

PEMBUATAN MEDIA IKLAN UNTUK MENDESAIN *WEBSITE* DENGAN APLIKASI *WORDPRESS* PADA MIE SETAN KOBER MALANG

Wahyu Adi Saputra¹
Umi Khabibah²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
¹adisaputraw290@gmail.com,
²umi.khabibah@polinema.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan *Website* sebagai media iklan di Mie Setan Kober Malang. Metode yang digunakan adalah metode *Action Research* dengan prosedur penelitian yang terdiri dari perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi. Metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Desain *Website* yang sudah jadi kemudian dievaluasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 1 orang ahli komputer, 1 orang ahli pemasaran, dan 9 orang calon pengguna. Pengukuran efektifitas pengembangan desain diukur dengan metode *Webqual*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Website* tersebut layak digunakan sebagai media iklan pada Mie Setan Kober. Diharapkan desain *website* ini dapat membantu Mie Setan Kober dalam mengiklankan produk jasanya.

Kata-kata kunci: media iklan, mendesain, *wordpress*, Mie Setan Kober.

Abstract

This study was media at developing a website using wordpress application us advertising media at Mie Setan Kober Malang. The study was an action research consisting of phases: planning, action, observation, and reflection. Data collection methods were observation, interview, documentation, and questionnaire. The finished website design was then evaluated by respondents who were 1 computer expert, 1 marketing expert, and 9 prospective users. The effectiveness of the website design was measured using Webqual method.

The results of this study indicate that the website was worthy of being used as an advertising medium in Mie Setan Kober. It is hoped that this Website design can help Mie Setan Kober to advertise its servise products. Keywords: edvertising media, website, wordpress, Mie Setan Kober.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Pembuatan *website* ini untuk mempromosikan dan menawarkan produk berupa *company profile* untuk menarik konsumen dan investor dalam mendapatkan informasi langsung dari mie setan kober Malang. Keunggulan menggunakan *website* dapat menjadi solusi oleh pemilik perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnisnya. Karena *website* ini akan berisi *company profile* yang meliputi profil, sejarah, produk dan kontak, sehingga calon konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi tentang produk yang disediakan dan proses dalam membuka cabang.

Berdasarkan latar belakang diatas maka skripsi ini mengambil judul “pembuatan media iklan untuk mendesain *website* dengan aplikasi *wordpress* pada mie setan kober Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan untuk penelitian ini adalah Bagaimana media iklan untuk mendesain *website* menggunakan aplikasi *wordpress* pada mie setan kober Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mendesain *website* dengan menggunakan aplikasi *wordpress* sebagai media iklan pada Mie Setan Kober Malang.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Empiris

Program aplikasi CMS *Wordpress* untuk merancang *website* sebagai media promosi dapat dikatakan sebagai situs *website* yang baik karena konteks, isi, komunitas, kustomisasi, komunikasi, hubungan, perdagangan ini dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi secara mendetail, memudahkan menarik perhatian untuk kunjungan ulang pada pada *website* perusahaan. Hal ini telah dibuktikan dengan melakukan pengujian dari para ahli marketing dan komputer. Berdasarkan penelitian sebelumnya

Adinda (2017), mengatakan bahwa “ promosi pada *web* rumah *Crochet* dapat dikatakan sebagai pengembangan media promosi untuk meningkatkan penjualan karena memiliki kualitas kemudahan dalam penyediaan informasi dan interaksi pada *web* sehingga menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk rumah *Crochet* Batu.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Aplikasi *WordPress*

Koeshariatmo (2010:12) ”*WordPress* adalah sebuah aplikasi sumber terbuka (*open source*) yang sangat populer digunakan sebagai mesin blog (*blog engine*)”.

2.2.2 Mendesain *Website*

Menurut Yuhefizar dalam buku cara mudah dan murah membangun dan mengelola *website* (2013) “*Website* adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dari sebuah domain yang mengandung informasi”.

2.2.3 Media Promosi

Tjiptono (2018:219) “Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi ,mempengaruhi/membujuk ,dan menginginkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan pada perusahaan yang bersangkutan”.

2.2.4 Iklan

Manap (2016:304) “iklan adalah berita berupa barang dan jasa. Iklan menyampaikan pesan-pesan penjualan yang diarahkan kepada masyarakat melalui cara-cara persuasif yang bertujuan untuk menjual barang, jasa, atau ide”.

