



**PERANCANGAN WEBSTE CV. MADANI ADVERTISING
SEBAGAI PORTAL MEDIA LED PERIMETER DI INDONESIA**

KERJA PRAKTIK

Program Studi

S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA**

stikom
SURABAYA

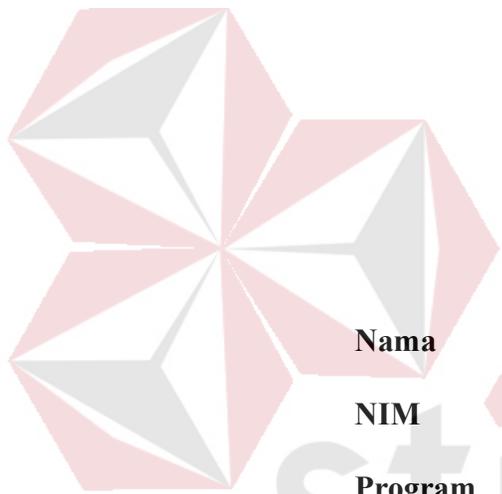
Oleh:

GITRA DANA FIRDAUS

08420100018

**PERANCANGAN WEBSITE CV. MADANI ADVERTISING
SEBAGAI PORTAL MEDIA LED PERIMETER DI INDONESIA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Kerja Praktik



Nama : GITRA DANA FIRDAUS
NIM : 08.42010.0018
Program : S1 (Stara Satu)
Jurusan : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Oleh : **INSTITUT BISNIS**

DAN INFORMATIKA

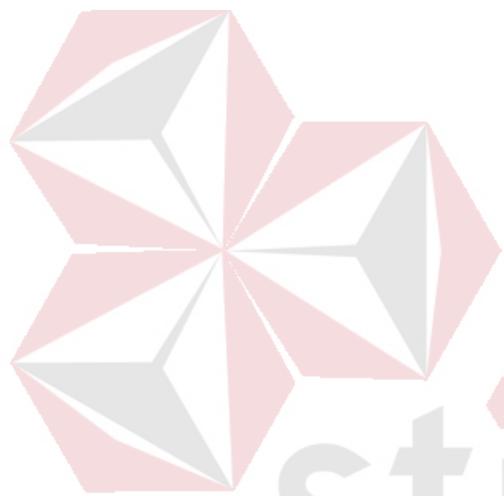
stikom
SURABAYA

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

2015



“KUPERSEMBAHKAN KEPADA KEDUA ORANG TUA KU ABI DAN UMI
DAN SELURUH KELUARGA KU DAN ORANG TERDEKAT KU YANG TERSAYANG”



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

“MALAS TERLINDAS LAMBAT TERTINGGAL BERHENTI MATI”

“NYIGKUK NJELIMET NJELEPUT BERHASIL TO’TIL”

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN WEBSITE CV. MADANI ADVERTISING
SEBAGAI PORTAL MEDIA LED PERIMETER INDONESIA**

Laporan Kerja Praktik oleh

Gitra Dana Firdaus

NIM: 08.42010.0018

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 23 Juni 2015

Disetujui:

Pembimbing

Penyelia

Thomas Hanandry Dewanto, M.T.
NIDN. 0704078105


Hadi Pramono S.Pd
Kepala HRD

Mengetahui :

Ka-Prodi S1 Desain Komunikasi Visual

Muh. Bahruddin, S.Sos.,M.Med.Kom.
NIDN: 0704017701

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan benar, bahwa Laporan Kerja Praktik ini adalah asli hasil karya saya, bukan plagiat 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 mengulang Kerja Praktik.

Surabaya, 23 Juni 2015



Gitra dana firdaus

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Gitra Dana Firdaus
NIM : 08.42010.0018
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Jurusan/Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Demi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi , menyetujui untuk memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya *Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah yang berjudul :

**PERANCANGAN WEBSITE CV. MADANI ADVERTISING
SEBAGAI PORTAL MEDIA LED PERIMETER DI INDONESIA**

Untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), untuk didistribusikan atau dipublikasikan untuk kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Juni 2015

Gitra dana firdaus
NIM : 08.42010.0018

ABSTRAK

led perimeter adalah alat iklan berbasis teknologi yang berada di pinggir lapangan sepak bola, pada awalnya iklan-iklan tersebut hanya di print di atas kertas vinil, namun di awal tahun 2014 salah satu club bola besar Indonesia pertama kali menggunakan media papan ini sebagai *media promosi* yang baru.

Seiring perkembangan teknologi informasi, pengembangan *led perimeter* mempunyai prospek yang luar biasa. Banyak peluang yang didapatkan dengan pemasangan iklan *led perimeter*, salah satu cara untuk lebih mengembangkan promosi *led perimeter* ini dengan *pembuatan web*.

Peningkatan permintaan pasar membuat perkembangan *led perimeter* jauh lebih pesat di bandingkan dengan papan iklan konvensional. Divisi bisnis dalam hal ini sebagai penanggung jawab alat ini lebih memilih *led perimeter* karena *keefektifitasan* nya yang memberikan dampak berbeda dari segi penghasilan dan penampilan.

Untuk lebih menunjang *promosi* dan informasi semua yang terkait tentang *led perimeter* maka di butuhkan suatu *media promosi* yang mudah di jangkau dan memiliki banyak informasi, *perancangan web* menjadi salah satu senjata sebagai media untuk meningkatkan penjualan di *CV. Madani Advertising* selaku penanggung jawab lapangan.

Setelah mengetahui bagai mana cara yang lebih efisien untuk memberikan informasi yang akurat dan pasti kepada customer, maka penulis mempunyai sebuah gambaran tentang apa yang akan di kerjakan dalam kerja praktik. Sehingga dalam penulisan laporan kerja praktek ini penulis mengambil judul “*perancangan website CV. Madani advertising sebagai portal media led perimeter di Indonesia*”

Kata Kunci : CV. Madani Advertising, perancangan web, media promosi efektifitas, led perimeter.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktek yang berjudul “Perancangan website CV.Madani Advertising sebagai portal media led perimeter di Indonesia”

Laporan ini disusun berdasarkan kerja praktek dan hasil studi yang dilakukan selama lebih kurang dua bulan pada CV. Madani Advertising.

Pada kesempatan ini Penulis juga hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ketabahan dan kemudahan dalam menyelesaikan laporan kerja praktek ini.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya.
3. Bpk. Muh. Bahruddin, S.Sos.,M.Med.Kom. selaku Kepala Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya.
4. Bpk. Thomas Hanandry Dewanto, M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan semangat dan meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan selama proses pembuatan laporan kerja praktek ini.
5. Bpk. Hadi Pramono S.Pd selaku Penyelia dari CV. Madani Advertising yang telah menyediakan tempat kerja praktek kepada Penulis serta banyak memberikan ilmu-ilmu baru mengenai dunia kerja yang sesungguhnya.
6. Segenap staff dan karyawan CV. Madani Advertising

7. Orang Tua yang selalu mendoakan, mendukung dan meberikan semangat kepada Penulis.
8. Teman-teman dan sahabat tercinta yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada kami.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan limpahan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan, bimbingan ataupun nasehatnya. Didalam Laporan Kerja Praktek ini Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan, walaupun demikian Penulis berharap ide dasar dari Kerja Praktek ini dapat memberi manfaat bagi perusahaan.

Saran dan kritik dari semua pihak sangat berguna bagi Penulis dalam rangka perbaikan dan penyempurnaan Laporan Kerja Praktek ini.

Surabaya, 23 juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan.....	3
1.5 Manfaat.....	3
1.6 Pelaksanaan	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Sejarah Multimedia	7
2.2 Definisi Multimedia	7
2.3 Elemen-elemen utama dalam program multimedia.....	8
2.4 Sejarah Website.....	8
2.5 Pengertian Website Menurut Para Ahli	9
2.6 Fungsi Web.....	11
2.7 Jenis Web	12

2.8 Unsur-unsur Web	15
2.6 Kriteria situs Web yang baik	17
2.10 Kesuksesan Web.....	20
2.11 Prinsip Desain.....	20
2.12 Komponen Desain	22
BAB III METODE PERANCANGAN.....	28
3.1 Identifikasi Masalah	29
3.2 Pengumpulan Informasi	30
3.3 Pengambilan Data.....	31
3.4 Perancangan Konsep Desain	31
3.5 Bagan Pengerjaan Website	31
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	37
4.1 Sejarah Perkembangan CV.Madani Advertising.....	37
4.2 Visi, Misi, Focus utama dan motto perusahaan	38
4.3 Struktur Organisasi.....	39
4.4 Alur Tata Kelola Management	40
4.5 Regulasi Pemasangan Iklan di CV. Madani Advertising	43
BAB V IMPLEMENTASI KARYA	45
5.1 Desain Website	45
BAB VI PENUTUP	50
6.1 Kesimpulan.....	50
6.2 Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	52
BIODATA PENULIS	58



DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan.....	3
1.5 Manfaat.....	3
1.6 Pelaksanaan.....	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Sejarah Multimedia.....	7
2.2 Definisi Multimedia.....	7
2.3 Elemen-elemen utama dalam program multimedia.....	8
2.4 Sejarah Website.....	8
2.5 Pengertian Website Menurut Para Ahli	9
2.6 Fungsi Web.....	11
2.7 Jenis Web.....	12

2.8 Unsur-unsur Web.....	15
2.6 Kriteria situs Web yang baik	17
2.10 Kesuksesan Web.....	20
2.11 Prinsip Desain.....	20
2.12 Komponen Desain.....	22
BAB III METODE PERANCANGAN.....	28
3.1 Identifikasi Masalah.....	29
3.2 Pengumpulan Informasi.....	30
3.3 Pengambilan Data.....	31
3.4 Perancangan Konsep Desain.....	31
3.5 Bagan Pengerjaan Website.....	31
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	37
4.1 Sejarah Perkembangan CV.Madani Advertising.....	37
4.2 Visi, Misi, Focus utama dan motto perusahaan	38
4.3 Struktur Organisasi.....	39
4.4 Alur Tata Kelola Management.....	40
4.5 Regulasi Pemasangan Iklan di CV. Madani Advertising.....	43
BAB V IMPLEMENTASI KARYA.....	45
5.1 Desain Website.....	45
BAB VI PENUTUP.....	50
6.1 Kesimpulan.....	50
6.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51

LAMPIRAN.....	52
BIODATA PENULIS.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Garis Secara Orientasi	23
Gambar 1.2 Bentuk Dasar 2 Dimensi dan Variasinya	24
Gambar 1.3 Bentuk Dasar 3 Dimensi dan Variasinya	24
Gambar 3.1 Metode Perancangan	28
Gambar 3.2 Bagan Pengerjaan web	32
Gambar 3.3 Brainstorming	32
Gambar 3.4 Sketsa Desain	33
Gambar 3.5 Sketsa Desain yang terpilih	34
Gambar 3.6 Penerapan sketsa dalam digital	35
Gambar 3.7 Proses pewarnaan dan tata layout	35
Gambar 3.8 Hasil setelah proses tata layout dan pemilihan warna	36
Gambar 4.1 Struktur organisasi	39
Gambar 5.1 Desain web	45
Gambar 5.2 Desain tampilan home	46
Gambar 5.3 Desain tampilan our job	47
Gambar 5.4 Desain tampilan recent project	47
Gambar 5.5 Desain tampilan media patner	48
Gambar 5.6 Desain tampilan examples of design	48
Gambar 5.7 Desain tampilan our client	49
Gambar 5.8 Desain tampilan last news	49

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 6.1 Surat Balasan Perusahaan.....	52
Gambar 6.2 Form KP-5 Acuan Kerja	53
Gambar 6.3 Form KP-5 Garis besar rencana kerja mingguan	54
Gambar 6.4 Form KP-6 Log harian dan catatan perubahan acuan kerja	55
Gambar 6.5 Form KP-7 Kehadiran kerja praktek	56
Gambar 6.6 Kartu Bimbingan kerja praktek	57



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat dan maju di berbagai bidang, membuat masyarakat harus selalu *up to date* mengikuti, memahami dan mempelajari perkembangan tersebut. Tujuannya agar dapat memenuhi kebutuhan sumber daya manusia (SDM) yang bermutu, berkualitas dan berskill tinggi yang dibutuhkan dalam rangka memajukan dan mengembangkan daya saing bangsa di era modern ini.

