Kreasi Rasa. Sehingga dalam laporan kerja praktik ini, penulis mengambil judul “Pembuatan Website Sebagai Penunjang Company Profile Pt. Raja Kreasi Rasa”

Kata Kunci : *Desain Website, Company Profile, PT. Raja Kreasi Rasa.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan kerja praktik yang berjudul Pembuatan Website Sebagai Penunjang Company Profile PT. Raja Kreasi Rasa.

Laporan ini merupakan bukti tanggung jawab peneliti terhadap lembaga karena telah melaksanakan kegiatan perkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya. Dalam penyusunannya laporan ini tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yang terhormat, bapak **Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd** selaku selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
2. Yang terhormat, bapak **Siswo Martono, S.Kom., M.M** selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang telah membimbing dan mengarahkan laporan kerja praktik ini.
3. Yang terhormat, bapak **Abdullah Khoir Riqqoh, S.Sn., M.Med.Kom.** selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberi dukungan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini.
4. Semua Keluarga besar PT. Raja Kreasi Rasa, terutama Ibu **Ayu Pusparini** selaku pemimpin yang telah membimbing dan mengarahkan kami selama kerja praktik

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dukungan semua pihak yang telah membantu, baik di perusahaan ataupun di lingkungan kerja. Akhir kata penulis memohon maaf bila ada kesalahan atau kekurangan dalam penulisan, karena manusia adalah tempat salah dan lupa. Terima Kasih.

Surabaya, 8 Januari 2019



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat	4
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.6 Pelaksanaan.....	5
1.6.1 Detail Perusahaan.....	5
1.6.2 Periode	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI/PERUSAHAAN	9
2.1 CV. RAJA KREASI RASA -RAJA DUREN	9
2.2 Logo Perusahaan	10
2.3 Sejarah Singkat Perusahaan	11

2.4	Visi dan Misi Perusahaan	13
2.4.1	Visi Perusahaan	13
2.4.2	Misi Perusahaan	13
2.5	Struktur Organisasi.....	14
2.6	Divisi dan Deskripsi Pekerjaan	15

BAB III TINJAUAN TEORI 17

3.1	Pengertian <i>Website</i>	17
3.2	Pengertian <i>Company Profile</i>	19
3.3	Teori <i>Usability</i>	21
3.3.1	<i>Learnability</i>	22
3.3.2	<i>Effeciency</i>	23
3.3.3	<i>Memorability</i>	23
3.3.4	<i>Errors</i>	23
3.3.5	<i>Satisfaction</i>	24
3.4	Prinsip Dasar Desain	25
3.5	Teori Warna.....	26
3.5.1	Aspek Warna	27
3.5.2	Skema Warna Dasar	30
3.5.3	Fungsi Warna	32
3.6	Tipografi	33
3.7	Ilustrasi	37
3.8	Layout.....	39

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN..... 46

4.1	Brief dan Penentuan Konsep	46
4.2	Skema Perancangan	47
4.3	Observasi	48
4.4	Pengumpulan Data	48

4.5	Brainstorming	48
4.6	Proses Desain	49
4.6.1	Penentuan <i>Software</i>	49
4.6.2	Sketsa Perancangan	49
4.6.3	Warna Website.....	52
4.6.4	Font Website	53
4.6.5	Implementasi Karya.....	53
4.6.6	Desain Halaman Utama	54
4.6.7	Desain Halaman <i>About Us</i>	55
4.6.8	Desain Halaman <i>Our Menu & Gallery</i>	57
4.6.9	Desain Halaman Kerjasama.....	58
4.6.10	Desain Halaman <i>Contact Us</i>	60
BAB V PENUTUP		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN.....		65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Logo CV Raja Kreasi Rasa (Raja Duren)	10
Gambar 2.2 Pancake Raja Duren	11
Gambar 2.3 Kantor Raja Duren 1	12
Gambar 2.4 Kantor Raja Duren 2	12
Gambar 2.5 Maskot Raja Duren	13
Gambar 2.6 Struktur Organisasi	14
Gambar 3.1 Lingkaran Warna	26
Gambar 3.2 Aspek Warna Panas dan Dingin.....	27
Gambar 3.3 Aspek Warna Hangat dan Sejuk	28
Gambar 3.4 Aspek Warna Gelap dan Terang	29
Gambar 3.5 Aspek Warna Pucat dan Cerah.....	30
Gambar 3.6 Skema Warna	30
Gambar 3.7 Anatomi Tipografi.....	33
Gambar 3.8 Contoh Huruf <i>Blackletter</i>	34
Gambar 3.9 Contoh Huruf <i>Serif</i>	35
Gambar 3.10 Contoh Huruf <i>Sans Serif</i>	36
Gambar 4.1 Skema Perancangan Karya.....	47
Gambar 4.2 Sketsa Awal Perancangan Website	50
Gambar 4.3 Sketsa Awal Halaman <i>Home</i> dan <i>About Us</i>	50
Gambar 4.4 Sketsa Awal Halaman Galeri dan Kerjasama	51

Gambar 4.5 Sketsa Awal Halaman <i>Pop Up About Us</i> dan Kerjasama.....	51
Gambar 4.6 Warna Website.....	52
Gambar 4.7 Font Website	53
Gambar 4.8 Desain Layout Halaman Utama	54
Gambar 4.9 Desain Layout Halaman <i>About Us</i>	55
Gambar 4.10 Desain Layout <i>Pop Up About Raja Duren</i>	56
Gambar 4.11 Desain Layout Halaman <i>Our Menu & Gallery</i>	57
Gambar 4.12 Desain Layout Halaman Kerjasama.....	58
Gambar 4.13 Desain Layout <i>Pop Up Kerjasama</i>	59
Gambar 4.14 Desain Layout Halaman <i>Contact Us</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Balasan Instansi	65
Lampiran 2 Form KP-5 (Acuan Kerja)	66
Lampiran 3 Form KP-6 (Log Kerja)	68
Lampiran 4 Form KP-7 (Kehadiran Kerja Praktik)	70
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	72
Lampiran 6 Biodata Penulis	73



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan website sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari website ini banyak kalangan menggunakannya sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan dengan gambaran detail suatu instansi atau lembaga.

Tak hanya itu dengan adanya website banyak orang yang berlomba-lomba untuk dapat mempromosikan dirinya. Hal ini ditandai dengan adanya situs-situs atau website yang memberikan fasilitas untuk dapat berhubungan dengan orang banyak, seperti jejaring sosial facebook, friendster, twitter, blog, myspace, dan website lainnya. Kini semakin maraknya penggunaan website oleh berbagai orang dan juga kalangan, maka membuat perusahaan maupun instansi pemerintahan menggunakan website perusahaan. Menurut Kriyantono, website perusahaan merupakan sarana komunikasi yang pertama kali dan paling populer dilihat oleh individu ketika membutuhkan informasi tentang suatu perusahaan atau organisasi. Karena itu, pada abad ini setiap perusahaan mesti melengkapi sarana komunikasinya dengan membuat website (Kriyantono, 2008:260).

Desain web yang penuh keterbatasan mengakibatkan karya-karya yang tercipta pada akhirnya memiliki banyak persamaan. Warna, layout, tipografi, dan navigasi seringkali sama satu sama lain akibat keterbatasan tersebut. Oleh sebab itu wajar jika dalam hal ini desain web saling menginspirasi, walau tetap ada batasannya. Masing-masing karya akan diinterpretasikan lain oleh masing-masing orang. Dari sebuah karya yang menjadi inspirasi mungkin akan dihasilkan banyak karya baru yang lebih indah dan lebih baik. Roland Barthes (1977) menyatakan bahwa, "Tidak ada karya manusia yang benar-benar asli. Tiap karya akan selalu berulang. Yang ada adalah pencampuran dan penggabungan dan karya-karya yang telah ada" (Suyanto, 2009:3).

Situs *website* digunakan sebagai katalog elektronik yang menampilkan produk-produk yang dijual oleh perusahaan. Dengan menggunakan web, apalagi jika produk yang tersedia sangat banyak, peng-update-an dapat dilakukan dengan mudah, efisien, dan lebih ekonomis (Suyanto, 2009:6-7).

Di tengah maraknya perkembangan teknologi dalam pemasaran, sebuah perusahaan harus terus menunjukkan kualitas mereka dalam menjual produk/jasa yang mereka miliki. Perlu diketahui bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat dan masing-masing perusahaan/instansi saat ini harus bisa mempertahankan loyalitas pelanggan. Media promosi yang sangat efektif untuk informasi advertising adalah sebuah website, karena website dapat dijangkau oleh semua masyarakat. Maka dari itu, desain sebuah website sangat diperlukan untuk menunjang suatu bisnis terutama di bidang advertising.

CV. RAJA KREASI RASA merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* dengan nama toko RAJA DUREN. Terbentuk sejak tahun 2011 dan memiliki beberapa outlet yang tersebar di Surabaya. Pada saat ini perusahaan CV. RAJA KREASI RASA kurang dalam perkembangan media promosi, minimnya sumber daya manusia yang dimiliki karena musibah kebakaran pada salah satu outletnya di daerah UPN Surabaya. Oleh karena itu diperlukan adanya sebuah media promosi yang lugas serta menarik yang mana diharapkan dapat meningkatkan *profit* bagi perusahaan. Unsur desain untuk konten perancangan website yang akan diterapkan pada media promosi adalah desain yang simpel dan menarik serta banyak warna, sehingga konsumen atau pembaca mudah untuk mencerna informasi yang diberikan.

Berdasarkan paparan tersebut penggunaan website sebagai alat pemasaran produk/jasa dalam perusahaan adalah wajar. Sebuah perusahaan memang seharusnya wajib memiliki website karena adanya perubahan media publikasi konvensional yang dilakukan, *website* menjadi media baru yang sifatnya interaktif. Meskipun masih terbatasnya sumber daya manusia yang ahli dalam bidang teknologi, serta masih dipertahankannya penggunaan media konvensional.

Maka dari itu, dibuatlah laporan kerja praktik lapangan ini yang berjudul “Perancangan Website Sebagai Penunjang Media Promosi CV. Raja Kreasi Rasa”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, sebelumnya, maka perumusan masalah ini adalah :

Bagaimana membuat desain *website* sebagai penunjang *media promosi* CV.

Raja Kreasi Raja ?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan laporan kerja praktik ini tidak terlalu meluas maka di perlukan batasan masalah yang ada sebagai berikut:

1. Pembuatan desain website hanya dibatasi pada tampilan *interface/tatap muka*.
2. Membuat desain *website* yang menampilkan kesan simple dan ringan dan mewakili warna CV. Raja Kreasi Rasa.

1.4 Tujuan

Tujuan dalam laporan Kerja Praktik ini adalah mendesain *website* sebagai penunjang company profile CV. Raja Kreasi Rasa.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat yang ingin dicapai terhadap laporan Kerja Praktik ini di bagi menjadi Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis, diantaranya yaitu :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang di dapat sebagai berikut, mengetahui strategi atau cara mempromosikan sesuatu instansi atau perusahaan dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Membantu Perusahaan CV Raja Kreasi Rasa dalam divisi Desain, sebagai bentuk Tim Promosi dalam perusahaan.

1.6 Pelaksanaan

1.6.1 Detail Perusahaan

Pelaksanaan kerja praktik ini:

Periode Waktu : 23 Juli – 21 Agustus 2018

Hari dan Tanggal : Senin – Sabtu, 23 Juli – 23 Agustus 2018

Tempat : CV. Raja Kreasi Rasa – Raja Duren

Jl Taman Alamanda III No 2, Kecamatan Waru,
Tropodo Wetan, Tropodo, Waru, Kabupaten Sidoarjo,

Jawa Timur 61256.

Email : rajakreasirasa@gmail.com

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik di CV. Raja Kreasi Rasa adalah merancang serta membuat konten media promosi pada proposal Raja Duren dengan mendesain layout dan editing foto konten yang berisikan edukasi dan visual produk terbaru dengan menggunakan instagram dan facebook.

1.6.2 Periode

Periode waktu pelaksanaan kerja praktik yang telah ditentukan adalah minimal 160 jam dengan ketentuan sebagai berikut :

Tanggal pelaksanaan : 17 Juli – 18 Agustus 2018

Waktu : 09.00 – 17.00

1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penyusunan laporan ini secara sistematis diatur dan disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat di bagi menjadi 2 yaitu manfaat secara teoritis dan praktisi, di lanjutkan dengan pelaksanaan kerja praktik, dan sistematis penulisan laporan.

BAB II : GAMBARAN UMUM INSTANSI/PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum tentang instansi atau perusahaan CV. Raja Kreasi Rasa – Raja Duren

BAB III : LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas tentang teori yang digunakan untuk menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam laporan ini. Bab ini sebagai dasar dalam penulisan laporan ini dengan menggunakan beberapa definisi yang pernah dikemukakan oleh beberapa tokoh ahli.

