

PERANCANGAN *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA INFORMASI CABANG OLAHRAGA SAMBO

Muhammad Fawwaz Al Ghiffari¹, Rendy Pandita Bastari², Adya Mulya Prajana³

^{1,2,3}*Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom,
Jl. Telekomunikasi No. 1, Bandung Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten
Bandung, Jawa Barat 40257*

ghiffarifawwaz@student.telkomuniversity.ac.id¹, rendypanditabastari@telkomuniversity.ac.id²,
adyaprajana@teklomuniversity.ac.id³

Abstrak:

Sambo adalah cabang olahraga bela diri yang berkembang pesat di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Meningkatnya antusiasme masyarakat terhadap olahraga ini menciptakan kebutuhan akan sistem informasi digital yang terintegrasi. Saat ini, informasi mengenai kompetisi, pendaftaran, klub pelatihan, dan perlengkapan masih tersebar dan tidak terpusat, menghambat pembentukan komunitas Sambo yang profesional. Keterbatasan akses informasi juga memperlambat penyampaian kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan merancang dan mengembangkan website sebagai pusat informasi, layanan pendaftaran, dan media penjualan perlengkapan Sambo secara digital. Metode yang digunakan adalah design thinking, melalui lima tahapan: empathize, define, ideate, prototype, dan test. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan atlet, pelatih, orang tua, dan ahli UI/UX, serta kuesioner dari 70 responden. Hasilnya, website yang dirancang berhasil memenuhi kebutuhan pengguna dengan tampilan user-friendly, navigasi jelas, serta fitur pendaftaran online, informasi pelatihan, katalog perlengkapan, dan forum komunitas. Website ini meningkatkan efisiensi pendaftaran, mempercepat penyebaran informasi, dan memperkuat kehadiran digital komunitas Sambo di Bandung, mendorong perkembangan olahraga ini secara lebih luas dan terstruktur.

Kata Kunci: perancangan *website*, *design thinking*, olahraga, sambo.

Abstract:

Sambo is a rapidly growing martial arts discipline in Indonesia, especially in Bandung. The rising enthusiasm for this sport has created a need for an integrated digital information system. Currently, information about competitions, registration, training clubs, and equipment is scattered and not centralized, which hinders the development of a professional Sambo community. Limited access to this information also slows communication with the public. This research aims to design and develop a website that serves as a central hub for information, registration services, and digital sales of Sambo equipment. Using the design thinking method, which includes five stages—empathize, define, ideate, prototype, and test—data was collected through observations, interviews with athletes, coaches, parents, and UI/UX experts, as well as a questionnaire involving 70 respondents. The results indicate that the website effectively meets user needs with a user-friendly interface, clear navigation, and features like online registration, training information, equipment catalogs, and community forums. This platform enhances registration efficiency, accelerates information dissemination, and strengthens the digital presence of the Sambo community in Bandung, promoting the sport's broader and more structured development.

Keywords: *website design, design thinking, sports, sambo.*



PENDAHULUAN

Website merupakan media digital yang memiliki peran strategis dalam mendukung penyebaran informasi dan komunikasi, khususnya di era digital saat ini (Loiacono et al., 2002). Fungsinya tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, tetapi juga menyediakan ruang interaksi antara pengguna dan penyedia informasi melalui fitur seperti komentar, forum, dan integrasi media sosial (Hernández et al., 2009). Konten dalam *website* pun dapat dikemas dalam berbagai bentuk seperti teks, video, animasi, dan ilustrasi sehingga lebih menarik dan mudah dipahami (Brügger, 2009). Dalam konteks olahraga, *website* terbukti mampu meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat terkait komunitas olahraga berbasis web (Rahman, 2020). Dalam hal ini, *website* berperan sebagai sarana promosi dan alat komunikasi yang efektif (Szymkowiak et al., 2021). Hal ini sejalan dengan pertumbuhan olahraga sambo di Indonesia, yang sejak dikenalkan pada tahun 2007 telah mengalami perkembangan signifikan. Meskipun demikian, penyebaran informasi mengenai sambo, baik itu jadwal kompetisi, keberadaan klub, maupun pencapaian atlet, masih belum optimal dan

belum tersaji dalam satu platform terintegrasi.

Sambo merupakan seni bela diri yang berasal dari Rusia dan telah menjadi cabang olahraga internasional sejak diakui oleh *United World Wrestling* (UWW) pada tahun 1966. Di Indonesia, olahraga ini mulai berkembang dan memiliki organisasi resmi yaitu Pengurus Besar Persatuan Sambo Indonesia (PB SAMBO). Seiring meningkatnya partisipasi dan prestasi atlet nasional di tingkat internasional, kebutuhan akan platform digital yang terstruktur untuk mendukung penyebaran informasi, pendaftaran kompetisi, hingga akses terhadap perlengkapan resmi pun semakin tinggi. Sayangnya, belum tersedia media yang secara khusus mengelola informasi tersebut secara terpadu. Oleh karena itu, perancangan *website* khusus cabang olahraga sambo dinilai penting dan relevan, karena dapat menjadi solusi utama dalam penyediaan informasi, layanan pendaftaran online, serta katalog perlengkapan yang dibutuhkan. *Website* ini diharapkan mampu mempercepat penyebaran informasi, meningkatkan partisipasi, serta mendukung perkembangan komunitas sambo secara profesional dan berkelanjutan di Indonesia.

