

## Developing a Web Design as an Interactive Media at Nusantara Wedding Expo

### Perancangan Desain Web sebagai Media Interaktif Nusantara Wedding Expo

**Gabrielle Princessa Wulaningratri, Mitra Istiar Wardhana\*, Yon Ade Lose Hermanto**

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: mitra.istiar.fs@um.ac.id

Paper received: 04-02-2021; revised: 16-02-2021; accepted: 28-02-2021

#### Abstract

Nusantara Wedding Expo is one of the businesses that has been affected by the Minister of Health regulation during the COVID-19 pandemic. So that the exhibition can be held safely, interactive media is required to connect wedding businesses with the bride and groom. Therefore, a website is chosen as the media for the virtual exhibition, as it can provide what the user needs and can be accessed easily. The purpose of this design is to create web-based media that can be used as a tool for the virtual exhibition of the Nusantara Wedding Expo. This design uses Suyanto's design method, with the stages of formulating the background, formulating problems, collecting data from library data to field data, analyzing data, making syntheses, determining site goals, making work schedules, sitemap, sketches to producing the final design. The result of this design is interactive media in the form of a website. This website has a dimension of 1366 x 768 px with some supporting media such as video tutorials on how to use the website and a banner on digital media.

**Keywords:** web design; interactive media; wedding expo

#### Abstrak

Nusantara Wedding Expo adalah salah satu bisnis yang terdampak oleh peraturan dari Menteri Kesehatan tentang PSBB di tengah pandemi COVID-19. Supaya pameran tetap dapat diselenggarakan secara aman, penyelenggara Nusantara Wedding Expo memerlukan sebuah media interaktif untuk menghubungkan bisnis pernikahan dan para calon pengantin. Maka dari itu situs web dipilih agar dapat memenuhi kebutuhan pengunjung serta dapat diakses dengan mudah dan aman. Dari tujuan tersebut, perancangan ini berfungsi untuk membuat media berbentuk situs web yang dapat digunakan sebagai sarana pameran virtual Nusantara Wedding Expo. Perancangan ini menggunakan metode perancangan Suyanto, dengan tahapan berupa merumuskan latar belakang, merumuskan masalah, mengumpulkan data dari data pustaka dan data lapangan, menganalisis data, membuat sintesis, menentukan tujuan situs, membuat jadwal kerja, sitemap, sketsa hingga menghasilkan desain final. Hasil dari perancangan ini adalah media interaktif berupa situs web untuk pameran virtual Nusantara Wedding Expo. Situs web ini berdimensi 1366 x 768 px dan dilengkapi dengan media pendukung berupa video tutorial cara penggunaan situs web serta banner pada media digital.

**Kata kunci:** desain web; media interaktif; pameran pernikahan

#### 1. Pendahuluan

Pengertian exhibition atau pameran menurut KBBI merupakan pertunjukan dari hasil karya seni, barang hasil produksi, dan sebagainya dengan maksud memperlihatkan kelebihan atau keunggulan yang dimiliki. Acara pameran (event) merupakan salah satu instrumen komunikasi yang banyak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan diri kepada khalayaknya (Suhendra & Wardhani, 2015). Dalam sebuah acara pameran, pengunjung juga dapat mencari kebutuhannya, sendiri, sehingga perusahaan dapat melakukan kegiatan

promosi dengan efektif karena adanya publikasi yang diarahkan khusus pada targeted audience.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Biarezky (2019) tentang Industri Pernikahan pada tahun 2018, sebagian besar calon pengantin membutuhkan lebih dari 12 bulan untuk merencanakan hari pernikahannya. Hasil penelitian ini didapat dari sebanyak 5000 responden yang sebagian besar berasal dari Jabodetabek, Bali, Surabaya dan Medan. Penelitian ini juga menyebutkan bahwa 25.7% calon pengantin menemukan vendor pernikahan dari rekomendasi keluarga dan teman, 24.3% dari situs web jasa pernikahan, 19.1% dari sosial media, 18.5% dari pameran pernikahan, dll.

Namun penyelenggaraan pernikahan mendapat kendala yang cukup besar ketika pada tanggal 30 Desember 2019, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia mengeluarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020 tentang PSBB. Kegiatan PSBB meliputi pelaksanaan hari libur sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum, pembatasan moda transportasi, serta kegiatan lain yang dapat meningkatkan resiko penyebaran virus.

Adanya pelaksanaan PSBB memberikan dampak yang sangat signifikan pada seluruh rakyat Indonesia, khususnya di bagian industri pernikahan. Hermanto, Pahlevi, Sutrisno, dan Ibrahim (2021) menyatakan bahwa akan dibutuhkan waktu yang lama bagi bisnis Out of Home (OOH) untuk dapat beroperasi kembali. Hal ini berbanding terbalik dengan kebutuhan para konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Biarezky, 2020) pada tahun 2020, 94.5% % calon pengantin ingin tetap melanjutkan rencana pernikahannya di tengah situasi pandemi. Untuk mewujudkan hal ini diperlukan penjelasan dan sosialisasi yang tepat agar pelaksanaan pernikahan dapat berjalan sesuai dengan protokol kesehatan.

Berdasarkan rincian di atas, PT Prima Talenta hadir dengan sebuah solusi untuk membantu para calon pengantin dan juga pelaku bisnis pernikahan yang tengah kesulitan di masa pandemi. Solusi ini berbentuk media interaktif yang menghubungkan penyedia jasa pernikahan dengan para calon pengantin. PT Prima Talenta sendiri merupakan perusahaan yang telah berdiri sejak 4 Januari 2019. PT Prima Talenta menawarkan berbagai jasa training dan juga anak usaha yaitu Talenta Wedding and Event Organizer. Pameran bisnis pernikahan ini diberi nama Nusantara Wedding Expo dan akan dilakukan secara virtual. Hal ini dilakukan guna mempermudah pengunjung dari seluruh Indonesia serta menjaga keamanan para pengunjung maupun penyedia jasa yang ada.

