

DESAIN WEB SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK KUE PADA UMKM “KISS” MENGGUNAKAN METODE AIDA+S

Setiyo Prihatmoko¹, Sumaryanto², Kartika Ensevasari³

¹Program Studi Desain Grafis Universitas Sains dan Teknologi Komputer

Email : setiyo@stekom.ac.id

²Program Studi Sistem Komputer Universitas Sains dan Teknologi Komputer

³Program Studi Desain Grafis Universitas Sains dan Teknologi Komputer

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 September 2022

Received in revised form 20 September 2022

Accepted 3 Oktober 2022

Available online 5 Oktober 2022

ABSTRACT

KISS Semarang is an MSME located in Mangunharjo, established in 2010. “KISS” Semarang MSME has done media promotions by distributing brochures. However, it is not optimal in its promotional media. The author is interested in making promotional media by making a web design in the form of a catalog in order to attract product purchasing power and make it more efficient in its promotional media.

Web design design refers to research that uses the AIDA+S analysis method: Attention, Interest, Desire, Action and Satisfaction. In this study, the authors set KISS Semarang as the research subject, the data obtained for research purposes using techniques such as interviews, observations, questionnaires and literature studies. Research and development methods (Research and Development) are research methods used to produce certain products, and test the effectiveness of these products. Research and development in industry is the spearhead of an industry in producing new products needed by the market. Almost 4% of the costs used for research and development, even for the pharmaceutical and computer industry is more than 4%. The results showed that in the field trial, the web design was included in the good category and was able to promote products. After the validation test and web revision have been carried out from the previous media, the web design is feasible to use and publish.

Keywords: Web Design, Promotional Media, AIDA+S . Method

PENDAHULUAN

Produk Kue merupakan makanan ringan yang sekarang menjadi trending topik di kalangan masyarakat. Banyak para artis-artis yang beralih profesi menjadi pengusaha kue, di karenakan dapat memberikan peluang bisnis yang menguntungkan, terutama pada pengusaha serta umkm yang berada di Indonesia saat ini. Seperti *trend* yang terjadi saat ini, banyak orang yang berlomba-lomba untuk membuka bisnis seperti kue. Akan tetapi dalam membuka bisnis seperti ini maka diperlukan inovasi-inovasi yang dapat membuat para konsumen tertarik dengan produk yang dihasilkan dan karakteristik produk sehingga memiliki ciri khas tersendiri dalam bersaing merebutkan pelanggan secara sehat, Promosi misalnya dengan karakteristik yang di punya, pelayanan yang baik dan ramah serta keunikan rasa maka kue tersebut akan menjadi istimewa di mata pelanggan.

Oleh karena itu dengan melakukan kegiatan promosi sangat berdampak positif untuk mengenalkan berbagai jenis produk yang dimiliki. Maka promosi pun dibagi dalam beraneka macam, macam-macam bentuk promosi meliputi : Publisitas (*Publicity*), Penjualan Personal (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) dan Periklanan (*Advertising*). Periklanan adalah bentuk penyajian barang atau jasa yang dibuat semenarik mungkin untuk merangsang minat beli pelanggan menggunakan media cetak maupun elektronik, kebanyakan di era modern ini periklanan dengan media elektronik lebih efisien dan inovatif. Misalnya adalah desain web dengan metode AIDA+S, metode AIDA+S merupakan singkatan dari *attention (perhatian)*, *interest (tertarik)*, *desire (keinginan)*, *action (tindakan)* dan *satisfaction (kepuasan)*. AIDA+S merupakan salah satu konsep strategi pemasaran yang bisa diimplementasikan dalam dunia bisnis yang bertujuan untuk memberi kepuasan pada konsumen dan memberi keuntungan pada perusahaan. Sedangkan desain web adalah seni dan proses dalam menciptakan halaman web tunggal atau keseluruhan dan bisa melibatkan estetika dan seluk-beluk mekanis dari suatu operasi situs web walaupun yang utama memusatkan pada *look* dan *feel* dari situs web tersebut.

Sebagian dari aspek yang mungkin tercakup pada desain web atau produksi web adalah menciptakan animasi dan grafik, pemilihan warna, pemilihan font, desain navigasi, menciptakan isi, *HTML/XML* authoring, *JavaScript* programming dan pengembangan e-commerce. Desain web adalah suatu format penerbitan elektronik.

Mood adalah dasar dari sebuah desain untuk memberikan pesan kepada pengunjung mengenai perasaan dari situs tersebut. Tampilan situs bisa membawa ke masa lalu, masa kini, atau masa mendatang. Juga bisa membawa rasa sedih, gembira atau ceria dan lain-lain. Beberapa elemen dalam situs yang mengekspresikan *mood* ditampilkan melalui warna, teks, layout, gambar atau grafis dan efek-efek pendukung lainnya (Suyanto, Asep Herman, 2007).