Dalam perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan ini masyarakat mulai membuat sarana parasarana atau media yang berkualitas dan lebih bermanfaat. Media merupakan alat untuk menyampaikan informasi atau pesan dari producers pesan ke customers pesan. Perkembangan yang saat ini paling pesat adalah Multimedia yang terdiri dari internet atau online media, dan yang terbaru saat ini adalah social media yang merupakan turunan dari online media.

Media online atau disebut juga internet atau multimedia sebenarnya adalah sebuah jaringan computer yang terdiri dari berbagai macam ukuran dan jenis jaringan computer di seluruh dunia. Jaringan-jaringan inilah yang saling berhubungan dan berkomunikasi satu sama lain melalui bantuan telepon dan satelit, yang digunakan untuk keperluan pemerintahan, perdagangan, ilmu pengetahuan dan perorangan. Multimedia sendiri terdiri dari website, social media, e-mail, blog dan lain-lain.

Website merupakan salah satu media informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan kumpulan atau komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga media informasi ini sangat menarik untuk dikunjungi. Secara global, website dapat digolongkan menjadi 2 bagian yaitu :

1.1.1 Website statis

Website statis adalah sebuah web dimana halamannya tidak berubah. Artinya untuk melakukan perubahan pada suatu halaman pada website harus dilakukan secara manual dengan mengedit source code yang menjadi struktur dari website tersebut.

1.1.2 Website dinamis

Website dinamis merupakan website yang secara struktur diperuntukkan untuk update sesering mungkin. Website dinamis pada umumnya terdiri dari halaman *frontend* yang dapat diakses oleh user, juga disediakan halaman *backend* untuk mengedit content dari website. Contoh umum mengenai website dinamis adalah web berita atau web portal yang didalamnya terdapat fasilitas berita, polling dan sebagainya.

Multimedia seperti website terlihat jauh lebih fleksibel dari media-media yang lain karena tidak membutuhkan banyak biaya dan content-content nya mudah untuk di update setiap saat. Sehingga tak jarang masyarakat mulai melakukan proses transaksi melalui media online. Sebagai divisi yang bergerak di bidang bisnis divisi ini ingin mengembangkan medianya melalui internet dalam program terbarunya yaitu media promosi led perimeter.

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dijabarkan sebuah rumusan masalah pengaruh website CV. Madani Advertising sebagai portal media led perimeter di Indonesia terhadap minat pemasangan iklan di lapangan sepak bola.

1.3 Batasan Masalah.

Adapun batasan masalah pembuatan Website ini sebatas membuat website yang mudah di akses oleh customer sehingga dapat mencari informasi lebih mudah.

1.4 Tujuan.

Tujuan dari kerja praktek yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengaplikasikan desain Website pada media internet sebagai upaya strategi komunikasi pemasaran divisi bisnis arema
2. Untuk mengaplikasikan desain Website yang mampu menggambarkan keunggulan pemasangan iklan di led perimeter

1.5 Manfaat

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mampu dijadikan referensi bagi mahasiswa DKV
 - b. Mampu merancang website yang efektif
 - c. Mampu dijadikan pembelajaran dan penambah wawasan dalam membuat website

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan konsep baru pada tampilan website, yang lebih menarik dan kreatif, serta mampu menggambarkan dan menunjukkan produk-produk di Indonesia yang telah memasang iklan pada CV. Madani dvertising
- b. Memberikan kontribusi kepada pihak CV. Madani dvertising sebagai strategi komunikasi promosi untuk memperoleh lebih banyak customer melalui media website yang telah dibuat.
- c. Menjadi salah satu tujuan customer yang paling digemari
- d. Sebagai sarana mempromosikan produk-produk divisi bisnis arema

1.6 Pelaksanaan.

Detail Perusahaan

Nama perusahaan : CV.Madani Advertising

Jasa : Advertising sport

Alamat : Jalan Trunojoyo Kompleks Stadion Kapanjen Blok
K-70 65163 kabupaten malang jawa timur

Phone : 0341392179

Fax : -

e-mail : gitradanafirdaus@yahoo.com

Website : -

Periode

Tanggal pelaksanaan : 3 Nopember – 3 Desember 2014

Waktu : 07.30 – 17.00 WIB

1.7 Sistematika Penulisan

Laporan kerja praktek ini terdiri dari beberapa bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisan laporan ini sebagai berikut :

BAB 1

Bab ini akan membahas tentang perumusan dan penjelasan masalah umum, sehingga nantinya akan diperoleh suatu gambaran umum mengenai seluruh penelitian yang dilakukan oleh penulis. Didalam bab ini akan menyangkut beberapa masalah yang nantinya akan meliputi tentang : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan, Kontribusi, dan dilanjutkan oleh Sistematika Penulisan Kerja Praktek.

BAB 2

Bab ini akan membahas tentang teori penunjang yang diharapkan menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh penulis.

BAB 3

Bab ini membahas mengenai metode pelaksanaan kerja praktek, mulai dari teknik hingga progres kerja.

BAB 4

Bab ini membahas tentang informasi umum CV. Madani dvertising, visi dan misi dan motto, struktur organisasi, serta jasa yang ditawarkan.

BAB 5

Bab ini akan membahas implementasi karya, dimana hasil perancangan selama melaksanakan kerja praktek di CV. Madani Advertising berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah dikerjakan.

BAB 6

Bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dari pembuatan perancangan Website, serta saran untuk pengembangan perancangan Website.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sejarah multimedia

Istilah multimedia ini berawal dari sebuah teater, bukan dari computer. Monitor video, synthesized band, dan karya seni manusia merupakan bagian dari pertunjukan multimedia. Multimedia dimulai pada akhir 1980 dengan munculnya Hypercard oleh Apple tahun 1987, serta pengumuman oleh IBM tahun 1988 tentang perangkat lunak Audio Visual Connection (AVC) dan video adapter card untuk PS/2. (Suyanto, 2003 : 18).

2.2 Definisi multimedia

Menurut industry elektronika, (Rosch,1996) “ Multimedia adalah kombinasi dari computer dan video”. (Suyanto, 2003 : 20). Menurut McCormick, 1996 “Multimedia secara umum merupakan kombinasi 3 elemen,yaitu suara, gambar dan teks. (Suyanto, 2003 : 21). Turban dkk,2002 mengatakan bahwa Multimedia adalah kombinasi dari paling sedikit 2 media input dan output dari data, media ini dapat berupa audio (suara dan musik), animasi, video, teks, grafik dan gambar. (Suyanto, 2003 : 21).

Robin dan Linda, 2001 mengatakan bahwa Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video. (Suyanto, 2003 : 21).

Menurut Hofstetter 2001, Multimedia adalah pemanfaatan computer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak dengan cara menggabungkan link dan tool. (Suyanto, 2003 : 21).

2.3 Elemen elemen utama dalam program multimedia

Terdapat 6 elemen utama yang secara umum dipergunakan dalam program multimedia, yaitu :

1. **Teks**, memberikan berbagai bentuk jenis font, style font, pengaturan warna serta penekanan kata untuk memberikan penegasan.
2. **Image**, menampilkan gambar untuk lebih menarik
3. **Movie**, memberikan tampilan video untuk memperjelas
4. **Animasi**, untuk menjelaskan sesuatu secara lebih akurat
5. **Sound**, untuk turut memberikan penekanan perhatian dalam suatu hal
6. **User control**, kelengkapan atau fasilitas yang dipergunakan oleh user untuk mengendalikan program. (Kusrianto, 2006 : 25).

2.4 Sejarah website

Website pertama kali ditemukan oleh Sir Timothy John, tim burners-Lee. Pada tahun 1991 website terhubung dengan jaingan, tujuan pembuatan website sendiri adalah untuk mempermudah tukar-menukar dan memperbarui informasi kepada sesama peneliti ditempat mereka bekerja. Sehingga pengertian website saat itu adalah media tukar-menukar informasi (<http://www.anneahira.com>)

Web pertama kali di buat oleh Pusat Penelitian Fisika Partikel Eropa (CERN), Jenewa, Swiss. (Suyanto, 2003 : 45). Web saat pertama kali diluncurkan hanya berupa teks (Hypertext). Namun, tahun 1993.

National Center for Supercomputer Applications (NCSA) meluncurkan sebuah Graphical User Interface (GUI) yang di beri nama Mosaic.

Mosaic ini mulai memuat gambar yang dilengkapi link audio dan video. Hal ini menjadikan Web menjadi media yang paling populer. (Suyanto, 2003 : 46).

Tahun 1994 tokoh Mosaic mulai mendirikan Netscape Communication Corporation dengan nama program Netscape Navigator. Kemudian disusul munculnya Web Browser yang bernama Microsoft Internet Explorer, yang dibuat oleh Microsoft. Namun, tahun 1997 NSCA memutuskan tidak meneruskan pengembangan Mosaic dan memilih berkarya di bidang teknologi internet lainnya. (Suyanto, 2003 : 46).

2.5 Pengertian website menurut para ahli

Web adalah sebuah media yang menyediakan fasilitas hiperteks untuk menampilkan data berupa teks, gambar, suara, animasi, dan data multimedia lainnya. Hardjono (2006, p2). Menurut Hanson (2000,p4) Web adalah system hypermedia yang berarea luas yang ditujukan untuk akses secara universal. Salah satu kuncinya adalah kemudahan tempat seseorang atau perusahaan dapat menjadi bagian dari web berkontribusi pada web.