Berdasarkan penelitian Biarezky (2019), 43.1% calon pengantin mencari vendor pernikahannya melalui internet. Oleh karena itu, media dari pameran ini akan disajikan melalui situs website yang dapat menampung seluruh informasi vendor pernikahan yang ada. Menurut Ibrahim (2008), situs web merupakan suatu layanan yang memungkinkan pengunjung untuk melakukan penelusuran informasi di internet. Namun sebagai media baru, diperlukan penjelasan terperinci mengenai cara penggunaan situs web ini, maka diperlukan media pendukung yang akan diunggah pada media sosial yang berisikan cara penggunaan situs web.

Darmawan (2013) berpendapat bahwa website mempunyai fungsi yang bermacam-macam tergantung dari tujuan dan jenis website yang dibangun, tetapi secara garis besar dapat berfungsi sebagai media promosi, media pemasaran, media informasi serta media komunikasi.

Dalam hal ini, perancangan situs web dilakukan sebagai media komunikasi yang bersifat interaktif antara calon pengantin dan bisnis jasa pernikahan. Perancangan ini juga didukung dengan pembuatan media promosi pendukung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2019), dari sebanyak 1400 responden yang berusia 20-35 tahun di 12 kota besar di Indonesia, 70.4% mengakses berita dan informasi terkini melalui media digital. Pada penelitian tersebut disebutkan bahwa beberapa media digital yang populer diantaranya Detik.com, Kompas.com, IDN Times, Tribun News, dan Liputan 6. Oleh karena itu banner digital dapat menjadi media pendukung dalam perancangan ini. Untuk merealisasikan semua hal tersebut tentunya masih banyak hal yang perlu dilakukan, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan perancangan desain website pada kegiatan pameran ini.

Tujuan dari perancangan ini adalah menyediakan media interaktif guna menghubungkan pengunjung serta penyedia jasa kebutuhan *wedding* di tengah masa pandemi. Hasil perancangan ini dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pernikahan, terutama di masa pandemi. Selain itu juga dapat menjadi referensi untuk bisnis serupa. Perancangan ini diharapkan dapat membantu bisnis jasa penyelenggara pernikahan untuk dapat menyebarkan informasi tentang pernikahan di masa pandemi dengan lebih mudah, dan sebagai media pemasaran dari bisnis mereka masing-masing.

## 2. Metode

Metode perancangan pada penelitian ini merupakan hasil adaptasi dari model perancangan desain web Suyanto (2007) dengan struktur perancangan karya ilmiah (Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UM, 2017). Prosedur dari perancangan situs web ini terdiri dari beberapa tahapan diantaranya merumuskan latar belakang, merumuskan masalah, mengumpulkan data dari data pustaka dan data lapangan, menganalisis data, membuat sintesis, menentukan tujuan situs, membuat jadwal kerja, sitemap, sketsa hingga menghasilkan desain final.

Data dari kepustakaan yang relevan diperlukan dalam perancangan sebuah web, agar situs web dapat berfungsi dan berguna secara maksimal. Informasi dapat diperoleh dari sumber kepustakaan seperti buku, jurnal, majalah, hasil penelitian (tesis dan disertasi), internet, dan sumber lainnya yang sesuai dengan topik bahasan (Nazir, 1998). Teknik pengambilan data lapangan dapat dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, serta kajian dokumen (Anggito & Setiawan 2018).

Data yang diperlukan dalam perancangan ini meliputi data perusahaan Nusantara Wedding Expo serta kebutuhan pameran pernikahan bagi calon pengantin dan juga bisnis jasa pernikahan. Teknik pengumpulan data pada perancangan ini dibagi menjadi dua, data pustaka dan data lapangan. Data pustaka diambil dari sumber kepustakaan berisi informasi yang berhubungan dengan desain, website, sistem CMS, pameran pernikahan (*wedding expo*), serta pandemi COVID-19. Data lapangan akan dilakukan dengan metode wawancara dan observasi.

Wawancara akan dilakukan dengan penyelenggara Nusantara Wedding Expo, yaitu Ibu Fabiana Tjahjaningtyas. Sedangkan teknik observasi akan digunakan untuk menganalisis Unit Selling Point (USP), positioning produk, serta strategi kompetitor. Observasi dilakukan dengan cara mengamati aktivitas pemasaran pada sosial media Instagram serta situs web kompetitor. Aktivitas pemasaran ini meliputi tipe konten dan media pemasaran, serta fasilitas maupun harga dari produk yang ditawarkan.

Dari hasil data yang terkumpul metode analisis yang akan digunakan adalah 5W+2H. Tujuan dari penggunaan metode 5W+2H pada perancangan ini adalah untuk menemukan strategi yang tepat atas permasalahan yang ada di Nusantara Wedding Expo. Nusantara Wedding Expo memerlukan sebuah media interaktif yang dapat menghubungkan para pengunjung dan juga peserta pameran yang merupakan bisnis penyedia jasa pernikahan. Sehingga hasil dari kegiatan analisis ini merupakan jenis media interaktif yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Jenis media ini ditentukan berdasarkan kajian data yang relevan agar dapat menjadi solusi yang tepat.

Setelah kumpulan data yang ada telah terkumpul ini akan dianalisis menggunakan metode 5W+2H. Berdasarkan penjelasan Tague (2005), metode 5W+2H dapat dilakukan melalui empat tahapan, sehingga keempat tahap analisis ini perlu diterapkan sesuai dengan data yang terkumpul pada tahap pengumpulan data. Tahapan tersebut diantaranya adalah mengkaji ulang situasi dalam sebuah penelitian, mengembangkan pertanyaan (Who, What, Where, When, Why, How, How much) yang sesuai dengan situasi penelitian, menjawab pertanyaan yang sudah dibuat pada proses sebelumnya, dan menyesuaikan metode dengan situasi penelitian.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fabiana Tjahyaningtyas (2 Desember, 2020), Nusantara Wedding Expo merupakan sebuah pameran pernikahan yang dapat menjadi sarana bagi calon pengantin untuk berinteraksi dengan vendor pilihannya secara lebih mudah. Adanya keterbatasan karena situasi pandemi, membuat pameran pernikahan ini tidak dapat dilaksanakan secara langsung. Maka dari itu tim Nusantara Wedding Expo memerlukan sebuah digital platform yang dapat menjadi media interaktif antara bisnis pernikahan dan para pengunjung.