Oleh sebab itu banyak para pengusaha, pembisnis atau UMKM menggunakan desain web sebagai media promosi untuk produknya karena lebih efisien untuk melakukan kegiatan promosi serta memudahkan konsumen.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia seperti UMKM “KISS” Semarang yang memproduksi kue kering, catering dan snack ringan. Berdiri sejak tahun 2010, awal berdirinya usaha ini adalah coba-coba karena si pemilik “KISS” yang mempunyai hobby membuat kue dan resepnya pun pertama kali adalah membaca buku resep kue kering di salah satu majalah terkemuka di Indonesia.

Berawal dari coba-coba pemilik membuat beberapa kue yang dipasarkan dengan modal awal Rp.4.000.000 untuk keperluan membeli peralatan kue kering dan berbagai macam bahan yang distock dirumah untuk keperluan pembuatan kue tersebut dengan uang pribadi dari pemilik “KISS” Semarang tujuan untuk membuka bisnis kue kering dan catering ini untuk meningkatkan pendapatan keluarga dan masa depan. Bahan-bahan yang di stock dirumah pun tidak banyak hanya beberapa seperti margarin, terigu, gula halus, kacang, minyak goreng, maizena, pasta dan choco chip.

Dari penjualan kue kering tersebut pemilik dapat mendapat keuntungan dari penjualan kue kering yang bisa digunakan untuk keperluan kehidupan sehari-hari dan membiayai pendidikan anak-anaknya. Disini “KISS” Semarang tidak hanya membuat kue kering namun berkembang dengan mengembangkan di bisnis catering juga, seperti nasi kotak dan snack ringan.

Cakupan pemasaran dari produk “KISS” Semarang pun masih sempit dan masih menggunakan brosur yang tidak efisien bagi promosi produk tersebut dikarenakan brosur merupakan cara promosi tradisional yang banyak dilakukan dan diterima oleh masyarakat. Hanya saja metode promosi yang hanya satu arah ini tidak bisa direspon langsung oleh calon konsumen karena hanya dapat berbentuk tulisan dan gambar untuk merepresentasikan berita produk, di samping itu media cetak kurang efektif untuk menargetkan audiens global karena hanya dikenal disekitar lingkungan terdekat saja. Kemudian meskipun brosur memiliki daya tahan yang cukup lama, ternyata beberapa brosur informasi memiliki sifat yang sering berubah. Inilah yang menyebabkan brosur harus terus diperbaharui dan menarik brosur lama agar masyarakat atau calon konsumen dapat meng-update informasi yang pada brosur maka brosur itu akan dibuang dan akan membuat biaya pengeluaran yang sangat tidak efisien. Dilihat dari tabel dibawah ini, maka promosi yang sudah dijalankan masih kurang efektif. Dari data penjualan “KISS” Semarang penulis membuat tabel penjualan dari tahun 2015-2017 dengan sistem promosi menyebarkan brosur kertas dan foto melalui whatsapp.

Tabel 1.1 Penjualan UMKM “KISS” Semarang

| Tahun | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Omset | Rp. 135.600.000 | Rp. 144.000.000 | Rp. 130.800.000 |

Dari cakupan pemasaran yang masih sempit dan permasalahan dalam media promosi yang menggunakan selebaran kertas di UMKM “KISS” Semarang maka penulis membuat gagasan untuk membuat desain web sebagai media promosi produk pada UMKM “KISS” Semarang menggunakan metode AIDA+S sebagai media pelengkap. Dengan menonjolkan konten-konten penting yang bisa menarik minat pelanggan seperti, warna, teks, layout, gambar/grafis dan efek-efek pendukung lainnya. Sehingga dapat menarik minat pelanggan dengan cara melihat desain-desain yang disajikan di dalam desain web pada UMKM “KISS” Semarang.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka perumusan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara membuat media bantu desain *web* yang valid sebagai media promosi pelengkap yang ada?
2. Bagaimana membuat desain *web* yang menarik dan informatif untuk meningkatkan penjualan?

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Desain Web

Web desain adalah sebuah ilmu yang kompleks dalam hal merencanakan dan memproduksi situs web termasuk didalamnya *technical development*, struktur informasi didalam jaringan internet. Selain web desainer, profesi yang berhubungan dengan pembangunan suatu situs web adalah :

2. Web Programmer

Seorang web programmer adalah orang yang ahli dalam bidang pemrograman khususnya pemrograman web seperti ASP, PHP, MySQL, JavaScript dan Applet. Web programmer dibutuhkan apabila situs web yang dibangun membutuhkan fasilitas-fasilitas interaktif antara pengguna dan situs web itu sendiri seperti proses transaksi, input-output data dan database.