BAB IV: DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini akan membahas tentang pelaksanaan kerja praktik di CV. Raja Kreasi Rasa – Raja Duren. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai hasil perancangan yang dibuat dalam bentuk sebuah karya konten media promosi.

BAB V: PENUTUP

Bab terakhir ini akan membahas dua hal yaitu kesimpulan dan saran, sebagai berikut:

a. Kesimpulan

Pada bagian kesimpulan akan membahas secara keseluruhan dari laporan kerja praktik dan hasil dari perancangan yang dibuat.

b. Saran

Pada bagian saran akan membahas tentang masukan yang terkait dari permasalahan yang diambil untuk laporan kerja praktik ini.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi mengenai informasi-informasi yang di ambil untuk menjadi acuan dalam pembuatan laporan kerja praktik ini. Daftar pustaka yang di ambil berupa buku, website, jurnal, dan lain lain.

LAMPIRAN

Berisi keterangan tambahan yang berkaitan dengan isi karya ilmiah seperti dokumen khusus, instrumen/quesioner/alat pengumpul data, ringkasan hasil pengolahan data, tabel, peta atau gambar. Keterangan tambahan ini dimaksudkan agar pembaca mendapat gambaran lebih menyeluruh akan proses dari penyusunan karya ilmiah.

BAB II

GAMBARAN UMUM INSTANSI/PERUSAHAAN

2.1 CV. RAJA KREASI RASA – RAJA DUREN

Nama Instansi pemerintahan	: CV. Raja Kreasi Rasa – Raja Duren
	: Jl Taman Alamanda III No 2, Kecamatan
	Waru, Tropodo Wetan, Tropodo, Waru,
	Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61256
Kelurahan	: Tropodo
Kecamatan	: Waru
Kota	: Sidoarjo
Kode Pos	: 61256
Email	: rajakreasirasa@gmail.com
Website	: www.rajaduren.com
Hari Kerja	: Senin s/d Jumat
Jam Kerja	: 09:00 – 17:00

CV. Raja Kreasi Rasa adalah perusahaan yang mempunyai brand bernama Raja Duren yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* dengan nama outlet Raja Duren. Raja Duren telah bekerjasama dengan berbagai supplier dan perkebunan durian dari berbagai daerah di Indonesia Setiap hari workshop

Raja Duren mengolah dan memilih stok durian terbaik. Serta memadukan menu dengan bahan lain agar tetap pada kualitas terbaik hingga tersaji di depan customer.

2.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo CV. Raja Kreasi Rasa (Raja Duren)
Sumber : Dokumentasi CV. Raja Kreasi Rasa

CV. Raja Kreasi Rasa adalah perusahaan yang mempunyai brand bernama Raja Duren yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang food and beverage dengan nama outlet Raja Duren. Raja Duren telah bekerjasama dengan berbagai supplier dan perkebunan durian dari berbagai daerah di Indonesia. Setiap hari workshop Raja Duren mengolah dan memilih stok durian terbaik. Serta memadukan menu dengan bahan lain agar tetap pada kualitas terbaik hingga tersaji di depan customer.

2.3 Sejarah Singkat Perusahaan

Awal mula, Raja Duren hanya memiliki produk pancake dengan satu varian yaitu pancake original yang ketika itu diterima dengan baik sehingga memotivasi Raja Duren untuk menciptakan kreasi dan menu baru untuk memuaskan para penggemar durian. Raja Duren semakin berkembang dengan menghadirkan enam varian produk pancake, dua varian produk Brownis, enam varian Cheese Box, dua varian Pancake Mini, Raden Cup, dan Rainbow Nutella Cheese. Indonesia memiliki ratusan perkebunan durian dengan berbagai jenis dan masa panen yang berbeda-beda juga. Sehingga Durian di Indonesia adalah buah yang sangat menguntungkan untuk dipasarkan sepanjang tahun. Manajemen stok yang baik dan pemilihan kualitas yang teratur sehingga musim durian selalu terjaga di Raja Duren.



Gambar 2.2 Pancake Raja Duren
Sumber : Dokumentasi CV. Raja Kreasi Rasa



Gambar 2.3 Kantor Raja Duren 1

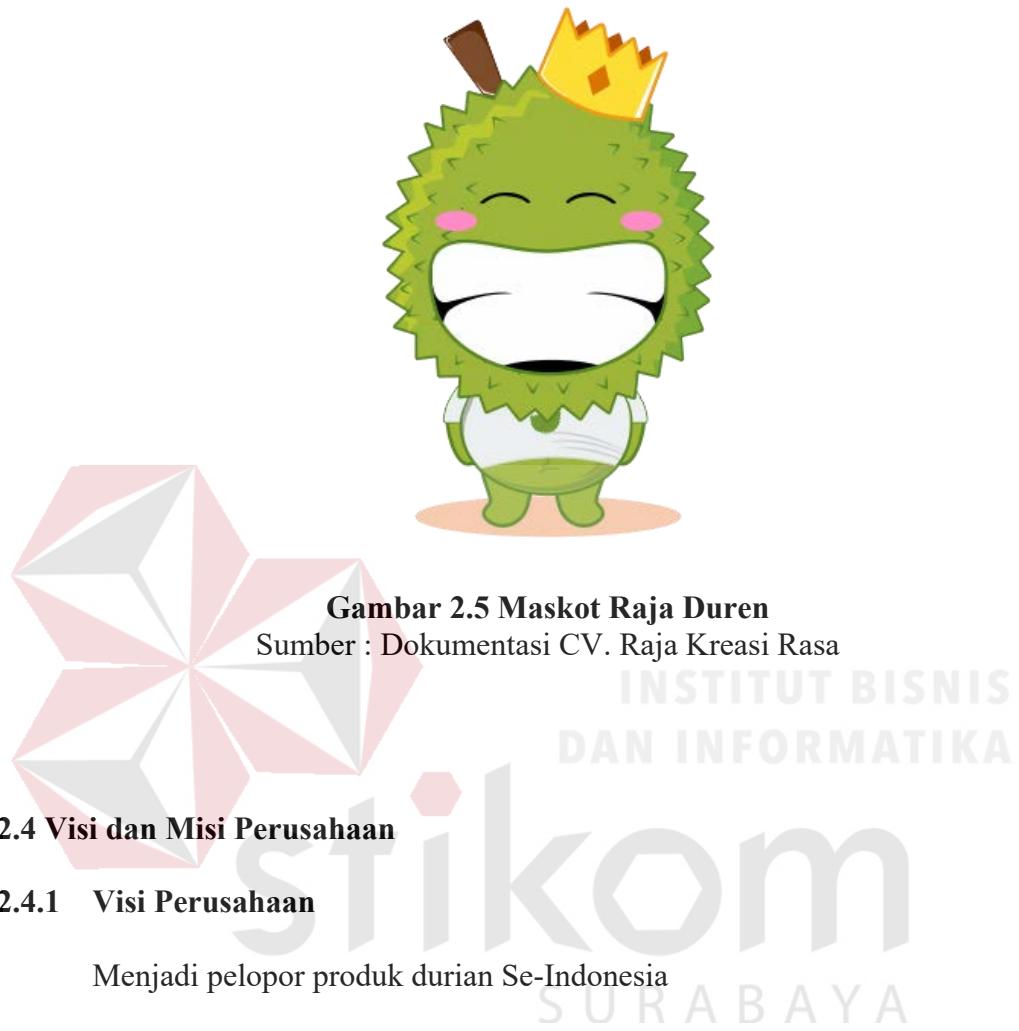
Sumber : Dokumentasi CV. Raja Kreasi Rasa

BISNIS
DAN INFORMATIKA



Gambar 2.4 Kantor Raja Duren 2

Sumber : Dokumentasi CV. Raja Kreasi Rasa



Gambar 2.5 Maskot Raja Duren

Sumber : Dokumentasi CV. Raja Kreasi Rasa

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

2.4 Visi dan Misi Perusahaan

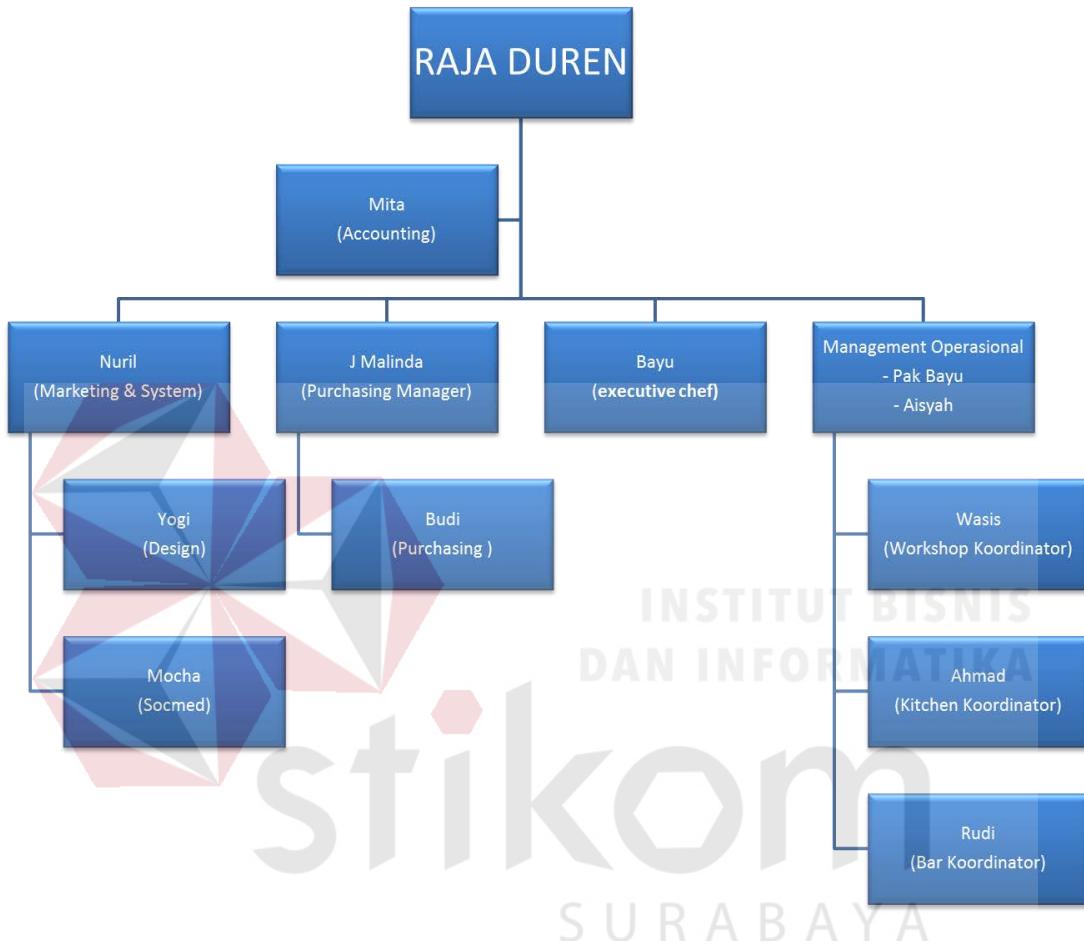
2.4.1 Visi Perusahaan

Menjadi pelopor produk durian Se-Indonesia

2.4.2 Misi Perusahaan

- Menghasilkan produk durian dengan kualitas terbaik
- Memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk stake holder
- Memberikan kesejahteraan yang memadai bagi karyawan
- Memberikan edukasi berkesinambungan untuk peningkatan kualitas hidup karyawan.

2.5 Struktur Organisasi



Gambar 2.6 Struktur Organisasi CV. Raja Kreasi Rasa

Sumber : Dokumentasi CV. Raja Kreasi Rasa

2.6 Divisi dan Deskripsi Pekerjaan

Keseluruhan divisi CV Raja Kreasi Rasa dan deskripsi pekerjaan secara umum :

1. Accounting

- Melakukan pengaturan administrasi keuangan perusahaan
- Menyusun dan membuat laporan keuangan perusahaan
- Menyusun dan membuat laporan perpajakan perusahaan

2. Marketing dan Sistem

- Merencanakan pemasaran produk beserta konsep
- Menetapkan harga produk
- Membuat penawaran

3. Purchasing Manager

- Mengelola kebijakan purchasing dan memastikan semua pembelian sesuai dengan kebijakan tersebut.
- Memilih supplier yang akan berhubungan dengan perusahaan dan berkomunikasi dengan resmi dengan supplier tersebut.

4. Chef Eksekutif

- Mengatur & mengawasi seluruh tugas-tugas kitchen, khususnya dalam proses pengadaan dan pengolahan makanan sesuai dengan standart yang telah ditetapkan.

