

BAB IV

KONSEP & HASIL PERANCANGAN

4.1. Ideate

4.1.1. Big Idea

Website ini bukan sekadar panduan arah, tapi juga menjelajahi Pangalengan melalui Agrowisata, kedai kopi, dan penginapan. Dalam perjalanan ini, Anda tak hanya dimanjakan dengan petunjuk menuju tempat menikmati kopi, tapi juga dihadapkan pada pengalaman interaktif yang memperkaya pengetahuan tentang sejarah, tradisi, produk, dan budaya yang terkait dengan kopi Pangalengan. Website ini akan terisi Setiap titik di peta adalah pintu gerbang menuju kisah-kisah unik yang menjadikan kopi Pangalengan sangat istimewa.

4.1.2 Tujuan Komunikasi

To Inform : komunikasi ini adalah untuk memberikan informasi yang akurat, relevan, dan menarik tentang kopi Pangalengan, termasuk sejarah, produk, budaya, kedai kopi, Agrowisata, dan penginapan di Pangalengan. Kami ingin memastikan bahwa wisatawan atau pecinta kopi memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang ditawarkan oleh kopi Pangalengan dan sekaligus memberi tahu tentang informasi tentang kedai kopi dan tempat wisata.

To Persuade : komunikasi ini adalah untuk meyakinkan khalayak agar memilih Pangalengan sebagai destinasi wisata kopi. Kami akan menyoroti keunikan kopi Pangalengan, kualitasnya yang unggul, dan pengalaman yang luar biasa yang bisa ditemukan kawasan kopi , kedai kopi, Penginapan, dan tempat-tempat lain di

Pangalengan. Kami ingin menginspirasi dan mengajak wisatawan untuk menikmati kopi Pangalengan dan semua yang ditawarkannya.

To Remind : komunikasi ini adalah untuk mengingatkan khalayak tentang kopi Pangalengan secara berkelanjutan. Kami ingin membangun kesadaran jangka panjang tentang kopi Pangalengan sebagai destinasi wisata kopi yang dan menarik perhatian wisatawan untuk kembali ke Pangalengan. Melalui promosi terus-menerus dan pengalaman yang memukau, kami ingin tetap hadir dalam pikiran khalayak dan mempertahankan minat mereka terhadap kopi Pangalengan

4.1.3 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan ialah model komunikasi AISAS. Strategi ini dilakukan agar pesan yang dimiliki dapat tersampaikan pada audiens. Berikut beberapa tahapan yang akan dilakukan untuk menyampaikan konsep pesan yang telah disebutkan di atas,

(Attention): Kupimap Pangalengan menggunakan konten visual yang menarik dan cerita yang memikat untuk menarik perhatian target audiens kami. Melalui penggunaan gambar yang menarik dan judul yang kreatif, pesan-pesan kami berhasil mencuri perhatian pengguna di media sosial, situs web, dan iklan online.

(Interest): Setelah berhasil menarik perhatian, Kupimap Pangalengan menyampaikan informasi yang relevan dan menarik tentang warung kopi, kedai kopi, restoran, destinasi wisata, dan penginapan di Pangalengan. Kami menyoroti keunikan kopi Pangalengan, sejarahnya, dan budayanya untuk memancing minat pengguna.

(Search): Selain memberikan informasi dasar, kami mendorong pengguna untuk melakukan pencarian lebih lanjut tentang kopi Pangalengan. Kami memberikan

tautan ke situs web kami yang berisi konten yang lebih detail, ulasan pengguna, dan rekomendasi tempat-tempat menarik untuk dikunjungi. Pengguna didorong untuk menjelajahi lebih lanjut dan menemukan pengalaman baru di Pangalengan.

(Action): Kupimap Pangalengan mendorong pengguna untuk mengambil tindakan dengan memberikan panggilan aksi yang jelas. Kami mengajak mereka untuk mencoba kopi Pangalengan di warung kopi terdekat, mengunjungi kedai kopi untuk mengikuti tur kopi, atau memesan penginapan di salah satu tempat yang kami rekomendasikan. Informasi kontak dan panduan langkah demi langkah disediakan untuk memudahkan pengguna dalam mengambil tindakan.

(Share): Kupimap Pangalengan mendorong pengguna untuk berbagi pengalaman mereka dengan menggunakan tagar khusus atau mengajak teman-teman mereka untuk bergabung dalam petualangan kopi Pangalengan. Kami mengajak mereka untuk berbagi melalui media sosial atau ulasan online, dengan tujuan memperluas jangkauan dan kesadaran tentang kopi Pangalengan kepada lebih banyak orang.

4.1.4 Konsep Kreatif

Konsep ini menggambarkan keberanian dan kelezatan kopi Pangalengan dengan menggunakan kata "Kopilicious", yang merupakan perpaduan antara kata "kopi" dan "delicious" (lezat). Konsep ini menggambarkan pengalaman yang menggugah selera dan memikat pengguna untuk menjelajahi petualangan kopi di Pangalengan. Dengan menggunakan elemen visual yang menarik dan cerita yang menggugah selera, aplikasi ini akan mengajak pengguna untuk menemukan keajaiban kopi Pangalengan dan membagikan pengalaman mereka dengan orang lain. Dengan demikian, konsep ini menggabungkan aspek kelezatan kopi, keberanian dalam menjelajahi, dan kegembiraan dalam berbagi pengalaman.

4.1.5 Konsep Visual

1. Pengayaan visual



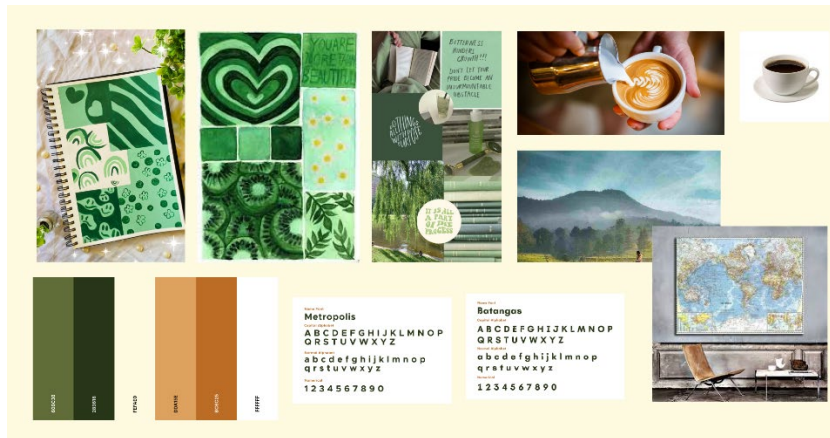
Gambar 4. 1 Refrensi Pengayaan visual

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pengayaan visual yang digunakan pada perancangan tugas akhir ini adalah *peacefull* dan *comfort*, menggunakan warna-warna yang sejuk dan tenang untuk menampilkan kesan kenyamanan dan ketenangan sekaligus menarik untuk wisatawan dan pecinta kopi.

Selain itu, perancangan user interface website media promosi ini menggunakan elemen ilustrasi visual pola dengan tema hutan dan pegunungan agar memberikan kesan yang interaktif dan relevan untuk wilayah pangalengan, Penggunaan tema hutan juga terinspirasi dari apa yang ada di wilayah pangalengan, seperti pegunungan, hutan, gua, dan apa yang perspektif peneliti rasakan saat ia berada disana.