a. Teori Komunikasi

Teori komunikasi secara umum menjelaskan proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima melalui media tertentu. Proses komunikasi ini melibatkan serangkaian tahapan mulai dari pengkodean pesan, pengiriman pesan, dan penerimaan pesan oleh pihak yang dituju. Teori komunikasi yang relevan dalam desain website antara lain adalah Model Komunikasi Linier, Model Komunikasi Dua Arah, dan Komunikasi Interaktif, dan model yang relevan untuk perancangan website ini adalah Komunikasi Interaktif. Model komunikasi ini memberikan kontrol lebih besar kepada pengguna, menciptakan pengalaman yang lebih personal dan dinamis (Rafaeli, 1988).

b. Teori Multimedia Interaktif

Multimedia yang digunakan termasuk dalam kategori multimedia interaktif karena pengguna dapat berinteraksi dengan konten secara aktif, kategori ini memberikan kontrol lebih luas kepada pengguna terhadap elemen-elemen seperti gambar, suara, dan animasi, yang dapat ditemukan dalam game, CD interaktif, aplikasi, dan Virtual Reality (VR). Multimedia memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya semakin relevan di berbagai bidang.

Keunggulan utama multimedia adalah meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna karena kombinasi elemen visual, audio, dan interaktivitas membuat konten lebih menarik dan mudah dipahami. Keunggulan lainnya adalah fleksibilitas dan kemudahan penyesuaian dalam berbagai konteks seperti pendidikan, bisnis, hiburan, dan pemasaran. Selain itu, multimedia juga meningkatkan efisiensi penyampaian informasi, karena pesan yang disampaikan dengan elemen visual dan audio lebih mudah dipahami. Teknologi seperti ini dapat meningkatkan keterlibatan dan mempercepat pemahaman materi (Merchant et al., 2014).

c. Teori Website

Website merupakan sekumpulan halaman yang dapat diakses melalui internet dan berisi informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, audio, dan video (Flavian, Gurrea, and Orus 2009). Website menjadi media utama dalam penyampaian informasi, komunikasi, dan transaksi digital dalam era modern ini (Hernández, Jiménez, and Martín 2009). Landasan teori dalam pengembangan website berkaitan dengan berbagai aspek seperti struktur informasi, desain antarmuka, dan pengalaman pengguna *User Experience* (UX). Salah satu teori utama yang mendukung

pengembangan website adalah Information Foraging Theory (Pirolli & Card 1999). Teori ini menjelaskan bagaimana pengguna mencari dan menavigasi informasi dalam lingkungan digital dengan cara yang mirip dengan perilaku berburu dalam dunia nyata.

Teori Gestalt dalam desain visual juga berperan penting dalam perancangan *website* seperti proximity, similarity, dan closure digunakan untuk menciptakan tata letak yang lebih intuitif dan mudah dipahami oleh pengguna (Ware, 2012). Website dapat dikategorikan ke dalam tiga jenis utama, yaitu website dinamis, statis dan interaktif. Dan perancangan website ini termasuk pada *website* interaktif. *Website* interaktif memiliki kemiripan dengan website dinamis, tetapi dengan tingkat interaksi yang lebih tinggi. Pengguna tidak hanya dapat melihat atau memberikan komentar, tetapi juga memiliki kontrol untuk mengedit atau menambahkan konten.

Website memiliki beberapa fungsi utama. Fungsi komunikasi memungkinkan interaksi pengguna melalui email web, formulir kontak, chatting, dan forum (Sulistiani 2018). Selain itu, website digunakan untuk transaksi bisnis, menghubungkan perusahaan dan konsumen dalam sistem digital. Pembayaran dapat dilakukan melalui kartu kredit, transfer bank, atau metode digital lainnya, sehingga

lebih praktis dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa dalam fungsi komunikasi, website yang responsif dan mudah diakses akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan serta memfasilitasi interaksi antara pengguna. Dengan antarmuka yang menarik dan navigasi yang intuitif, website dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dalam proses komunikasi digital, sehingga pesan yang disampaikan lebih jelas dan mudah dipahami. Proses desain website melibatkan tahap-tahap analisis kebutuhan, wireframing, desain antarmuka, pengujian usability, hingga implementasi (Garrett, 2011).

d. **Content Management System**

CMS adalah perangkat lunak yang memungkinkan pengguna mengelola konten website tanpa perlu memahami bahasa pemrograman. CMS memisahkan antara konten dan desain, sehingga mempercepat pengelolaan informasi di Website. CMS populer adalah WordPress, Joomla, dan Drupal. Dengan CMS, kolaborasi dalam tim konten juga menjadi lebih mudah karena sistem ini biasanya menyediakan hak akses terstruktur bagi editor, penulis, dan admin.

e. **Teori Visual Website**

Desain visual dalam website memiliki peran penting dalam membentuk persepsi

pengguna, meningkatkan daya tarik, serta mendukung pengalaman pengguna secara keseluruhan. Komponen visual tidak hanya digunakan untuk kepentingan estetika, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan yang efektif dan sebagai panduan interaksi pengguna terhadap konten yang disajikan.

Salah satu elemen utama dalam visual website adalah layout, yaitu struktur tata letak elemen-elemen dalam halaman web yang bertujuan mengatur informasi secara sistematis dan efisien. Layout yang baik menciptakan alur baca yang jelas, keseimbangan visual, dan kemudahan dalam navigasi. Penerapan *grid system* umum digunakan pada desain web modern karena mampu menjaga konsistensi dan keteraturan antar halaman (Lidwell et al., 2010). Negative space atau ruang kosong, yaitu area dalam desain yang tidak diisi oleh elemen grafis. Keberadaannya membantu menciptakan keseimbangan visual, menghindari tampilan yang terlalu padat, serta memfokuskan perhatian pengguna pada elemen utama. Penempatan ruang kosong yang tepat juga meningkatkan keterbacaan teks dan memberikan kesan elegan (Lupton, 2010).