- Mengawasi pelaksanaan tata kerja , keselamatan kerja, dan memenuhi kelengkapan atau atribut kerja agar dapat menciptakan lingkungan kerja yang aman.
- Mengawasi sepenuhnya tempat penyimpanan makanan dan peralatan-peralatan yang akan digunakan untuk kelancaran operasional kerja.

5. Manajemen Operasional

- Perancangan atau disain sistem produksi dan operasi
- Seleksi dan perancangan disain produk
- Seleksi dan perancangan proses dan peralatan
- Pemilihan lokasi dan site perusahaan dan unit produksi
- Rancangan tata letak dan arus kerja
- Rancangan tugas pekerjaan
- Strategi produksi dan operasi serta pemilihan kapasitas

BAB III

TINJAUAN TEORI

3.1 Pengertian *Website*

Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi.

Sebuah situs web (sering pula disingkat menjadi situs saja; web site, site) adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (web page), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (domain name) atau subdomain di World Wide Web (WWW) di Internet. WWW terdiri dari seluruh situs web yang tersedia kepada publik. Halaman-halaman sebuah situs web diakses dari sebuah URL yang menjadi "akar" (root), yang disebut homepage (halaman induk sering diterjemahkan menjadi "beranda", "halaman muka"), dan biasanya disimpan dalam server yang sama. Tidak semua situs web dapat diakses dengan gratis. Beberapa situs web memerlukan pembayaran agar dapat menjadi pelanggan, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surat elektronik (e-mail), dan lain-lain.

Secara terminologi, website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen

yang ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

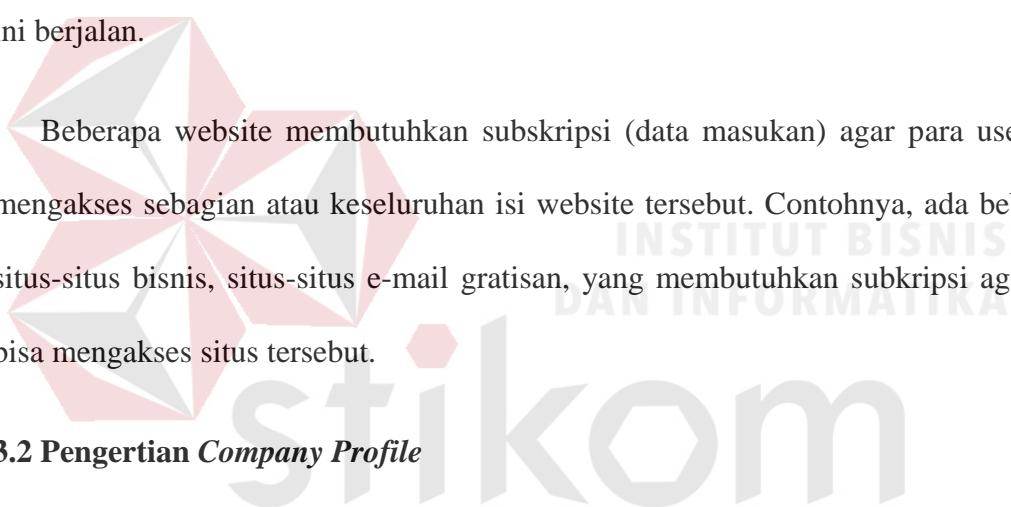
Halaman-halaman dari website akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut Homepage. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun, hyperlink-hyperlink yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

Beberapa website membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para user bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi website tersebut. Contohnya, ada beberapa situs-situs bisnis, situs-situs e-mail gratisan, yang membutuhkan subkripsi agar kita bisa mengakses situs tersebut.

Pengertian Website Secara terminologi, website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai

melalui web browser. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Halaman-halaman dari website akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut Homepage. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun, hyperlink-hyperlink yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.



Beberapa website membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para user bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi website tersebut. Contohnya, ada beberapa situs-situs bisnis, situs-situs e-mail gratisan, yang membutuhkan subkripsi agar kita bisa mengakses situs tersebut.

3.2 Pengertian *Company Profile*

Company profile (Profil perusahaan) adalah laporan yang memberikan gambaran tentang sejarah, status saat ini, dan tujuan masa depan sebuah bisnis. Sebuah profil perusahaan bisnis dapat sesingkat satu halaman, atau mengandung data yang cukup untuk mengisi beberapa halaman. Walaupun ada sejumlah format yang berbeda yang digunakan menyusun sebuah profil, ada beberapa jenis informasi penting yang wajib disertakan.

Setiap jenis laporan profil perusahaan, informasi kontak selalu disertakan. Informasi kontak mungkin tidak lebih dari sekedar alamat fisik dan surat untuk kantor

pusat perusahaan, atau mungkin termasuk nama dan alamat dari petugas atau eksekutif tertentu dari perusahaan. Biasanya nomor telepon dan nomor faks juga dimasukkan dalam data kontak dasar. Dalam beberapa tahun terakhir, alamat email dan informasi umum juga dianggap penting dalam sebuah profil perusahaan.

Selain informasi kontak, profil perusahaan biasanya mencakup beberapa informasi tentang latar belakang dan sejarah dari bisnis yang bersangkutan. Ini termasuk data mengenai kapan perusahaan itu dibentuk, nama-nama pendiri, dan bagaimana perusahaan tumbuh berkembang dari pertama kali didirikan. Kadang pemulisan prosa perjalanan jatuh bangun dari sebuah perusahaan di sangkut-pautkan dengan perkembangan bisnis terkait pada saat terkini. Meski sebuah company profile tidak mencakup sejarah yang sangat lengkap, hal itu seringkali telah dianggap cukup untuk memberi pembaca gambaran tentang perusahaan tersebut melewati tahun-tahun perkembangannya.

Company Profile juga seringkali menyertakan beberapa statistik umum berkaitan dengan status bisnis. Hal ini dapat mencakup informasi seperti jumlah pabrik, kantor, atau operasi lain yang saat ini dimiliki perusahaan. Selain itu jumlah karyawan disebutkan, bersama dengan nominal statistik pendapatan yang dihasilkan selama tahun fiskal terbaru.

Profil perusahaan juga bisa memasukkan data mengenai rencana masa depan bisnis. Profil dapat mendiskusikan rencana untuk ekspansi masa depan dalam hal lokasi,

produk atau jasa baru yang diantisipasi akan ditawarkan dalam waktu dekat, atau rencana untuk merestrukturisasi operasi sebagai bagian dari strategi untuk memastikan keberhasilan lanjutan dari bisnis. Namun, profil perusahaan tidak mungkin untuk memasukkan informasi pada setiap rencana yang belum dibahas dan disetujui oleh pemegang saham dan pemimpin lain di perusahaan. Semua data yang ditemukan dalam profil perusahaan dianggap dalam domain publik, dan bebas tersedia untuk siapa saja.

Banyak perusahaan memperbarui profil mereka setidaknya sekali setahun. Hal ini penting, karena pekerja perusahaan tersebut dapat pensiun atau pemilik bisnis memilih untuk meninggalkan bisnisnya, atau terkadang lokasi bisnis yang kapan saja dapat membuka dan menutup selama beberapa waktu. Dengan menjaga data, profit dapat dimanfaatkan oleh orang-orang yang mempertimbangkan kerja sama bisnis, transaksi bisnis, atau bahkan untuk membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan.

3.3 Teori *Usability*

Menurut Jacob Nielsen, *usability* adalah atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*). Kata "*Usability*" juga merujuk pada suatu metode untuk meningkatkan kemudahan pemakaian selama proses desain. *Usability* diukur dengan lima kriteria, yaitu: *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability*, *Errors*, dan *Satisfaction*.

Learnability mengukur tingkat kemudahan melakukan tugas-tugas sederhana ketika pertama kali menemui suatu desain. *Efficiency* mengukur kecepatan

mengerjakan tugas tertentu setelah mempelajari desain tersebut. *Memorability* melihat seberapa cepat pengguna mendapatkan kembali kecakapan dalam menggunakan desain tersebut ketika kembali setelah beberapa waktu. *Errors* melihat seberapa banyak kesalahan yang dilakukan pengguna, seberapa apa kesalahan yang dibuat, dan semudah apa mereka mendapatkan penyelesaian. *Satisfaction* mengukur tingkat kepuasan dalam menggunakan desain.

Kelima kriteria pengukuran tersebut akan dibahas dalam bentuk pertanyaan dan jawaban. Pertanyaan yang diajukan merupakan syarat suatu web memenuhi kriteria *usability* tertentu sehingga jawabannya merupakan tolak ukur dari pemenuhan usability web IDX pada kriteria yang dimaksud.

3.3.1 *Learnability*

1. Seberapa mudah mempelajari web IDX? Kemudahan dapat diukur dari kemudahan pengguna dalam menjalankan suatu fungsi. Apa yang pengguna harapkan adalah apa yang mereka dapatkan. Web IDX menggunakan banyak istilah-istilah saham yang hanya dimengerti oleh pelaku pasar. Kemudahan memahami isi tidak dapat diperoleh pengguna yang tidak mengerti dunia saham. Sedangkan dari segi fungsionalitas dapat dikenali dari awal hanya tampilannya yang kurang tepat. Hal ini akan dibahas di bab selanjutnya.
2. Seberapa cepat pengguna mahir menggunakan web? Web IDX memberikan kemudahan untuk dingat oleh pengguna yang mengerti saham. Fungsionalitas

dapat dijalankan bagi pengguna yang sudah mengetahui istilah-istilah pasar.

Misalnya dalam penggunaan searching atau pengurutan kategori hasil searching.

3.3.2 *Effeciency*

Seberapa cepat suatu tugas dikerjakan? Tugas (task) utama yang diperhatian adalah fungsi login dan searching. Tetapi, dalam web ini tidak diberikan keterangan mengenai kategori pengguna yang diperbolehkan melakukan login. Tugas lainnya adalah membaca informasi yang diberikan. Web IDX tidak begitu memanjakan pengguna untuk melihat informasi yang diberikan karena tipografinya yang kurang bagus. Walaupun tulisan terlalu samar sehingga membuat pengguna lama membaca. Tentu saja hal ini akan menghambat penyerapan informasi bagi pengguna.

3.3.3 *Memorability*

Bagaimana kemampuan pengguna mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu? Kemampuan mengingat didapatkan dari peletakan menu yang selalu tetap.

3.3.4 *Errors*

Berapa banyak kesalahan dan kesalahan-kesalahan apa saja yang dibuat pengguna? Kesalahan yang dibuat pengguna mencakup ketidaksesuaian apa yang pengguna pikirkan dengan apa yang sebenarnya disajikan oleh web. Web IDX tidak menetapkan kategori tersendiri untuk tulisan biasa, *link*, *heading*, dan *sub-heading*, sehingga banyak terdapat kesalahan dalam identifikasi derajat kepentingan dan fungsionalitas suatu tulisan. Salah satunya adalah salah mengidentifikasi tulisan yang

biasa dengan yang berupa link karena terdapat tulisan biasa yang bergaris bawah sedangkan hampir semua link tidak ada yang terlihat bergaris bawah kecuali pointermendekat. Penjelasan tentang hal ini akan dibahas pada bab selanjutnya.

3.3.5 *Satisfaction*

1. Apakah seorang pemakai puas terhadap web itu? Kategori kepuasan yang dapat diukur dari website adalah kepuasan dalam kecepatan keluaran basil dari suatu fungsi, tampilan dari website. Banyak sekali ketidakpuasan yang mungkin akan dirasakan pengguna pada web ini. Awal ketidakpuasan yang dapat dirasakan pengguna adalah ketika masuk ke web <http://www.idx.co.id> yang asumsinya menggunakan bahasa indonesia justru menggunakan bahasa inggris sebagai default.
2. Apakah pemakai mendapat manfaat besar dari sistem itu? Pengguna akan mendapatkan manfaat yang sangat besar dari website 1m, karena informasi yang ditampilkan selalu update setiap harinya.
3. Berapa lama sistem tersebut dipakai oleh pengguna untuk membantunya mengambil keputusan? Selama web IDX menyajikan informasi berguna dan selalu di update maka selama itu pula pengguna akan menggunakannya sebagai alat untuk mendukung pengambilan keputusan.

Dalam salah satu alertbox-nya, Jakob Nielsen menyebutkan sepuluh kesalahan yang paling banyak terjadi dalam desain web yang bertentangan dengan teori Usability. Kesalahan ini dapat dijadikan acuan dalam membahas usability dari web IDX.

3.4 Prinsip Dasar Desain

Sebuah desain harus memenuhi beberapa prinsip desain agar menghasilkan sebuah desain yang menarik. Dalam buku Nirmana Dwimatra (Drs. Arfial Arsad Hakin, 1984) dijelaskan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya:

1. Keseimbangan

Terdapat dua pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Pertama merupakan keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata kekiri dan kekanan dari pusat. Kedua merupakan keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama disetiap sisi halamannya.