3. Web Administrator

Web administrator adalah orang yang bertugas untuk memelihara situs web khususnya pada server. Web administrator harus memahami secara mendalam tentang sistem operasi yang digunakan pada server, proses penginstalan, memahami jaringan LAN, WAN, keamanan data server, dan yang terpenting dia juga harus dapat mengatasi masalah *Troubleshooting*.

4. Web Master

Seorang web master adalah orang yang menguasai semua bidang-bidang diatas namun tidak perlu harus menguasai secara mendetail. Web master bertanggung jawab atas jalannya situs web pada internet dan memastikan tidak ada kendala apapun pada situs web.

a. Fungsi Situs Web

Secara umum situs web mempunyai fungsi sebagai berikut (suyanto, 2007) :

1) Fungsi Komunikasi

Situs web yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs web dinamis. Karena dibuat menggunakan pemrograman web (*server side*) maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *web mail*, *form contact*, *chatting*, *forum* dan yang lainnya.

2) Fungsi Informasi

Situs web yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya karena tujuan situs tersebut adalah penyampaian isinya. Situs ini sebaiknya berisi teks dan grafis yang dapat didownload dengan cepat.

3) Fungsi Entertainment

Situs web juga memiliki fungsi entertainment atau hiburan. Bila situs web berfungsi sebagai sarana hiburan maka penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi desainnya, meski tetap harus mempertimbangkan kecepatan downloadnya.

4) Fungsi Transaksi

Situs web dapat dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs web ini menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik.

5. Prinsip-prinsip Web Desain

Ada 9 prinsip web desain :

a) Situs web dibuat untuk pengguna

Dalam proses perancangan web, seorang web desainer harus memfokuskan desainnya pada kepentingan pengguna. Hal ini juga berarti, web desainer harus menganggap pengguna adalah seorang yang awam terhadap segala aspek yang ada pada situs web. Apa yang diinginkan oleh desainer belum tentu menjadi apa yang diinginkan pengguna. Web desainer juga harus mempertimbangkan karakter pengguna yang berbeda satu sama lain. Pengguna yang mengunjungi situs web berasal dari latar belakang, kebudayaan, pendidikan dan kepentingan yang berbeda-beda maka desain web yang dibuat setidaknya harus mewakili selera sebagian besar pengguna.

b) Utility dan Usability

Utility adalah kegunaan atau fungsionalitas suatu web, sedangkan *Usability* adalah sifat situs web yang mendukung kemampuan pengguna dalam memanipulasi situs web sehingga pengguna memperoleh apa yang diperlukannya. Beberapa ciri dari *usability* antara lain : dapat dipelajari dengan mudah, penggunaannya efisien, kesalahannya minimal, mudah

diingat oleh pengguna, membuat pengguna menjadi puas. Situs web yang dibuat harus menggabungkan kedua aspek ini untuk mencapai tujuan dari pembuatan situs web.

c) *Correctness*

Correctness maksudnya tidak ada kesalahan dalam penulisan *script* situs web, antara lain :

- a. Dalam penulisan *script* HTML tidak ada kesalahan.
- b. Gambar-gambar yang ditampilkan sesuai yang diharapkan.
- c. Elemen-elemen yang interaktif (JavaScript, CGI, dan lain-lain) dapat berfungsi dengan benar.
- d. Tidak ada kesalahan dalam sistem navigasi (link yang kosong atau *broken link*).
- e. Batasan media internet dan web

d) *Browser*

Membuat situs web yang bisa dipakai setiap *browser*. Untuk itu web desainer harus menggunakan fitur-fitur pendukung yang bisa dijalankan di semua atau sebagian besar *browser*. Sebaiknya web desainer tidak menggunakan fitur-fitur yang hanya mendukung satu browser saja (misalnya, Active X untuk browser IE).

Membuat situs web dengan memperhatikan pilihan setting browser para pengguna, sehingga halaman tersebut dapat ditampilkan dengan maksimal. Sebuah situs web yang sering memakai JavaScript. Untuk itu dapat diusahakan dengan tidak memakai fitur-fitur yang mungkin “bermasalah” kalau pemakainya tidak memberikan keuntungan pada halaman web tersebut, atau paling tidak diberikan pesan *warning* kepada pengguna untuk kebutuhan setting pada fitur-fitur yang ada. Misalnya “*JavaScript Needed*” (Untuk kebutuhan JavaScript pada situs web) atau “*Better viewed on 1024 X 768 resolution*” (anjuran kepada pengguna untuk membuka situs web dengan resolusi layar tersebut).