Lebih lanjut, Ibu Fabiana Tjahyaningtyas menyatakan bahwa sejauh ini PT Prima Talenta belum pernah melakukan aktivasi pemasaran. Melalui Nusantara Wedding Expo, pemasaran akan difokuskan pada pengenalan acara Nusantara Wedding Expo serta produk utama berupa digital platform yang akan digunakan. Unit Selling Point (USP) dari produk Nusantara Wedding Expo adalah platform yang mudah diakses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun karena hanya membutuhkan sebuah perangkat elektronik dan jaringan internet. Platform ini menjadi praktis karena bisnis wedding dapat dengan mudah mengisi informasi sesuai dengan kebutuhan pemasaran bisnisnya. Selain selain mudah digunakan, Nusantara Wedding Expo juga ingin menyediakan akses website selama tahun 2021 hanya dengan satu kali pembayaran.

Target market dari Nusantara Wedding Expo adalah bisnis pernikahan yang berada di wilayah Indonesia dengan karakteristik modern dan praktis yang familiar dengan dunia teknologi saat ini. Kelompok masyarakat yang dituju juga merupakan kalangan masyarakat menengah ke atas yang membutuhkan media pemasaran tambahan untuk bisnis pernikahan yang dimiliki. target market Nusantara Wedding Expo tertuju pada masyarakat berusia 25-50 tahun yang memiliki bisnis jasa pernikahan. Selain itu target market yang dituju tidak dibedakan berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, agama ataupun status perkawinan.

Sedangkan untuk target audience adalah kelompok atau orang yang menjadi sasaran promosi dari sebuah produk. Target audience dalam Nusantara Wedding Expo juga dapat diartikan sebagai golongan masyarakat yang memiliki potensi untuk menggunakan produk Nusantara Wedding Expo. Dalam expo ini, target audience yang ingin dijangkau oleh Nusantara

Wedding Expo adalah 1000 pengunjung. Target audience ini terbagi menjadi 2, yaitu bisnis jasa pernikahan dan para calon pengantin yang sedang merencanakan. Pernikahan perilaku target audience yang ingin dituju oleh Nusantara Wedding Expo merupakan masyarakat yang aktif menggunakan smartphone atau gadget lain dalam kesehariannya. Kelompok masyarakat ini juga memiliki kecenderungan untuk memilih produk/jasa berdasarkan kebutuhannya yang mutunya terjamin namun tetap terjangkau oleh kalangan menengah ke atas.

Ibu Fabiana Tjahyaningtyas menyatakan bahwa sejauh ini PT Prima Talenta belum pernah melakukan aktivasi pemasaran. Melalui Nusantara Wedding Expo, pemasaran akan difokuskan pada pengenalan acara Nusantara Wedding Expo serta produk utama berupa digital platform yang akan digunakan. Selain melalui sosial media, aktivasi pemasaran juga akan dilakukan melalui acara Virtual Grand Launching produk Nusantara Wedding Expo. Acara Grand Launching ini akan diselenggarakan pada tanggal 20-21 Januari 2021. Situs web dipilih karena sesuai dengan kapasitas target pengunjung maupun pengguna Nusantara Wedding Expo serta dapat memberi informasi secara jelas, baik secara visual maupun teks.

Terdapat beberapa informasi yang perlu dicantumkan pada situs web Nusantara Wedding Expo, diantaranya informasi tentang vendor pernikahan berupa kontak, daftar harga, dan fitur untuk video chat. Selain informasi tersebut, dibutuhkan fitur filter lokasi, harga dan kategori agar pengunjung dapat menemukan informasi yang dibutuhkannya secara lebih mudah. Fitur yang perlu disediakan bagi vendor pernikahan diantaranya akses dan panduan untuk mengatur info pada virtual booth, database pengunjung serta promosi melalui media sosial dan acara pembukaan Nusantara Wedding Expo. Selain informasi tersebut, Nusantara Wedding Expo juga ingin menyajikan berbagai tips tentang pernikahan melalui artikel serta talkshow menarik yang akan diadakan secara virtual. Informasi yang disediakan pada digital platform Nusantara Wedding Expo tidak dibatasi oleh kemampuan finansial para pengunjungnya. Sehingga melalui platform ini calon pengantin dapat menemukan berbagai jenis jasa pernikahan dari mulai pernikahan yang sederhana hingga berkelas.

Selain memiliki keunggulan dari segi harga dan fungsi, Nusantara Wedding Expo juga menjadi ajang yang berperan dalam mengangkat adat dan tradisi pernikahan khas Indonesia. Hal ini diwujudkan melalui keterlibatan bisnis pernikahan tradisional, yang dapat meningkatkan minat para calon pengantin dalam melaksanakan pernikahan dengan adat khas budaya Nusantara.

Berdasarkan hasil analisis data, diperlukan penggunaan sistem CMS pada perancangan ini. CMS merupakan metode dalam mengelola isi dari situs web dimana pengguna yang tidak menguasai HTML dapat melakukan pengaturan pada isi dan tampilan website. Dengan menggunakan sistem CMS, vendor wedding dapat melakukan proses pengelolaan informasi pada halaman situs web dengan mudah. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya fitur seperti add, edit dan delete info.

Media utama pada perancangan ini merupakan situs web Nusantara Wedding Expo. Dalam perancangan ini terdapat beberapa media pendukung yang akan digunakan, diantaranya video penjelasan cara menggunakan situs web, video penjelasan cara mengisi dan mengubah informasi pada situs halaman vendor wedding, dan top banner online yang mengarah pada situs web Nusantara Wedding Expo. Beard (2010) berpendapat bahwa menyusun halaman web dapat diibaratkan seperti menata pajangan magnet yang ada di pintu

kulkas. Walaupun terdapat banyak sekali kemungkinan susunan yang dapat dihasilkan, hanya beberapa tata letak yang terlihat tepat dan nyaman. Sama seperti website, setiap komponen dapat ditata sesuai dengan ukuran situs serta informasi yang ingin ditampilkan.