Hanson (2000,p5) juga menyebutkan Web merupakan sistem yang menyebabkan pertukaran data di internet menjadi mudah dan efisien. Web terdiri atas 2 komponen dasar

1. Server web, sebuah komputer dan software yang menyimpan dan mendistribusikan data ke komputer lainnya melalui internet
2. Browser web, software yang dijalankan pada komputer pemakai atau client yang meminta informasi dari server web yang menampilkannya sesuai dengan file data itu sendiri.

Suwanto Raharjo S.S, M.Kom menyatakan bahwa web merupakan suatu layanan internet yang paling banyak dipergunakan disbanding dengan layanan lain seperti ftp, gopher, news dan e-mail. Menurut Boone (Thomson), Web merupakan media informasi yang kaya akan grafis dan saling berhubungan satu sama lain dalam internet yang lebih besar.

Menurut Yuhefizar, Web adalah suatu metode untuk menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan (link) satu dokumen dengan dokumen lainnya (hypertext) yang dapat diakses melalui sebuah browser. Secara umum, Website atau World Wide Web 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).

2.6 Fungsi website

Secara umum fungsi web adalah sebagai berikut

(<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>):.

1. Fungsi komunikasi

Jenis web yang memiliki fungsi informasi pada umumnya adalah web dinamis.

Karena dibuat menggunakan pemrograman web (*server side*) maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *web mail, form contact, chatting form*, dan yang lainnya.

2. Fungsi informasi

Web yang lebih menekankan fungsi informasi pada kualitas bagian kontennya, karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isisnya.

3. Fungsi entertainmen

Web juga dapat memiliki fungsi entertainment atau hiburan. Biasanya web yang difungsikan sebagai hiburan lebih banyak penggunaan animasi gambar dan elemen gerak yang dapat meningkatkan mutu presentasinya.

4. Fungsi transaksi

Web dapat dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs web ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer, atau dengan membayar secara langsung.

2.7 Jenis web

Ada beberapa jenis web yang dikelompokkan berdasarkan tujuannya, diantaranya yaitu : (<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>):

1. Alat Pemasaran

Saat ini media pemasaran tidak hanya media cetak saja. Media elektronik sejenis web juga dapat digunakan sebagai media pemasaran. Pemasaran melalui internet lebih cepat sampai dan memiliki jangkauan yang jauh lebih luas.

2. Nilai tambah

Sebuah halaman web merupakan sarana promosi karena media promosi di web lebih murah dan efektif dibandingkan media promosi konvensional seperti brosur, majalah atau Koran.

Pada umumnya konten situs web berupa referensi atau informasi tambahan dari apa yang sudah diberikan secara offline. Contohnya seperti di perpustakaan sudah disediakan koleksi skripsi secara tercetak namun di web perpustakaan terdapat repository skripsi yang lebih banyak dan dapat diakses dengan mudah dengan cara mendownload bentuk softfile nya.

3. Katalog

Untuk di perpustakaan katalognya berupa katalog online yang dapat diakses melalui web perpustakaan. Pada katalog tersebut tersedia koleksi-koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan. Pemustaka dapat mengakses koleksi tersebut dengan cara memasukkan judul, pengarang maupun subjek dari suatu

koleksi yang dibutuhkan. Sedangkan untuk melakukan peminjaman pemustaka dapat langsung meminjam ke perpustakaan.

4. E-Commerce

E-Commerce merupakan suatu kumpulan yang dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pada perpustakaan web bertujuan untuk menghubungkan antara perpustakaan yaitu melalui pemustaka dan pemustaka yang membutuhkan informasi sehingga terjadinya hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

5. E-Learning

Menurut *Cisco* filosofis e-learning ada 4 yaitu :

- a. **Pertama**, e-learning merupakan penyampaian informasi, komunikasi, pendidikan, pelatihan secara on-line.
- b. **Kedua**, e-learning menyediakan seperangkat alat yang dapat memperkaya nilai belajar secara konvensional (model belajar konvensional, kajian terhadap buku teks, CD-ROM, dan pelatihan berbasis computer) sehingga dapat menjawab tantangan perkembangan globalisasi.
- c. **Ketiga**, e-learning tidak berarti menggantikan model belajar konvensional di dalam kelas, tetapi memperkuat model belajar tersebut melalui pengayaan konten dan pengembangan teknologi pendidikan.
- d. **Keempat**, kapasitas siswa dalam menguasai bahan yang disampaikan lewat e-learning amat bervariasi, tergantung bentuk, isi, dan cara

penyampaiannya. Makin baik keselarasan antar konten dan alat penyampai dengan gaya belajar, semakin baik penguasaan siswa yang pada gilirannya akan memberikan hasil yang lebih baik.

6. Komunitas

Sebuah situs web yang dibuat dengan tujuan untuk memungkinkan pengunjung berkomunikasi secara bersamaan. Pengunjung bisa berbagi pengalaman, cerita, ide, dan lainnya, bisa juga mencari dan menambah teman, atau untuk membuat suatu perkumpulan baru.

7. Portal

Portal adalah aplikasi berbasis web yang menyediakan akses suatu titik tunggal dari informasi online terdistribusi, seperti dokumen yang didapat melalui pencarian, kanal berita, dan link ke situs khusus. Untuk memudahkan penggunaannya biasanya disediakan fasilitas pencarian dan pengorganisasian informasi.

8. Personal

Situs personal merupakan situs yang memiliki tujuan untuk mempromosikan atau menginformasikan tentang seseorang. Biasanya berisi tentang biodata, portofolio (kumpulan hasil karya yang pernah dibuat), prestasi, atau sebagai diary yang menceritakan kehidupan sehari-hari yang dipublish agar orang lain dapat mengetahui dan mengenal tentangnya.

Sedangkan jenis-jenis WEB secara umum, yaitu :

1. **Website Statis**, yakni website yang informasinya dari informasi satu arah.
Contohnya profil perusahaan.
2. **Website Dinamis**, yakni website yang informasinya dari informasi dua arah.
Contohnya seperti media social. (<http://www.anneahira.com>).

2.8 Unsur-unsur web

Dalam pembuatan web harus memenuhi unsure-unsur web, sebagai berikut :

1. Nama domain (Domain name/URL – Uniform Resource Locator)

Nama domain atau biasa disebut dengan Domain Name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website, atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menukan website. (<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>)

2. Rumah tempat website (Web hosting)

Web Hosting dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di website.

Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya web hosting yang disewa/dipunyai, semakin besar web hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam website. Web Hosting juga diperoleh dengan menyewa. Besarnya hosting ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran MB(Mega Byte) atau GB(Giga Byte).

Lama penyewaan web hosting rata-rata dihitung pertahun.
(<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>).

3. Bahasa Program (Scripts Program)

Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam website yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah website. Semakin banyak ragam bahasa program yang digunakan maka akan terlihat website semakin dinamis,
(<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>).

4. Desain web

Setelah melakukan penyewaan domain name dan web hosting serta penguasaan bahasa program (scripts program), unsur website yang penting dan utama adalah desain. Desain website menentukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website. Semakin banyak penguasaan web designer tentang beragam program/software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas.
(<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>).

5. Publikasi web

Publikasi ini dilakukan untuk berpromosi ataupun hanya memberikan informasi. Publikasi situs website ini dapat dilakukan dengan cara seperti dengan pamlet-pamlet, selebaran, baliho dan sebagainya. Publikasi di search engine ini ada yang berbayar juga ada yang tak berbayar. Biasanya yang tidak berbayar terbatas dan sangat lama untuk membukanya.

Cara yang paling efektif adalah menggunakan berbayar, walaupun harus mengeluarkan biaya namun, hasilnya website atau situs tersebut dapat mudah diakses.

6. Pemeliharaan web

Pemeliharaan website dapat dilakukan setiap hari untuk memberikan info terbaru, artikel ataupun wacana lainnya. pemeliharaan ini juga dapat dilakukan secara periodic saja tergantung kebutuhan dari pengguna.

2.9 Kriteria situs web yang baik

1. Usability

Adalah suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs web sampai pengguna dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat. Situs web harus memenuhi syarat untuk mencapai tingkat usability, antara lain : (<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>).

- a. Mudah untuk dipelajari
- b. Efisien dalam penggunaan
- c. Mudah untuk diingat
- d. Tingkat kesalahan rendah
- e. Kepuasan pengguna

2. System navigasi

System ini membantu pengunjung untuk menemukan jalan yang mudah ketika menjelajahi situs web. Syarat navigasi yang baik adalah sebagai berikut : (<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>).

- a. Mudah dipelajari dan tetap konsisten
- b. Memungkinkan feedback
- c. Muncul dalam konteks
- d. Menawarkan alternative lain
- e. Memerlukan perhitungan waktu dan tindakan
- f. Menyediakan peran visual yang jelas
- g. Menggunakan label yang jelas dan mudah dipahami
- h. Mendukung tujuan dan perilaku user

3. Graphic desain (desain visual)

Kepuasan visual seorang user secara subyektif melibatkan bagaimana desainer visual situs web tersebut membawa mata user menikmati dan menjelajahi situs web dengan melalui layout, warna, bentuk, dan tipografi.

Grafik membuat halaman menjadi indah tetapi bisa juga memperlambat akses dengan semakin besarnya ukuran file. Desain yang baik setidaknya memiliki komposisi warna yang baik dan konsisten, layout grafik yang konsisten, teks yang mudah dibaca, penggunaan grafik yang memperkuat isi teks, penggunaan animasi pada tempat yang tepat, isi animasi yang memperkuat isi teks, dan secara keseluruhan membentuk suatu pola yang harmonis.

(<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>).

4. Konten

Konten dalam web sangatlah penting. Karena konten merupakan bagian dari web yang berfungsi memberikan informasi. Konten dalam web juga harus sangat menarik dan relevan.

Gaya penulisan dan bahasa yang dipergunakan harus sesuai dengan web dan target audien. Pada konten ini yang harus diperhatikan adalah tata bahasadan tanda baca. (<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>).

5. Compatibility

Situs web harus kompatibel dengan berbagai perangkat tampilannya (browser), harus memberikan alternative bagi browser yang tidak dapat melihat situsnya. (<http://raghibnuruddin217.blogspot.com>).

6. Loading time

Sebuah situs web yang tampil lebih cepat memungkinkan akan dikunjungi kembali, apalagi bila dengan konten dan tampilan yang menarik.

7. Functionally

Seberapa baik sebuah situs web bekerja dari aspek teknologinya, ini bisa melibatkan programmer dengan scriptnya, misalnya HTML, PHP, ASP, ColdFusion, CGI, SSI,

8. Accessibility

Halaman web harus bisa dipakai oleh semua kalangan, baik anak-anak, orang tua, orang muda termasuk orang-orang cacat, agar pengguna tersebut bisa menikmati halaman web yang telah dibuat desainer.