Tipografi dalam desain web mencakup pemilihan jenis huruf (font), ukuran, tinggi baris (*line height*), serta kombinasi yang

digunakan untuk menyampaikan informasi. Tipografi yang tepat akan memperkuat identitas visual, meningkatkan kenyamanan membaca, dan mendukung keterbacaan dalam berbagai perangkat. Selain teks, ilustrasi menjadi elemen pendukung visual yang dapat memperkuat pesan, menyederhanakan informasi kompleks, serta menambah daya tarik. Ilustrasi berbasis digital seperti vektor (SVG) memiliki keunggulan dalam skalabilitas tanpa kehilangan kualitas dan berkontribusi pada waktu muat halaman yang lebih cepat.

Fotografi juga memainkan peran strategis dalam membangun emosi, memperkuat pesan visual, serta meningkatkan kredibilitas website. Gambar berkualitas tinggi yang relevan dengan konten mampu memperkaya pengalaman pengguna dan memperkuat citra profesional dari suatu situs. dan yang terakhir, warna merupakan elemen desain yang memiliki pengaruh psikologis dan fungsional dalam antarmuka digital. Pemilihan warna harus sesuai dengan identitas visual, memperhatikan keterbacaan, serta memenuhi standar aksesibilitas. Kombinasi warna yang kontras dapat mengarahkan perhatian pengguna pada elemen penting dan membantu navigasi (Hall et al., 2004).

Prinsip desain grafis seperti keseimbangan (*balance*), penekanan (*emphasis*), kontras, ritme (*rhythm*), kesatuan (*unity*), dan proporsi digunakan untuk menciptakan tampilan yang harmonis, terstruktur, dan mudah dipahami. Penerapan prinsip ini mempengaruhi persepsi pengguna terhadap profesionalitas dan kredibilitas website (Beaird & George, 2014).

f. User Interface and User Experience

UI (*User Interface*) adalah mekanisme komunikasi antara pengguna dan sistem dalam aplikasi berbasis Website, mobile, atau software. UI mencakup tampilan fisik, warna, animasi, dan pola komunikasi program (Hidayatullah Himawan 2020), menyebutkan tiga tahap utama dalam UI design (Sheila 2024) User Research (Mengidentifikasi kebutuhan pengguna melalui survei, wawancara, atau kuesioner). Design and Prototyping (Membuat wireframe, mockup, dan prototype untuk menguji desain antarmuka). Evaluation (Menilai kualitas desain berdasarkan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna).

User Experience (UX) konsep yang menggambarkan keseluruhan pengalaman dan persepsi pengguna saat berinteraksi dengan produk digital, khususnya website. UX mencakup aspek fungsional,

emosional, dan psikologis yang dirasakan pengguna selama proses interaksi berlangsung (ISO, 2010). UX berfokus pada bagaimana pengguna berinteraksi dengan aplikasi. UX tidak hanya memastikan usability, tetapi juga menciptakan pengalaman menarik (Himawan 2020). Dan bagaimana suatu produk dirasakan oleh pengguna dari awal hingga akhir penggunaan. Pengalaman yang positif terjadi jika suatu sistem dapat memberikan kenyamanan, kejelasan, dan nilai tambah sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Aspek yang dirancang untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menggunakan sistem. Aspek utama adalah *usability*, yang mencakup kemudahan belajar, efisiensi, daya ingat, minimnya kesalahan, dan kepuasan (Nielsen, 1994). *Interaction design* berfokus pada interaksi intuitif antara pengguna dan sistem melalui affordance, umpan balik, dan navigasi yang jelas (Norman, 2013). *Information architecture* mengatur konten agar mudah ditemukan dan digunakan, sementara *visual design* mencakup pengaturan warna, ikon, dan tata letak untuk menciptakan antarmuka menarik yang mendukung identitas merek. *User research* dilakukan untuk memahami

kebutuhan dan perilaku pengguna melalui observasi, wawancara, dan survei.

Prosesnya terdiri dari beberapa tahap, dimulai dengan *user research*, dilanjutkan dengan pembuatan *user persona*, perancangan *user flow* atau *sitemap*, *wireframing*, desain visual (*UI & visual design*), dan diakhiri dengan *user validation* melalui pengujian prototipe serta pengumpulan umpan balik.

g. Teori Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah disiplin ilmu yang menggunakan elemen visual seperti warna, tipografi, dan ilustrasi untuk menyampaikan pesan dengan cara yang efektif (Yusa et al. 2023). Tujuan utamanya adalah menciptakan komunikasi yang efektif, menarik, dan mudah dipahami dengan memadukan estetika dan fungsi komunikasi. Dalam konteks pembuatan website, DKV memiliki peran yang sangat penting karena dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat identitas visual dari sebuah *website*.

Desain komunikasi visual (DKV) merupakan fondasi utama dalam merancang tampilan dan pengalaman pengguna di website. Penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, layout, ikonografi, dan animasi tidak hanya meningkatkan daya tarik estetika,

tetapi juga memperkuat pesan komunikasi dan kemudahan interaksi pengguna.

Warna menjadi elemen awal yang menarik perhatian dan membentuk kesan psikologis tertentu, seperti biru untuk profesionalisme dan merah untuk semangat. Tipografi berperan dalam meningkatkan kenyamanan membaca serta memperkuat identitas visual. Ilustrasi dan gambar membantu menyampaikan informasi secara visual agar lebih menarik dan mudah dipahami.