Perancangan situs web Nusantara Wedding Expo melibatkan beberapa pihak diantaranya desainer tampilan situs web, *web developer*, serta admin dari situs web. Perancangan dimulai dengan menentukan durasi perancangan, pembuatan *user flow website*, desain situs web lalu diikuti dengan tahap pemrograman. Setelah proses perancangan selesai, diperlukan tahap maintenance agar situs web selalu up to date.

### 3.1. Jadwal Kerja

Berdasarkan metode perancangan yang telah disebutkan sebelumnya, langkah yang perlu dilakukan setelah mengidentifikasi hasil pengumpulan data adalah pembuatan jadwal kerja. Berdasarkan kebutuhan yang telah dipaparkan pada poin sebelumnya, berikut merupakan jadwal kerja perancangan situs web Nusantara *Wedding Expo*.

**Tabel 1. Jadwal kerja pembuatan situs web Nusantara Wedding Expo**

Pekerjaan	Minggu ke-							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Pengumpulan data	■							
Sitemap	■							
Konsep perancangan	■							
Pembuatan sketsa		■						
<i>Comprehensive Layout</i>		■						
<i>Final Design</i>			■					
Pembuatan CMS				■	■			
Pengkodean						■	■	
Pengujian								■
Perbaikan								■
<i>Launching</i>								■

### 3.2. Sitemap

Tahap ini dibagi menjadi dua, sebagai pengunjung pameran dan sebagai pemilik vendor pernikahan. Setelah melakukan login, sebagai pengunjung akan diarahkan ke halaman Mainstage yang berisi tentang Talkshow seputar persiapan pernikahan. serta berbagai info tentang dari vendor-vendor pernikahan. Sedangkan untuk pemilik vendor pernikahan akan diarahkan pada halaman registrasi. Jika proses registrasi sudah selesai maka vendor pernikahan dapat mulai mengelola informasi pada halaman akun vendor dengan sistem CMS.

Halaman utama dari situs web Nusantara Wedding Expo akan berisi tentang penjelasan acara serta tips seputar pernikahan berupa halaman artikel. Setelah itu pengguna harus melakukan sign up dan login untuk dapat mengakses informasi lebih lanjut tentang vendor pernikahan yang ada.

### 3.3. Konsep Perancangan

Konsep visual dari perancangan ini adalah tampilan yang nyaman serta menonjolkan kesan tradisional agar sesuai dengan nama acara yaitu Nusantara Wedding Expo. Unsur visual yang akan digunakan meliputi elemen-elemen batik bermotif tradisional, tekstur cahaya untuk menambahkan kesan elegan serta penggunaan elemen tanaman maupun bunga untuk

mendukung tema pernikahan. Menurut Cenadi (1999), ilustrasi dapat menjadi elemen yang sangat fleksibel dan berguna membantu memperjelas dan mempermudah komunikasi dari suatu pesan. Elemen ilustrasi pada perancangan ini meliputi gambar dua dimensi dan juga fotografi pernikahan yang dapat menambah kesan hangat dan romantis.

Elemen selanjutnya adalah warna, warna merupakan perangkat paling penting dalam memberikan asosiasi untuk menunjukkan perasaan, menarik perhatian serta membuat sebuah desain lebih indah dan terorganisir (Banindro, 2018). Tone warna yang dipilih adalah warna coklat, yang dapat memberi kesan rasa nyaman, kepercayaan serta secara psikologis dapat mempertahankan pandangan seseorang.

Menurut Hermanto, Pahlevi, dan Sutrisno (2019), pemilihan tipografi serta tata letak yang harmonis menjadi aspek penting sebagai arah atau alur baca atau penyajian informasi. Tipografi adalah seni Menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai desain (Fitriah, 2018). Tipografi yang digunakan pada perancangan ini adalah font Serif (Playfair Display) serta untuk kebutuhan teks tulisan merupakan font San-Serif (Roboto). Gaya bahasa yang digunakan adalah formal dengan sentuhan kedekatan intim.

Konsep visual dari media pendukung disesuaikan dengan media utama. Khusus untuk video tutorial, konsep visual akan disajikan menggunakan metode screen record atau merekam tampilan dari situs web yang sudah jadi. Video ini akan disertai dengan penjelasan tertulis serta rekaman voice over. Sebagai sentuhan final, video akan diberi tambahan background music yang mendukung.



Gambar 1. Font dan warna utama website

### 3.4. Idea Layout

Situs web ini dirancang dengan kesan desain yang elegan, tradisional dan hangat. Elemen dasar pada situs web ini meliputi

#### *Containing block*

Containing block merupakan ruang khusus untuk meletakkan konten informasi yang ingin ditampilkan. Dalam perancangan ini ukuran dari situs web adalah 1366 x 768 px. Tampilan ini akan disajikan dengan sistem responsive layout atau tata letak jendela browser dimana tampilan situs web dapat beradaptasi sesuai dengan kebutuhan lebar perangkat atau jendela browser pengguna website.

### *Logo*

Logo merupakan salah satu identitas yang sangat penting pada sebuah situs web, agar pengguna dapat mengetahui dengan jelas identitas situs yang sedang dikunjungi. Maka dari itu dalam perancangan ini logo akan diletakkan di semua halaman website, tepatnya di bagian kiri atas.

### *Navigasi*

Navigasi pada sebuah situs web dapat membantu pengguna dalam menelusuri dan menggunakan situs web. Navigasi berupa menu akan diletakan di bagian atas website untuk tampilan komputer atau bagian header. Selain itu pada bagian kanan atas terdapat pilihan Bahasa bagi para pengunjung. Fitur ini dikemas dengan bentuk dropdown dan visualisasi bentuk segitiga. Gaya desain yang dipilih merupakan desain minimalis berwarna hitam putih dan penekanan warna coklat pada logo serta situs web yang sedang dibuka.