Sedapat mungkin buatlah situs web dengan teknologi yang paling *compatible* dan dapat di-load oleh sebagian besar *browser* sehingga bisa diterima oleh banyak pengguna. Oleh sebab itu, hindari pemakaian teknologi yang terlalu tua (kuno) yang sudah banyak ditinggalkan orang atau teknologi yang terlalu baru atau canggih yang belum banyak dikenal orang.

e) *Bandwidth*

Besar *bandwidth* merupakan kendala yang paling sering dijumpai. Untuk menghasilkan sebuah situs web yang menarik namun tetap cepat di-load maka ini berpengaruh juga terhadap besarnya file total situs web yang akan dibuat, juga termasuk gambar-gambar yang digunakan. Untuk situs web yang baik, web desainer harus mengusahakan loading halaman web tidak lebih dari 8 detik dan ukuran file setiap halaman HTML beserta image-imagenya tidak lebih dari 65 Kb, agar pengguna yang mengunjungi situs web tersebut tidak menjadi jenuh dan pindah ke situs web lain. Untuk itu hal-hal yang harus diperhatikan adalah :

Membuat halaman yang dapat di-load browser dengan cepat. Hindari pemakaian atau buanglah tag-tag HTML yang tidak diperlukan atau yang kosong. Untuk tag-tag HTML dengan format tertentu yang harus diulang-ulang di setiap penulisan halaman, sebaiknya tag itu digantikan dengan pemakaian CSS (*Cascading Style Sheets*).

Beberapa tag-tag HTML (khususnya image dan table), ada atribut yang akan membantu browser untuk menampilkan halaman walaupun belum seluruh halaman di-load secara lengkap dari *web server* (browser dapat menggunakan *incremental rendering*).

Menggunakan format citra yang efisien. Untuk itu, dalam pembuatan situs web, format yang menggunakan kompresi yang cukup bagus, seperti GIF, PNG atau JPEG.

6. Situs web harus memperhatikan aspek *GUI (Graphical User Interface)*

Dalam proses perancangan situs web, web desainer harus menggunakan prinsip-prinsip yang telah dikenal oleh sebagian besar pengguna. Contohnya sebagai berikut : sebuah image yang menghubungkan ke halaman depan sebaiknya adalah image yang menyerupai bentuk rumah, karena bentuk rumah itu telah dikenal oleh pengguna sebagai rumah tempat dimana ia pulang atau kembali. Bila image tersebut menyerupai bentuk mobil, tentu pengguna akan menjadi bingung apa maksud dari image tersebut, bisa saja pengguna menganggap bahwa image tersebut adalah link menuju halaman penjualan mobil. Contoh lain adalah penggunaan warna pada text. Warna merah biasanya digunakan untuk menekankan arti suatu informasi atau peringatan akan suatu hal penting. Jadi informasi yang bersifat biasa dan bukan peringatan sebaiknya tidak menggunakan warna merah.

Situs web yang baik harus mudah dipahami pada saat pertama kali pengguna mengunjungi situs web tersebut karena pada saat itulah yang menentukan apakah pengguna akan mengunjungi situs web itu lagi.

f) Struktur Link dan Navigasi

Situs web yang baik memiliki sistem navigasi yang jelas.

Dalam proses perancangan situs web, web desainer harus membuat navigasi yang jelas bagi pengguna sehingga pengguna tidak tersesat karena link yang disediakan tidak atau kurang jelas. Pengguna harus dapat menjelajahi semua halaman dengan mudah. Pengguna harus mendapatkan informasi tentang halaman yang sedang dikunjungi dan sudah dikunjungi. Perlu juga diperhatikan kecepatan pengguna dalam mendapatkan informasi yang diinginkan, misalnya dengan cara mengatur link sedemikian rupa sehingga pengguna mendapatkan informasi kurang dari 5 kali melakukan klik. Hal ini sangat penting artinya untuk kepuasan dan kenyamanan pengguna terhadap situs web.

Pengguna struktur yang tepat dalam navigasi.

Dalam proses perancangan situs web, web desainer harus menggunakan struktur link yang tepat sesuai dengan jenis informasi yang ingin ditampilkan. Hal ini penting karena jenis informasi sangat menentukan cara atau bagaimana pengguna mendapatkan informasi tersebut. Sebagai contoh, sebuah informasi tutorial yang harus disampaikan tahap demi tahap lebih cocok menggunakan struktur linier karena pengguna harus memahami informasi tersebut dari halaman satu ke halaman lainnya tanpa ada pilihan link menuju ke lebih dari satu halaman.