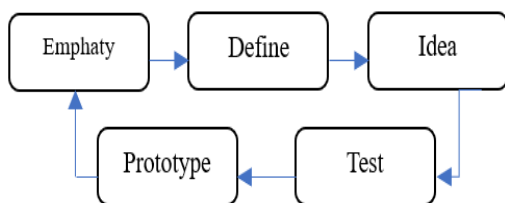
Layout atau tata letak mengatur elemen visual agar navigasi lebih mudah dan konten tersampaikan secara sistematis, biasanya menggunakan grid system untuk menjaga konsistensi. White space memberikan ruang antar elemen, menciptakan keseimbangan visual, dan mencegah tampilan yang padat. Ikonografi menyampaikan pesan secara singkat dan efisien, sementara animasi dan interaktivitas visual seperti *hover effect* dan *micro-interaction* menambah dinamika dan memperkaya pengalaman pengguna.

Secara teoritis, DKV mengacu pada pendekatan komunikasi, psikologi, dan seni visual (Tinarbuko, 2015). Teori semiotika dari Ferdinand de Saussure dan Charles Peirce menjelaskan bahwa simbol visual mampu menyampaikan makna

secara efektif. Teori psikologi warna (Lupton, 2011) turut memperkuat peran warna dalam membentuk emosi dan persepsi pengguna. Dalam konteks pemasaran, desain visual yang konsisten terbukti meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan konsumen (Wahyuningsih, 2015). Seiring berkembangnya media digital, DKV kini semakin relevan dalam mendukung strategi komunikasi interaktif di berbagai platform, termasuk website dan media sosial (Anindita & Riyanti, 2016).

METODE PENELITIAN

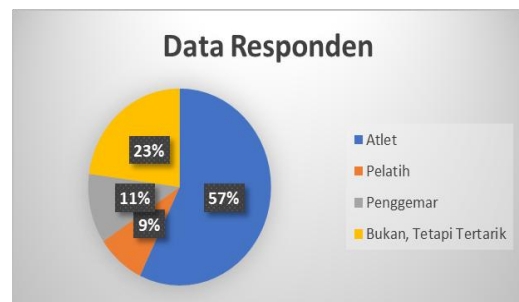
Penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking* sebagai metodologi utama dalam proses perancangan dan pengembangan *website* interaktif yang berfokus pada eksplorasi kebutuhan pengguna secara mendalam (Faticha, 2024).



Gambar 1. Teori *Design thinking*.
(Sumber: Rifda Faticha 2024)

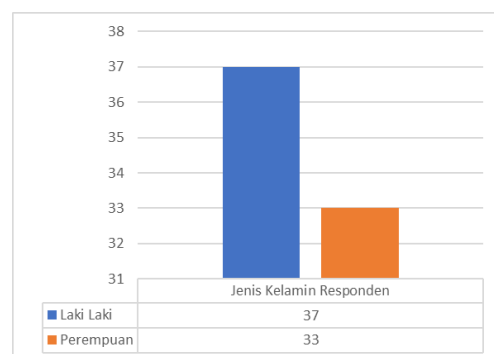
Subjek penelitian terdiri dari atlet, pelatih, serta pengurus komunitas olahraga Sambo yang aktif di Kota

Bandung. Teknik purposive sampling, yaitu memilih responden secara sengaja berdasarkan peran, pengalaman, dan keterlibatannya dalam aktivitas Sambo melalui tiga teknik utama yaitu observasi lapangan, wawancara mendalam dengan satu pelatih, dua atlet, satu orang tua atlet/penggemar, dan satu ahli UI/UX design, serta penyebaran kuesioner terbuka kepada 70 responden.



Gambar 2 Teori *Design thinking*.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gambar 2 menunjukkan bahwa dari 70 responden, 57% adalah atlet, 9% pelatih, 11% penggemar, dan 23% lainnya merupakan individu yang tertarik pada Sambo.



Gambar 3 Teori *Design thinking*.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gambar 3 menunjukkan responden terdiri dari 37 laki-laki dan 33 perempuan. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk memperluas cakupan data, memperoleh beragam perspektif dari komunitas Sambo, serta mengidentifikasi kebutuhan fitur *website* secara lebih representatif dan terukur. Semua data dikumpulkan dalam periode dua bulan dan dianalisis secara kualitatif.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Perencanaan mencakup struktur halaman, fitur teknis, hingga teknologi yang akan digunakan dalam pengembangan. Hal ini penting agar *website* bisa berjalan optimal, mudah diakses, dan terus berkembang sesuai kebutuhan pengguna. Tujuan utama *website* meningkatkan minat masyarakat pada cabang olahraga Sambo.

a. Konsep dasar

Konsep dasar *website* ini bertujuan untuk mengintegrasikan tiga kebutuhan utama komunitas Sambo dalam satu platform digital, meliputi sistem pendaftaran lomba yang praktis, pusat informasi lengkap, serta fitur penjualan atribut. *Website* dirancang agar mudah diakses, fungsional, dan mendukung pengembangan olahraga Sambo secara profesional.

b. Konsep Kreatif

Konsep kreatif dari *website* ini mengusung semangat juang, prestasi, dan profesionalisme dengan visualisasi kombinasi fotografi aksi dan ilustrasi digital. Halaman utama menampilkan alur visual perkembangan atlet dari pendaftaran hingga kejuaraan.

c. Konsep Visual dan Media

Konsep *website* akan menampilkan kuat, energik, dan modern, dengan estetika visual yang menarik, warna tegas, dan tipografi kontras. *Website* Sambo mengusung konsep visual dan media yang terintegrasi, menghadirkan video teknik, ilustrasi gerakan, dan media edukatif yang memperkuat identitas digital Sambo secara fungsional dan estetis.