### *Konten*

Isi konten pada setiap halaman situs web ini berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dari setiap halaman. Konten yang ada akan didukung dengan beberapa ilustrasi maupun elemen utama agar setiap halaman selaras dan juga untuk memperkuat kesan elegan dan tradisional dari website.

### *Footer*

Footer berisi tahun dan Copyright atas nama Nusantara Wedding Expo serta pihak yang telah bekerjasama dalam perancangan acara ini. Selain itu juga akses menuju sosial media Nusantara Wedding Expo yang akan disajikan melalui ikon Facebook dan juga Instagram.

## **3.5. Sketsa Manual**

Sketsa manual pada perancangan ini meliputi pengembangan konten sesuai dengan sitemap website. Pertama, terdapat halaman Home yang berfungsi untuk memberi informasi seputar Nusantara Wedding Expo, keuntungan mengunjungi website serta artikel berupa tips menarik seputar pernikahan. Dari halaman Home pengunjung dapat mengunjungi halaman Sign up dan Our Stories.

Halaman Our Stories berisikan list dari artikel tentang tips seputar pernikahan. Pada halaman ini artikel ditampilkan dalam bentuk judul, gambar serta penggalan kalimat dari artikel. Jika pengunjung ingin membaca lebih lanjut maka akan diarahkan ke halaman artikel. Untuk mengikuti pameran, pengunjung harus terlebih dahulu melakukan Sign up dan Log in. Hal ini dapat dilakukan melalui 2 pilihan. Pilihan pertama adalah dengan memasukan nomor telepon, email dan kata sandi yang dibuat untuk website Nusantara Wedding Expo. Pilihan kedua adalah melalui button “Daftar/Masuk dengan Google”.

Halaman *Sign up* terbagi menjadi dua yaitu daftar sebagai pengunjung serta sebagai vendor pameran. Ketika mendaftar sebagai vendor pameran, pengunjung akan diarahkan pada halaman *Pricelist* dimana terdapat daftar harga dan fitur yang disediakan dalam pameran virtual Nusantara *Wedding Expo*. Setelah itu terdapat halaman registrasi untuk mengisi data dari bisnis vendor, dan tahap terakhir adalah halaman konfirmasi pembayaran. Jika semua tahap pada *website* sudah selesai, maka vendor akan diberi info berupa *username* dan *password*

melalui email terdaftar. Dari situ vendor dapat melakukan *log in* sehingga *admin* dapat mengelola informasi pada halaman vendor.

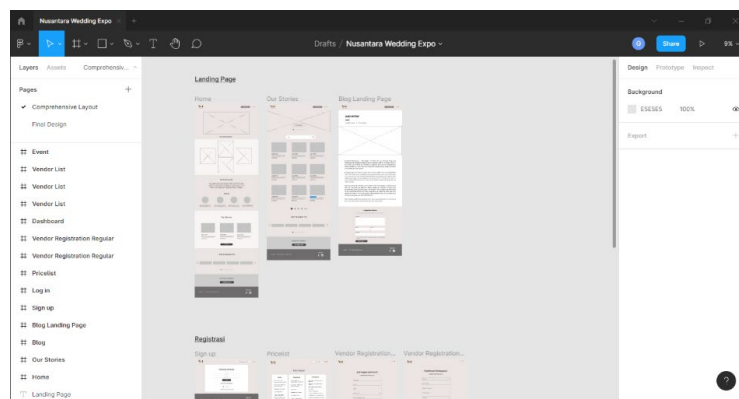
Setelah melakukan *log in*, sistem akan mengarahkan pengguna menuju halaman yang sesuai dengan jenis akunnya. Akun pengunjung akan diarahkan pada halaman *Mainstage* sedangkan akun vendor akan diarahkan ke halaman Akun Vendor. Halaman *Mainstage* merupakan bagian utama dari pameran. Terdapat *link* Youtube yang mengarahkan pengunjung pada *talkshow* virtual serta artikel *website* tentang persiapan pernikahan. Dari halaman *Mainstage*, pengunjung juga dapat menuju halaman *Vendor List* dimana terdapat daftar vendor yang ada. Vendor pernikahan dapat dicari berdasarkan kategori, harga dan lokasi pengunjung.

Pengunjung dapat mengetahui info lebih detail dari sebuah vendor pada halaman Info Vendor. Pada halaman ini, terdapat informasi mengenai *contact person*, sosial media, lokasi, penjelasan tentang vendor, galeri, *E-flyer* yang dapat diunduh, serta akses untuk mengikuti *Zoom Video Call* yang diadakan oleh *vendor*. Pengunjung juga dapat melihat video dari vendor pernikahan yang akan ditampilkan melalui *link* Youtube dari vendor.

Berbeda dengan alur pengunjung, setelah melakukan *log in* maka *admin* vendor akan diarahkan ke halaman Akun Vendor. Pada halaman ini vendor dapat mengisi informasi yang sesuai dengan bisnisnya untuk dapat ditampilkan pada halaman Vendor Info masing-masing bisnis. Pada halaman ini *admin vendor* juga dapat menentukan jam yang tersedia untuk melakukan *video call* dengan para pengunjung.

### 3.6. Sketsa Digital

Sketsa digital pada perancangan ini dibuat menggunakan software Figma. Sketsa dibuat berdasarkan tampilan yang sudah dirancang pada tahap sketsa manual. Pada tahap ini, susunan sketsa hanya menampilkan secara garis besar dari situs web. Elemen seperti foto ataupun ilustrasi hanya digambarkan dengan bentuk persegi panjang, serta warna yang digunakan hanya merupakan warna-warna dasar.