Simetris bisa menjadi kekuatan dan stabilitas publikasi, presentasi, dan situs website. Asimetris dapat menyiratkan kontras, berbagai gerakan, mengejutkan, dan lainnya.

2. Irama atau Ritme

Irama atau ritme adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

3. Penekanan atau Fokus

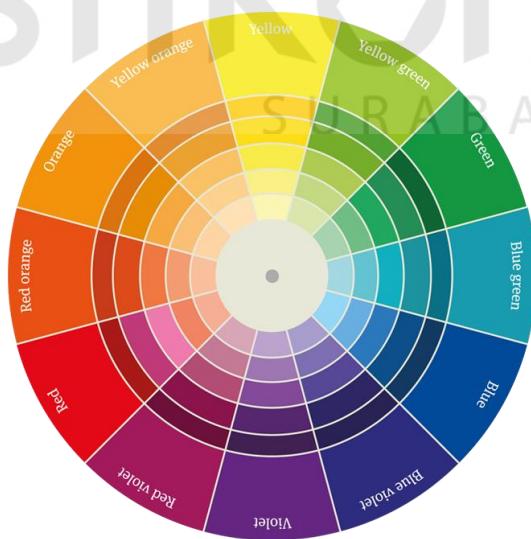
Focus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi bagian utama

4. Kesatuan

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Dengan adanya kesatuan ini, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperlukan fokus yang dituju.

3.5 Teori Warna

Menurut Bride M. Whelan dalam Buku *Color Harmony 2: A Guide to Creative Color Combination* (1994: 13) aspek warna, atau kualitas dari warna, mengacu pada wama dan kombinasi wama yang membangkitkan reaksi emosional tertentu. Terang dan gelap menjadi dasar untuk membedakan dan membandingkan wama. Beberapa aspek warna mengandung kombinasi wama yang berharmoni satu sama-lain, dan seimbang secara spektrum.



Gambar 3.1 Lingkaran Warna
Sumber : anak-lingkungan.blogspot.com

Keseimbangan spektrum warna berlangsung pada mata saat buan gelombang energi elektromagnetik dari panjang yang berbeda-beda memantul pada (atau terserap oleh) komponen kimia segala objek. Warna bisa me□adi sederhana dan runit. W arna dapat memiliki arti yang berbeda pada orang yang berbeda dengan kultur yang berbeda. W arna merupakan hal yang personal dan universal.

3.5.1 Aspek Warna

1. Warna Panas

Warna panas rnengacu pada rnerah dengan saturasi penuh dalam roda wama: warna rnerah dalam keadaan terkuatnya. Wama panas sangat terlihat dan rnenarik perhatian. Untuk alasan tersebut, warna rnerah sering digunakan dalam graphic signage dan desain. Warna panas bersifut kuat dan agresif Kekuatan warna panas rnempengaruhi orang dalam banyak cara, seperti rmenaikkan tekanan darah dan rnenstimulasi sistem syaraf

2. Warna Dingin

Dingin rnengingatkan pada es dan salju, hal tersebut dihasilkan oleh warna dingin yang rnerupakan kebalikan dari warna panas. Warna dingin rnemperlambat metabolisme dan rneningkatkan ketenangan.



Gambar 3.2 Aspek Warna Panas dan Dingin

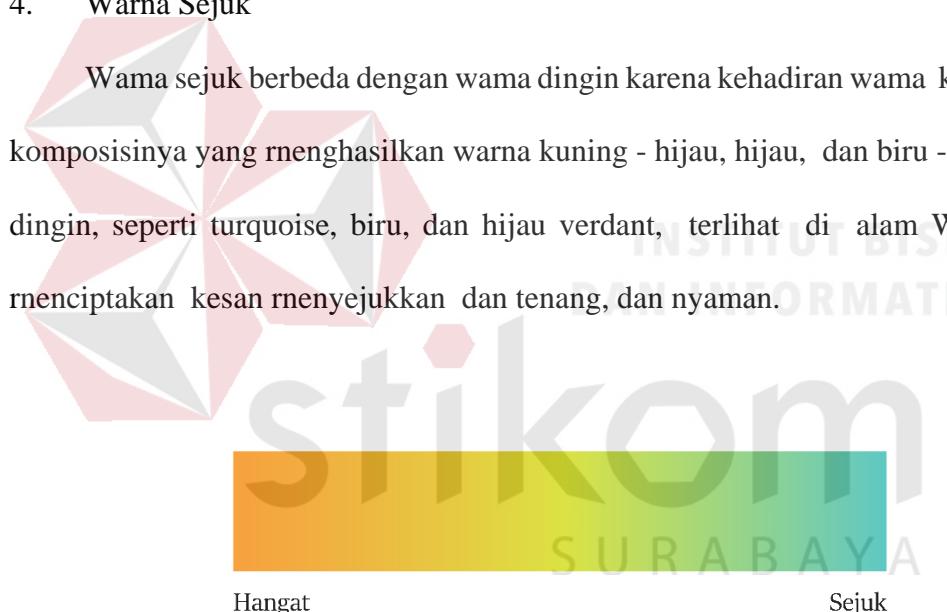
Sumber : Hasil Olahan Peneliti

3. Warna Hangat

Segala wama yang rnengandung warna rnerah adalah wama hangat. Campuran wama kuning pada rnerah yang rnenjadikan wama hangat berbeda dengan wama panas. Warna hangat, seperti rnerah-jingga, jingga, dan jingga- kuning, selalu rnengandung campuran antara rnerah dan kuning dengan komposisi dan rnencakup area yang lebih besar dari spectrum emosional

4. Warna Sejuk

Wama sejuk berbeda dengan wama dingin karena kehadiran wama kuning dalam komposisinya yang rnenghasilkan warna kuning - hijau, hijau, dan biru - hijau Warna dingin, seperti turquoise, biru, dan hijau verdant, terlihat di alam Warna dingin rnenciptakan kesan rnenyegukkan dan tenang, dan nyaman.



Gambar 3.3 Aspek Warna Hangat dan Sejuk

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

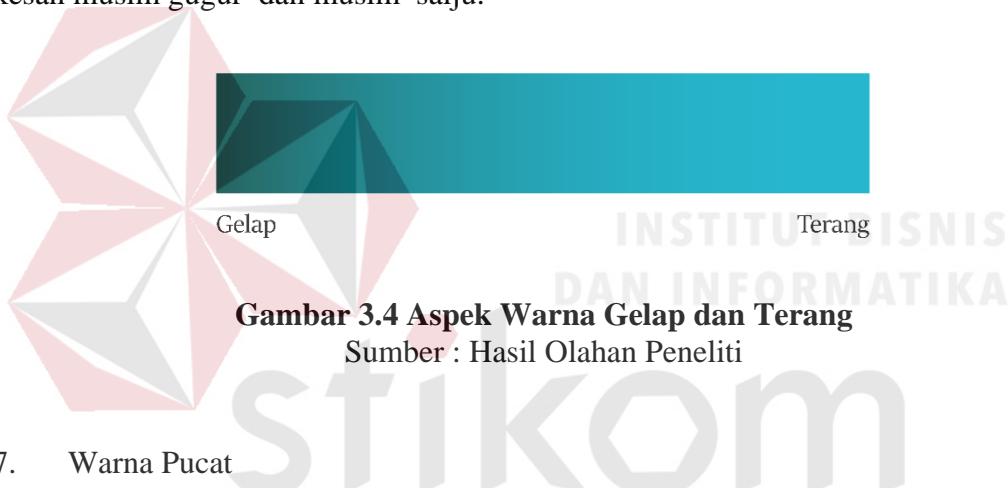
5. Warna Terang

Wama terang merupakan wama pastel yang paling pucat. Warna terang mengambil cahaya dari ketiadaan dari warna dalam komposisi mereka dan hampir transparan. Ketika pencahayaan meningkat, variasi antara perbedaan corak warna

menurun. Wama cerah membuat sekitamya terasa lapang dan sering diasosiasikan dengan tirai di jendela yang mengandung pesan relaksasi

6. Warna Gelap

Wama hitam merupakan wama-wama yang mengandung warna hitam dalam komposisinya. Warna gelap memperkecil ruang dan membuatnya terasa kecil. Efek dari wama gelap adalah konsentrasi dan keseriusan, dimana wama gelap memberi kesan musim gugur dan musim salju.



7. Warna Pucat

Warna pucat adalah wama pastel yang paling lembut dimana terkandung setidaknya 65% wama putih dalam komposisi warnanya dan warna yang dikurangi. Wama pucat seperti iv ory, biru muda, dan merah muda, memberi kesan kelembutan.

8. Warna Cerah

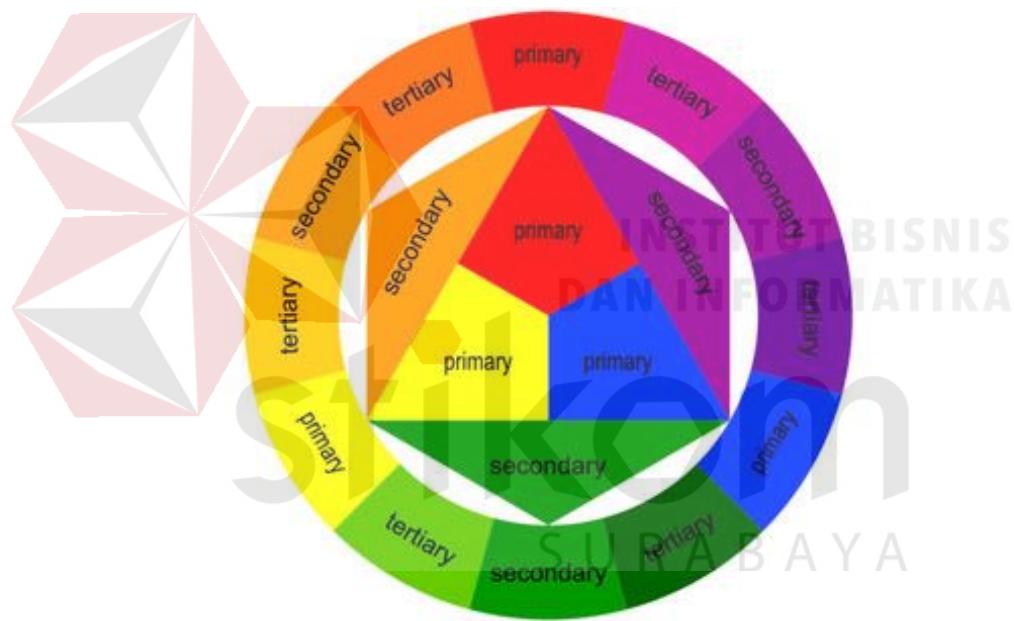
Jumlah wama mumi diantara wama (hue) menentukan kecerahannya. Kejemuhan dari warna cerah didapatkan dari ketiadaan warna abu-abu atau hitam, sedangkan wana biru, merah, kuning, dan jingga merupakan wama yang paling cerah dalam komposisi Warna cerah terlihat jelas dan menarik perhatian.



Gambar 3.5 Aspek Warna Pucat dan Cerah

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

3.5.2 Skema Warna Dasar



Gambar 3.6 Skema Warna

Sumber : colorbuzz.com

Warna tidak dapat berdiri sendiri. Faktanya, efek dari warna ditentukan oleh banyak faktor: cahaya yang dipantulkan, warna lain di sekitarnya, atau perspektif orang yang melihat warna tersebut.