Berikut mood board yang dibuat untuk memberikan gambaran visual untuk tampilan website yang dirancang:



Gambar 4. 2 Moodboard Website
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Konsep Warna

Konsep warna yang dipakai untuk website ini adalah, yaitu sebagai berikut:



Gambar 4. 3 Color scheme
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Warna-warna tersebut memiliki arti sebagai berikut:

- Hijau Tua: Warna hijau tua sering dikaitkan dengan kedamaian, pertumbuhan, dan keseimbangan. Ini dapat mengingatkan pada alam dan lingkungan yang

sehat. Dalam beberapa budaya, warna hijau juga dikaitkan dengan harapan dan kesuburan.

- Hijau Muda: Hijau muda umumnya berhubungan dengan segar, awal, dan perkembangan. Ini mengingatkan pada dedaunan baru dan tumbuhan yang sedang tumbuh. Warna ini juga bisa diasosiasikan dengan keceriaan dan optimisme.
- Krem: Krem adalah warna netral yang sering dikaitkan dengan kelembutan, elegansi, dan kesopanan. Ini bisa memberikan perasaan tenang dan santai, dan sering digunakan dalam desain interior untuk menciptakan suasana yang hangat.
- Orange Muda: Warna oranye muda cenderung memiliki konotasi yang ceria dan energetik. Ini dapat diasosiasikan dengan semangat muda, kegembiraan, dan kreativitas.
- Orange Tua: Oranye tua sering dikaitkan dengan kehangatan, keberanian, dan kegembiraan. Warna ini juga bisa mewakili semangat petualangan dan keberanian untuk menghadapi tantangan.
- Putih: Putih adalah warna universal yang sering melambangkan kesucian, kebersihan, dan kepolosan. Ini juga dapat menggambarkan ketenangan, kesederhanaan, dan kekosongan. Di beberapa budaya, putih juga merupakan simbol perdamaian dan kesatuan.

3. Konsep Tipografi

Berdasarkan teori dan analisis matriks visual yang telah dilakukan, jenis tipografi yang nyaman untuk digunakan dalam Website ialah jenis sans serif karena cocok digunakan untuk headline dan memiliki *liabilitas* yang baik untuk bodycopy.

Dari penjelasan tersebut, maka tipografi yang akan digunakan pada website ini ialah jenis sans-serif. Nama font yang dipilih ialah batangas sebagai Headline, Metropolis Bold sebagai bodycopy, dan Metropolis sebagai huruf Ringan.

a) *Headline*



Gambar 4. 4 Batangas Font

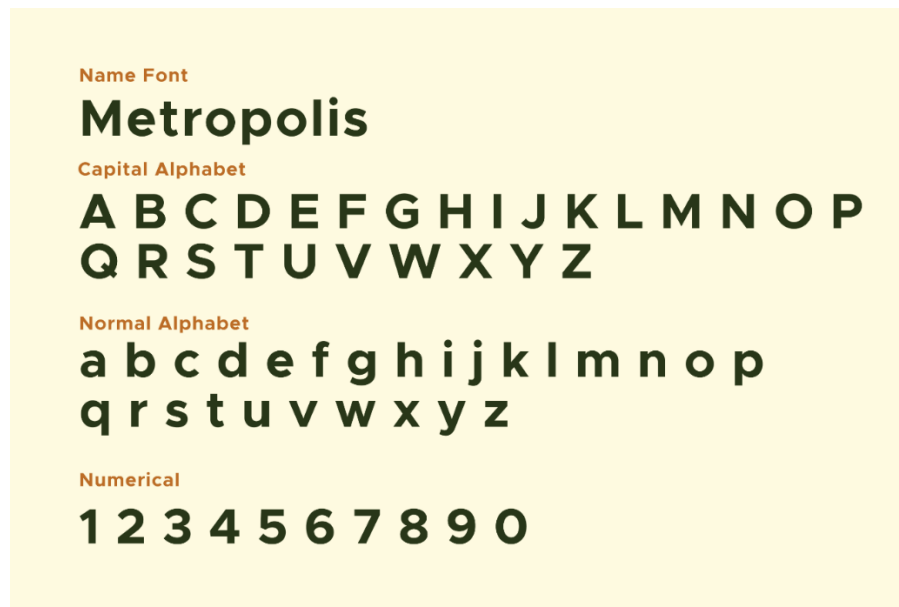
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Desain font Batangas terinspirasi oleh keindahan tulisan tangan dan seni kaligrafi. Garis-garis yang lembut dan kurva yang indah memberikan sentuhan artistik pada setiap hurufnya. Dalam font ini, terdapat variasi tebal dan tipis pada setiap karakter, memberikan keindahan visual dan kontras yang menarik.

Batangas juga memiliki karakteristik yang mudah dikenali. Setiap hurufnya memiliki bentuk yang khas dan unik, membuatnya mudah dibedakan dari jenis font lainnya.

memungkinkan penggunaan font Batangas untuk memberikan identitas yang kuat dan memukau dalam berbagai proyek desain, seperti logo, judul, poster, dan materi promosi lainnya.

b) *Bodycopy*



Gambar 4. 5 Metropolis Font

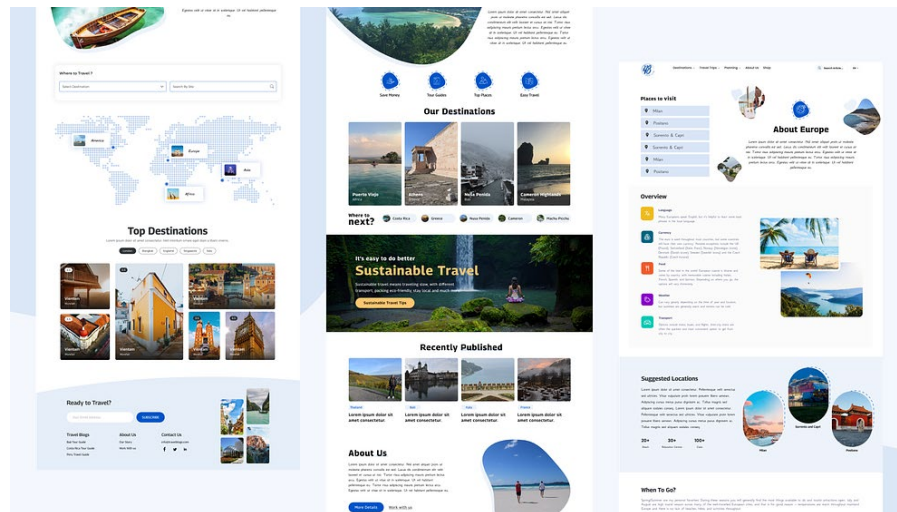
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Font ini memiliki gaya modern dan geometris yang memberikan kesan bersih, tegas, dan futuristik. Dikembangkan oleh Chris Simpson, Metropolis menggabungkan elemen-elemen desain Art Deco dengan sentuhan kontemporer.

Font Metropolis dirancang dengan proporsi yang seimbang dan keseragaman antara huruf-hurufnya. Hal ini memastikan legibilitas yang baik dalam berbagai ukuran dan pengaturan desain. Metropolis juga menyediakan beberapa varian bobot (boldness) yang memungkinkan untuk penggunaan yang beragam dalam desain, mulai dari judul yang menonjol hingga teks yang lebih ringan dan terbaca dengan mudah.