Gambar 4 Tipografi Perancangan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada Gambar 5 dijelaskan bahwa peneliti menggunakan font modern sans-

**Gambar 5 Warna Website Sambo
Kota Bandung**
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan Gambar 6, terdapat enam warna utama yang digunakan dalam desain *website* Sambo. Hitam (#181C14) mencerminkan kekuatan dan profesionalisme, putih (FFFFFF) memberi kesan bersih dan terbuka, merah (#E6212A) berfungsi sebagai aksen yang mewakili semangat kompetitif, dan biru (#29489A) memperkuat kesan stabil dan terpercaya. Dua gradasi abu-abu (#A8A8A8 dan #E8E8E8) menambah nuansa tenang dan seimbang, digunakan untuk elemen sekunder agar tidak mengganggu fokus utama pengguna.



Gambar 6. *MoodBoard Website* Sambo Kota Bandung
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

d. Desain Sketsa

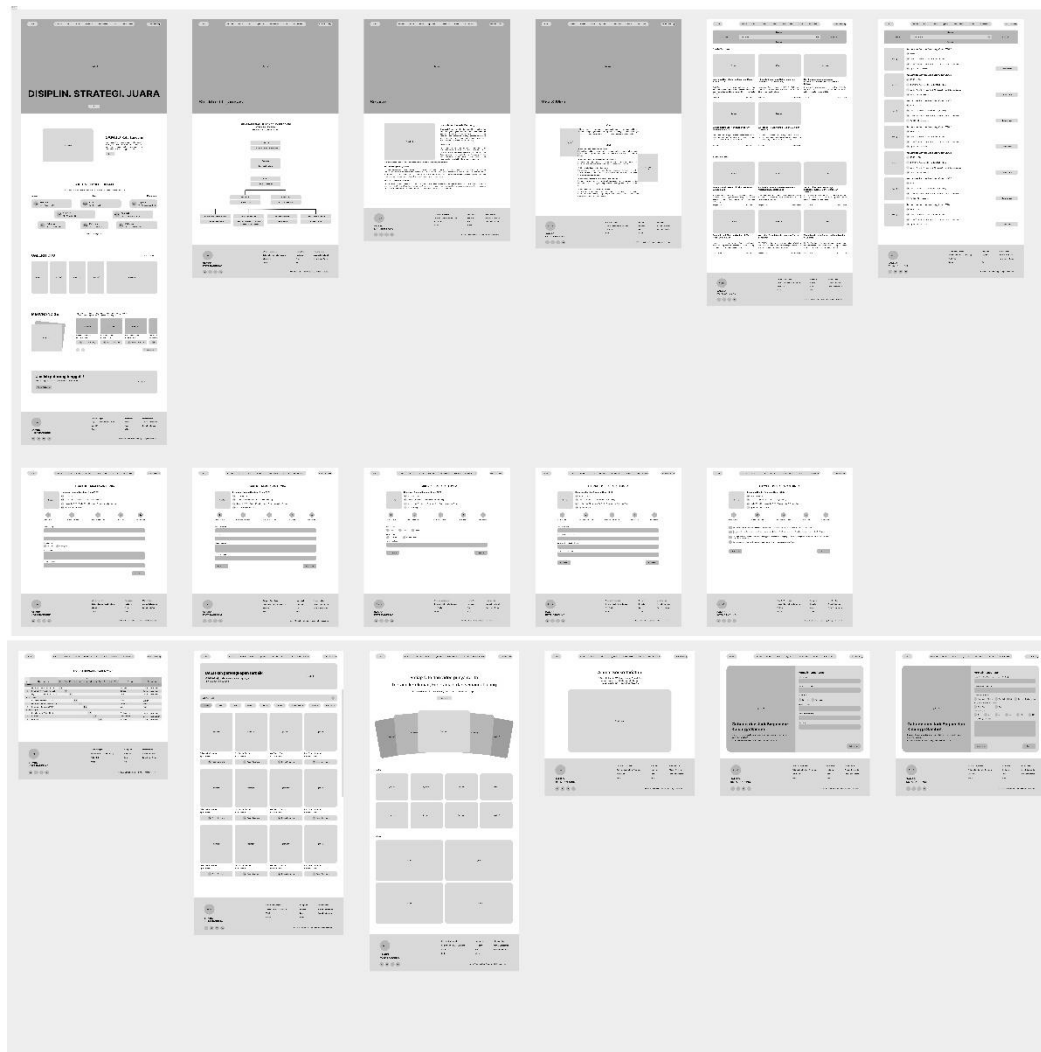
Desain sketsa merupakan tahap awal dalam perancangan antarmuka yang berfungsi untuk memvisualisasikan ide secara cepat dan sederhana. Sketsa digunakan untuk mengeksplorasi konsep awal, menentukan tata letak (layout), serta memetakan alur interaksi pengguna secara garis besar.

Dengan sketsa, peneliti dapat lebih mudah mengidentifikasi struktur informasi dan logika navigasi sebelum melanjutkan ke prototyping. Sketsa juga

memfasilitasi komunikasi ide desain dengan tim secara efisien karena sifatnya yang fleksibel dan mudah direvisi yang berkaitan dengan prototyping (*low fidelity prototyping*).