Ada 10 skema wama dasar diantaranya :

1. *Achromatic Scheme*; Menggunakan hanya warna abu-abu, hitam, dan putih.
2. *Analogous Scheme*; Menggunakan warna yang berurutan atau yang mempakan wama senada.
3. *Clash Scheme*; Kombinasi warna yang terletak di sebelah kanan maupun kiri dalam roda wama (*color wheel*).
4. *Complementary Scheme*; Kombinasi warna yang bertolak belakang.
5. *Monochromatic Scheme*; Menggunakan kombinasi wama yang senada.
6. *Neutral Scheme*; Menggunakan perpaduan warna yang dipengaruhi oleh kehadiran wama komplementernya atau wama hitam
7. *Split Complementary Scheme*; Terdiri dari wama dan dua warna yang merupakan wama komplementernya.
8. *Primary Scheme*; menggunakan perpaduan warna dasar merah, kuning & biru
9. *Secondary Scheme*; Mempakan kombinasi wama sekunder dari hijau, ungu, dan jingga.
10. *Tertiary Scheme*; Mempakan hasil dari dua kombinasi: merah-jingga, kuning-hijau, biru-ungu, dan merah-ungu; kesemuanya mempakan warna yang saling berjauhan letaknya dalam roda warna

3.5.3 Fungsi Warna

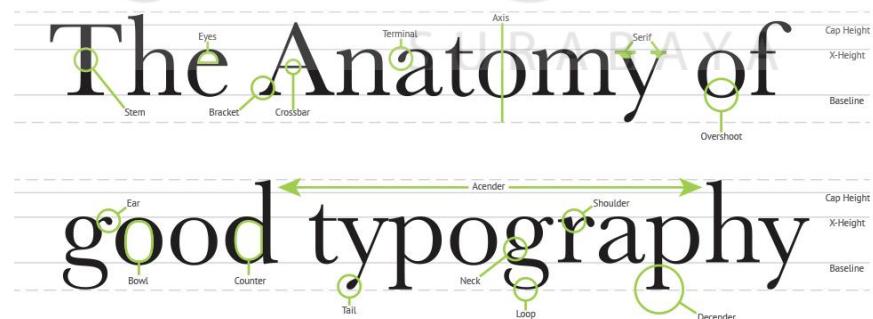
Adapun fungsi-fungsi dari wama aclalah sebagai berikut :

1. Fungsi Identitas, dimana wama berguna untuk memuclahkan orang clalam mengenal identitas suatu kelompok masyarakat, organisas clan sebagainya.
2. Fungsi Isyarat atau media komunikas dimana wama memberi tancla-tancla atas sifat atau kondisi. Wama juga merupakan lambang atau sebagai perlambangan sebuah tradisi atau pola tertentu.
3. Fungsi Psikologis , dimana wama dikaitkan dengan karakter-karakter manusia. Dimana wama-wama tersebut disesuaikan dengan karakter-karakter manusia itu sendiri. seperti wama panas atau cerah lebih condong ke orang-orang yang *extrovert*. Begitu juga sebaliknya, orang-orang yang introvert lebih menyukai wama-wama yang dingin ataupun gelap.
4. Fungsi Alamiah, wama sebagai properti bencla tertentu yang merupakan penggambaran sifat obyek secara nyata.
5. Fungsi Pembentuk Keindahan, dimana keberadaan wama mempermudahkan kita clalam melihat clan mengenali suatu benda. Disini wama memiliki fungsi gancla dimana bukan hanya sebagai pembentuk keinlahan saja tetapi juga sebagai pembecla antara obyek satu dengan obyek yang lainnya.

3.6 Tipografi

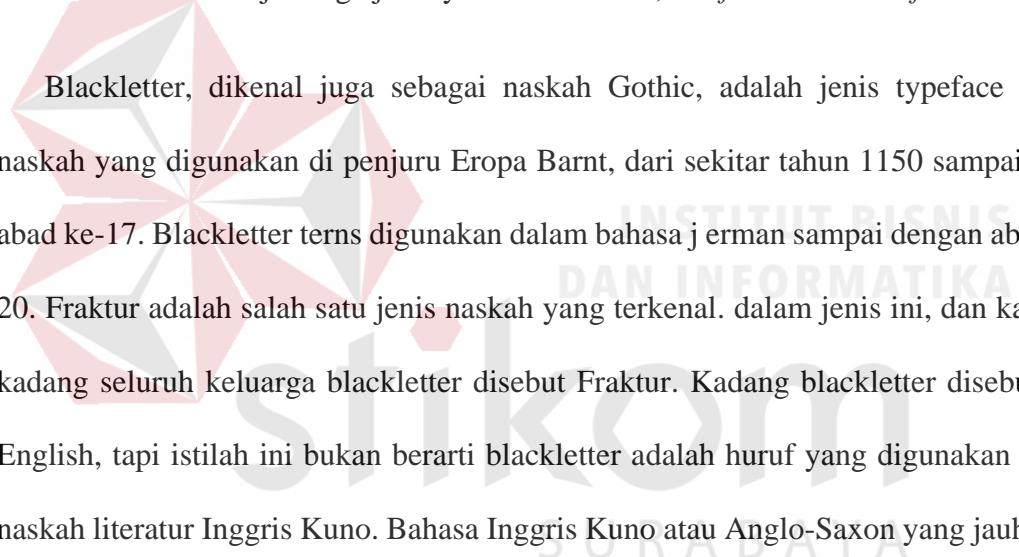
Tipografi merupakan ilmu yang berurusan dengan penataan huruf cetak. Menurut David Crystai Tipografi adalah kajian tentang fitur-fitur grafis dari lembar halaman (Anggraini S. dan Nathalia, 2004: 51). Tipografi bekerja sebagai ilmu atau strategi yang mehatkan metode kerja penataan layout, bentuk, ukuran, dan sifat yang semuanya memiliki tujuan tertentu. Kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain menjadi tidak komunikatif. disaat mendesain, harus mengetahui bentuk huruf atau komposisi huruf karena hal itu akan menunjang arah desain dan memberikan reaksi yang diinginkan (Anggraini S. dan Nathalia, 2004:53).

Penggunaan tipografi setidaknya harus memperhatikan dua hal yang paling mendasar, yaitu karakter dari produk yang akan ditunjukkan serta karakter segmen dari produk yang akan dipasarkan (Anggraini S. dan Nathalia, 2004: 53).



Gambar 3.7 Anatomi Tipografi
Sumber : mkkr.biz/typography

Tipografi merupakan salah satu elemen yang penting dalam desain. Tipografi berfungsi sebagai elemen pelengkap dalam desain, bisa dikatakan tipografi merupakan visual language atau bahasa yang dapat dilihat. Dianggap sebagai elemen pelengkap karena tipografi berfungsi untuk menjelaskan elemen desain yang lain seperti konsep dan ilustrasi dalam desain. Tipografi terdiri dari susunan huruf yang membentuk rangkaian kata. Berdasarkan garis besarnya jenis huruf dalam tipografi dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu *Blackletter*, *Serif* dan *Sans Serif*.



Blackletter, dikenal juga sebagai naskah Gothic, adalah jenis typeface dalam naskah yang digunakan di penjuru Eropa Barnt, dari sekitar tahun 1150 sampai akhir abad ke-17. Blackletter terns digunakan dalam bahasa jerman sampai dengan abad ke-20. Fraktur adalah salah satu jenis naskah yang terkenal. dalam jenis ini, dan kadang-kadang seluruh keluarga blackletter disebut Fraktur. Kadang blackletter disebut Old English, tapi istilah ini bukan berarti blackletter adalah huruf yang digunakan dalam naskah literatur Inggris Kuno. Bahasa Inggris Kuno atau Anglo-Saxon yang jauh lebih tua beberapa abad dari naskah-naskah blackletter.

Blackletter

Old English

Gambar 3.8 Contoh Huruf *Blackletter*

Sumber : Hasil olahan Peneliti

Serif, Jenis huruf Serif adalah huruf yang memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. Garis-garis kecil ini biasa disebut juga counterstroke. Counterstroke inilah yang membuat jenis huruf serif lebih mudah dibaca karena garis tersebut membantu menuntun mata pembaca melalui suatu garis teks meskipun dalam komposisi teks yang panjang. Sangat cocok digunakan untuk teks konten atau isi. Font Serif cenderung digunakan untuk hal-hal yang bersifat formal. Font Serif sering sekali digunakan sebagai body text dan headline. Hal ini yang menyebabkan koran-koran memakai Font Serif untuk setiap artikelnya. Contoh font yang dapat dikelompokkan pada jenis huruf serif adalah : Times New Roman, Garamond, Book Antiqua, Palatino Linotype, Bookman Old Style, Calisto MT, Dutch, Euro Roman, Georgia, Pan Roman, Romantic, Souvenir, dan lain-lain.



Gambar 3.9 Contoh Huruf Serif

Sumber : Hasil olahan Peneliti

Sans Serif, Jenis huruf sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern. Contoh font yang digolongkan kepada sans serif adalah : Arial, Futura, Avant Garde, Bitstream Vera Sans, Century Gothic dan lain sebagainya. Pada masa Revolusi

Industri huruf ini hanya digunakan sebagai display type (huruf yang bentuk fisik dan ukurannya hanya layak digunakan untuk headline). Huruf ini merupakan simbolisasi penolakan terhadap gaya-gaya huruf lama Blackletter ataupun Serif yang dianggap tidak lagi mewakili semangat modernisme. Melihat dari pertimbangan fungsional. Huruf Sans Serif dianggap sebagai pilihan sempurna karena lebih mudah dibaca.

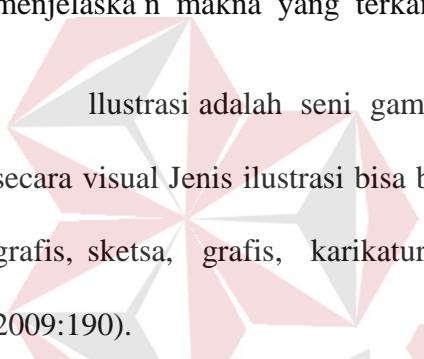
Headline Arial Black **Subhead** Tahoma **Body Text** Calibri

Gambar 3.10 Contoh Huruf Sans Serif
Sumber : Hasil olahan Peneliti

Dalam dunia desain, tipografi terdiri dari berbagai macam jenis huruf. Tampilan fisik dari jenis-jenis huruf yang berbeda dan memiliki karakter masing-masing memiliki potensi dalam merefleksikan sebuah kesan. Jenis-jenis huruf tersebut digunakan sesuai dengan kebutuhan dan karakter dari sebuah desain. Adapula huruf-huruf yang khusus diciptakan untuk keperluan sebuah rancangan grafts, huruf ini disebut dengan custom typefaces. (Tipografi dalam Desain Grafts. 2001:53-71)

3.7 Ilustrasi

Definisi ilustrasi memuut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Balai Pustaka, 1996) adalah gambar (foto, lukisan) untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya. Sedangkan menurut Wojirsch (1995), ilustrasi merupakan gambar pesan yang tak terbaca yang dapat menguraikan cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Sehingga dapat menjelaskan makna yang terkandung dalam pesan tersembunyi .



Ilustrasi adalah seni gambar yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara visual Jenis ilustrasi bisa bermacam-macam, antara lain seni lukis, sketsa, grafis, sketsa, grafis, karikatur, image bitmap, hingga fotografi (Kusrianto, 2009:190).

Dalam buku *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*, ilustrasi harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mampu mengugah perasaan dan hasrat untuk membaca.
2. Merupakan ide baru dan orisinal bukan hasil plagiat atau tiruan.
3. Memiliki daya pukau (*eye catcher*) yang kuat.
4. Memiliki kualitas bagus, baik dari aspek seni maupun teknik penggerjaan.
5. Komunikatif, informative dan mudah dipahami

Esensi dari ilustrasi adalah pada pemikiran, ide, dan konsepnya yang menjadi tumpuan dari apa yang hendak dikomunikasikan oleh suatu

Adalah tugas ilustrasi untuk melahirkan nyawa dan sebuah bentuk visual serta menciptakan citra yang bermakna (Lawrence Zeegen, *The Fundamentals of Illustration*: 2005: 17).

Menurut Visual Art Trader (2015: 5-7), ilustrasi dapat dibedakan menjadi 4 kategori berdasarkan *level of realism*, diantaranya :

1. *Representational Art*

Gaya visual representational art meniru objek secara akurat atau tidak diberi elemen ekspresif atau visual agar terlihat sama persis dengan objek yang sebenarnya.

2. *Semi-representational Art*

Gaya visual semi-representational art tidak terlalu meniru objek secara akurat sehingga mulai muncul elemen visual tambahan. Objek asli dalam gaya visual ini masih dapat dikenali walaupun ada unsur yang membedakannya

3. *Semi-abstract Art*

Gaya visual semi-abstract art sudah tidak lagi meniru objek nyata karena merupakan kreasi baru dengan menggunakan distorsi pada objek nyata.

4. *Abstract Art*

Pada kategori ini, tidak lagi meniru objek sehingga tercipta bentuk baru dan juga unik dan memiliki gayanya sendiri

3.8 Layout

Layout merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. layout adalah salah satu proses dalam mendesain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan layout pekerjaannya (Rustan, 2008: 1). Dalam bukunya yang berjudul Layout: Dasar dan Penerapannya, Rustan (2008: 23- 72) mengatakan bahwa terdapat jenis-jenis elemen layout yakni:

1. Elemen Teks

Setiap artikel yang dibuat akan terdapat judul/headline di atasnya. Judul dibuat cukup besar untuk menarik perhatian pembaca dan sebagai pembeda dari elemen layout lainnya. Selanjutnya terdapat isvbody text yang merupakan elemen layout yang memberikan banyak informasi mengenai topik yang sedang diulas tersebut. Selain judul dan is teks lainnya yang terkandung di dalam layout adalah subjudul, spas caption, header and footer, catatan kaknornor halaman, *running head* dan *signature*.