9. Interactivity

Interaktifitas adalah apa yang melibatkan pengguna situs web sebagai user experience dengan situs web itu sendiri. Dasar dari interaktifikasi adalah hyperlink (link) dan mekanisme feedback.

2.10 Kesuksesan web

Untuk dapat dikatakan sukses dalam pembuatan web, maka hal – hal yang diperlukan adalah :

1. Desain WEB

Desain sebuah web haruslah menarik, sesuai tujuan web, isi tidak membingungkan, navigasi jelas dan prosedur tidak perlu berbelit-belit. (Kusrianto, 2006 : 138).

2. Isi

Isi ini diharapkan mampu membawa sang pembaca untuk enjoy menikmati tulisan yang telah dibuat. Untuk itu dapat diberikan fasilitas forum, survey atau hal lain yang menarik. (Kusrianto, 2006 : 138).

3. Promosi online

Promosi online adalah sebuah kunci sebuah web yang akan banyak dikenal dan dikunjungi oleh pengguna internet. (Kusrianto, 2006 : 138).

2.11 Prinsip desain

Sebuah desain atau organisasi elemen terbentuk atas dasar prinsip-prinsip. Prinsip desain merupakan landasar dasar kita membuat suatu karya desain, untuk itu prinsip desain ini sangat diperlukan. Prinsip-prinsip desain adalah sebagai berikut : (Hendratman, 2010 : 29)

1. Keseimbangan (Balance)

secara keseluruhan, komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Keseimbangan merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah. Macam-macam keseimbangan adalah sebagai berikut :

- a. **Keseimbangan Simetris**, dengan keseimbangan ini dapat memberikan kesan formal, tradisional.
- b. **Keseimbangan Asimetris**, lebih memberikan kesan informal, modern, dinamis dan berani.
- c. **Keseimbangan Radial**, lebih terkesan fokus.

2. Irama (rythme)

Irama adalah pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis. Beberapa jenis pengulangan adalah sebagai berikut :

- a. **Reguler**, pengulangan komponen grafis dengan jarak dan bentuk yang sama. Pengulangan jenis ini biasanya digunakan sebagai desain border, motif fashion, kertas kado dan ubin lantai.
- b. **Mengalir**, jenis ini memberikan kesan bergerak, dinamis dan mengalir. Biasanya digunakan dalam bidang animasi.
- c. **progresif/Gradual**, pada jenis ini ada peralihan antar stepnya sehingga menimbulkan kesan berproses sedikit demi sedikit. Dalam dunia Animasi disebut Morphing. Contohnya, perubahan bayi menjadi dewasa, gradasi warna, dll.

3. Skala dan propotion

Skala merupakan perubahan ukuran / size tanpa perubahan perbandingan ukuran panjang lebar atau tinggi. Sedangkan proporsi adalah adanya perubahan perbandingan antara panjang, lebar atau tinggi sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi. Dengan mengatur skala

dan proporsi karya desain menjadi terkesan luas / jauh, sedang, sempit atau dekat.

4. Fokus / Point of Interest dan Kontras

Focus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi perhatian utama. Ada beberapa tahap focus, mulai dari yang terpenting, pendukung dan pelengkap.

5. Kesatuan

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsure-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Kesatuan yang utuh dapat digunakan pendekatan prinsip-prinsip antara lain :

- a. Pendekatan dan Penutup
- b. Kesenambungan (continuity)
- c. Kesamaan dan konsisten
- d. Perataan (Aligment)

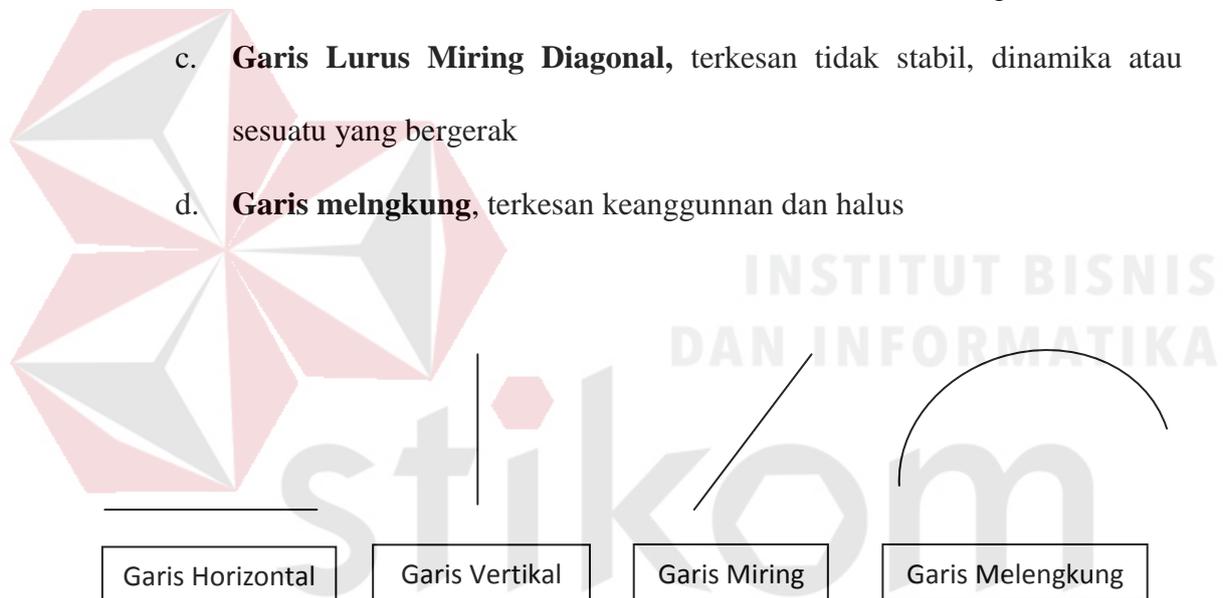
2.12 Komponen desain

Komponen-komponen desain sangat diperlukan dalam pembuatan karya desain. Untuk itu, komponen tersebut terdiri dari (*Hendratman, 2010 : 13*)

1. Garis

garis adalah sekumpulan titik yang dideretkan memanjang. Setiap garis menimbulkan kesan psikologi/persepsi tersendiri. Garis secara orientasi, terdiri dari

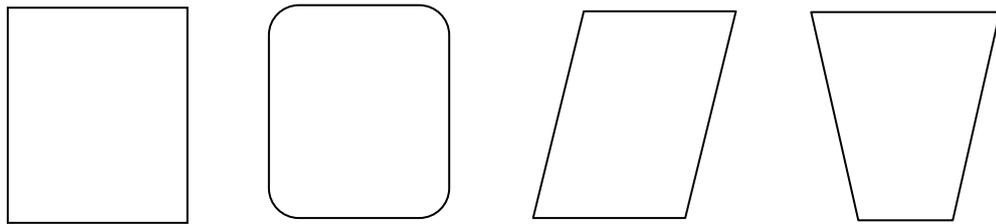
- a. **Garis Lurus Horizontal**, terkesan memberikan ketenangan atau hal yang tak bergerak
- b. **Garis Lurus Vertikal**, terkesan stabil, kekuatan atau kemegahan
- c. **Garis Lurus Miring Diagonal**, terkesan tidak stabil, dinamika atau sesuatu yang bergerak
- d. **Garis melengkung**, terkesan keanggunan dan halus



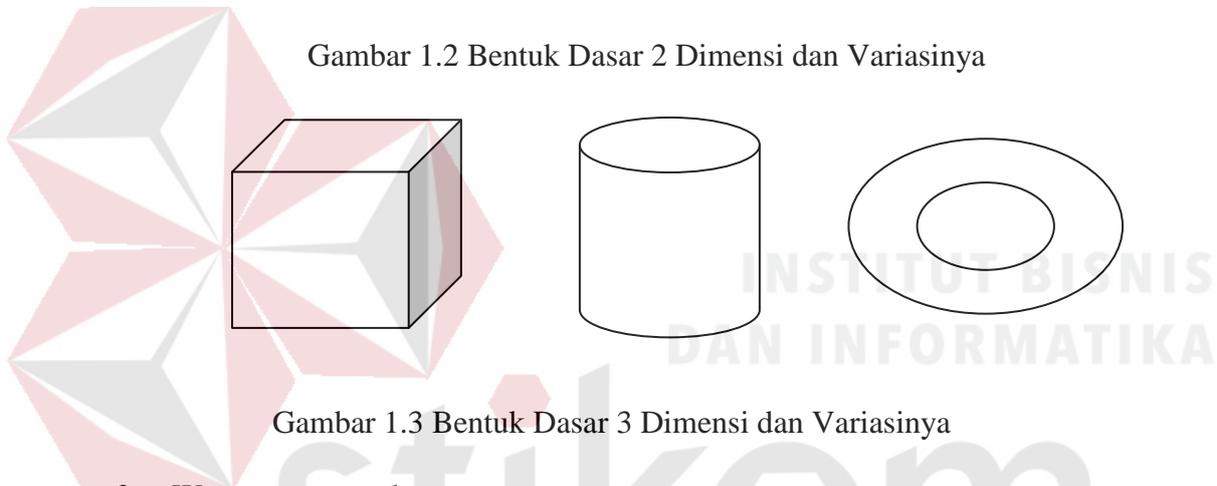
Gambar 1.1 Garis secara Orientasi

2. Bentuk

Bentuk disebut juga shape. Bentuk ada 2 macam yaitu berbentuk 2 dimensi (dwimatra) dan 3 dimensi (trimatra).



Gambar 1.2 Bentuk Dasar 2 Dimensi dan Variasinya



Gambar 1.3 Bentuk Dasar 3 Dimensi dan Variasinya

3. Warna,texture,cahaya

Warna adalah factor yang sangat penting dalam komunikasi visual. Warna dapat memberikan dampak psikologi, sugesti, suasana bagi yang melihatnya. Secara fisika, warna dipengaruhi oleh texture atau material dan cahaya. (Hendratman, 2010 : 43). Molly E. Holzschlag, pakar warna dalam tulisannya “**Creating Color Scheme**” membuat daftar mengenai kemampuan warna ketika memberikan respon secara psikologi, yaitu : (Kusrianto, 2006 : 47)

Warna	Respon Psikologi yang mampu ditimbulkan
Merah	Kekuatan, tenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresif dan bahaya
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan dan perintah
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan baik, kecemburuan dan pembaruan
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran, pengecut, pengkhianatan
Ungu	Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak dan arogan
Orange	Energy, keseimbangan, kehangatan
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman dan bertahan.

Teksture adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur ini dibagi menjadi tekstur kasar dan halus, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Jika ditinjau dari efek tampilannya, tekstur digolongkan menjadi 2 yaitu tekstur nyata dan tekstur semu. (Kusrianto, 2006 : 32).