Beberapa tips yang dapat digunakan untuk membuat struktur link dan navigasi yang baik adalah :

- a) Usahakan agar navigasi yang digunakan dalam perancangan situs web tetap konsisten.
- b) Sebelum membangun situs web sebaiknya membuat *flowchart* dari struktur link dan navigasi.
- c) Mempertimbangkan prioritas dan jenis isi situs web dengan menempatkan isi yang lebih penting pada halaman-halaman pertama dalam struktur link dan navigasi.

7. Alat bantu

a) *Site Map*

Web desainer dapat menggunakan *site map* untuk mempermudah pengguna dalam memahami tentang isi dan halaman pada situs web. Selain itu dengan adanya *site map*, dapat mempermudah pengembangan situs web seperti web programmer, web administrator dan web desainer.

b) *Search Engine*

Apabila jumlah halaman web mencapai lebih dari 100 halaman, sebaiknya dibuat sebuah *search engine*. *Search engine* akan mempermudah pengguna dalam mencari informasi yang diinginkan sehingga pengguna cukup mengetikkan kata kunci untuk informasi yang diinginkan dan informasi dapat segera ditampilkan. Tentu saja hal ini mendukung kenyamanan pengguna situs web.

c. *Site Index*

Selain *search engine*, *site index* juga memiliki fungsi yang sama, yaitu untuk membantu pengguna dalam mencari informasi yang diinginkan. Dengan *site index* seorang pengguna dapat mengetahui apa saja informasi yang terkandung dalam seluruh situs web pada halaman depan.

d) *Help Sistem*

Bila pengguna adalah orang yang awam terhadap situs web yang dibuat, biasanya pengguna akan merasa kesulitan dalam menelusuri dan mencari informasi yang diinginkan. Maka tugas web desainer untuk membuat suatu layanan *Help Sistem* yang dapat menjelaskan tentang hal-hal yang bersifat tutorial bagi pengguna, misalnya membuat sebuah halaman khusus yang berisi informasi tentang penggunaan fasilitas e-mail, forum, cara mengakses, cara mendapatkan password dan lain sebagainya.

8. Tampilan Visual

Tampilan visual sangat mempengaruhi persepsi awal pengguna mengenai suatu situs web. Sebaiknya tampilan visual situs web disesuaikan dengan tema situs web itu sendiri. Tema disini maksudnya adalah gagasan-gagasan yang timbul dari perpaduan anantara jenis isi situs web dan tujuan dari dibuatnya situs web tersebut.

Untuk membuat situs web yang menarik tidak selalu harus dengan warna-warna cerah atau desain yang meniru situs web-situs web lain yang populer, yang terpenting adalah bagaimana tampilan visual situs web dapat memberikan kesan tersendiri bagi pengguna atau secara singkat desain yang dibuat memiliki keunikan tersendiri. Selain keunikan tentunya juga harus dapat menarik bagi sebagian besar pengguna. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan tampilan visual yang menarik adalah sebagai berikut :

- a. Sebelum memulai proses perancangan tampilan visual, sebaiknya web desainer memahami tujuan pembuatan situs web tersebut dan mengolah imajinasinya agar tampilan visual ini dapat mendukung dan mengkomunikasikan tema dari situs web.
- b. Web desainer harus selektif dalam memilih image-image yang ingin ditampilkan sehingga memiliki keunikan tersendiri dan klien tidak berpikir bahwa situs webnya mirip atau mengambil desain situs web lain.
- c. Web desainer harus tetap menjaga aspek kesederhanaan untuk menjaga kepuasan pengguna yang mengunjungi situs web tersebut.
- d. Kombinasi tampilan, isi, teknologi, kegunaan dan tujuan
- e. Prinsip ini pada dasarnya adalah gabungan dari semua prinsip di atas karena sebuah situs web yang baik harus dapat menggabungkan semua prinsip tersebut menjadi satu kesatuan yang mendukung tujuan pembuatan situs web tersebut.

Prinsip utama sebuah desain adalah kualitas atau karakteristik bawaan dalam berbagai bentuk seni, seperti keseimbangan, kontras, konsistensi, ruang kosong dan lain sebagainya. Dengan

menggunakan prinsip-prinsip tersebut situs web diharapkan dapat memiliki desain yang baik dan efektif sehingga yang mudah dibaca dan cepat dimengerti (suyanto, 2007).

1. Keseimbangan

Keseimbangan adalah aturan dari kekontrasan visual. Ketika menyusun elemen-elemen dalam suatu halaman situs maka yang harus dipertimbangkan adalah bobot visual dari setiap elemen.

Ada tiga jenis keseimbangan, yaitu :

- a. Keseimbangan Simetris (Formal).
- b. Keseimbangan Asimetris (Informal).
- c. Keseimbangan Radial.

2. Kontras

Kontras mudah dipahami yaitu dengan melihat dari dua objek yang berlainan sehingga tampilan desain berkesan menonjol dan menarik perhatian.