Font metropolis akan digunakan dalam perancangan ini yang dikarenakan font ini memiliki daya baca yang tinggi dan juga visual yang kuat untuk mepresentasikan makna dari konteks yang akan di persembahkan di dalam website.

4. Konsep Tata Letak (*Layout*)



Gambar 4. 6 Contoh Tata letak

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Perancangan website akan menggunakan tataletak dengan keseimbangan yang simetris dan mengutamakan kerapihan tataletak. Memberikan *whitespace* pada setiap elemen yang ada sehingga tampilan *user interface* tidak terlihat padat dan sulit dipahami. Selain itu, memperhatikan konsistensi pada tata letak, ukuran, dan jarak setiap komponen agar desain yang ditampilkan terlihat rapih dan mudah dibaca.

5. Konsep Ilustrasi

Pada Website menggunakan ilustrasi simbol dari pengayaan flat design. flat design akan membantu memfokuskan pembaca pada teks dan yang mudah dikenali untuk membaca informasi.

- Pola Visual (Pattern)



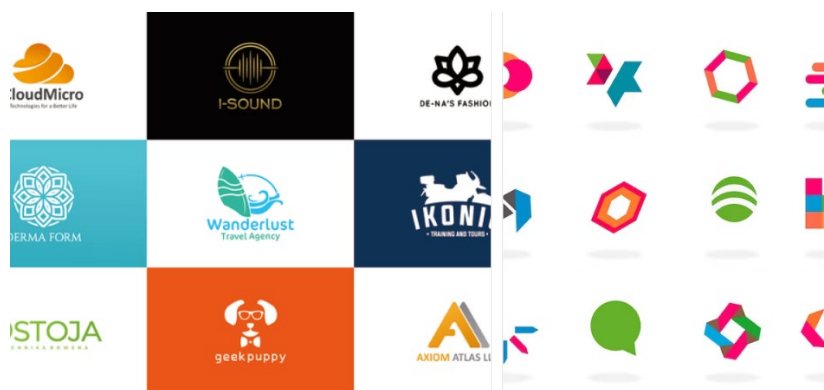
Gambar 4. 7 Refrensi Pola Visual

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ini mengacu pada tata letak atau susunan berulang dari elemen-elemen visual seperti warna, bentuk, atau tekstur dalam sebuah karya seni atau desain. Pola visual yang dijelaskan sebelumnya adalah contoh dari pattern dalam konteks ini. Dengan gaya visual ini akan dirancang pola visual untuk website ini yang akan mengiterprentasikan elemen visual, gunung, hutan, batu, gua dengan pola yang berulang

6. Konsep Logo

Dalam pembuatan logo dibutuhkan beberapa referensi logo yang sesuai dengan konsep visual yang diangkat, beberapa referensi logo tersebut sebagai berikut:



Gambar 4. 8 Refrensi Flat Design Logo

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

"Flat design logo" adalah istilah yang mengacu pada jenis desain logo yang menerapkan pendekatan visual yang sederhana dan minimalis, belajar dari logo flat design website media promosi ini akan menggunakan logo yang sederhana dan minimalis, agar bisa lebih mudah di kenal dan dibaca serta *color scheme* yang sudah di siapkan untuk perancangan ini dengan pola visual yang mudah dikenal dan ilustrasi gambar yang sederhana.

7. Konsep *Iconography*



Gambar 4. 9 Konsep Iconography

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Icon uang akan dibuat memiliki karakteristik yang dinamis dan modern. Bentuk dari setiap icon menyerupai ikon-ikon yang sudah populer, agar pengguna dapat lebih mudah dan familiar dengan arti di setiap gambar visual ikon tersebut, peran ikon di website ini sebagai tombol navigasi untuk website.

4.1.6 Konsep media

1. Media Utama

Perancangan ini akan menggunakan website sebagai media utamanya agar dapat diakses dengan mudah oleh Wisatawan dan pecinta kopi. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan website diyakini menjadi media yang efektif, yang bisa diakses dimana saja dan dapat disebar luaskan melalui media sosial.

2. Media Pendukung

Media pendukung yang digunakan sebagai media yang dapat menarik perhatian khalayak terhadap media utama, serta dapat membantu penyebar luasan informasi tentang media utama kepada khalayak umum. Media yang akan menjadi media pendukung dari Website adalah:

- Media sosial Instagram sebagai media promosi yang cukup bisa membantu untuk membuat pengguna website lebih banyak.
- Zine
- Poster
- Merchandise : Totebag, Stiker

4.2 Prototype

4.2.1 Nama dan Logo

a) Nama website

Pada perancangan ini dibutuhkan sebuah nama dan logo untuk website media promosi untuk menjadi bagian identitas website, Nama website ini di dapatkan dari brainstorming ide nama website, yaitu sebagai berikut:

Kupimap adalah nama yang terinspirasi dari bahasa Sunda yang menggabungkan kata "kupi" yang berarti kopi dan "pangalengan" yang berarti peta. Nama ini menciptakan penggabungan yang unik antara dua elemen yang memiliki makna penting dalam konteks kopi dan peta yang akan menjadi salah satu fitur destinasi arah untuk daripada website media promosi yang menginformasikan kawasan kopi komunitas ambeu preanger.



Gambar 4. 10 Logotype

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Definisi Kupimap:

Kupimap adalah sebuah logo yang merepresentasikan konsep peta yang dimana salah satu fitur dan dengan menggunakan unsur kopi dan pangalengan. Desain ini menggabungkan elemen-elemen yang berarti dalam budaya Sunda. Kata "kupi" yang mengartikan kopi dalam bahasa gaul sunda Pangalengan dan menggambarkan kehangatan, momen relaksasi, dan keakraban yang sering dikaitkan dengan

menikmati secangkir kopi. Sedangkan "pangalengan" mencerminkan dataran tinggi yang memiliki karakteristik geografis yang menarik dan variasi yang beragam.

b) Logo Website

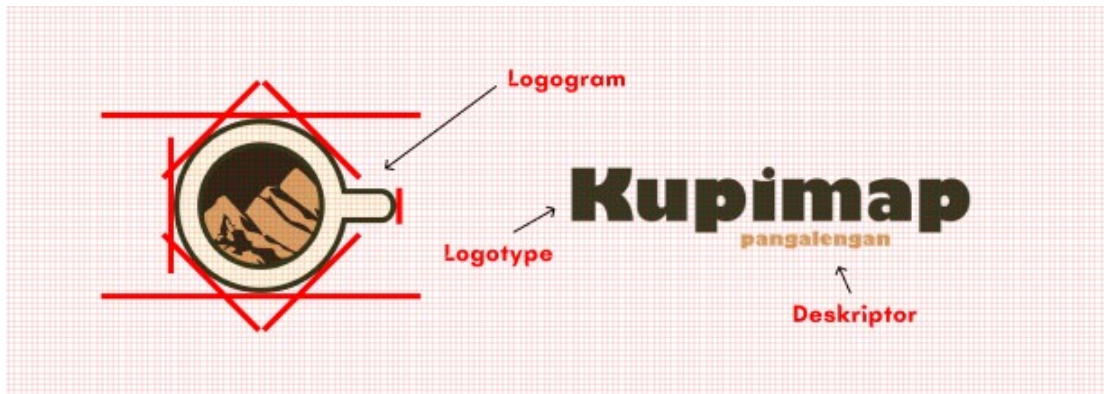


Gambar 4. 11 Moodboard Logogram

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Moodboard diatas adalah merupakan apa yang sudah di analisa dan memunculkan berberapa elemen yang memang relevan untuk mewakili konsep website yang berisikan kopi di wilayah pangalengan, dengan elemen-elemen yang relevan. Desain ini menggabungkan dua gambar yang memiliki kaitan , yaitu siluet cangkir kopi yang dilihat dari atas dan isi dari cangkir tersebut yang menampilkan latte art yang dimana itu adalah salah satu teknik pembuatan kopi dengan gambar pegunungan yang melambang wilayah pangalengan adalah salah satu wilayah yang dikelilingi oleh pegunungan