4. Gambar

Gambar dibagi 2 metode yaitu :

- a. **Manual atau gambar tangan.** Dengan menggunakan alat bantu seperti pensil, kuas, cat dan spidol. Biasanya digunakan untuk pembuatan konsep, sketsa, ide, karikatur, komik dan lain sebagainya.

- b. **Computerized.** Menggunakan media bantu computer. Menghasilkan gambar secara vector dan bitmap. (Hendratman, 2010 : 22).

5. **Typograph**

Typography adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf. Typography merupakan salah satu seni memilih dan menata huruf agar terlihat lebih menarik dan menciptakan kesan khusus. Jenis-jenis font, yaitu :

- a. **Sans serif**, tidak memiliki kait, hanya batang dan tangkainya, ujungnya bisa tajam atau tumpul Bersifat kurang formal, sederhana dan akrab. Memberikan kesan mudah untuk dibaca. Cocok untuk huruf desain di layar computer (web, e-book, CD Profile dll). Contoh, Arial dan Tahoma.
- b. **Serif**, memiliki kait pada ujungnya. Bersifat formal, elegan, mewah anggun dan intelek. Namun kurang mudah dibaca. Model huruf ini cocok untuk pembuatan skripsi, menuliskan brosur dan Koran. Contohnya, Times Roman dan Garamond.
- c. **Script**, setiap hurufnya saling terkait seperti tulisan tangan. Bersifat anggun, tradisional, pribadi dan informal. Cocok untuk desain undangan pernikahan, ulang tahun, keluarga dan upacara tradisional. Contohnya, Brushscript, Mistral dan Shelley.
- d. **Dekoratif**, semua huruf dibuat secara detail, kompleks dan rumit. Bersifat mewah, bebas, anggun dan tradisional. Cocok untuk aksent, hiasan, logo pernikahan, logo perusahaan, dll. Contohnya, Augsburg Initial, dll.

- e. **Monospace**, hurufnya sama seperti huruf Sans serif namun jarak dan ruang setiap hurufnya sama. Bersifat formal, sederhana, futuristic dan kaku.

Cocok untuk pengetikan code atau bahasa program di computer. Contohnya, Courier, Monotype Cursive dan OCR. (Hendratman, 2010 : 63).

6. Ruang

Ruang ini lebih mengarah pada perwujudan 3 dimensi, sehingga ruang dibagi 2 yaitu, ruang nyata dan semu. (Kusrianto, 2006 : 30).

7. Layout

Layout secara bahasa artinya tata letak. Sedangkan menurut salah teori, layout adalah usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsure-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, table, dll) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. (Hendratman, 2010 : 85).

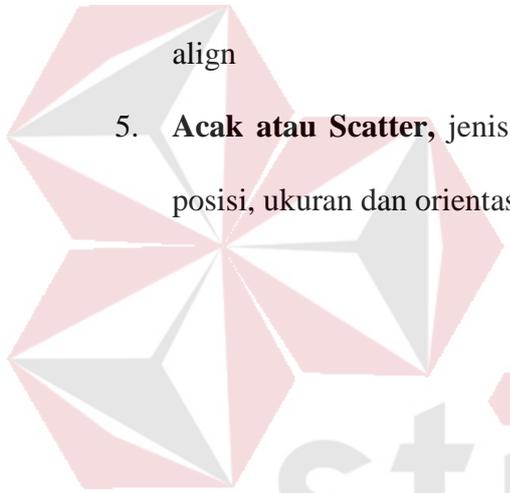
Layout sering digunakan dalam beberapa bidang, yaitu : (Hendratman, 2010 : 85).

- a. Interior : menata ruang, mengatur posisi meja, lemari, kursi dll.
- b. Arsitektur : menata ruang masuk, ruang public, ruang kotor, ruang pelayanan, ruang privasi dll.
- c. Menata gambar atau foto pada tembok dinding
- d. Menata posisi monitor, keyboard, speaker, printer, kertas pada meja computer, dll.

Jenis-jenis layout yang sesuai untuk membuat suatu karya, yaitu :

(Hendratman, 2010 : 86).

1. **Horizontal**, jenis ini terbagi beberapa bagian yaitu horizontal atas, horizontal tengah dan horizontal bawah.
2. **Vertikal**, jenis ini terbagi beberapa bagian yaitu vertical kiri, vertical tengah dan vertical kanan.
3. **Diagonal**, jenis ini terbagi beberapa bagian yaitu diagonal non align dan diagonal align.
4. **Radial**, jenis ini terbagi beberapa bagian yaitu radial non align dan radial align
5. **Acak atau Scatter**, jenis ini terbagi beberapa bagian yaitu posisi acak dan posisi, ukuran dan orientasi acak.



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

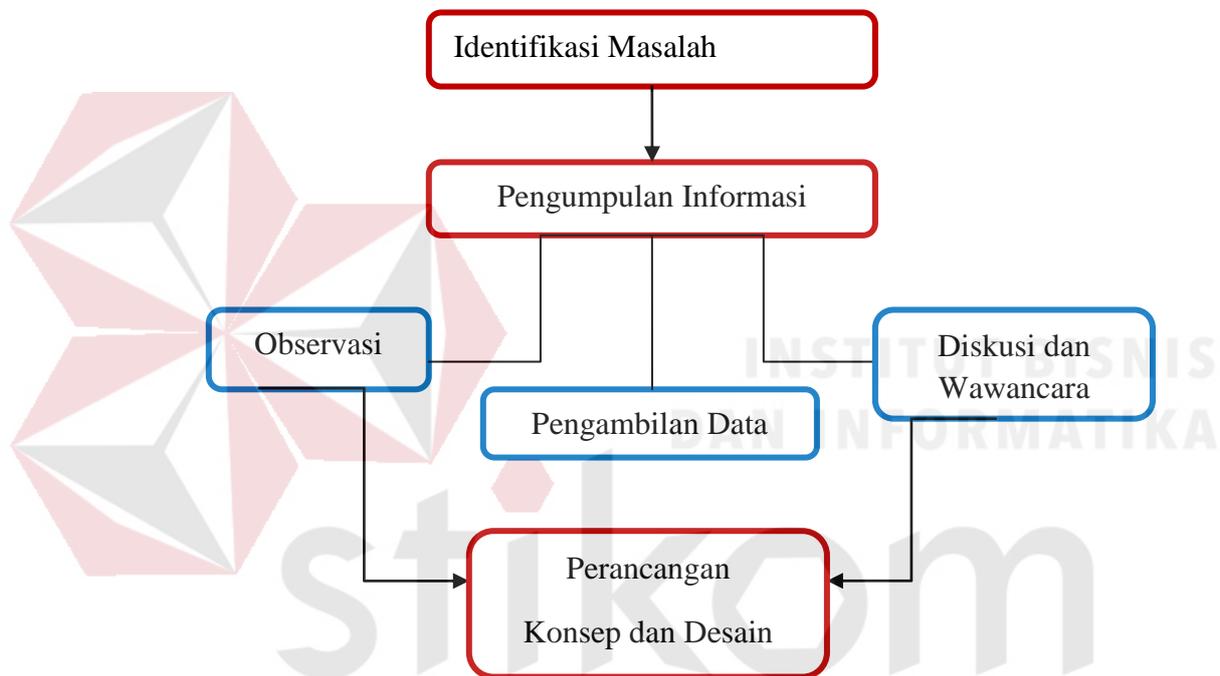
stikom

SURABAYA

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas tentang cara dan metode yang digunakan dalam perancangan Website CV. Madani Advertising sebagai portal media led perimeter di Indonesia berikut bagan perancangannya :



Gambar 3.1 metode perancangan

Divisi bisnis arema merupakan sebuah divisi perusahaan yang bergerak dibidang bisnis. Dan baru-baru ini divisi ini mulai mengembangkan sayapnya pada bisnis advertising bernama CV. Madani Advertising divisi bisnis ini hadir dengan prodak baru yaitu papan iklan berbasis led yang di letakan di pinggir lapangan bola. CV. Madani Advertising ini hadir dengan memberikan kesan berbeda nuansa baru dan efektifitas pada dunia periklanan.

Untuk menarik minat customer agar berminat memasang iklan di sini. maka diperlukan sebuah website yang kreatif, menarik, interaktif, berkualitas dan memberikan kemudahan dalam menjelaskan dampak positif bagi pemasang iklan. Karena dengan tampilan website yang seperti itu customer bisa yakin untuk memasang iklan di CV. Madani Advertising. Oleh karena itu penulis akan merancang website tersebut. Dalam proses pengerjaannya, penulis melewati beberapa tahap yang dimulai dari identifikasi masalah, pengumpulan informasi, dan perancangan konsep dan desain.

3.1 Identifikasi masalah

Dalam kerja praktek ini, penulis berusaha menemukan, mempelajari serta menganalisis permasalahan divisi bisnis arema. Permasalahan yang timbul pada program terbarunya yaitu CV. Madani Advertising, dimana bisnis ini dirasa kurang menarik lebih banyak minat konsumen untuk memasang iklan.

3.1.1 Analisis perusahaan

Dalam langkah ini penulis melakukan analisis terhadap sejarah perusahaan, visi, misi dan identifikasi masalah yang dimiliki oleh CV. Madani Advertising. Hal ini dilakukan untuk mengetahui konsep yang akan dicantumkan dalam desain website yang akan di kerjakan. Melalui visi misi CV. Madani Advertising, dapat ditentukan konsep desain website seperti apa yang ingin ditonjolkan.

Untuk membuat desain website penulis juga perlu mengumpulkan beberapa data pendukung, seperti latar belakang perusahaan dan peraturan dari CV. Madani Advertising itu sendiri.

3.2 Pengumpulan informasi

Dalam pengumpulan informasi dibutuhkan beberapa metode untuk mengatasi masalah yang telah disebutkan sebelumnya maka langkah – langkah yang ditempuh adalah sebagai berikut :

3.2.1 Observai

Observasi yang dilakukan dengan mencari referensi-referensi di internet dan perpustakaan untuk dijadikan sebagai gambaran-gambaran dalam pengerjaan website nantinya. Dengan melakukan observasi ini penulis menjadi mengerti tentang data-data apa saja yang perlu dan tidak perlu untuk ditampilkan dalam sebuah perancangan website.

3.2.2 Diskusi dan wawancara

Diskusi atau wawancara ini dilakukan dengan pihak perusahaan yang dalam posisinya merupakan mentor dari penulis. Dalam diskusi atau wawancara tersebut penulis menggali informasi tentang detail perusahaan CV. Madani Advertising mulai dari analisis Sejarah perusahaan sampai Profil perusahaan dan program-program yang dilakukan. Selanjutnya penulis juga mencari informasi tentang visi, misi program terbarunya apa saja.

Dalam diskusi tersebut penulis mendapatkan beberapa informasi tentang gambaran yang akan ditampilkan dalam perancangan website tersebut.