3. Konsistensi

Konsistensi dapat diterapkan pada margin, layout, huruf, warna, dan terutama navigasi.

Penggunaan grafik yang konsisten bisa mempercepat penampilan halaman yang lain karena ketika browser menampilkan grafik, browser akan menyimpan sementara (*cache*) informasi grafik tersebut pada harddisk

4. Ruang Kosong

Ruang kosong atau *whitespace* biasanya disebut dengan ruang negatif, suatu istilah yang menggambarkan suatu ruangan terbuka di antara elemen-elemen desain. Ruang kosong memisahkan atau menyatukan elemen-elemen layout, menegaskan sebuah elemen atau sebagai tempat istirahat bagi mata. Ruang kosong bisa ditemukan di antara kata, paragraf, huruf dari teks. Gunakanlah ruang kosong untuk :

- a. Tempat istirahat mata pembaca.
- b. Menghubungkan antar elemen-elemen dalam sebuah layout (mendekatkan untuk memberi kesan berhubungan).
- c. Memberikan nuansa 3 dimensi.
- d. Menegaskan sebuah elemen.
- e. Mempermudah pemahaman layout.
- f. Membuat halaman tampak dinamis.
- g. Mempermudah pembacaan teks.

6. Metode AIDA+S

Pengertian AIDA+S

AIDA+S merupakan singkatan dari *attention* (perhatian), *interest* (tertarik), *desire* (keinginan), *action* (tindakan) dan *satisfaction* (kepuasan). AIDA+S merupakan salah satu konsep strategi pemasaran yang bisa diimplementasikan dalam dunia bisnis yang bertujuan untuk memberi kepuasan pada konsumen dan memberi keuntungan pada perusahaan. Konsep ini berlaku untuk setiap kegiatan bisnis yang dapat menarik hati konsumen. Konsep AIDA+S terdiri dari lima komponen yaitu sebagai berikut (Khani, 2009) :

a. *Attention*

Pertama kali konsumen dihubungi atau ditawarkan oleh perusahaan tertentu sehingga muncul perhatian (*attention*) pada diri konsumen (Galaksi, 2009:1). Pada tahap perhatian (*attention*) perusahaan berusaha agar calon konsumen memperhatikan penawaran yang dilakukannya. Untuk mendapatkan perhatian dari calon konsumen wirausaha harus memperlihatkan sikap yang baik, tutur kata dan cara berpakaian yang menarik yang akan memberikan penilaian yang positif dari calon konsumen yang akan berpengaruh terhadap terjadinya jual beli. Namun, Khani menyebut A dalam konsep AIDA+S sebagai *aware*. Menurut Khani (2009:1) langkah pertama dalam

strategi pemasaran adalah konsumen harus menyadari atau tahu *aware* akan keberadaan sebuah produk.

b. ***Interest***

Interest adalah timbulnya minat konsumen terhadap barang yang sudah dia perhatikan (Galaksi, 2009:1). Sejalan dengan pendapat Galaksi, Khani juga berpendapat yang sama tentang *interest*(2009:1), yaitu setelah mengetahui segala sesuatu produk itu akan timbul rasa tertarik (*interest*) pada diri konsumen. Pada tahap ini perusahaan berusaha meningkatkan perhatian calon konsumen menjadi minat dengan cara meningkatkan perhatian calon konsumen menjadi minat dengan cara menciptakan suasana yang menyenangkan, mendengarkan dan memahami kebutuhan konsumen.

c. ***Desire***

Menurut Khani (2009:1) adanya ketertarikan tersebut akan menimbulkan hasrat, keinginan (*desire*) konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Pada tahap ini perusahaan harus dapat menyakinkan calon konsumen dengan menjelaskan keuntungan yang akan didapat calon konsumen apabila membeli produk tersebut. Hal-hal yang mempengaruhi keinginan membeli dari calon konsumen adalah faktor pendapatan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin dan lain-lain.

d. ***Action***

Pada tahap tindakan (*action*) perusahaan harus dapat mewujudkan kebutuhan dan harapan konsumen dan memberikan keyakinan bahwa barang, jasa dan ide yang dibeli merupakan langkah yang tepat yang dapat memberikan keuntungan bagi konsumen.

e. ***Satisfication***

Pada tahap ini kepuasan (*satisfaction*) perusahaan harus dapat memastikan bahwa kualitas barang, jasa dan ide yang dibeli sesuai dengan harapan konsumen.