- Logo (Logogram, Logotype, Deskriptor)



Gambar 4. 12 Logogram

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Siluet cangkir kopi yang dilihat dari atas melambangkan pandangan dari perspektif peta, mencerminkan sifat top-down yang sering terkait dengan pemetaan yang dimana salah satu fitur website yang ingin di rancang. Cangkir kopi sebagai simbol menunjukkan momen relaksasi dan kehangatan saat menikmati secangkir kopi. Di dalam cangkir, terdapat latte art yang menggambarkan pemandangan pegunungan dengan warna Hijau yang adem. Pegunungan ini melambangkan keindahan alam dan ketinggian yang sering dihubungkan dengan eksplorasi dalam berwisata. Warna putih pada gambar pegunungan memberikan kesan kesucian, kejernihan, dan keanggunan.

Selain itu, pangalengan di sekitar cangkir melambangkan dataran tinggi, yang mencerminkan keadaan geografis yang bervariasi dan menarik dalam konteks peta digital. Warna biru yang digunakan dalam logo ini juga merujuk pada ketenangan, harmoni, dan kepercayaan. Warna ini menambahkan elemen kedamaian dan menunjukkan bahwa pengguna dapat merasa tenang dan yakin saat menggunakan peta digital yang direpresentasikan oleh logo ini.

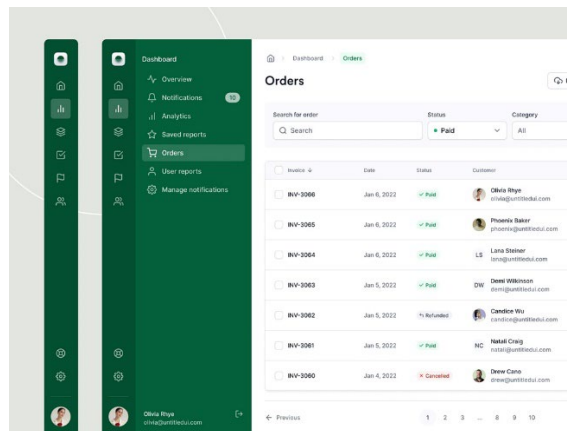


Gambar 4. 13 Logogram

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Secara keseluruhan, logo ini menggambarkan keterkaitan antara momen relaksasi saat menikmati kopi dengan eksplorasi kawasan kopi pangalengan di dalam website. Desain ini menekankan keindahan alam, ketinggian, dan ketenangan, serta menciptakan kesan visual yang kuat. Logo ini memberikan identitas yang unik dan relevan bagi website yang dirancang.

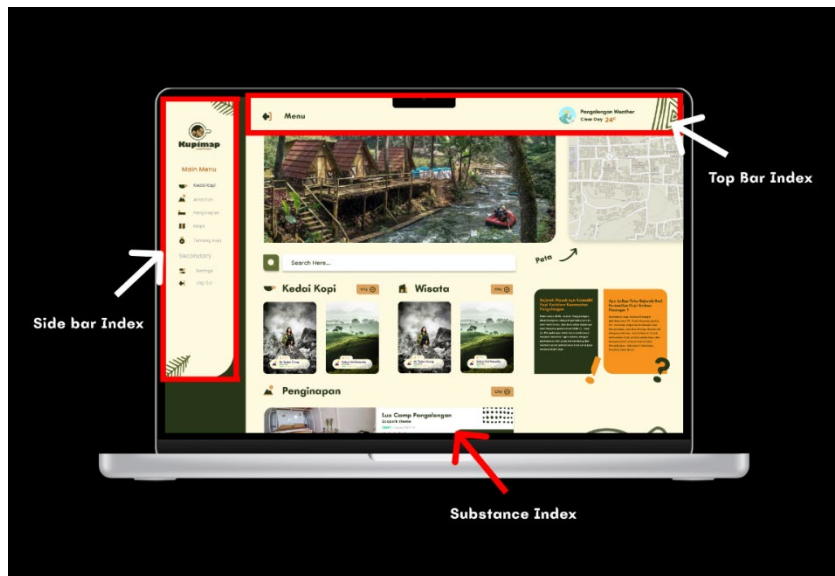
4.2.2 Layout Website



Gambar 4. 14 Layout Sidebar Index

(Sumber : www.Dribbel.com)

Dalam perancangan website ini layout akan menggunakan jenis layout side bar index. Jenis ini merupakan jenis yang banyak digunakan desain website manapun dan sudah akrab bagi banyak orang.



Gambar 4. 15 Layout Structure Web
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berikut struktur *layout* dalam website promosi kawasan kopi komunitas ambeu preanger (kupimap), menggunakan *side bar index* sebagai pembungkus *navigation bar* untuk website, *top bar index* sebagai penunjuk laman dan *substance index* sebagai konteks dan isi konten halaman website media promosi.

4.2.3 Ilustrasi *Website*

Pada Website menggunakan simbol atau icon dari pengayaan flat design. flat design akan membantu memfokuskan pembaca pada teks dan yang mudah dikenali untuk membaca informasi.

- *Pattern* (pola visual)



Gambar 4. 16 pattern

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pola Visual Dalam desain grafis, seni, dan dekorasi, "*pattern*" mengacu pada tata letak atau motif yang diulang secara berulang untuk menciptakan efek visual yang menarik. Pola-pola diatas ini telah dibuat untuk kebutuhan perancangan website yaitu dimana saling mendukung dalam makna keindahan alam dan juga menunjukkan objek yang terasa penting serta repetisi dan pengulangan pola dengan artian keberlangsungan hidup dan sekaligus elemen visual untuk mengisi *space* untuk *blank space*, dan sekaligus sebagai penanda visual dari perancangan webiste ini yang di tujukan agar *audience* lebih mudah mengenali website ini.