3.3 Pengumpulan data

Setelah melakukan observasi dan diskusi, selanjutnya penulis mengumpulkan beberapa data yang dibutuhkan dalam perancangan website yang akan dilakukan. Data yang akan dikumpulkan berupa logo dari CV. Madani Advertising itu sendiri untuk dipasang pada website yang akan dibuat dan akan di dukung dari iklan-iklan yang telah dibuat oleh CV. Madani Advertising

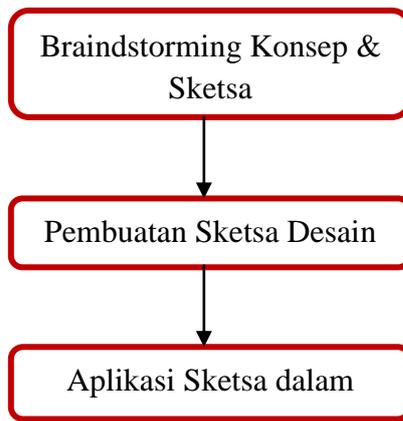
3.4 Perancangan konsep desain

Setelah melakukan analisis terhadap perusahaan maka selanjutnya dilakukan perancangan desain. Dalam perancangan desain ini, penulis mulai membentuk suatu konsep perancangan desain. Langkah-langkah yang dilakukan dalam perancangan ini adalah :

- a. Penentuan Konsep Desain dan sketsa
- b. Konsep Warna
- c. Pembuatan Desain Website

3.5 Bagan pengerjaan website

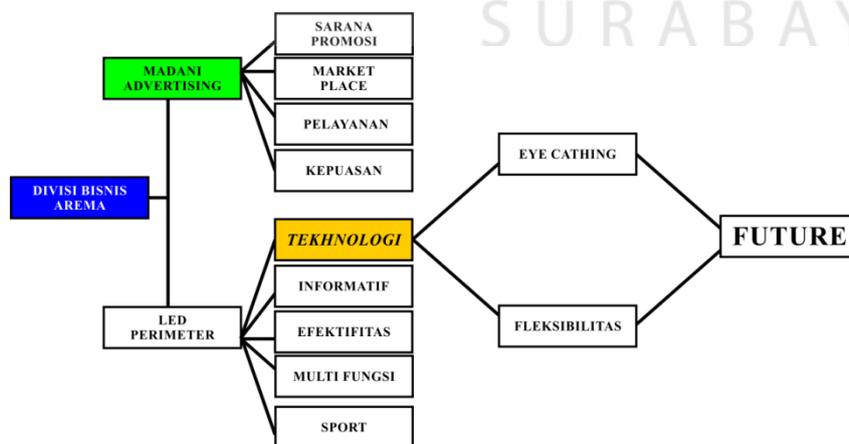
Agenda dalam pengerjaan desain website terdapat beberapa langkah yang akan di tunjukan dalam bagan sebagai berikut :



Gambar 3.2 Bagan Pengerjaan Website

3.5.1 Brainstorming konsep

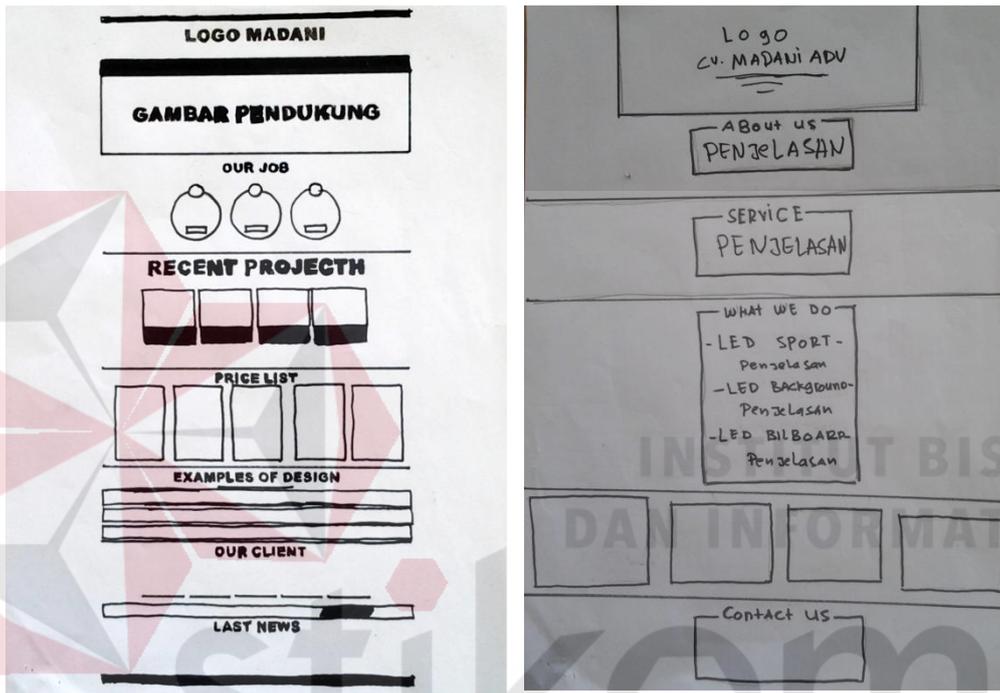
Dalam membuat suatu rancangan desain yang memecahkan masalah tentu memerlukan ide yang cemerlang agar masalah terpecahkan dan menemukan sebuah konsep yang kreatif. Proses menemukan ide tersebut memerlukan tahap diskusi bersama saling mencurahkan ide dan pendapat secara random yang disebut dengan istilah *brainstorming*. Proses ini sangat penting karena dari sinilah bagaimana ide menjadi semakin terekplorasi dari berbagai macam sudut pandang. Konsepnya ialah mengambil dari konsep teknologi. Dimana konsep ini telah mewakili dari keinginan customer saat memasang iklan di madani advertising, yaitu eye catching, fleksibilitas, dan future.



Gambar 3.3 Brainstorming

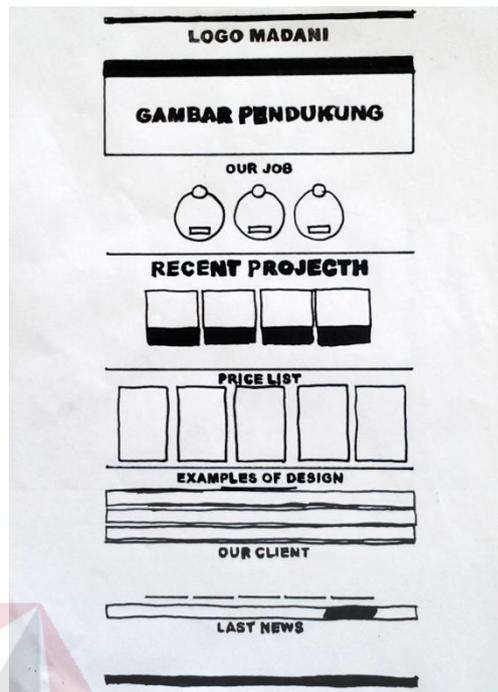
3.5.2 Sketsa

Sketsa pada tahap ini merancang pada desain yang akan di pakai di dalam konsep yang telah di buat. Desainnya mengacu pada gaya simple tidak terlalu rumit. Berikut beberapa sketsa yang telah di rancang:



Gambar 3.4 sketsa desain

Pada kedua gambar ini saya mencoba membuat sketsa terkait model desain dari web madani advertising dan mulai melakukan penyusunan layout serta elemen-elemennya yang tepat sehingga dapat menjadi kesatuan yang utuh pada tahap akhirnya, melalui sketsa ini juga bertujuan untuk melakukan *balance* agar tidak terjadi banyak ruang kosong.

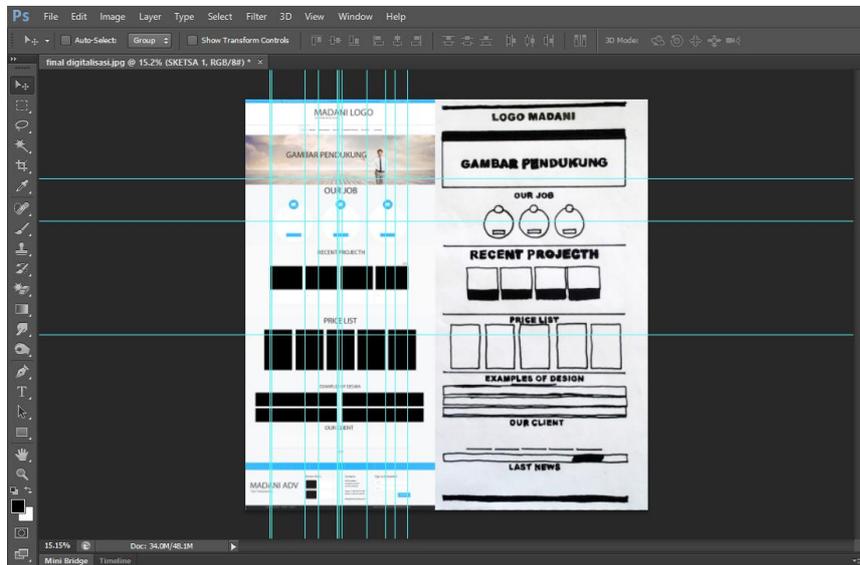


Gambar 3.5 sketsa desain yang terpilih

Sketsa ini bertujuan untuk mempermudah kita dalam mendesain sebelum proses digitalisasi. Sketsa yang telah terpilih ini akan menjadi acuan saya dalam pengerjaan tahap selanjutnya, yaitu tahap olah digital.

3.5.3 Aplikasi sketsa melalui digital

Setelah dibuat beberapa sketsa dan alternative desain maka di pilih beberapa desain yang cocok, diseleksi lalu di aplikasikan menjadi bentuk digital, proses ini dilakukan untuk mengaplikasikan desain sketsa menjadi media digital. Dibawah ini merupakan bentuk desain yang sudah di pilih dan di setujui. Namun, pada tahap ini belum seluruhnya final karena masih ada pemilihan dan penyelarasan warna serta tata layout yang tepat guna hasil yang maksimal.



Gambar 3.6 penerapan sketsa dalam digital

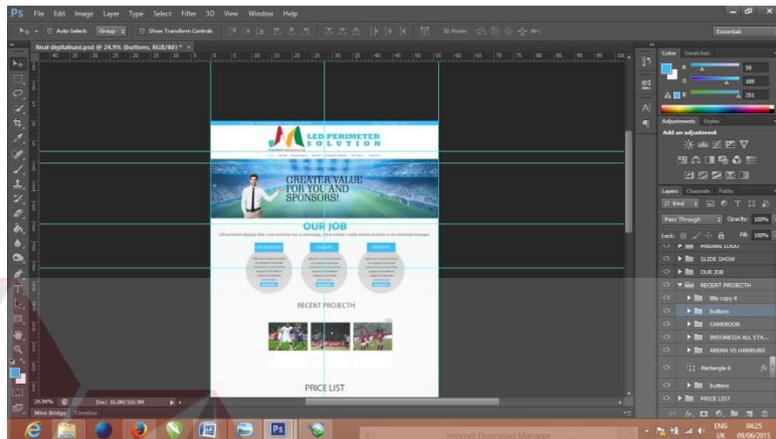
Pada tahap ini sketsa yang telah disetujui mulai diolah secara digital, langkah pertamanya yaitu, melakukan pemetakan-pemetakan dasar untuk mengetahui batas mana yang nantinya akan diberi warna, elemen-elemen dan pendukung lainnya.