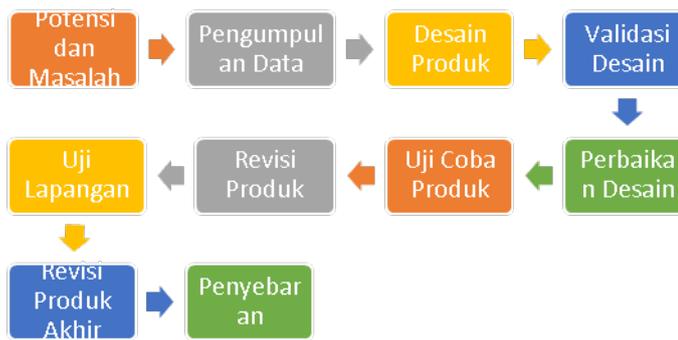
Jadi proses AIDA+S bisa digambarkan sebagai proses pengenalan produk penciptaan ketertarikan terhadap produk mengakhibatkan timbulnya hasrat untuk membeli produk dan akhirnya pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut. Dan akhiran dalam kata AIDA+S adalah strategi, strategi yang digunakan didalam metode AIDA adalah strategi diferensiasi. Strategi diferensiasi adalah tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing (Kotler, 1997). Strategi diferensiasi merupakan pendekatan kompetitif menarik ketika preferensi terlalu beragam untuk sepenuhnya puas dengan produk standar atau ketika kebutuhan pembeli terlalu beragam untuk sepenuhnya puas dengan penjual dengan kemampuan identik (Thompson dan Strickland, 1998).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut.

Penelitian dan pengembangan (*Research and Development*) pada industri merupakan ujung tombak dari suatu industri dalam menghasilkan produk-produk baru yang dibutuhkan oleh pasar. Hampir 4% biaya yang digunakan untuk penelitian dan pengembangan, bahkan untuk industri farmasi dan komputer lebih dari 4% (Borg & Gall, 1989).

Menurut Borg dan Gall (1989) ada langkah pelaksanaan strategi penelitian dan pengembangan yang dilakukan untuk menghasilkan produk tertentu untuk menguji keefektifan produk yang dimaksud. Adapun langkah-langkah penelitian dan pengembangan adalah:



HASIL PENGEMBANGAN

Berdasarkan dari penelitian awal yang peneliti lakukan terhadap UMKM “KISS” Semarang yang mengidentifikasi tentang beberapa masalah diantaranya yaitu media promosi yang masih menggunakan selebaran brosur yang kurang efisien dalam menyampaikan informasi karena belum adanya media bantu seperti desain web.

Kemudian peneliti melakukan perencanaan untuk melakukan langkah penelitian terhadap UMKM “KISS” Semarang dengan metode AIDA+S sehingga dengan digunakan metode ini mampu menyampaikan informasi lebih efisien dan informatif. Berikut hasil perancangan desain web sebagai media promosi pada UMKM “KISS” Semarang menggunakan metode AIDA+S.



Gambar 1.1 Implementasi *Preload Web*



Gambar 1.2 Implementasi Halaman Utama Web

DESAIN WEB SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK PADA UMKM “KISS” MENGGUNAKAN METODE AIDA+S (Setiyo Prihatmoko)



Gambar 1.3 Implementasi Menu Bantuan Web



Gambar 1.4 Implementasi Menu About Us



Gambar 1.5 Implementasi Halaman Contact Us



Gambar 1.6 Implementasi Halaman How To Order



Gambar 1.7 Implementasi Halaman *Testimonial Customers*

Untuk mengumpulkan data penilaian dalam uji coba, peneliti mengambil data sampel responden 10 orang yang terdiri karyawan, customer dan orang disekitar, 1 orang penguji dari owner dan 1 orang penguji validasi ahli media

Hasil dari uji validasi internal adalah uji validasi yang dilakukan oleh pihak internal, dengan mengajukan 10 indikator pertanyaan yang berkaitan dengan aspek informasi penggunaan dan desain. Berdasarkan dari uji validasi, pakar ahli memberika skor 2 pada 4 pertanyaan dan skor 3 untuk 6 pertanyaan, jadi jumlah skor total adalah 26 banding skor ideal 40.

Dari hasil pengujian melalui angket yang berjumlah 10 pertanyaan, nilai yang diperoleh:

| | |
|-----------------------|-----------|
| Kurang (1 x 0) : | 0 |
| Cukup (2 x 4) : | 8 |
| Baik (3 x 6) : | 18 |
| Sangat baik (4 x 0) : | 0 + |
| | <u>26</u> |

Sehinggadapatdihitungnilaivalidasinya : $\mu = \frac{\sum x}{n} = \frac{26}{10} = 2,6$