Gambar 2. Sketsa digital website

### 3.7. Pembuatan aset situs web

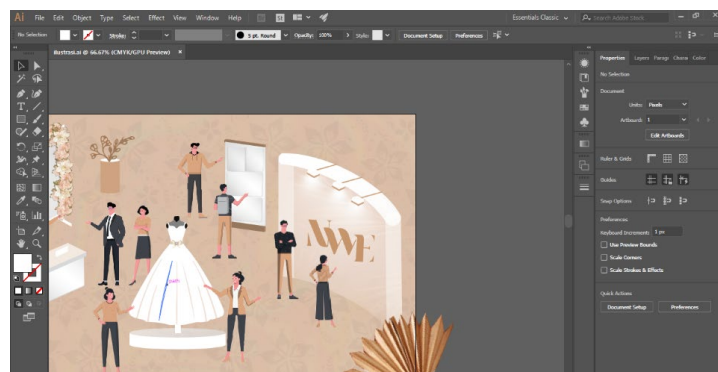
Setelah tampilan situs web selesai, maka elemen apa saja yang diperlukan pada setiap halaman akan mulai terlihat. Pada tahap ini penulis membagi proses menjadi dua bagian, elemen yang berhubungan dengan photo editing akan dibuat melalui software Adobe

Photoshop. Sedangkan elemen seperti ilustrasi ataupun ikon berbentuk vektor akan dibuat melalui software Adobe Illustrator.

Elemen utama yang akan digunakan dalam perancangan desain web ini adalah vektor motif Batik Kawung yang sudah dimodifikasi. Batik Kawung merupakan motif batik yang berasal dari Jawa, dan terinspirasi dari buah kawung (sejenis kelapa atau kadang disebut kolang-kaling) yang dibelah dua. Motif ini seringkali dikaitkan dengan kata suwung yang berarti kosong. Sehingga seringkali dijadikan simbol dari kekosongan hasrat duniawi, sikap netral dan bijaksana.

Motif kawung juga seringkali diartikan sebagai kesempurnaan, kemurnian dan kesucian. Hal ini selaras dengan konsep yang ingin disampaikan oleh Nusantara Wedding Expo, yakni agar para pengunjung dapat semakin tenang dan bijak dalam mempersiapkan pernikahannya terutama di masa pandemic.

Selain elemen bernuansa Nusantara, konsep perancangan ini juga ingin menonjolkan kesan elegan namun tetap sederhana. Oleh karena itu beberapa unsur tanaman seperti bunga-bunga bermekaran dan daun-daun kecoklatan digunakan agar sesuai dengan konsep desain secara keseluruhan.



**Gambar 3. Proses pembuatan aset website**

Desain dari button yang digunakan dibuat menggunakan elemen geometris berupa persegi panjang. Terdapat beberapa jenis button yang dibedakan berdasarkan warna dan bentuk sudutnya. Button dengan sudut yang lebih melengkung digunakan untuk perintah yang bersifat penting dan mengundang pengunjung. Berbeda dengan button yang memiliki ujung sedikit meruncing, digunakan untuk informasi yang bersifat umum.

Situs web ini tidak memiliki begitu banyak jenis ikon. Hanya ikon yang ditampilkan pada halaman “Home”. Ikon pada halaman “Home” disini menggunakan bentuk vektor geometris yang merupakan representasi dari info penjelasan, sehingga dapat lebih mudah dipahami. Ikon ini menggunakan stroke yang tebal sebagai penegasan dari kesederhanaan simbolisasi gambar. Ikon juga dikemas dengan bentuk bulat berwarna coklat muda yang berfungsi untuk membedakan setiap ikon dan penjelasannya.

Situs web Nusantara Wedding Expo memiliki banyak informasi yang harus ditampilkan pada kategori yang sama, seperti foto pernikahan, artikel, logo sponsor, dll. Sehingga pada perancangan ini diperlukan adanya sebuah carousel indicator agar para pengunjung tahu dan

dapat dengan mudah melihat konten-konten yang ditampilkan. Carousel indicator ditampilkan dengan elemen geometris yang sederhana, dan menggunakan elemen perbedaan warna untuk memperjelas konten mana yang sedang dilihat oleh pengunjung.

Perancangan ini hanya menggunakan 3 ilustrasi utama yang tertera pada halaman landing page umum serta landing page untuk registered visitors. Konsep dari ilustrasi halaman landing page umum adalah menampilkan ilustrasi dari situasi pameran pernikahan yang diadakan secara langsung. Elemen yang diperlihatkan tentunya berhubungan dengan pernikahan dan elemen pendukungnya diambil dari aset yang telah ditentukan sebelumnya.

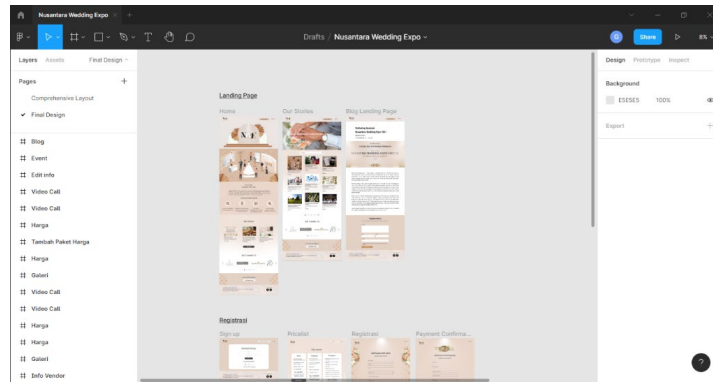
Sedangkan untuk halaman landing page bagi registered visitors, desain ilustrasi lebih mengarah pada kombinasi tampilan panggung asli dan panggung virtual pada video Youtube. Terdapat beberapa banner dengan warna putih dan emas untuk memperlihatkan logo sponsor dan pihak yang terlibat. Ukurannya dibuat lebih besar agar dapat menjadi fokus para pengunjung. Setelah melihat partner kerjasama dari acara ini, maka mata pengunjung akan diarahkan ke tampilan acara utama yang berada di tengah layer.

Terdapat 2 jenis tekstur yang akan digunakan dalam perancangan situs web ini. Tekstur pertama lebih diarahkan pada kesan yang mewah dan elegan. Namun agar tetap terlihat sederhana, warna yang digunakan merupakan warna abu-abu dengan sedikit biru keunguan. Secara sekilas tekstur ini terlihat seperti plastik yang mengkilap, yang memantulkan cahaya di sekitarnya. Elemen ini akan terlihat serasi dengan kesan elegan dari penggunaan elemen cahaya.