- *Supergraphic* (Supergrafis)

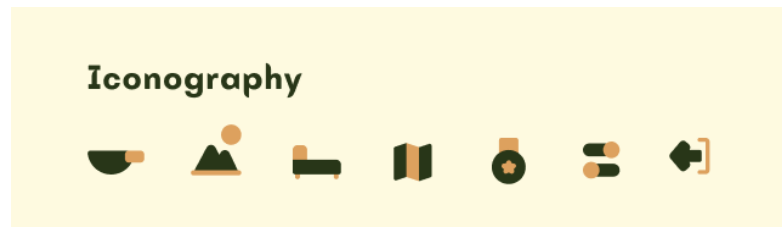


Gambar 4. 17 Supergraphic

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

"Supergrafis" (*supergraphics*) adalah istilah yang mengacu pada elemen desain grafis yang besar, mencolok, dan terkadang mencakup seluruh area atau permukaan. Seperti yang terlihat dari visual diatas yang menggunakan element garis, yang di benuk seperti dari tumpukan repetisi garis hingga menyerupai gunung, dengan membawa makna Daerah pangalengan adalah daerah yang di kelilingi banyak gunung berapi aktif maupun tidak aktif dan sekaligus sebagai penanda visual dari perancangan webiste ini yang di tujukan agar *audience* lebih mudah mengenali website ini.

- *Iconography*



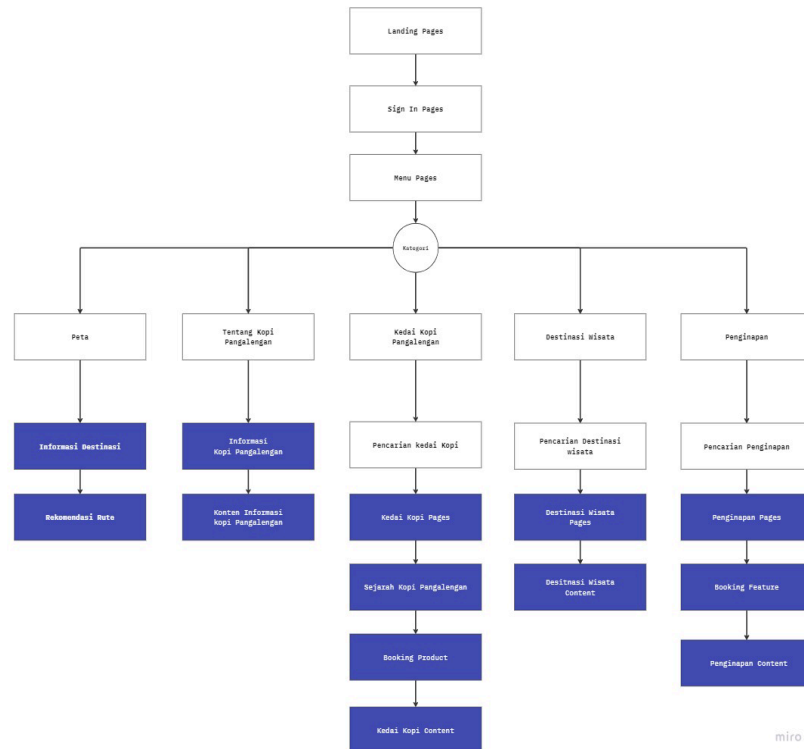
Gambar 4. 18 Iconography

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Ikonografi adalah studi tentang simbol-simbol dan gambar-gambar yang digunakan untuk mewakili konsep *Iconography*, ide, atau makna tertentu dalam seni, agama, budaya, dan komunikasi visual, seperti ikon diatas yang akan digunakan di dalam perancangan dengan meliputi ilustrasi sebagai representatif dari objek nyata yaitu Cangkir kopi (Kedai Kopi), Pegunungan (Destinasi), Kasur (Penginapan), peta, rekomendasi, *setting toggle*, *exit door* yang fungsinya sebagai Tombol navigasi pengguna website.

4.2.4 Information Architecture (*Sitemap*)

Sebelum membuat wireframe website maka terlebih dahulu daftar informasi yang akan ada dalam website. Berikut *Informational Architecture* dalam perancangan website :

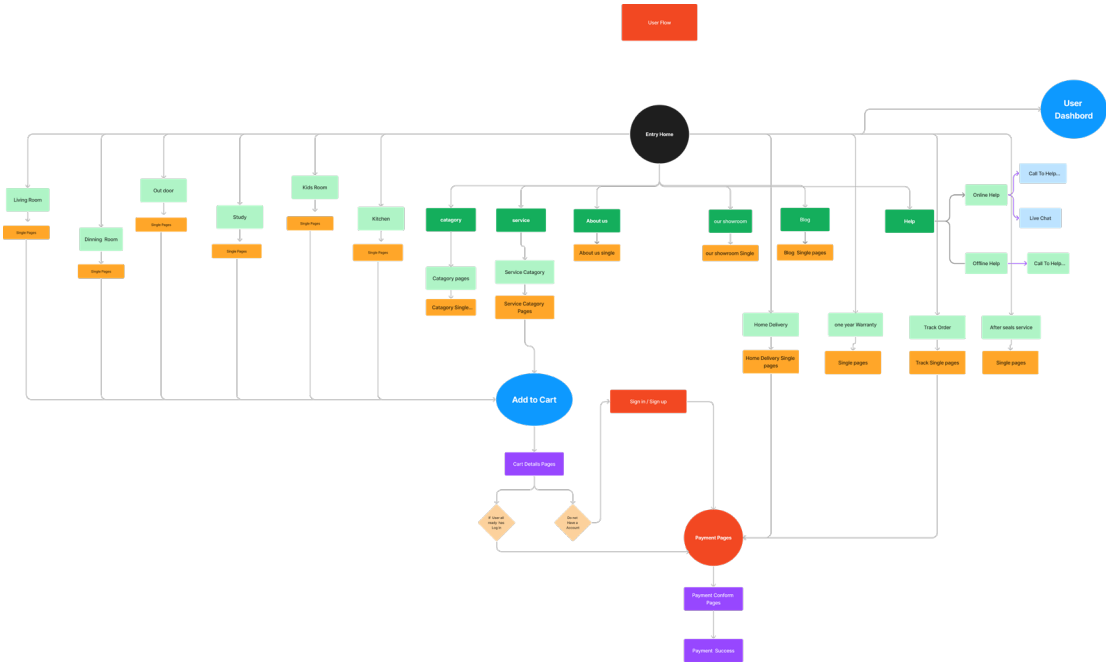


Gambar 4. 19 Sitemap

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4.2.5 Userflow

Berikut merupakan alur pengoperasian pada website agar memudahkan user untuk mengenali tombol-tombol yang berfungsi untuk menjelajahi isi informasi yang ada pada website:



Gambar 4. 20 User Flow

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4.2.6 Wireframe (Low-Fidelity)

Website memiliki 5 Menu Pages yaitu terdiri dari Halaman Mendarat, Menu, Tentang Kopi, Peta, Kedai Kopi, Destinasi Wisata, Penginapan

a) Low-Fidelity



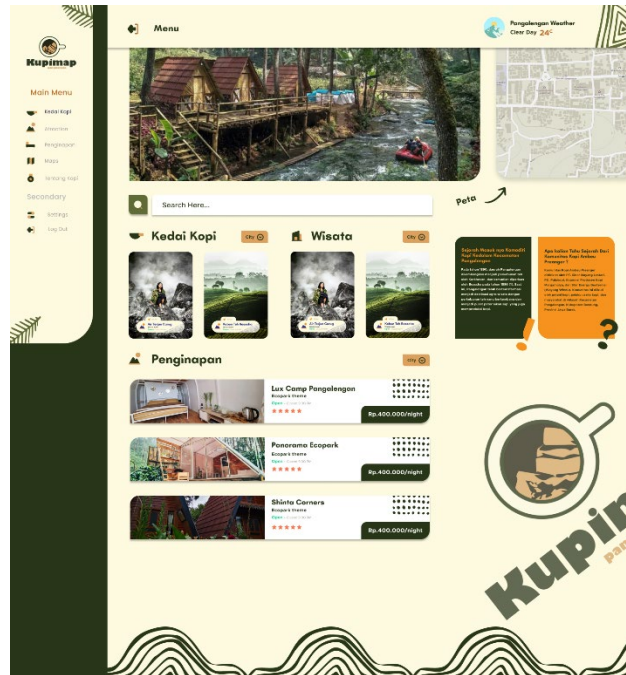
Gambar 4. 21 Low Fidelity
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4.2.7 Hasil Perancangan (*High-Fidelity*)

Berikut merupakan hasil perancangan dari berbagai *Brainstorming* yang telah dilakukan dan yang telah ditentukan sebelumnya dalam *High-Fidelity* dari setiap Halaman website.