Gambar 3.7 Proses pewarnaan dan tata layout

Gambar diatas termasuk proses dalam tahap pengaplikasian sketsa dalam digital yang terdiri dari tahap penataan layout dan penentuan warna-warna yang sesuai dengan konsep dari madani advertising.

Proses ini dilakukan untuk mengatur layout website agar terlihat estetik, dinamis, menjadi satu kesatuan yang utuh dan membuat customer lebih tertarik.



Gambar 3.8 Hasil setelah proses tata layout dan pemilihan warna

Proses ini menjadi proses tahap akhir dalam pengerjaan, dimana kita telah menentukan konsep, membuat sketsa serta final design yang lebih dinamis, menarik dan lain sebagainya.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah dan perkembangan CV. Madani Advertising

Prospek pengembangan usaha advertising yang profesional di tanah air memberikan peluang bagi divisi bisnis arema untuk mendirikan bisnis advertising dengan produk unggulan led perimeter, yang mana di benua eropa teknologi led perimeter sudah lama di pasang di pinggir lapangan sepak bola sebagai media iklan yang memiliki daya tarik tersendiri.

Bergulir nya kompetisi sepak bola atau yang di kenal sebagai Indonesia super league atau yang sekarang bernama QNB league menjadi langkah awal dari CV Madani advertising untuk memasarkan produk unggulannya. Di mana led perimeter yang berada dipinggir lapangan akan menggantikan media papan iklan profesional yang hanya terbuat dari banner dan untuk penerapan led perimeter adalah yang pertama di Indonesia.

Setelah melakukan uji coba pertandingan antara keseblasan arema cronus vs humberg fc di awal tahun 2014 menjadi kan batu loncatan bagi perusahaan ini, yang mana sejak melakukan uji coba tersebut banyak menarik minat para pengiklan untuk memasang iklan di led perimeter. Selain sponsor yang ada di jersey ada juga para sponsor lain yang sudah mulai mesang iklan di led selama satu musim.

Di awal tahun 2015 cv madani advertising bekerja sama dengan salah satu promotor olah raga yaitu nine sport untuk menyupport pertandingan antara keseblasan juventus dan Indonesia all stars. Dan itu semua berjalan lancar tanpa ada kendala sama sekali. Setelah itu berlanjut untuk pertandingan internasional antara Indonesia melawan Cameroon yang di adakan di stadion delta sidoarjo.

4.2 Visi,misi,focus utama dan motto perusahaan

Visi

Memberikan layanan integrated marketing communication yang prima dengan sistem layanan *One Stop Service* dalam satu atap:

1. CV. Madani advertising unggul dalam hal kualitas mulai dari penyediaan peralatan,pemasangan hingga bongkar alat.
2. CV. Madani advertising memperhatikan keseimbangan faktor bisnis dan tanggung jawab kualitas.
3. CV. Madani advertising menjadi pilihan utama layanan produksi materi promosi indoor/outdoor dari para pengguna jasa(produsen/brand).
4. CV. Madani advertising Menjadikan sarana promosi yang berkualitas dan efektif pada bidang olah raga.

Misi

1. Membantu Produsend/Brand dalam setiap program marketing *Communication*-nya.
2. Memberikan nilai lebih dalam setiap layanannya.
3. Menjadi Solusi terbaik bagi Produsen/Brand dalam memenuhi semua kebutuhan program marketing communication-nya.

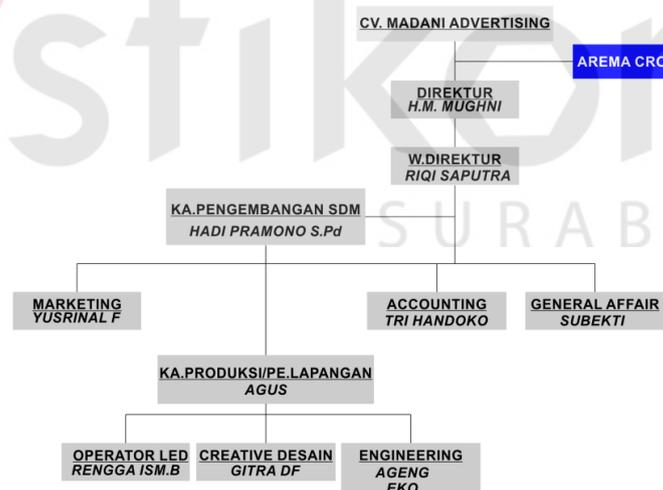
4. Menyediakan sarana promosi yang tepat sasaran di sertain dengan efek visualisasi yang dapat memuaskan konsumen pemasang iklan baik secara nasional maupun internasional.
5. Menjadi partner profesional terpercaya dengan mengedepankan layanan yang prima dan kepuasan pelanggan.

Focus utama

Memberikan warna lebih di dunia olah raga melalui media sarana promosi yang berorientasi pada profit,efektiv dan efisien.

4.3 Struktur organisasi

**STRUKTUR ORGANISASI
CV.MADANI ADVERTISING**



Gambar 4.1 Struktur OrganiSasi

4.4 Alur tata kelola management

Manajemen bisnis adalah proses yang melibatkan kegiatan Pelaporan pengorganisasian, Pengarahan dan Pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, melalui pemanfaatan Sumber Daya Manusia dan Sumber Daya yang lainnya agar tercapai tujuan perusahaan. Divisi bisnis adalah melalui divisi Madani Advertising yang berkantor di Stadion Kepanjen No.70 Kabupaten Malang melakukan 4 Fungsi manajemen yang utama antara lain :

1. Metode Pelaporan (Reporting)

Fungsi yang utama dan yang terpenting, digunakan agar sasaran dan tujuan dapat tercapai. Perlunya perencanaan antara lain untuk:

- a. Untuk mengidentifikasi peluang bisnis di Kabupaten Malang.
- b. Antisipasi atau menghindari masalah yang terjadi.
- c. Untuk mengembangkan langkah-langkah strategi.
- d. Pelaporan kegiatan pekerjaan yang sifatnya rutin dan non rutin.
- e. Penghubung Manajemen antara divisi bisnis adalah dan madani advertising

Hal hal yang di laporkan dalam pelaporan dan yang selalu di sertakan adalah :

- a. Produk Asset, berapa: jenis, jumlah, kualitas.
- b. Dana, berapa: jumlah dan sumber dana.
- c. Karyawan, berapa: jumlah, keahlian karyawan.
- d. Time table kegiatan
- e. Resume kegiatan

- f. Rundown Iklan Per Pertandingan yang sudah di Tanda Tangan Bersama
(Antara Arema Cronus Malang dan Madani Advertising)

2. Pengelolaan Pengorganisasian (Organizing)

Fungsi manajemen yang kegiatannya membagi pekerjaan, mengelompokkan pekerjaan, mendelegasikan wewenang dan mengkoordinasikan aktivitas.

Tujuannya antara lain:

- a. Setiap Karyawan Madani Advertising dapat mengetahui dengan jelas tugas, kewajiban dan tanggung jawab.
- b. Agar terbina hubungan baik antar anggota organisasi dan antar organisasi.

3. Jenis-jenis Pengelolaan Pengorganisasian CV Madani advertising :

- a. Strategis adalah Pengelolaan organisasi yang berhubungan dengan hidup organisasi atau perusahaan, Maju mundurnya organisasi atau perusahaan, Keberadaan organisasi atau perusahaan, Hasil yang akan dicapai organisasi atau perusahaan, dan Jangka waktu yang panjang.
- b. Taktis adalah Pengelolaan Organisasi jangka pendek yang berkenaan dengan kegiatan optimal organisasi atau perusahaan, seperti: membuat anggaran tahunan, Membuat action plan pemeliharaan asset atau membuat pembendaharaan lebih banyak dalam segi produk desain dan animasi.

4. Pengarahan (Actuating)

Merupakan kegiatan untuk mengarahkan agar semua anggota organisasi melaksanakan kegiatannya masing-masing yang telah ditentukan.

Bentuk-bentuk kegiatannya antara lain :

- a. Berkomunikasi dengan semua anggota organisasi.
- b. Memberikan pengarahan dan petunjuk.
- c. Memberikan kepemimpinan.
- d. Memberikan motivasi untuk mendorong para karyawan.
- e. Memberikan nilai tambah pengetahuan (*Upgrade Knowledge*)

5. Pengendalian(Controlling)

Merupakan aktivitas yang menemukan, mengoreksi apakah adanya penyimpangan-penyimpangan dari hasil yang telah dicapai, dibandingkan dengan rencana yang telah ditetapkan. Langkah-langkah pengendalian:

- a. Menetapkan standard (SOP) dan metode Kerja (Jobdesk).
- b. Mengukur prestasi kerja.
- c. Memutuskan apakah kerja sesuai standar.
- d. Mengambil tindakan koreksi.

4.4.1 Ketrampilan-Ketrampilan Manajerial yang akan dikembangkan oleh CV madani advertising.

Ketrampilan- ketrampilan yang dibutuhkan manajer agar dalam mengelola organisasi atau perusahaan agar berjalan efektif antara lain :

1. Ketrampilan Konseptual

Kemampuan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan dan kepentingan organisasi dibawah kantor divisi bisnis arema.

2. Ketrampilan Kemanusiaan

Ketrampilan untuk bekerja dengan orang lain, memahami dan memotivasi mereka.

3. Ketrampilan Administrasi

Ketrampilan untuk menata administrasi organisasi atau perusahaan.

4. Ketrampilan Teknik

ketrampilan untuk menggunakan peralatan mesin teknik dan metode bidang tertentu seperti computer akuntansi dan produk produk lain nya.

4.5 Regulasi pemasangan iklan di CV madani advertising

Prospek pengembangan usaha yang akan melakukan Regulasi yang pasti dan Fix dengan Klub Arema Cronus Malang yang mengikuti Kompetisi Liga Super Indonesia tahun 2015 dengan pertimbangan memiliki Kultur basis suporter terbanyak di Indonesia dan memberikan efek yang besar terhadap bisnis yang berjalan pada saat ini.

Rencana Regulasi Pemasang Iklan dan yang dilakukan dapat dipatuhi secara bersama antara Pihak Arema Cronus Malang, pihak Operator Led perimeter yaitu, Operator Liga Kompetisi Sepakbola Indonesia.