Selain tekstur yang mengkilap, perancangan ini juga akan memanfaatkan bayangan daun yang dibuat dengan warna dominan coklat-abu yang menenangkan. Tekstur ini dapat digunakan untuk membuat kesan penuh dari suatu komposisi desain yang sederhana. Tekstur ini juga dapat dipadukan dengan efek gradasi dengan warna yang lain ataupun warna transparan, sehingga terlihat lebih elegan.

### **3.8. Desain Final**

Pembuatan desain final pada perancangan ini menggunakan software Figma. Pada bagian ini penulis melakukan penataan elemen sesuai dengan sketsa yang sudah dibuat pada tahap sebelumnya. Selain meletakkan aset, pemilihan warna juga dilakukan pada tahap ini. Dari mulai warna tulisan hingga warna background yang sesuai dengan konten halamannya. Halaman Home diawali dengan ilustrasi vektor dua dimensi yang menggambarkan suasana pameran pernikahan. Bagian berikutnya diikuti dengan penjelasan Nusantara Wedding Expo serta keuntungan mengunjungi pameran virtual ini. Setelah itu terdapat beberapa artikel yang digambarkan dengan fotografi momen pernikahan dan cuplikan kalimat dari artikel terkait. Jika pengunjung ingin melihat artikel lainnya terdapat tombol “Selengkapnya” yang akan mengarahkan pengunjung ke halaman Our Stories.



**Gambar 4. Proses pembuatan desain final website**

Untuk melakukan registrasi sebagai vendor pernikahan, pengunjung dapat menuju halaman registrasi yang berisi kolom untuk mengisi informasi dari bisnisnya. Terdapat kolom nama bisnis, alamat, email, kategori jasa yang ditampilkan dengan menu dropdown, nama penanggung jawab, nomor telepon, nama asosiasi jika ada serta nomor anggota asosiasi. Pada bagian bawah halaman ini terdapat tombol “Daftar”, dimana jika informasi yang diperlukan sudah terisi maka akan muncul pop up menuju kotak masuk email mereka untuk melihat Order ID sehingga dapat menyelesaikan proses registrasi.

Ketika pengguna telah melakukan proses registrasi, data akan terlebih dahulu dicek oleh admin website sehingga tidak terjadi kesalahan dalam pengisian data. Jika data sudah benar maka pengguna akan mendapatkan email berupa invoice transaksi. Pada halaman ini terdapat beberapa kolom yang harus diisi oleh vendor yaitu Order ID yang telah dikirimkan melalui email, nama pengirim yang tertera pada bukti pembayaran, tanggal pembayaran, jumlah transaksi, tipe booth, serta catatan tambahan. Di bagian bawah vendor dapat mengunggah bukti pembayaran berupa foto pada kolom Payment Slip. Selain itu juga terdapat button recaptcha untuk memastikan bahwa informasi tidak diisi oleh robot.

Pengunjung juga dapat mengakses situs talkshow pada website ini di halaman Mainstage. Pada halaman ini terdapat ilustrasi vektor dua dimensi yang dibuat sedemikian rupa agar terlihat seperti panggung. Pada panggung ini juga ditampilkan link menuju Talkshow yang akan ditampilkan secara live melalui Youtube.

Selain itu terdapat beberapa pilihan acara yang ada pada kolom “Event”. Jika ingin melihat seluruh daftar acara, terdapat tombol “Selengkapnya” pada bagian bawah banner yang akan mengarahkan pengunjung pada halaman Events. Dan pada bagian bawah halaman juga terdapat kolom daftar vendor yang berisi nama vendor, foto dan penawaran yang ditawarkan. Untuk melihat vendor lainnya terdapat tombol “Lihat vendor lain”.

Website ini menggunakan sistem Customer Management System (CMS) dimana vendor yang terdaftar dapat mengolah informasi yang akan tampil pada halaman bisnisnya, melalui halaman “Akun Vendor”. Sehingga pada halaman ini pengguna dapat memasukan informasi yang akan secara otomatis terbaru di halaman utama website. Halaman ini terlihat seperti halaman Akun vendor, hanya saja kedua tabel berisi kolom-kolom yang dapat diisi dan diubah sesuai dengan kebutuhan. Ketika vendor sudah selesai mengubah informasi bisnisnya, vendor dapat menggunakan tombol “Save” untuk menyimpan perubahan yang telah dilakukan.

Pada kolom halaman “Edit Profile”, terdapat berbagai kolom bagi vendor untuk mengisi informasi yang ingin ditampilkannya. Dimulai dengan bagian kiri halaman yang memuat informasi utama seperti foto profil, nama bisnis, alfamart, provinsi, kota dan sosial media seperti Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp bahkan situs web. Pada tab Galeri, vendor dapat menambahkan foto di bagian bawah halaman dengan cara memilih foto pada folder komputer. Untuk video yang ingin ditampilkan, vendor dapat meletakkan link Youtube dari video tersebut.

Tab yang berisi informasi berupa teks seperti tab “Tentang kami” dan deskripsi pada daftar harga dilengkapi dengan pengaturan ukuran tulisan, ketebalan, kemiringan, garis paragraf, penomoran serta berbagai pengaturan teks yang lainnya. Untuk E-flyer pada tab “Info Lainnya” vendor hanya perlu mengunggah file berbentuk PDF. Serta untuk tab “Video call”, vendor dapat memasukan link Zoom serta jadwal yang sudah ditentukan agar dapat berkomunikasi dengan lebih mudah dengan para pengunjung.

Hasil dari perancangan ini merupakan situs web [www.nusantaraweddingexpo.com](http://www.nusantaraweddingexpo.com) yang berukuran 1366 x 768 px dengan konsep desain elegan, tradisional yang memberi kesan hangat. Hal ini diwujudkan dengan adanya ornamen-ornamen batik serta penggunaan cahaya dalam tampilan background web. Terdapat beberapa media pendukung untuk membantu penggunaan serta meningkatkan brand awareness situs web ini, seperti poster online, video tutorial yang ada di Youtube serta pemasangan top banner online pada situs web Kompas.id.