Website ini memiliki 6 halaman utama, yaitu Landing Pages, Sign in Page, Menu, Tentang Kopi, Destinasi Wisata, Penginapan

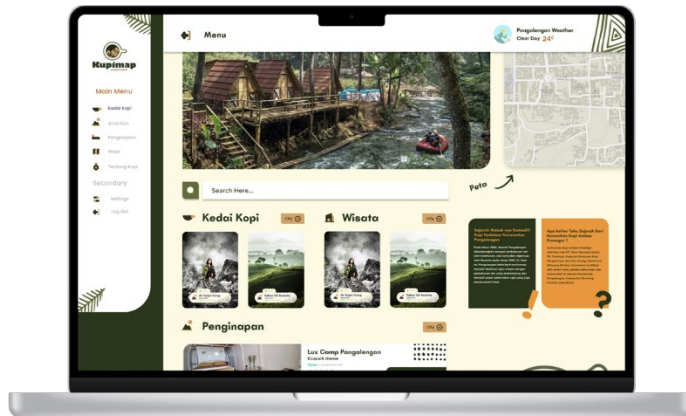
1. Menu Page



Gambar 4. 22 Menu page
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Homepage disini bisa dirancang juga sebagai menu dari website media promosi kopi kawasan ambeu preanger dengan adanya fitur jalan pintas rekomendasi kedai kopi mitra ambeu preanger di pangalengan, ada pula rekomendasi destinasi wisata dan penginapan agar audience bisa lebih mudah menemukan apa yang mereka cari.

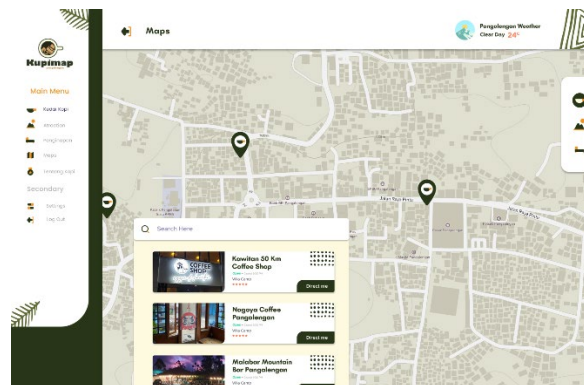
- *Menu Page Mock Up*



Gambar 4. 23 Mock up visual
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Peta Page (Map)

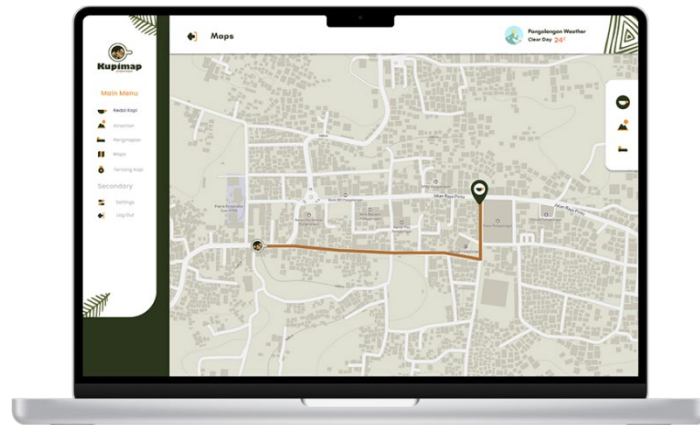
Berikut page peta pada *website* media promosi kawasan ambeu preanger, di *section* ini.



Gambar 4. 24 Peta page
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Peta *Page* disini dirancang untuk pengguna agar bisa menemukan posisi dari rekomendasi kedai kopi mitra Ambeu Preanger, dan menentukan arah dari destinasi A ke B yang mengusung sebagai informasi yang akurat bagi *audience* yang sedang mencari destinasi dengan menampilkan interaksi *website* agar *audience* merasa lebih nyaman menggunakannya

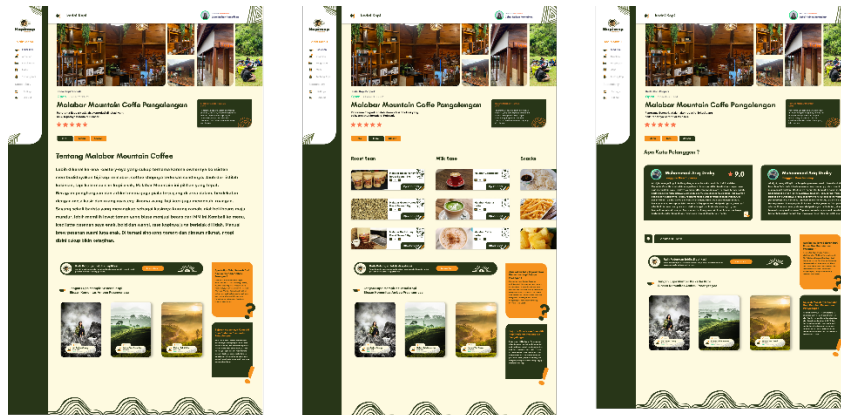
- Peta *Page* Mock Up



Gambar 4. 25 Peta page Mock up
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. Kedai Page

A. Section Kedai



Gambar 4. 26
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

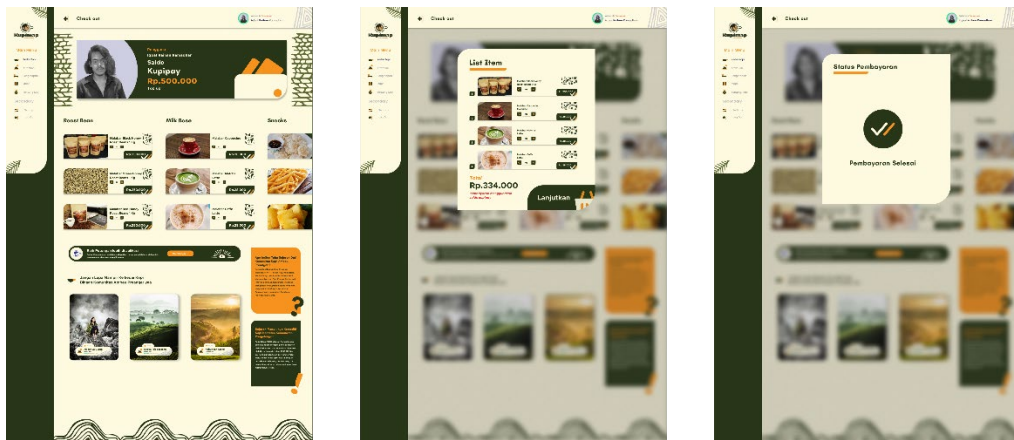
Kedai page pada website media promosi kawasan kopi mitra ambeu preanger ini memiliki 3 *section* yang memiliki kontennya masing-masing yaitu :

- Informasi Kedai : yang berisi tentang Kedai kopi yang dipilih sejarahnya dan juga menyediakan apa saja di dalamnya, serta sejarah dalam berdirinya kedai kopi tersebut.
- Menu : kedai kopi memiliki menu makanan dan minuman yang masing-masing dan pada *section* ini yang ingin website tawarkan adalah

memberikan informasi menu dan fitur beli komoditi kopi melewati website ini, agar audience bisa lebih mudah merencanakan pembelian mereka.