3. Metodologi

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian *Action Research* (penelitian tindakan). “penelitian tindakan adalah suatu pencerminan terhadap kegiatan yang sengaja dimunculkan, dan terjadi dalam sebuah kelas”. (Arikunto, 2006:91) serta dilanjutkan penelitian deskriptif kualitas yang mendeskripsikan apa yang telah dilihat, ditanyakan dan informasi yang diperolehnya.” (Sugiyono,2010:122).

3.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini responden sebanyak 11 orang terbagi 3 atas kelompok yaitu:

1. Pengunjung *Website*, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat pengguna *website* yang

sudah dibuat. Jumlah responden yang dibutuhkan penelitian ini sebanyak 4 orang.

2. Para ahli, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari para ahli pemasaran dan ahli komputer. Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 2 orang.

3. Pengunjung *Website* dan Outlet , dengan tujuan untuk mengetahui konsumen tertarik atau tidak untuk membeli setelah melihat *website* . Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 5 orang.

3.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan datanya menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Arikunto (2013:183) “*purposive sample* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu”.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

3.5 Metode Analisa data

Menurut Sugiyono (2011: 93), skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Data yang telah terkumpul melalui angket, kemudian diolah kedalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pertanyaan yang telah dijawab oleh responden, dimana pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan. Dalam penelitian kuantitatif deskriptif ini, metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *action research*. Adapun langkah-langkah dalam penelitian tindakan ini adalah dengan menggunakan 2 siklus.

3.6 Pengembangan Kuesioner

Kuesioner berisi beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan pembuatan *website* toko online dengan menggunakan CMS *WordPress* pada Mie Setan Kober. Responden diharuskan memberikan tanggapan terhadap setiap pertanyaan yang diberikan. Pertanyaan yang tersedia dibuat berdasarkan teori *eQual(e-commerce Quality)*. Efektivitas *website E-Marketing* dapat diukur dengan menggunakan konsep *eQual*, menurut Suh (2005:173) dimensi *eQual* terdiri dari 3 dimensi, yaitu sebagai berikut:

1. *Kegunaan (Usability)*
“Qualities associated with “site design” and “usability;” for example, appearance, ease of use and navigation, and the image conveyed to the user.
Meliputi tampilan, mudah untuk digunakan, mudah untuk dinavigasikan, dan tampilan gambar meyakinkan konsumen.
2. *Kualitas Informasi (Information Quality)*
“Information quality. The quality of the content of the site: the suitability of the information for the user’s purposes, for example, accuracy, format, and relevancy”.
Kualitas Informasi meliputi hal-hal seperti informasi yang akurat, bentuk/format, relevansi.
3. *Kualitas Interaksi Layanan (Service Interaction Quality)*
“The quality of the service interaction experienced by users as they delve deeper into the site, embodied by “trust” and “empathy;” forexample, issues of transaction and information security, product delivery, personalization, and communication with the site owner”.
Kualitas interaksi layanan yang dialami pengguna saat mereka menggali lebih dalam situs, diwujudkan oleh kepercayaan dan empati misalnya, personalisasi, dan komunikasi dengan pemilik situs.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Gambaran Perusahaan

Mie Setan Kober adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa menjual makanan dan minuman. Usaha ini didirikan pada tahun 2010 oleh Bapak Gemmy alias Aris Ardiansyah memiliki sebuah komunitas yang diberi nama Kelompok Bermain (Kober), dari komunitas inilah Mie Kober tercetus.

4.2 Siklus 1

4.2.1 Perencanaan (Planning)

Tahap perencanaan sudah merencanakan beberapa hal yang berhubungan dengan isi konten, desain, dan gambar untuk membuat *website*. Membuat *website* Mie Setan Kober dengan menggunakan aplikasi *Wordpress* untuk merancang *website*. Peneliti mengambil data seperti gambar, harga, produk, lokasi Mie setan Kober, dan sosial media Mie Setan Kober.