2. Elemen Visual

Elemen visual terdiri dari elemen bukan teks yang terdapat dalam suatu layout. Visualisasi dapat diungkapkan dengan berbagai cara, salah satunya melalui foto dan artworks. Kekuatan visual dalam layout terletak pada fotografi. Pada media periklanan khususnya, fotografi mempunyai peran penting dalam menarik minat konsumen. Fotografi dapat memberikan kesan "dapat dipercaya" oleh konsumen yang melihatnya.

Artworks adalah segala jenis visual bukan fotografi, misalnya ilustrasi kartun dan sketsa. Dalam keadaan tertentu penggunaan ilustrasi menjadi pilihan yang tepat dibandingkan penggunaan fotografi, seperti alat-alat pencernaan pada hewan mamalia atau informasi mengenai cara kerja peredaran darah dalam tubuh manusia, dapat digambarkan secara lebih akurat dengan menggunakan ilustrasi.

3. Invisible Element (Element Tak Terlihat)

Elemen yang tergolong dalam invisible element ini merupakan pondasi atau tiang dalam suatu layout, yang digunakan sebagai acuan penempatan elemen lainnya. Sesuai dengan namanya invisible element, pada akhirnya elemen ini tidak akan terlihat pada hasil akhir produksi (hasil cetak). Invisible element terdiri dari margin dan grid. Margin digunakan untuk menentukan jarak antara pinggir kertas dengan ruang yang akan ditempati oleh elemen-elemen layout lain. Margin dapat mencegah elemen layout lain agar tidak terlalu jauh ke pinggir halaman, karena elemen layout akan terpotong sehingga menyebabkan kesalahan pada saat percetakan. Grid dapat mempermudah pekerjaan ketika akan meletakkan elemen layout dan mempertahankan konsistensi dan kesatuan layout, terlebih lagi bagi karya desain yang memiliki beberapa halaman.

4. Komposisi

Menurut Surianto Rustan (2008: 74) komposisi merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam menghasilkan sebuah desain. Komposisi yang harmonis dapat diperoleh dengan prinsip komposisi yang meliputi :

a. *Sequence*

Disebut juga sebagai *flow* dalam sebuah *layout*. Dengan adanya *sequence*, pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan dan dapat menangkap pesan dengan mudah.

b. *Emphasis*

Pemberian penekanan/kontras meudi penting untuk menampilkan *point of interest*.

c. *Balance*

Pembagian berat merata pada suatu bidang *layout*. *Balance* perlu diperhatikan untuk menghasilkan kesan seimbang. Hal ini dapat dicapai dengan pengaturan letak, ukuran, arah, wama dan atnbut lainnya. *Balance* terbagi dua jenis, yakni *symmetrical balance* dan *assymetrical balance*).

d. *Unity*

Seluruh elemen harus saling berkaitan dan disusun secara tepat. Kesatuan di sini juga mencakup selarasnya elemen-elemen yang terlihat secara fisik dan pesan yang ingin disampaikan.

Pada pembuatan web referensi desain layout harus diperhatikan, layout tidak akan bisa berkomunikasi dan menyampaikan informasinya bila layout itu tidak diperhatikan. Untuk itu, layout hams memiliki tampilan yang berbeda dari yang lain yang mampu menarik perhatian yang melihatnya.

Sebelum memulai membuat desain layout, diperlukan pengetahuan mengenai jenis-jenis layout. Berikut adalah jenis-jenis layout pada media cetak, baik majalah, iklan, koran maupun buku. (RN Pratama, 2016)

a. *Mondarin Layout*

Mengacu pada konsep seorang pelukis Belanda bemama Piet Mondrian, yaitu penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk square / landscape/portrait. dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian dan memuat gambar / copy yang sating berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual.

b. *Multi Panel Layout*

Bentuk iklan dimana dalam satu bidang penyajian dibagi menjadi beberapa tema visual dalam bentuk yang sama (square/double square semuanya).

c. *Picture Window Layout*

Tata letak iklan dimana produk yang diiklankan ditampilkan secara close up. Bisa dalam bentuk produknya itu sendiri atau juga bisa menggunakan model (*public figure*).

d. *Copy Heavy Layout*

Tata letaknya mengutamakan pada bentuk copy writing (naskah iklan) atau dengan kata lain komposisi layout-nya didominasi oleh penyajian teks (copy).

e. *Frame Layout*

Suatu tampilan iklan dimana border/bingkai/frame-nya membentuk suatu naratif (mempunyai cerita).

f. *Sillhouette Layout*

Sajian iklan yang berupa gambar ilustrasi atau teknik fotografi dimana hanya ditonjolkan bayangannya saja. Penyajian bisa berupa Text-Rap atau wama spot color yang berbentuk gambar ilustrasi atau pantulan sinar seadanya dengan teknik fotografi.

g. *Type Specimen Layout*

Tata letak iklan yang hanya menekankan pada penampilan jenis huruf dengan point size yang besar. Pada umumnya hanya berupa *Head Line* saja.

h. *Circus Layout*

Penyajian iklan yang tata letaknya tidak mengacu pada ketentuan baku. Komposisi gambar visualnya, bahkan kadang-kadang teks dan susunannya tidak beraturan.

i. *Jumble Layout*

Penyajian iklan yang merupakan kebalikan dari circus layout, yaitu komposisi beberapa gambar dan teksnya disusun secara teratur.

j. *Grid Layout*

Suatu tata letak iklan yang mengacu konsep grid, yaitu desain iklan tersebut seolah-olah bagian per bagian (gambar atau teks) berada di dalam skala grid.

k. *Bleed Layout*

Sajian iklan dimana sekeliling bidang menggunakan frame (seolah-olah belum dipotong pingginya). Catatan: Bleed artinya belum dipotong menurut pas cruis (utuh) kalau Trim sudah dipotong.

l. *Vertical Panel Layout*

Tata letaknya menghadirkan gars pemisah secara vertical dan membagi layout iklan tersebut.

m. *Alphabet Inspired Layout*

Tata letak iklan yang menentukan pada susunan huruf atau angka yang berurutan atau membentuk suatu kata dan diimprovisasikan sehingga menimbulkan kesan narasi (cerita).

n. *Angular Layout*

Penyajian iklan dengan susunan elemen visualnya merupakan suatu perbandingan yang tidak seimbang.

o. *Informal Balance Layout*

Tata letak iklan yang tampilan elemen visualnya merupakan suatu perbandingan yang tidak seimbang.

p. *Brace Layout*

Unsur-unsur dalam tata Letak iklan membentuk letter L (L-Shape). Posisi bentuk L-nya bisa terbalik, dan dimuka bentuk L tersebut dibiarkan kosong.

q. *Two Mortises Layout*

Penyajian bentuk iklan yang penggarapannya menghadirkan dua inset yang

masing-masing memvisualkan secara deskriptif mengenai basil penggunaan/detail dari produk yang ditawarkan.

r. *Quadron Layout*

Bentuk tampilan iklan yang gambanya dibagi menjadi empat bagian dengan volume/isi yang berbeda. Midalnya kotak pertama 45%, kedua 5%. Ketiga, 12%, dan keempat 38% (mempunyai perbedaan yang menyolok apabila dibagi empat sama besar).

s. *Comic Script Layout*

Penyajian iklan yang dirancang secara kreatif sehingga merupakan bentuk media komik, lengkap dengan captions-nya.

t. *Rebus Layout*

Susunan layout iklan yang menampilkan perpaduan gambar dan teks sehingga membentuk suatu cerita.

u. *Big Type Layout*

Bentuk tampilan layout yang menonjolkan teks dan tidak bergambar karena didominasi oleh teks yang berukuran besar.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Brief dan Penentuan Konsep

Brief dari CV. Raja Kreasi Rasa menginginkan *website* sesuai dengan citra perusahaan, selain itu tema untuk layout ini dibuat dengan konsep fun dan minimalis dengan terlihat elegan dan dinamis. Pembuatan *website* lebih di fokuskan ke konsep fun dan simple serta dinamis.

1. Simple

Konsep Simple dalam pembuatan desain website CV. Raja Kreasi Rasa diangkat sesuai keinginan dari pihak perusahaan yang menginginkan website perusahaan mencerminkan bahwa CV. Raja Kreasi Rasa perusahaan yang fleksibel dan mampu mengikuti keinginan klien.

Konsep Simple juga diambil karena desain yang simple dapat mudah dibaca, dimengerti oleh klien serta agar tidak membuat klien kebingungan saat mengoprasikan website CV. Raja Kreasi Rasa.

2. Fun

Konsep fun diambil karena desain yang fun dapat mudah saat dibaca dan mudah dipahami dengan warna warna yang kontras dan mewakilkan perusahaan CV. Raja Kreasi Rasa sendiri.

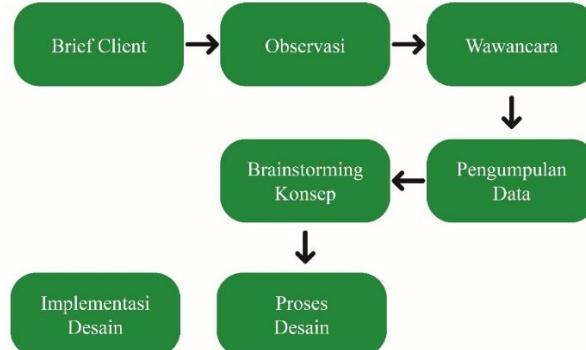
3. Dinamis

Konsep Dinamis diambil dengan maksut aktif, antusias, penuh energy, ambisi dan tekad. Dengan begitu perusahaan juga membangun citra yang terus bergerak aktif dan terus melangkah maju.

4. *Single Page Website*

Konsep *single page* untuk website ini sangat cocok digunakan mengingat *single page website* sangat efisien dalam menampilkan informasi yang disuguhkan tidak seperti website pada umumnya. *Single page Website* hanya menggunakan satu halaman HTML yang artinya Website ini hanya memuat satu halaman dari atas awal halaman sampai bawah halaman.

4.2 Skema Perancangan



Gambar 4.1 Skema Perancangan Karya

Sumber : Dokumentasi Penulis

4.3 Observasi

Observasi merupakan sebuah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap suatu obyek. Dengan adanya observasi, akan diperoleh gambaran tentang obyek tersebut yang tidak akan diketahui apabila menggunakan metode lainnya. Dari hasil observasi tersebut nantinya akan diperoleh gambaran yang jelas tentang masalah-masalah yang dihadapi obyek serta didapatkan petunjuk-petunjuk tentang cara pemecahannya. Observasi dilakukan adalah untuk memperoleh berbagai data konkret secara langsung di lapangan atau tempat penelitian.

Dalam hal ini yang diobservasi adalah dari segi desain website company profilenya karena untuk menentukan desain apa yang cocok untuk diterapkan di perusahaan agar lebih di kenal lagi oleh klien - klien baru dan bisa mempertahankan klien lama.

4.4 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan pembedahan literatur seperti buku dan internet serta dilakukannya wawancara dan observasi langsung dilokasi agar data yang didapat benar-benar valid.

4.5 Brainstorming

Untuk menentukan keyword yang akan diambil dari hasil Brief client, observasi pengumpulan data serta wawancara sebuah brainstorming. Dari brainstorming ini mendapatkan sebuah keyword dan ide konsep beserta beberapa layout untuk di desain.