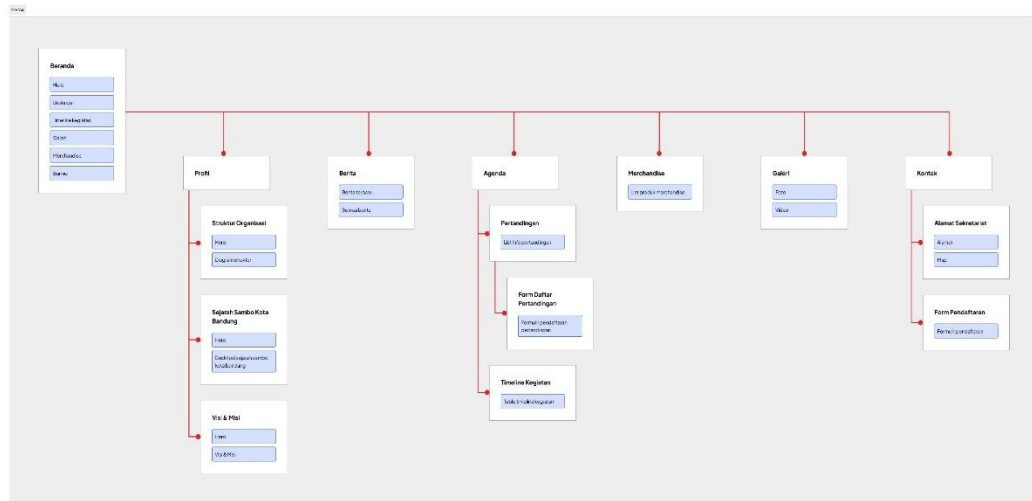
e. Prototyping

Prototyping adalah proses membuat model interaktif sebagai gambaran awal desain akhir, bertujuan untuk menguji navigasi, struktur, dan tampilan antarmuka. Dalam perancangan *website* Sambo, prototyping dibagi menjadi *low fidelity* dan *high fidelity*.



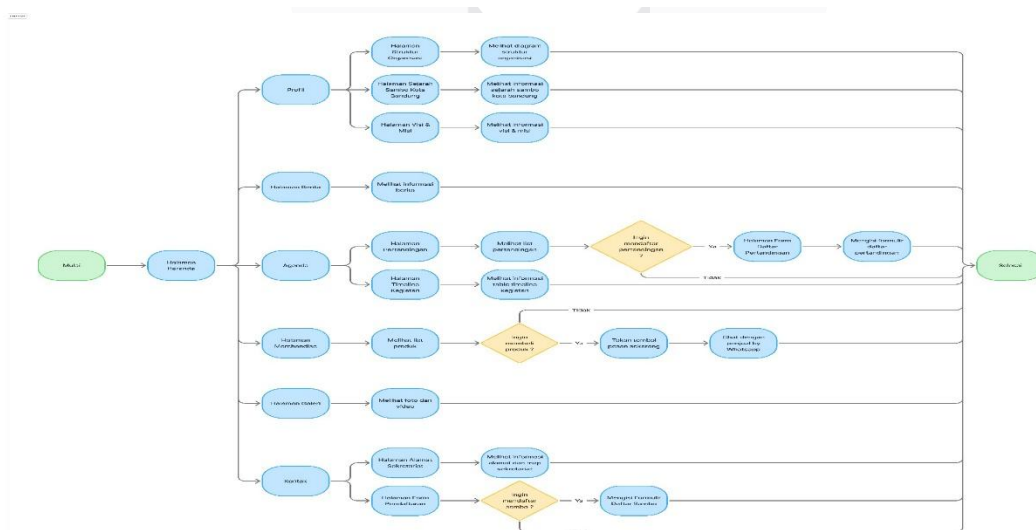
Gambar 7. *Low Fidelity Prototyping Website* Sambo Kota Bandung
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada gambar 7. Menunjukkan *Low fidelity prototype* yang digunakan untuk mengembangkan kerangka dasar seperti struktur halaman dan navigasi dalam *website* Sambo Kota Bandung, yang divisualisasikan melalui *site map*.



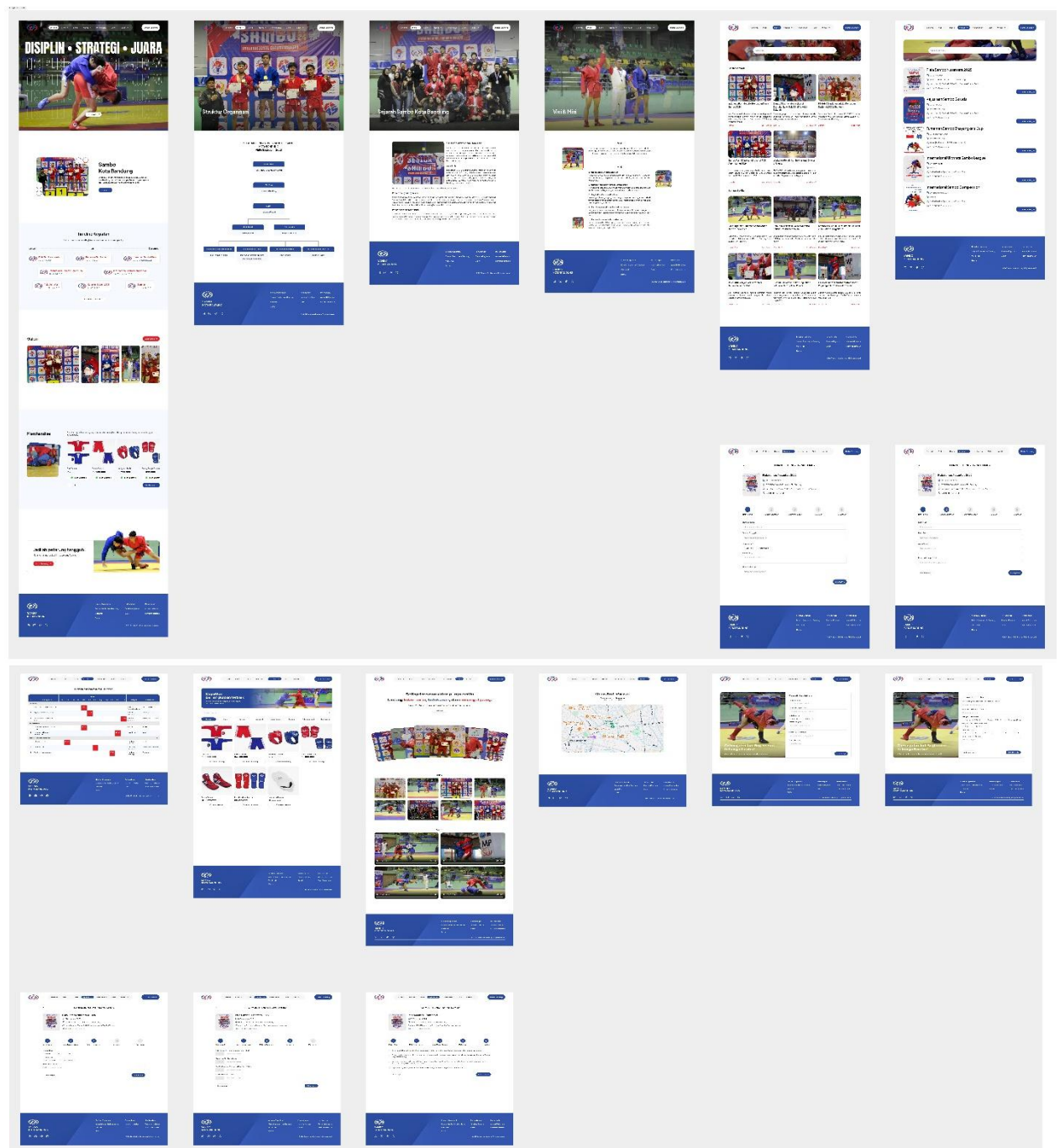
Gambar 8. *Site Map Website* Sambo Kota Bandung
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Site map ini berperan penting dalam menyusun konten agar terorganisir dan mudah diakses. Proses ini menjadi dasar sebelum melanjutkan ke pengembangan visual yang lebih rinci dan interaktif.