### **3.9. Media Pendukung**

Video tutorial ini dapat dikatakan sebagai panduan dalam menelusuri situs web Nusantara Wedding Expo. Video ditampilkan dalam bentuk screen record situs web yang dilakukan melalui perangkat smartphone. Video ini disertai dengan penjelasan berupa teks serta dilengkapi dengan background musik yang bersemangat. Video pertama merupakan video tutorial penggunaan website bagi para pengunjung. Ukuran dari video ini adalah 1280 x 1080 px sesuai dengan ukuran video landscape pada Youtube.

Video tutorial ini merupakan panduan untuk mengisi informasi vendor khususnya pada halaman “Akun Vendor”. Video ditampilkan dalam bentuk screen record situs web yang dilakukan melalui perangkat laptop. Video ini disertai dengan penjelasan berupa rekaman voice over serta background musik yang bersemangat. Ukuran dari video ini adalah 1280 x 1080 px sesuai dengan ukuran video landscape pada Youtube.

Media pendukung terakhir merupakan top banner online yang berisi tentang informasi Nusantara Wedding Expo yang dapat diarahkan menuju website-nya. Banner ini memiliki ukuran 960 x 90 px dan berbentuk GIF. Dalam penempatan yang terbatas ini informasi yang disediakan adalah logo, nama acara, tanggal pembukaan website, tombol “Join” serta produk utama dari acara ini yaitu situs web [www.nusantaraweddingexpo.com](http://www.nusantaraweddingexpo.com).

## **4. Simpulan**

Perancangan desain web sebagai media interaktif Nusantara Wedding Expo telah diterima dan dieksekusi dengan baik oleh penyelenggara Nusantara Wedding Expo. Dari hasil evaluasi yang ada, dapat diketahui bahwa para bisnis jasa pernikahan sangat antusias dengan adanya pameran virtual yang mampu meningkatkan pemasaran bisnisnya terutama di masa

pandemi. Hasil desain dari perancangan ini diharapkan dapat dikelola dengan baik serta berguna bagi kelanjutan bisnis Nusantara Wedding Expo.

Bagi pengelola situs web Nusantara Wedding Expo selanjutnya, diperlukan tahap pengembangan situs web sesuai dengan evaluasi dari para pengunjung agar situs web semakin mudah untuk digunakan. Selain itu, saran bagi desainer situs web Nusantara Wedding Expo selanjutnya adalah memastikan bahwa tampilan desain web yang diinginkan dapat dieksekusi dengan baik oleh pihak web developer. Bersamaan dengan pernyataan tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk menunjang situs web ini. Agar perancangan ini berguna tidak hanya bagi pihak Nusantara Wedding Expo namun juga para calon pengantin dan vendor pernikahan terutama di tengah masa pandemi COVID-19.

### Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung baik secara moral maupun materil, terutama kepada pihak penyelenggara Nusantara Wedding Expo yang telah mewujudkan hasil perancangan desain web ini sehingga dapat tereksekusi dengan baik.

### Daftar Rujukan

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Banindro, B.S. (2018). *Kapita selekta*. Yogyakarta: Dwi-Quantum.
- Beaird, J. (2010). *The principles of beautiful web design*. Canada: SitePoint Pty Ltd.
- Biarezky, B. (2019.) "Bridestory Menghadirkan Prediksi Tren 2019 dan Ulasan Data Pernikahan 2018 - Bridestory Blog." *Bridestory*. (<https://www.bridestory.com/id/blog/bridestory-presents-2019-wedding-trend-forecast-and-2018-wedding-insights>).
- Biarezky, B. (2020). "Biar Cinta Bercerita: A New Normal Wedding Report 2020 - Bridestory Blog." *Bridestory*. (<https://www.bridestory.com/id/blog/biar-cinta-bercerita-a-new-normal-wedding-report-2020>).
- Cenadi, C.S. (1999). "Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual." ([https://www.researchgate.net/publication/43330420\\_ELEMENLEMEN\\_DALAM\\_DESAIN\\_KOMUNIKASI\\_VISUAL](https://www.researchgate.net/publication/43330420_ELEMENLEMEN_DALAM_DESAIN_KOMUNIKASI_VISUAL)).
- Darmawan, D. (2013). *Desain dan pemrograman website*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hermanto, Y. A. L., Pahlevi, A.S., & Sutrisno, A.A. (2019). Identifikasi ilustrasi-tipografi graphic vernacular sebagai sistem tanda dan identitas Warung Tenda di Kota Malang." *Jadecs*.
- Hermanto, Y. A. L., Pahlevi, A.S., Sutrisno, A.A., & Ibrahim, N.B. (2021). Mega shifts in the business pivot in visual communication design subsector during the COVID-19 pandemic. *KnE Social Sciences*. doi: 10.18502/kss.v5i3.8562.
- Ibrahim, A. (2008). *Cara praktis membuat website dinamis menggunakan XAMPP*. Yogyakarta: Neotekno.
- Nazir, M. (1998). *Metode penelitian*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Suhendra, F.I., & Wardhani, I.J.T. (2015). *Manajemen event pameran pernikahan tradisional lintas warna*. Universitas Islam Bandung.
- Suyanto, A.H. (2007). *Step by step: Web design theory and practices*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tague, N.R. (2005). *The quality toolbox, American society for quality*. Milwaukee: Quality Press." ([https://kupdf.net/download/e1224the-quality-toolbox-decry\\_5afadccce2b6f5781c4175a0\\_pdf%20diakses%2010%20Januari%202021](https://kupdf.net/download/e1224the-quality-toolbox-decry_5afadccce2b6f5781c4175a0_pdf%20diakses%2010%20Januari%202021)).
- Utomo, W.P. (2019). *Memahami perilaku millennial Indonesia*. (<https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>).