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa hasil validasi dari ahli media adalah 2,6. Kriteria ini beradadiantara2,51-3,25 yaitu tergolong dalam kategori valid. Sehingga desain *website* ini dapat dikatakan dapat digunakan. Sehingga desain *website* ini dapatdikatakan layak.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Desain *web* sebagai media promosi pada UMKM “KISS” Semarang menggunakan metode AIDA+S yang dilakukan penulis melalui observasi, perancangan dan penyebaran kuisioner maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- “KISS” Semarang telah berhasil untuk memberikan informasi jasa dan fasilitas serta promosi secara *up to date* dengan menggunakan media *website* yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun.
- “KISS” Semarang telah berhasil menyampaikan informasi serta mempromosikan melalui media berupa *website*.
- Hasil dari perancangan desain *website* ini menampilkan sajian tampilan menu, diantaranya yaitu: *Preload, Home, About Us, Contact Us, How To Order, Testimonial Customers* dan Bantuan.
- Hasil dari validasi ahli media dengan jumlah total 2.6 sehingga tergolong dalam kategori valid sehingga desain *website* ini dapat dikatakan layak digunakan, dari validasi ahli materi dengan jumlah total 3.6 sehingga tergolong dalam kategori sangat valid sehingga desain *website* ini dapat dikatakan layak digunakan dan hasil validasi user dengan jumlah total 3.31 sehingga tergolong dalam kategori sangat valid sehingga desain *website* ini dapat dikatakan layak digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A.Shimp, Terence, 2003; "Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran", Terpadu Jilid 1 (edisi 5), Jakarta; Erlangga.
- [2] Buchari Alma, 2006; "Pemasaran Dan Pemasaran Jasa", Bandung; Alfabeta.
- [3] Borg , W.R., Gall, M.D. 1989. *Educational Research: An Introduction*.New York: Longman.
- [4] Charles Lamb, W,et.al, 2001; "Pemasaran", Edisi Pertama,,Jakarta;Salemba Empat.
- [5] Evans, Joel R and Laskin, Richard L, 1994; "The Relationship Marketing Process", A Conceptualization and Application, *Industrial Marketing Management* 23, 439-452.
- [6] Halim, Relung, 2013; "Pembuatan E-Katalog dan E-Lelang Pada Sistem Android", Surabaya; Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Surabaya.
- [7] Hidayat, Heri, 2011; "Cara Instan Menguasai Pemograman Website Secara Otodidak", Jakarta; Agogos Publishing.
- [8] Indrajani, 2011, "Perancangan Basis Data Dalam All In 1", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- [9] Isnaini, A, 2005; "Model Dan Strategi Pemasaran", Mataram; NTP Press.
- [10] Istiana, 2012; "Pengembangan Media Pembelajaran Menggambar Busana Menggunakan Adobe Flash CS4 Untuk Kelas X Busana SMK Negeri 3 Klaten", Yogyakarta; Universitas Negeri Yogyakarta.
- [11] Juang, Ashari, 2014; "Rancang Bangun Aplikasi Mobile E-Katalog Berbasis Ios Sebagai Media Bantu Pengenalan Produk Miulan", Semarang; Teknik Informatika Universitas Dian Nuswantoro.
- [12] Khaerudin, 2005; "Belajar Otodidak Photoshop CS", Yrama Widya, Bandung.
- [13] Khani, Ali Nurdin. 2009. Strategi Pemasaran dengan Konsep AIDA (Aware, Interest, Desire, and Action)(<http://AIDA.html>, diakses 7 Desember 2012).
- [14] Kotler, Philip, 2002;"Manajemen Pemasaran", Edisi Millenium, Jakarta; Prenhallindo.
- [15] Madcom, Madiun, 2015; " Pasti Bisa!! Belajar Sendiri CorelDRAW X7", Yogyakarta; Andi Yogyakarta dengan Madcoms Madiun.
- [16] M.Leo Agung, 2011; "Element 9 Untuk Pemula", Yogyakarta; Andi Yogyakarta.
- [17] Saladin, Djslim, 2006; "Manajemen Pemasaran", Edisi Ke Empat, Bandung; Linda Karya.
- [18] Santoso S, Hamijaya, dalam bukunya Ahmad Rohani, "Media Instruksional Edukatif", Jakarta; Rineka Cipta.
- [19] Suryadi, Didih, 2013; "Promosi Efektif Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan", Platinum.
- [20] Suyati, 2008; "Adobe Photoshop CS", Jakarta; Pusat Data & Informasi Pertanian.
- [21] Suyanto, Asep, Herman. 2007. *Web Design : Theory and Practices*. Andi, Yogyakarta.
- [22] Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [23] Wahyuni, Putri, 2007; "CorelDRAW X3", Yogyakarta; CV. Andi Offset.
- [24] Waloeya, Yohan Jati, 2013; "Hebat Mengedit Dengan Photoshop CS6", Yogyakarta; Andi Yogyakarta dan Elcom.