4.6 Proses Desain

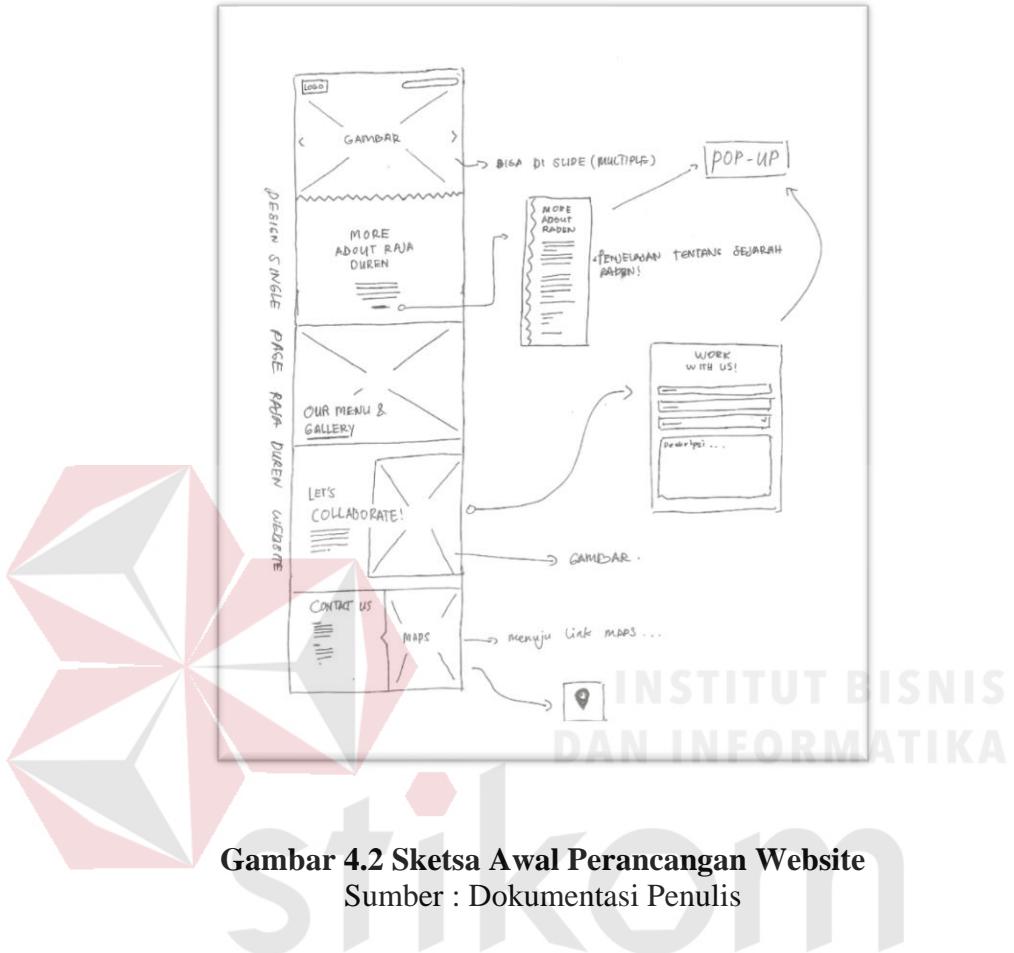
4.6.1 Penentuan *Software*

Penentuan software apa yang digunakan merupakan langkah awal yang diperlukan sebelum melakukan pembuatan desain. Karena desain yang akan dibuat tergantung pada software apa yang dipergunakan dalam pembuatan desain layout pembuatan Layout Desain Website. Dalam Layout Desain Website Company Profile ini menggunakan software berbasis vektor yang sangat membantu untuk berproses dalam pembuatan *Website Company Profile*.

Program yang dipakai adalah sebuah program perangkat lunak atau program grafis desain pengolah gambar berbasis vektor. Aplikasi ini biasanya digunakan untuk membuat berbagai desain. Dalam perancangan ini digunakan untuk membuat layout yang berupa kumpulan grafis yang dibuat secara manual.

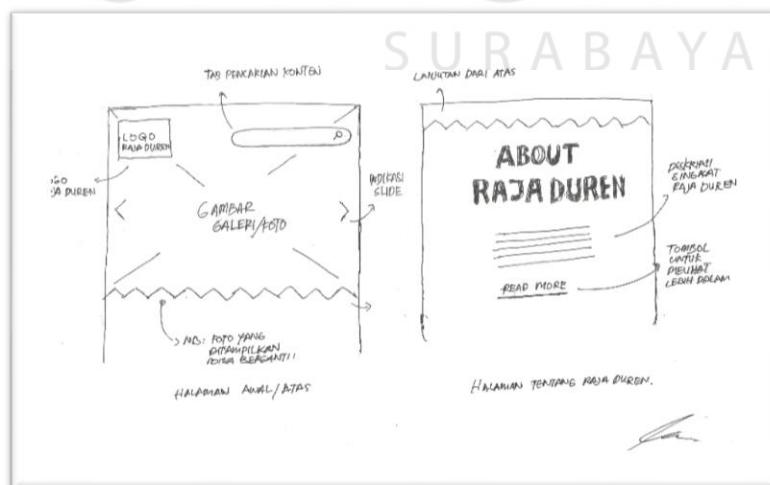
4.6.2 Sketsa Perancangan

Tahap ini memakan tahap yang harus dilakukan sebelum dikerjakan langsung melalui komputer. Sketsa yang dikerjakan memakan ide pemikiran dari *brainstorming* yang telah ditentukan dan menggambarkan melalui coretan kasar bempa sketsa gambar biasa melalui pensil. Sebelum melakukan sketsa awal harus melakukan sesi wawancara dan observasi terlebih dahulu yang dilakukan secara langsung di lokasi perusahaan.



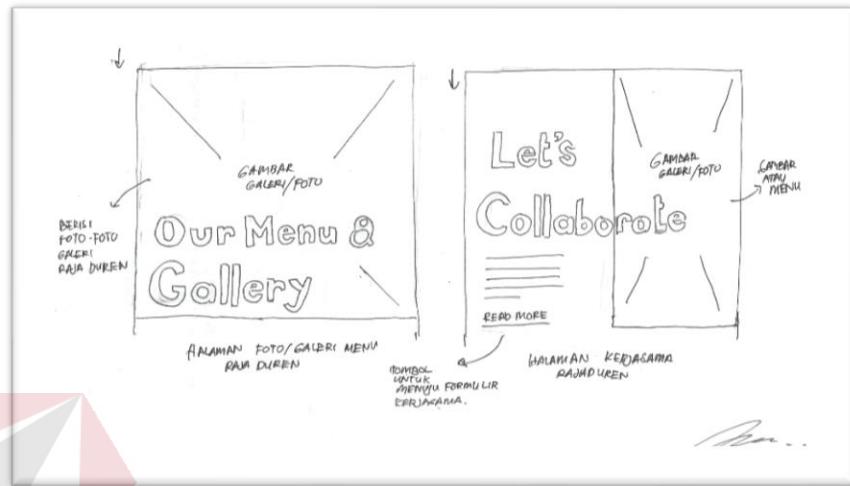
Gambar 4.2 Sketsa Awal Perancangan Website

Sumber : Dokumentasi Penulis



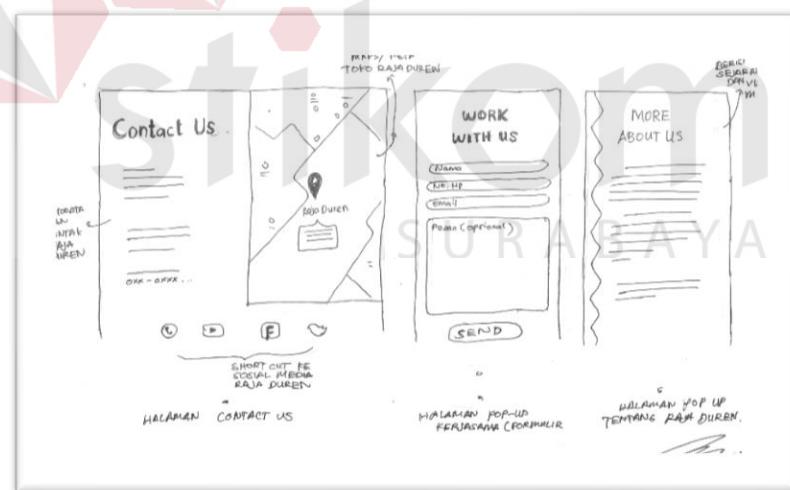
Gambar 4.3 Sketsa Awal Halaman Home dan About Us

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 4.4 Sketsa Awal Halaman Galeri dan Kerjasama

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 4.5 Sketsa Awal Halaman *Contact Us*, *Pop Up About Us* dan Kerjasama

Sumber : Dokumentasi Penulis

Didalam sketsa perancangan ini, dibuat sketsa konsep penempatan tata letak dan tipografi yang akan di aplikasikan di *interface* website mengingat konsep yang digunakan adalah konsep *Website Single Page*. Pada perancangan awal, (Gambar 4.2) Tata dan alur yang dikonsep sedemikian rupa agar mengerti tata alur penggunaan website bagi pengunjung website yang akan dibuat mengingat brief dari pihak penyelia yang menginginkan konsep yang Simple agar website tidak terlalu rumit saat dikunjungi.

4.6.3 Warna Website

Penggunaan warna untuk perancangan website ini menggunakan warna yang mengikuti warna identitas grafis perusahaan. Warna yang paling mendominasi adalah warna hijau dan kuning.



Gambar 4.6 Warna Website

Sumber : Dokumentasi Penulis

4.6.4 Font Website

Penggunaan huruf untuk perancangan website ini menggunakan huruf Sans Serif yaitu Gotham sebagai headline dan Black dan Gill Sans MT sebagai Body Text.



Gambar 4.7 Font Website
Sumber : Dokumentasi Penulis

4.6.5 Implementasi Karya

Tahap Implementasi Desain mempakan tahap terakhir yakni penyatuan beberapa foto dan grafis yang sudah di edit yang kemudian di padukan dengan desain layout di Adobe Illustrator. Tahapan ini termasuk dalam pembuatan gambar, pemilihan serta pengaturan tata letak gambar pada layout dan memasukkan perintah pada shortcut.

4.6.6 Desain Halaman Utama



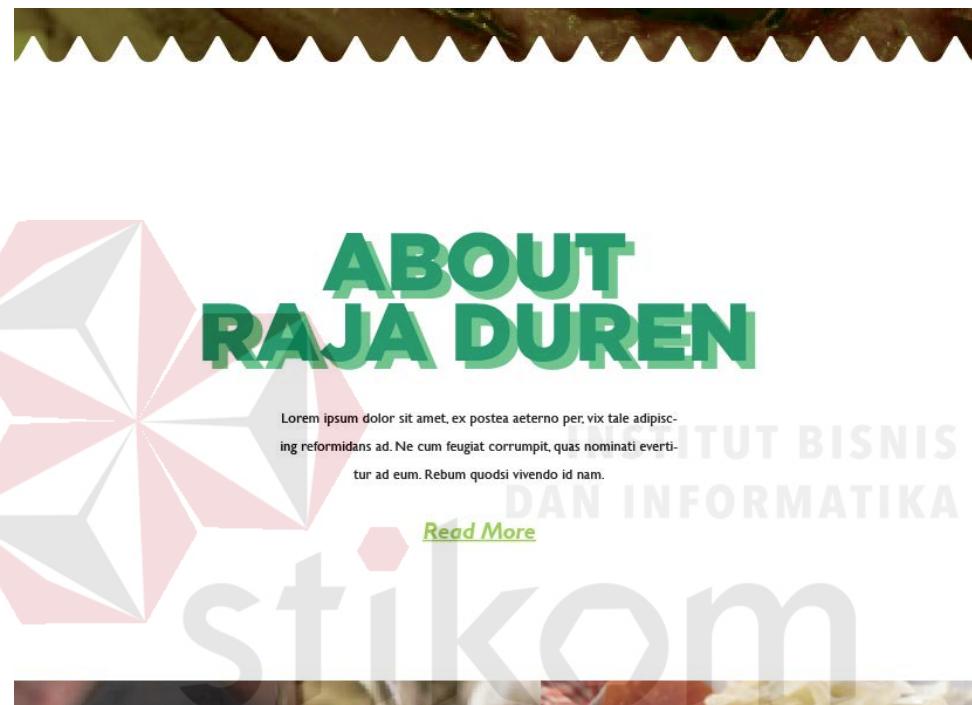
Gambar 4.8 Desain Layout Halaman Utama

Sumber : Dokumentasi Penulis

Halaman utama website ini digunakan sebagai halaman utama ketika memasuki website CV. Raja Kreasi Rasa atau Raja Duren. Konsep desain website ini dibuat berdasarkan keinginan pihak perusahaan, yang menginginkan desain yang *fun* dan jelas. CV. Raja Kreasi Rasa juga ingin menonjolkan objek durian yang menjadi produk Raja Duren. Perpaduan warna *corporate* raja duren yaitu hijau dan kuning selalu dipadukan untuk menonjolkan identitas Raja Duren itu sendiri. Dengan tambahan *highlight* promo dan galeri dengan program *slide* agar memudahkan calon pembeli

melihat informasi yang disuguhkan. Disebelah atas kanan juga tersedia tab *search* untuk memudahkan pengguna untuk mencari informasi yang diinginkan.