Gambar 9. *User Flow Website* Sambo Kota Bandung
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada gambar 9 menunjukkan *user flow* yang merepresentasikan langkah-langkah pengguna dalam menjelajahi konten. *User flow* membantu menciptakan alur interaksi yang efisien dan intuitif. *Wireframe* disusun sebagai sketsa visual awal dari setiap halaman, memperlihatkan penempatan elemen utama seperti navigasi, gambar, teks, dan tombol, meskipun tanpa detail visual. *Wireframe* representasi visual awal dari halaman-halaman *website* yang menunjukkan penempatan elemen *UI* yang membantu merancang tata letak antarmuka secara efektif sebelum diberi elemen visual.



Gambar 10. *High Fidelity Prototyping Website* Sambo Kota Bandung
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Sementara itu, pada gambar 10 *high fidelity* menghadirkan prototipe dengan tampilan yang menyerupai versi akhir *website*. Desain disusun secara *page-per-page*, lengkap dengan penerapan warna, tipografi, ikon, ilustrasi, serta integrasi media digital seperti gambar dan video. Konten yang digunakan hampir menyerupai versi final, memungkinkan dilakukan simulasi pengalaman pengguna secara realistis. Prototipe ini juga menjadi acuan utama dalam pengembangan teknis dan uji kegunaan (*usability testing*).

f. Media Pendukung dan Konsep Bisnis

Media pendukung sarana komunikasi visual untuk memperkenalkan *website* kepada target pengguna dan memperluas jangkauan informasi. Media ini dirancang agar informatif, menarik, dan mudah dipahami, terutama melalui format digital seperti poster dan media sosial. Poster digunakan untuk promosi offline dan penyebaran informasi penting secara visual. Media sosial yang difokuskan pada Instagram dengan konten visual berupa feed dan story. Feed menyampaikan informasi utama seperti panduan pendaftaran dan jadwal lomba, sedangkan story digunakan untuk

pengumuman singkat dan promosi interaktif.

Adapun Media cetak meliputi brosur, poster, dan billboard. Brosur disebarakan pada kegiatan offline, poster digunakan di ruang publik, dan billboard menjangkau audiens lebih luas di lokasi strategis. Preview desain *website* juga ditampilkan dalam kegiatan promosi untuk memperoleh masukan pengguna dan meningkatkan antusiasme sebelum peluncuran resmi.

Selain itu, merchandise dibuat oleh perancang untuk mendukung promosi dan membangun citra visual kegiatan. Produk ini meliputi kaus, *tote bag*, ID card, dan *lanyard* yang berfungsi sebagai alat branding sekaligus penguat identitas visual dalam berbagai aktivitas. Strategi ini bertujuan membangun interaksi dan keterlibatan pengguna secara berkelanjutan dan bisa menjadi konsep bisnis bagi perancang *website*.

Konsep bisnis mendukung keberhasilan perancangan *website* sebagai media resmi Sambo Kota Bandung melalui perencanaan terstruktur mulai dari observasi, wawancara, dokumentasi, hingga produksi visual. Keseluruhan proses dirancang agar efisien, sesuai kapasitas dan tenggat waktu.

Penyusunan Rencana Anggaran Biaya (RAB) mencakup kebutuhan desain antarmuka, produksi konten, transportasi, konsumsi, dan honor narasumber. Estimasi anggaran disusun berdasarkan harga rata-rata di lapangan, dengan prinsip realistis dan profesional, serta melibatkan pemangku kepentingan internal dan eksternal seperti atlet, pelatih, dan *desainer UI/UX*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis Identifikasi masalah dan pengujian kegunaan (usability) menjadi tahap awal yang krusial dalam merancang media digital yang efektif. Website sebagai salah satu media digital memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, menjembatani komunikasi, serta meningkatkan keterlibatan pengguna. Dalam konteks olahraga, website tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dua arah yang memperkuat komunitas dan memperluas partisipasi. Penyajian konten dalam berbagai format seperti teks, gambar, video, dan elemen interaktif menjadikan website sebagai platform yang efisien dan adaptif. Cabang olahraga Sambo di Kota Bandung masih menghadapi kendala

dalam hal sosialisasi dan distribusi informasi. Ketiadaan media digital resmi yang terstruktur menyebabkan informasi terkait kompetisi, klub, maupun perlengkapan belum terjangkau secara luas.