Contoh perhitungan :

1 Jam Sebelum Pertandingan : 60 Menit x 60 Detik = 3600 Detik

3600 Detik : 100 detik = 36 Slot iklan

Harga yang Ditentukan untuk 1 slot di wilayah waktu ini adalah Rp. 2.000.000;-

Jika Harga 1 Slot Pra Pertandingan Rp. 2.000.000 x 36 Slot Tersedia

jadi Total Pendapatan Zona Waktu Prime Time = Rp. 72.000.000

Prime Time 90 Menit : Pada 1 Klub Sepakbola , Untuk SLOT iklan yang ditampung dalam satu pertandingan yaitu 54 Slot Terdiri dari :

1. 2 Slot Iklan PSSI,
2. 2 Slot Iklan PT Liga Indonesia
3. 2 Slot Iklan Pemegang Hak Siar Kompetisi Sepakbola Indonesia.
4. 2 Slot Iklan Klub Arema Cronus Malang
5. 46 Slot Iklan komersil / Target Penjualan

46 Slot x 100 Detik = 4600 Detik

Harga yang Ditentukan untuk 1 slot di wilayah waktu ini adalah Rp. 13.000.000;-

Jika Harga 1 Slot Prime Time Rp. 13.000.000 x 46 Slot Tersedia jadi

Total Pendapatan Zona Waktu Prime Time = Rp. 598.000.000

15 Menit Jeda Pertandingan (Waktu Istirahat) : 15 Menit x 60 Detik = 900 Detik

900 Detik : 100 detik = 9 Slot iklan

Harga yang Ditentukan untuk 1 slot di wilayah waktu ini adalah Rp. 3.500.000;-

Jika Harga 1 Slot Jeda Pertandingan Rp. 3.500.000 x 9 Slot Tersedia

jadi Total Pendapatan Zona Waktu Prime Time = Rp. 31.500.000

Jika di totalkan dalam satu pertandingan Pendapatan yang diharapkan jika kuota

Iklan nya penuh maka Rp. **701.500.000** ;- Hal tersebut diatas harus disepakati

bersama agar penerimaan hasil Bisnis dari Led Perimeter dapat diklasifikasikan.

mendapatkan Regulasi Penetapan Harga antar beberapa phak yang terkait

sehingga tidak terdapat adanya persepsi negative dan terdapat banyaknya

kecurigaan antara beberapa pihak.

BAB V

IMPLEMENTASI KARYA

5.1 Desain Web



Gambar 5.1 Desain Website

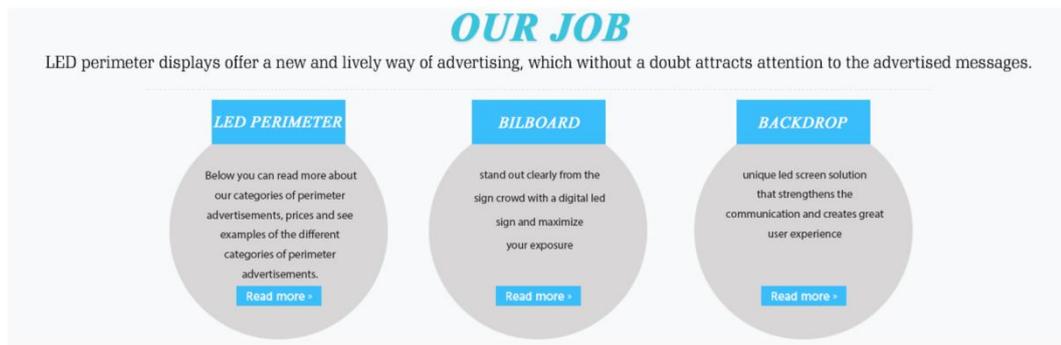
Desain website diatas merupakan desain yang telah di approve menggunakan gaya yang elegan dan simpel. Menggunakan konsep desain yang simple tujuannya agar mudah dipahami dan mudah diakses oleh customer.

Mayoritas berwarna putih agar tercipta kesatuan pada konsep desain website. Warna biru diambil sebagai lambang kedinamisan, kenyamanan serta kerja sama yang baik. Elemen dasar yang digunakan adalah kotak-kotak, dikarenakan kotak memiliki bentuk yang simetris sehingga dapat disusun dan menimbulkan kesan dinamis. Model dari tampilan website ini dibuat portrait bertujuan untuk mempermudah customer saat membuka website ini agar tidak memerlukan waktu lama.



Gambar 5.2 Desain Tampilan home

Tampilan home ini terdapat slide show yang berisikan foto-foto dari madani advertising serta menampilkan beberapa pertandingan yang pernah di support oleh perusahaan ini. Untuk tampilan awal tetap menggunakan dominan warna biru agar terkesan lebih fresh.



Gambar 5.3 Desain tampilan our job

Tampilan website menu our job ini berisikan tentang jasa apa saja yang di sediakan oleh madani advertising. Selain penyedia jasa led perimeter untuk di lapangan bola alat ini juga bisa di gunakan untuk backdrop event atau billboard iklan. Dan di dalam menu ini juga di jelaskan beberpa informasi tentang tiap-tiap dari prodak madani advertising agar para customer yang membaca dapat lebih paham fungsi dari alat ini.



Gambar 5.4 desain tampilan Recent Projecth

Pada tampilan ini menjelaskan tentang pertandingan apa saja yang pernah di support oleh madanni advertising sebagai tujuan untuk meyakinkan para pengiklan ataupun para customer yang akan meyewa alat ini.



Gambar 5.5 Desain Tampilan Media Patner

Pada tampilan media patner ini menjelaskan tentang hak siar dari setiap pertandingan yang di tayangkan, sebagi daya tarik untuk para customer karena ketiga media ini salah satu yang tersohor di Indonesia. namun yang perlu di perhatikan oleh para cutomer untuk siaran yang live maupun tidak live keputusan yang keluar dari pihak panpel.



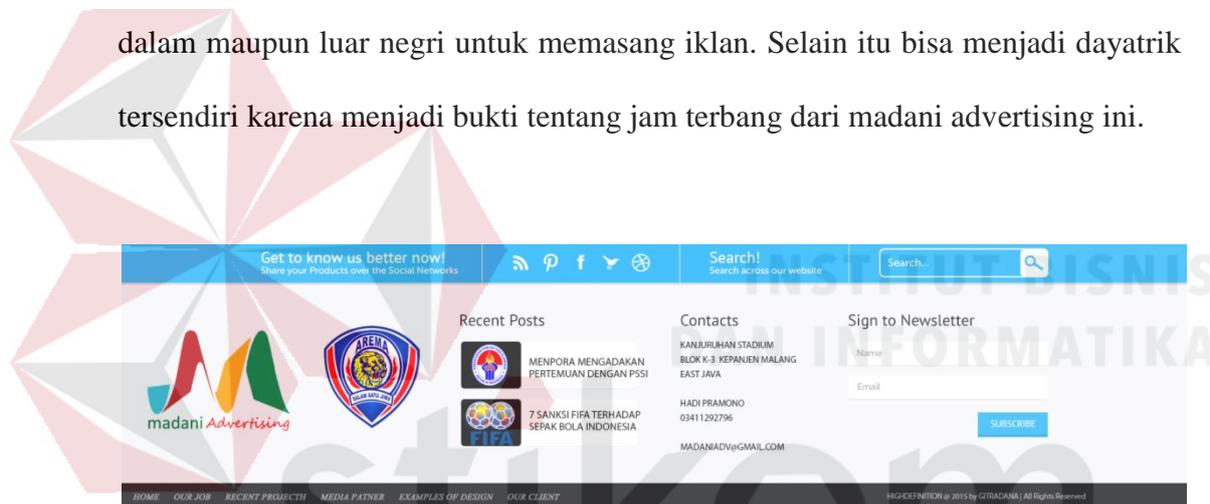
Gambar 5.6 Desain Tampilan Example Of Design

Pada tampilan ini menjelaskan kepada setiap customer tentang visualisasi yang di gunakan di led perimeter, di sini juga menjelaskan tentang animasi-animasi yang pernah di buat oleh tim creative madani advertising, yang mana bisa menjadi dayatrik pada para pengiklan untuk memasang prodak nya di led periemeter ini.



Gambar 5.7 Desain Tampilan Our Client

Pada halaman ini menjelaskan mitra siapa saja yang pernah bekerja sama dengan madani advertising, bertujuan untuk lebih meyakinkan para pengiklan dari dalam maupun luar negeri untuk memasang iklan. Selain itu bisa menjadi dayatrik tersendiri karena menjadi bukti tentang jam terbang dari madani advertising ini.



Gambar 5.8 Desain Tampilan Last News

Pada tampilan ini selain menjelaskan tentang informasi kontak person dari madani advertising juga menjelaskan tentang berita berita terkait perkembangan sepak bola di Indonesia. Selain berita tentang bola pada halaman ini juga memberikan informasi tentang berita olah raga dari luar maupun dari dalam negeri.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari Perancangan website CV. Madani Advertising sebagai portal media led perimeter di Indonesia.

1. Berdasarkan hasil implementasi, perancangan website yang dibuat menggunakan software Adobe Photoshop CS6
2. Teknik perancangan konsep brainstorming, pembuatan sketsa dan aplikasi sketsa dalam digital. Ketiga teknik tersebut berguna untuk menemukan konsep yang sesuai dan hasil yang maksimal sehingga tampilan website tersebut dapat mempermudah customer dalam mengenali produk-produk CV.Madani Advertsing.

6.2 Saran

Berdasarkan penjelasan perancangan yang telah diuraikan sebelumnya, maka disarankan bahwa untuk pengembangan desain website ini masih mungkin untuk dikembangkan dengan memberikan aksen tambahan unsur-unsur atau menjelaskan dampak positif dari pemasangan iklan di led perimeter. Bertujuan untuk lebih meyakinkan kepada para customer untuk berani pasang iklan, di karenak alat ini pertama di Indonesia. Dan di harapkan website ini sebagai sarana penunjang promosi yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Suyanto. 2004. *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia*. Yogyakarta: Andi.

Wong, Wucius. 1989. *Beberapa Asas Merancang Trimatra*. Bandung: ITB.

Hendratman, Hendi. 2008. *Tips n Trix Computer Graphics Design!*. Informatika Bandung.

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Yogyakarta: Andi.

Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Penerbit Bandung: Andi.

WEBSITE

[Suterimah-suterimah.blogspot.com](http://suterimah-suterimah.blogspot.com) diakses 3 mei 2015

Mengenal-website.blogspot.com diakses 12 mei 2015

<http://www.anneahira.com/pengertian-website.htm> diakses 17 mei 2015

<http://raghibnuruddin217.blogspot.com/2013/01/pengertian-definisi-web.html>
diakses 2 mei 2015

<http://forteki.pun.bz/pengertian-website.xhtml> diakses 26 mei 2015