4.6.7 Desain Halaman *About Us*

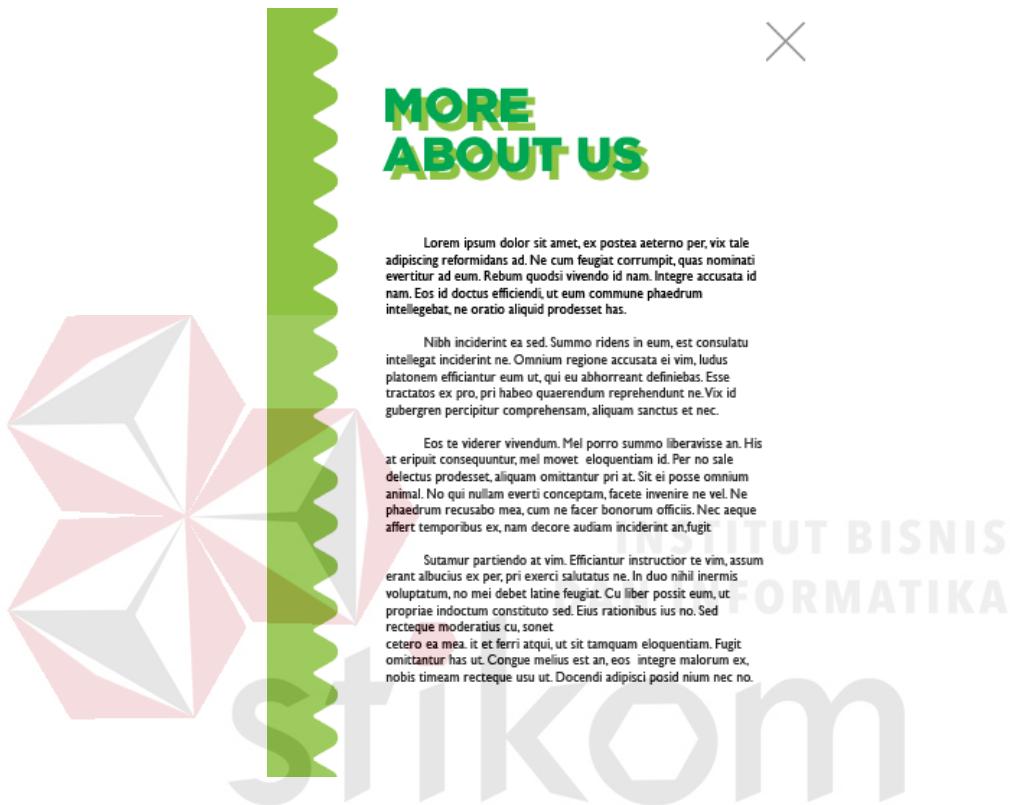


Gambar 4.9 Desain Layout *About Raja Duren*

Sumber : Dokumentasi Penulis

Dalam halaman About Raja Duren berisi tentang profil perusahaan, visi & misi dan juga sejarah perusahaan. Konsep keseluruhan About Raja Duren tidak berbeda dengan desain *home*. Mengusung tema simple namun pada bagian keterangan singkat terdapat *interface* yang jika diklik akan muncul keterangan lebih jelas tentang CV. Raja Kreasi

Rasa atau Raja Duren (Gambar 4.9). selebihnya tidak ada perubahan konsep maupun jenis font yang digunakan tetap sama dari awal.



Gambar 4.10 Desain Layout Pop Up About Raja Duren

Sumber : Dokumentasi Penulis

4.6.8 Desain Halaman *Our Menu & Gallery*



Gambar 4.11 Desain Layout Halaman *Our Menu & Gallery*

Sumber : Dokumentasi Penulis

Halaman Our Menu dan Gallery ini menggunakan potongan gambar-gambar beberapa makanan dan minuman favorit dari menu Raja Duren dan tetap menggunakan konsep simple dengan dominan font pada halaman tersebut. Isi halaman jika dibuka akan menampilkan menu makanan dan minuman favorit serta beberapa momen momen dan testimoni pengunjung Raja Duren. Di desain semenarik dan seringkas mungkin agar pengunjung mudah dan *to the point* saat mengakses website ini.

4.6.9 Desain Halaman Kerjasama



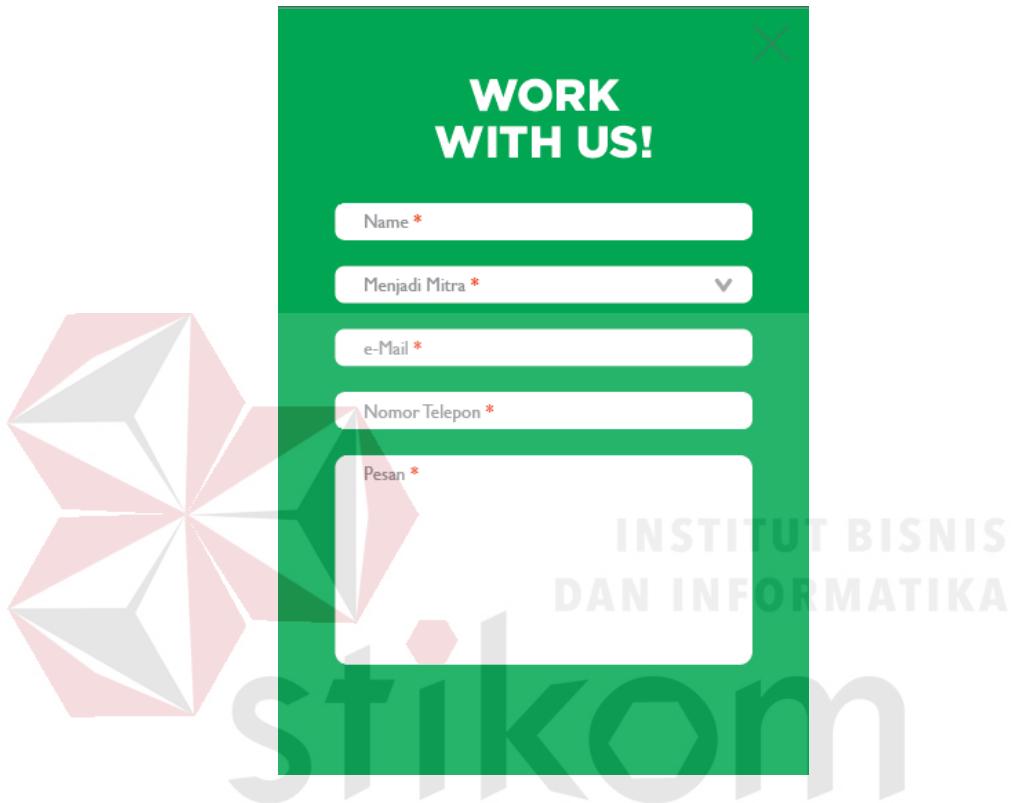
Gambar 4.12 Desain Layout Halaman Kerjasama

Sumber : Dokumentasi Penulis

Untuk halaman kerjasama, konsep yang digunakan tidak berbeda dari halaman-halaman sebelumnya, masih mengusung konsep awal, ulai dari visual, warna hingga font yang digunakan tetap sama. Ditambahkan gambar dan informasi singkat tentang kerjasama.

Pada bagian ini dikhkususkan untuk para calon mitra dan investor untuk bekerja sama dengan CV. Raja Kreasi Rasa atau Raja Duren untuk meluaskan dan menambah relasi agar penjualan produk Raja Duren. Mulai dari mitra, vendor serta properti. Jika kita mengakses *Read More* dibawah ringkasan singkat halaman kerjasama, akan muncul formulir pop up untuk diisi (gambar 4.13). Gunanya untuk memudahkan calon

mitra untuk langsung menghubungi pihak CV. Raja Kreasi Rasa atau Raja Duren agar bisa segera diproses.



Gambar 4.13 Desain Layout Pop Up Kerjasama
Sumber : Dokumentasi Penulis

4.6.10 Desain Halaman *Contact Us*



Ditambahkan informasi seperti alamat perusahaan, email hingga nomor kontak perusahaan secara tertulis hingga google map dari alamat perusahaan. Juga terdapat kolom langsung sebagai shortcut untuk menghubungi perusahaan agar lebih mudah. Terdapat pula diakhir halaman berupa logo dari sosmed aktif perusahaan seperti logo instagram, twitter, youtube, dan facebook yang berfungsi sebagai *shortcut* untuk langsung masuk ke halaman sosial media tersebut dengan hanya menekan logo dari sosmed tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat penulis ambil dari Perancangan Website sebagai penunjang *Company Profile* CV. Raja Kreasi Rasa adalah :

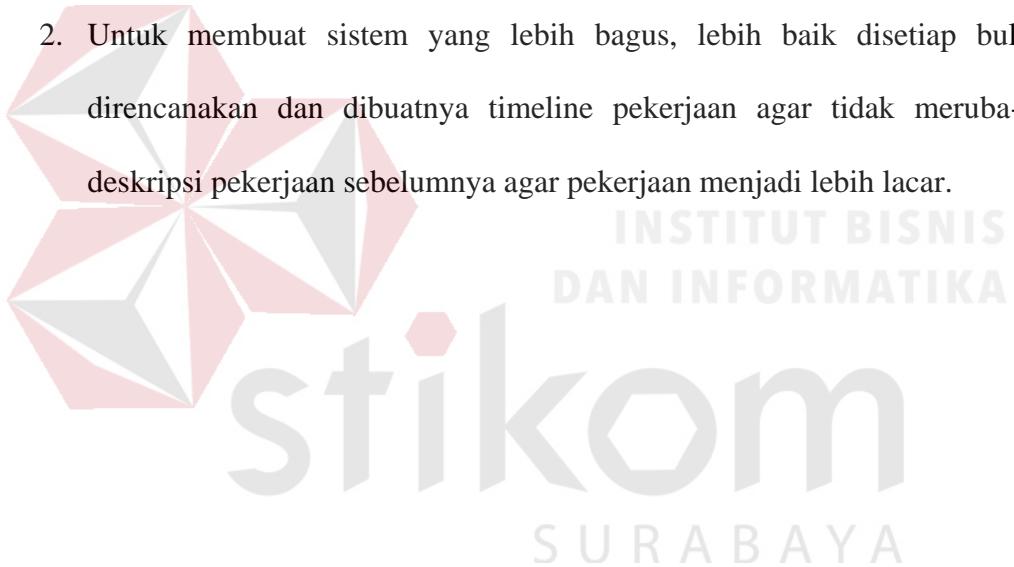
1. Agar dapat menginformasikan suatu perusahaan dan suatu produk secara meluas perlu adanya suatu media yang diciptakan untuk menyampaikan pesan perusahaan terhadap klien. *Website* adalah pilihan yang tepat untuk mempromosikan tentang perusahaan tentang perusahaan dan produk yang dijual atau yang pernah dibuat karena semua informasi menjadi satu.
2. Untuk merancang Desain *Website* tersebut di tentukannya konsep desain yang simple, dinamis, dan fun dalam semua bentuk desain yang ditampilkan *interface Website*.

Pembuatan Desain Website sebagai penunjang *Company Profile* CV. Raja Kreasi Rasa ini diharapkan dapat mencerminkan seperti apa gambaran perusahaan dan produk apa yang dijual agar lebih jelas dan dapat memberikan kepercayaan klien.

5.2 Saran

Adapun saran penulis setelah melakukan kerja praktik di CV. Raja Kreasi Rasa adalah :

1. Agar perusahaan lebih memperhatikan tentang hal pembagian jobdesk karena nanti akan menjadi kekuatan kuat dans hasil yang maksimal di butuhkan oleh perusahaan dalam menapatkan kepercayaan klien.
2. Untuk membuat sistem yang lebih bagus, lebih baik disetiap bulannya direncanakan dan dibuatnya timeline pekerjaan agar tidak meruba-rubah deskripsi pekerjaan sebelumnya agar pekerjaan menjadi lebih lancer.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Agustrijanto. (2001). *Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*.

Bandung: PT. Remaja Rossdakarya.

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Buku Desain Komunikasi Visual (Teori dan Aplikasi)*.

Yogyakarta: Andi Offset.

Arfial Arsal Hakim, Drs. 1984. *Nirmana Dwimatra* (Desain Dasar Dwimatra).

Jakarta

Binanto, Iwan. 2010. *Multimedia Digital Dasar Teori dan Pengembangannya*.

Yogyakarta: Andi Publisher.

Budiman. 2008. *Company Profile*. Jakarta: Universitas Gunadarma.

Dewanto, Joko. 2006. *Web Desain: Metode Aplikasi dan Implementasi*

Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

Rustan, Surianto. 2009. *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta : Gramedia

Dramaprawira, Sulasmri. 2002. Warna, *Teori dan Kreativitas Penggunaannya*.

Bandung: Penerbit 1TB.

Ebdi Sanyoto, Sadjiman, Drs. 2005 *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta.

Jhonsen. 2004. *Panduan Lengkap Menjadi Web Designer Untuk Pemula*. Jakarta : PT. Elex Media Kompuindo.

Suyanto, Asep Herman. 2009. *Step By Step Web Design: theory and practices*. Yogyakarta: C.V Ancli Offset.

Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual: Metode Analisis Tanda dan Malena pada Karya Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: JALASUTRA.

Nanda Pratama, Reza (2016). *Perancangan Buku Esai Fotografi Penambang Belerang Kawah Ijen Untuk Menggambarkan Mata Pencahanian Masyarakat Desa Paltuding Banyuwangi*, Paper. Surabaya: Fakultas Teknologi dan Informatika, Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya

Sumber Internet

<https://eprints. binadarrna.ac.id/>

<https://sir.stikom.edu>

<https://www.academia.edu/>

Ebookrnarket.org

Eleaming.mmr. umy.ac.id

<https://belajarpsikologi.com/>