- Ulasan : Ulasan *section* ini adalah tempat dimana para *Coffee snob* atau wisatawan memberika kritikan dan saran yang berkualitas yang akan memberikan dampak positif bagi pemilik kedai dan wisatawan melewati website media promosi kawan kopi ambeu preanger.

B. Transaksi Fitur Kedai *page*



Gambar 4. 27

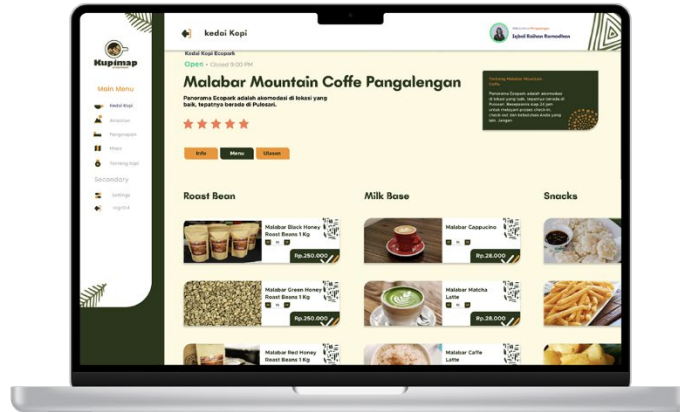
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berikut simulasi pemgguna jika ingin membeli *item* yang ada di kedai melewati website ini:

- Menu *Carrousel* : Disini *audience* akan di tampilkan berbagai makan menu yang ada di kedai dan mereka juga bisa memilih nya sesuai kebutuhan mereka.
- *List Item* : *List item* ini adalah keranjang dari pembelian dari *audience* yang belum melakukan pembayaran, yang akan siap di eksekusi untuk ke pembayaran menggunakan saldo kupipay.

- *Transactional Done* : section ini yang menyatakan *audience* sudah melakukan pembayaran dengan benar dan kedai siap membuatnya pesanan dari pesanan *audience* untuk langsung disantap atau diatarkan ke *audience*.

C. *Mock Up Section page* :



Gambar 4. 28
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4. Tentang Kopi Page



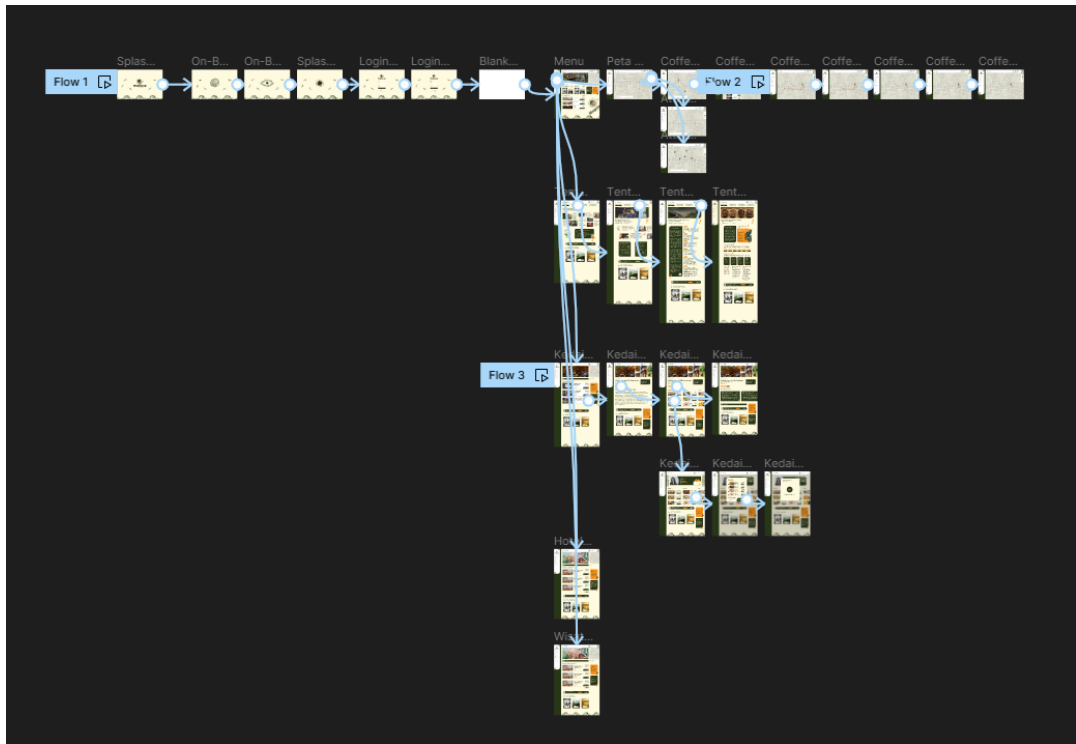
Gambar 4. 29
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tentang kopi page disini memiliki 4 *Section* yaitu terdiri dari Tentang kopi, Komunitas Ambeu preanger, Sejarah Kopi Pangalengan, Edukasi Kopi :

- Tentang kopi: Disini dengan konten tentang Edukasi Kopi dan juga berita tentang kopi apa yang sedang hangat di daerah pangalengan ataupun luar Indonesia yang sekaligus memberikan edukasi terhadap *audience*.
- Komunitas Ambeu Preanger : Section ini diisi dengan informasi tentang komunitas ambeu preanger dengan menampilkan visual yang mewakili komunitas tersebut hingga fungsi dan tujuannya, dan sekaligus memperkenalkan komunitas ambeu preanger terhadap *audience*.
- Sejarah Kopi Pangalengan: Memberikan informasi terhadap bagaimana sejarah masuknya komoditas kopi ke dalam pangalengan yang merupakan produsen komoditas terbesar di Jawa Barat, yang diharapkan akan lebih mengedukasi *audience* untuk daerah pangalengan.
- Edukasi Kopi: Section ini akan memberikan informasi tentang anatomi dan varietas yang dimiliki biji kopi Arabica yang adalah biji kopi yang sangat dikenal di pangalengan, mengenai ada informasi anatomi dan variasi dari biji kopi yang diharapkan saat *audience* membaca sekaligus belajar tentang budaya kopi.