4.2.2 Tindakan (Action)

selanjutnya mulai melakukan pembuatan *website company profile* melalui *planning* yang telah ada. Berikut adalah tindakan (*action*) yang dilakukan dalam pembuatan *website* :

- a. Memberikan *interview guide* kepada pemilik dan pengambilan data
- b. Pembelian *domain* dan *hosting*
- c. Pembuatan *website*

4.2.3 Observasi (Observation)

Menguji *website* kepada responden dengan penyebaran kuesioner. Meminta responden untuk memberikan penilaian *website* dengan mengisi kuesioner berdasarkan *WebQual*. Kuesioner akan diberikan kepada responden yang terdiri dari 2 para ahli, 4 pengunjung *website*, dan 5 pengunjung outlet dan *website*. Peneliti menggunakan kuesioner yang telah dikembangkan dari teori *eQual* Suh (2005:17) yang membahas tentang desain *website*. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada pengunjung outlet dan pengunjung *website*.

4.2.4 Refleksi (Reflection)

Hasil responden dari beberapa faktor yang perlu diadakan perbaikan yaitu sebagai berikut:

- a. Menu bar untuk berpindah halaman perlu di tambah.
- b. Tampilan untuk copyright tema yang perlu dihilangkan.
- c. kurangnya informasi produk dan perusahaan dalam *website* kurang akurat.
- d. Layanan komunikasi dengan konsumen masih kurang.
- e. Belum meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditampilkan di *website*.

4.3 Siklus II

4.3.1 Perencanaan (Planning)

Merencanakan perbaikan *website* Mie Setan Kober dengan berbagai pertimbangan dari para ahli dan responden lain bahwa untuk mengatasi dan menanggapi permasalahan yang dihadapi *website* dapat menjadi media iklan *online* yang efektif untuk perusahaan dalam menjual produk Mie Setan Kober.

4.3.2 Tindakan (Action)

Peneliti memperbaiki desain *website* yang telah dibuat sebelumnya sesuai dengan masukan yang di dapat. Yaitu memperbaiki *website* pada tahap pelaksanaan tindakan, penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Buka *browser* pada komputer setelah itu *login* ke *cpanel*.
2. Setelah itu masuk ke halaman *dashboard*.
3. Setelah itu tambah *menu* yaitu *daily vlog*.
4. Mendesain *menu* baru *daily vlog*.
5. Tampilan *menu* baru

4.3.3 Observasi (*Observation*)

Observasi pada siklus kedua terhadap hasil *website* mie setan kober dilakukan cara penelitian melakukan uji coba kembali kepada ahli komputer, ahli pemasaran, owner dan calon pengguna *website* mie setan kober setelah mendapatkan masukan pada siklus I dengan menggunakan kuesioner yang sama siklus I.

4.3.4 Refleksi (*Reflection*)

Ditarik kesimpulan bahwa *website* tersebut sudah mempunyai kualitas yang lebih baik daripada sebelumnya dan menjadikan *website company profile* tersebut memenuhi kriteria yang baik dalam hal pemasaran dan komputer.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka *website* sudah bisa berjalan dengan sangat baik untuk dijadikan sebagai media untuk memudahkan Mie Setan Kober untuk mengiklankan produkna. Serta pembuatan program *website* yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat bermanfaat bagi Mie Setan Kober dan memberikan kemudahan bagi calon pengguna dalam pengoperasian *website* Mie Setan Kober.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan kepada pengelola Mie Setan Kober antara lain sebagai berikut :

1. Diharapkan pemilik Mie Setan Kober melakukan pelatihan dalam mengoperasikan *website* Mie Setan Kober.
2. Diharapkan melakukan pengolahan *website* Mie Setan Kober dengan *update* konten seperti produk dan informasi lainnya secara rutin / berkala supaya konsumen lebih percaya dengan informasi yang disampaikan *website* Mie Setan Kober.

6. Daftar Rujukan

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Koeshariatmo , 2010. *Belajar Membuat Blog dan Website Berbasis CMS dengan Wordpress 3.0* Jakarta : KaryaGuru Publisher.

Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Mitra Wacana Media.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.

Suh, Woojong. 2005. *Web Engineering Principles and Techniques*. United Stated of America: Idea Group Publishing.

Tjiptono, Fandy. 2018. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* . Yogyakarta : CV Andi Ofsett.

Yuhafizar. 2013. *Cara Mudah Dan Murah Membangun Dan Mengelola Website*. Yogyakarta: Graha Ilmu.