Dalam bidang olahraga, website tidak hanya bertindak sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dua arah yang mampu memperkuat komunitas dan memperluas jangkauan partisipasi. Penyampaian informasi melalui berbagai format seperti teks, video, gambar, dan elemen interaktif membuat website menjadi platform yang efektif dan efisien untuk menyampaikan informasi kepada audiens yang luas dan beragam. Cabang olahraga Sambo yang berkembang di Indonesia, khususnya di Kota Bandung, saat ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal sosialisasi, promosi, dan penyebaran informasi. Belum tersedianya media digital resmi yang menyajikan informasi secara terstruktur menjadi hambatan utama dalam proses pengembangan komunitas Sambo.

Dengan demikian, kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa website yang dirancang secara fungsional, interaktif, dan responsif mampu menjadi solusi dalam penguatan

eksistensi dan profesionalisme komunitas olahraga Sambo di Kota Bandung. Website ini tidak hanya menjadi pusat informasi, tetapi juga menjadi alat strategis dalam promosi, komunikasi, edukasi, dan transaksi yang mendukung pertumbuhan olahraga secara lebih terstruktur dan modern.

Beberapa saran untuk pengembangan penulisan dan perancangan *website* dalam penelitian ini. Pendekatan ini akan meningkatkan akurasi informasi dan relevansi konten yang disediakan oleh website. Selain itu, penting untuk memperdalam wawasan dalam bidang desain visual dan pengalaman pengguna (*User Interface/User Experience – UI/UX*). Hal ini mencakup penggunaan prinsip desain yang responsif, konsistensi elemen visual, kemudahan navigasi, serta keterbacaan informasi yang tinggi. Dengan memperhatikan aspek UI/UX secara lebih menyeluruh, website akan mampu menghadirkan tampilan yang menarik, intuitif, dan ramah pengguna.

Disarankan pula untuk mengumpulkan data tambahan terkait kebutuhan pengguna dalam proses pendaftaran perlengkapan tanding. Informasi ini akan mendukung pengembangan fitur yang tidak hanya

fungsional, tetapi juga efisien dalam membantu pengguna mengakses layanan secara mandiri. Integrasi antara konten informatif dan desain antarmuka yang optimal menjadi kunci dalam mewujudkan website yang benar-benar mampu mendukung ekosistem olahraga Sambo secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Marsha, and Menul Teguh Riyanti. 2016. "Tren Flat Design Dalam Desain Komunikasi Visual." *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain* 1(1): 1–14.
- Andini, M. (2022). *The Effect of Interactive Websites on Youth Sports Participation*. Yogyakarta: Journal of Sports Development.
- Barnes, Stuart, and Richard Vidgen. 2000. "WebQual: An Exploration of *Website* Quality." *ECIS 2000 proceedings*: 74.
- Bolen, M. (2019). *The Evolution of Sambo: History and Techniques*. Moscow: Russian Martial Arts Press.
- Brügger, Niels. 2009. "*Website* History and the *Website* as an Object of Study." *New Media & Society* 11(1–2): 115–32.
- Daniel Kahneman. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Fadhallah, R. A. 2021. *Wawancara*. Unj Press.
- Flavian, Carlos, Raquel Gurrea, and Carlos Orus. 2009. "Web Design: A Key Factor for the *Website* Success." *Journal of Systems and*

- Information Technology 11(2): 168–84.
- Ino Sulistiani. (2018). Fungsi dan Peran *Website* dalam Penyebaran Informasi. Jakarta: Pustaka Digital.
- Kirilov, A. (2021). Combat Sambo: A Military Perspective. St. Petersburg: Tactical Defense Publications.
- Lestari, P. (2021). *Website* Utilization in Promoting Sports Participation. Jakarta: Jurnal Olahraga Indonesia.
- Loiacono, Eleanor T, Richard T Watson, and Dale L Goodhue. 2002. “WebQual: A Measure of *Website* Quality.” Marketing theory and applications 13(3): 432–38.
- Novikov, P. (2018). Self-Defense Techniques in Sambo. Moscow: Defense Strategies Publishing.
- Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From New Media to Communication. Sage Publications.
- Pratama, R., & Wijayanto, S. (2019). The Role of Sports *Websites* in Enhancing Sports Visibility. Surabaya: Journal of Digital Media.
- Rahman, T., & Santoso, D. (2020). Community-Based Sports *Websites* and Their Impact on Engagement. Bandung: Jurnal Teknologi Informasi.
- Salim, M Afif, and Agus B Siswanto. 2019. Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner. CV. Pilar Nusantara.
- Sandrini, Peter. 2005. “*Website* Localization and Translation.” In EU-High-Level Scientific Conference Series MuTra, , 131–38.
- Subasman, Iman, and Rusi Rusmiati Aliyyah. 2024. DESAIN KUESIONER PENELITIAN. Penerbit Widina.
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. DEKAVE (Desain Komunikasi Visual). Media Pressindo.
- United World Wrestling. (2022). Sambo as an International Wrestling Style. Lausanne: UWW.
- Wahyuningsih, S, and S Sos. 2015. “Komunikasi Visual.”
- Yusa, I Made Marthana et al. 2023. Buku Ajar Desain Komunikasi Visual (DKV). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.