4.2.8 Prototyping

Berikut tampilan *prototype* website yang di buat dengan aplikasi figma agar sebelum proses *development*, dengan melakukan *routing* halaman website agar bisa berjalan untuk di tahapan *prototype*, dan sekaligus menjadi alat *usability test* yang akan diberikan kepada *audience*, agar bisa di dapatkan hasil uji dari sebuah website ini.



Gambar 4. 30 Prototyping Figma

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

4.2.9 Media Pendukung Website

Berikut media pendukung yang terdiri dari :

1. Media Cetak

Media cetak yang dibuat adalah *Wall Poster*, *X-banner*, *mug*, *e-toll card*. Untuk media cetak pun memiliki pengayaan visual yang sama seperti media utama, yaitu menggunakan *flat design* dan warna yang sama dengan media pendukung online. Hasil perancangan visual untuk berbagai macam media cetak yaitu sebagai berikut:

- *Wall Poster*



Gambar 4. 31 Desain poster
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Wall poster ini dirancang sebagai media pendukung dari website media promosi kawasan kopi komunitas ambeu preanger untuk di pasang di kedai kopi, restaurant, penginapan dan diharapkan juga bisa sebagai attention untuk *target audience* yang di

tujuan, dengan desain sederhana dan minimalis, dan juga tetap dengan ilustrasi pola visual yang di bawa agar *audience* mudah mengenali identitas dari website ini.

- X-stand Banner



Gambar 4. 32 Desain X-banner
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Banner berdiri atau X-Stand Banner memiliki tujuan utama sebagai media promosi yang dapat dengan mudah dilihat oleh pengunjung atau pelanggan di area tertentu, seperti kedai kopi, restoran, atau tempat umum lainnya. Desain yang menarik dan jelas pada banner ini bertujuan untuk menarik perhatian dan memunculkan rasa ingin tahu pada target audiens. Logo "Kupimap" yang terlihat dengan jelas bersama dengan Komunitas ambeu preanger begitu juga tagline yang singkat dan informatif akan memberikan informasi dasar mengenai identitas komunitas dan kawasan kopi Pangalengan kepada wisatawan dan khususnya pecinta kopi.

- Kartu Etoll



Gambar 4. 33 Desain E-toll
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Kartu tol elektronik yang menampilkan ilustrasi pola visual dari kawasan kopi Pengalengan dan logo "Ambeu Preanger" memiliki fungsi sebagai alat promosi yang bisa dibawa di dalam kendaraan. Saat pengemudi menggunakan kartu tol ini, logo dan ilustrasi akan terlihat, memberikan kesempatan untuk menyebarkan pesan dan identitas website "Kupimap". Informasi kontak yang penting di kartu ini juga dapat memudahkan potensial pengunjung atau pelanggan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang kawasan kopi dan komunitas ambeu preanger.

- Mug



Gambar 4. 34 Desain Mug
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Mug dengan logo "Kupimap" dan sekaligus Logo komunitas Ambeu preanger yang terletak bersebleahan sisinya memiliki fungsi ganda. Pertama, sebagai produk yang dapat dijual atau diberikan kepada pengunjung, ini adalah bentuk dukungan untuk meningkatkan kesadaran merek. Kedua, gambar ikonik dari pemandangan kawasan kopi Pengalengan di sisi lain mug memberikan pengguna pengalaman visual yang kuat saat mereka menggunakan mug tersebut. Ini juga menciptakan rasa identitas dan memori yang terkait dengan kawasan kopi tersebut.

- Topi



Gambar 4. 35 Desain Topi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Topi dengan desain sederhana dan logo "Kupimap" di bagian depan memiliki fungsi sebagai produk aksesori yang dapat digunakan oleh orang-orang dalam kehidupan sehari-hari. Topi ini berfungsi sebagai "*walking advertisement*" karena logo yang terlihat di depan topi dapat dilihat oleh orang lain saat topi digunakan. Ini adalah cara subtil untuk memperkenalkan dan mengingat identitas dari website media promosi kawasan kopi "Kupimap" kepada orang lain.

4.3 Test

Langkah selanjutnya dalam perancangan aplikasi *mobile* adalah melakukan *usability testing* kepada calon pengguna yaitu Wisatawan dan pecinta kopi untuk mengetahui apakah dari segi UI dan UX sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon pengguna, dan apakah aplikasi mudah untuk dipahami oleh pengguna. Kegiatan *usability testing* ini akan dilaksanakan secara tatap muka dengan cara bertemu dengan calon pengguna dan meminta calon pengguna untuk mencoba prototipe aplikasi yang sudah dirancang.

4.3.1 *Usability testing website*

Aspek	Temuan	Solusi
Navigasi dan Penggunaan		
Pengguna Wisatawan (Irwan)	Irwan kesulitan menemukan informasi lokasi dan rute menuju kawasan kopi.	Menambahkan peta interaktif dengan rute dan panduan lokasi pada halaman utama.
	Beberapa tombol menu kurang mencolok, menyebabkan Irwan kesulitan menemukan fitur-fitur penting.	Menggunakan warna kontras dan ukuran huruf yang lebih besar untuk menu-menu utama.
Pengguna Pecinta Kopi (Malik)	Malik membutuhkan akses cepat ke informasi varietas kopi yang ditawarkan.	Membuat halaman khusus dengan rincian jenis kopi beserta deskripsi rasa dan karakteristiknya.
	Malik mengharapkan	Menambahkan halaman edukatif

	informasi lebih mendalam tentang teknik pemrosesan kopi.	yang menjelaskan proses pengolahan kopi dengan ilustrasi dan informasi lebih detail.
Antarmuka dan Desain		
Pengguna Wisatawan (Henhen)	Tampilan website tidak cukup menggambarkan keindahan alam kawasan kopi.	Menggunakan gambar-gambar berkualitas tinggi dari pemandangan alam dan suasana kawasan kopi.
	Tombol "Kontak Kami" dan "Reservasi" kurang mencolok, menyebabkan Henhen kesulitan.	Mengubah warna tombol menjadi lebih kontras dan menempatkannya di lokasi yang lebih terlihat.
Pengguna Pecinta Kopi (Keris)	Keris ingin tampilan yang memancarkan nuansa hangat dan tradisional.	Menggunakan palet warna yang hangat dan desain yang mengingatkan pada estetika kopi tradisional.
	Deskripsi varietas kopi sulit dibaca karena ukuran huruf terlalu kecil.	Memperbesar ukuran huruf pada deskripsi varietas kopi dan menyusun tata letak untuk keterbacaan yang lebih baik.

Table 4. 1 Tabel Usability Testing
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam rangka mengembangkan prototype website media promosi kawasan kopi Komunitas Ambeu Preanger, usability testing terbukti sangat penting. Melibatkan Irwan, Malik, Henhen, Keris, dan Naomi sebagai representasi target audiens wisatawan dan pecinta kopi, kami berhasil mengidentifikasi tantangan navigasi, preferensi visual, dan kebutuhan informasi yang beragam. Dengan mengimplementasikan solusi berdasarkan temuan dari pengujian, kami berhasil meningkatkan desain dan fungsionalitas website untuk memberikan pengalaman yang lebih intuitif, menarik, dan informatif. *Usability testing* telah membantu kami memahami lebih dalam kebutuhan pengguna dan memastikan bahwa *prototype* website siap memberikan pengalaman terbaik kepada pengunjungnya.