

PERANCANGAN *WEBSITE PROFILE*

KIYA PET SHOP



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Oleh:

Daniella Grace Riena

NIM 1912648024

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai

Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang

Desain Komunikasi Visual

2023

Tugas Akhir Penciptaan Berjudul:

PERANCANGAN *WEBSITE PROFILE KIYA PET SHOP* diajukan oleh Daniella Grace Riena, NIM:1912648024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 12 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



Andika Indrayana S.Sn, M.Ds.

NIP 198211132014041001/NIDN 0013118201

Pembimbing II



Alit Ayu Dewantari M.Sn.

NIP 198906132020122013/NIDN 0013068909

Cognate/Penguji Ahli



Mochamad Faizal Rochman, S.Sn., M.T.

NIP 197802212005011002/NIDN 0021027802

Ketua Program Studi



Daru Tunggul Aji, S.S., M.A.

NIP. 198701032015041002/NIDN 0003018706

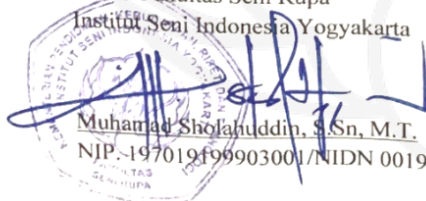
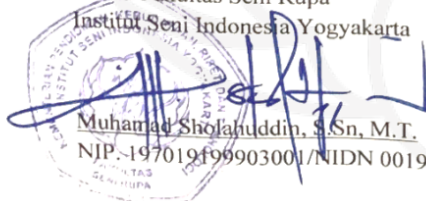
Ketua Jurusan Desain



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.

NIP. 197703152002121005/NIDN 0015037702

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Muhamad Sholahuddin, S.Sn, M.T.

NIP. 197019199903001/NIDN 00191070005

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat ilmu serta keberkahan-Nya. Oleh karena-Nya penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini dengan baik, dimana hal tersebut menjadi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institusi Seni Indonesia Yogyakarta, dengan judul **PERANCANGAN *WEBSITE PROFILE KIYA PET SHOP***.

Tugas akhir merupakan puncak dari pendidikan dalam menerapkan apa yang sudah diterima selama menjalani masa studi. Ilmu-ilmu yang diterima kemudian dan dituangkan menjadi sebuah perancangan desain website. Tujuan dari perancangan ini untuk membantu *Kiya Pet Shop* meningkatkan *brand awareness*. Hasil dari perancangan ini tentunya memiliki banyak sekali kekurangan, oleh karena itu penulis terbuka dengan berbagai macam kritik maupun saran yang membangun untuk perbaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Jika mungkin terdapat kekurangan dan kesalahan, penulis memohon maaf. Semoga perancangan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 6 Desember 2023

Penulis



Daniella Grace Rien

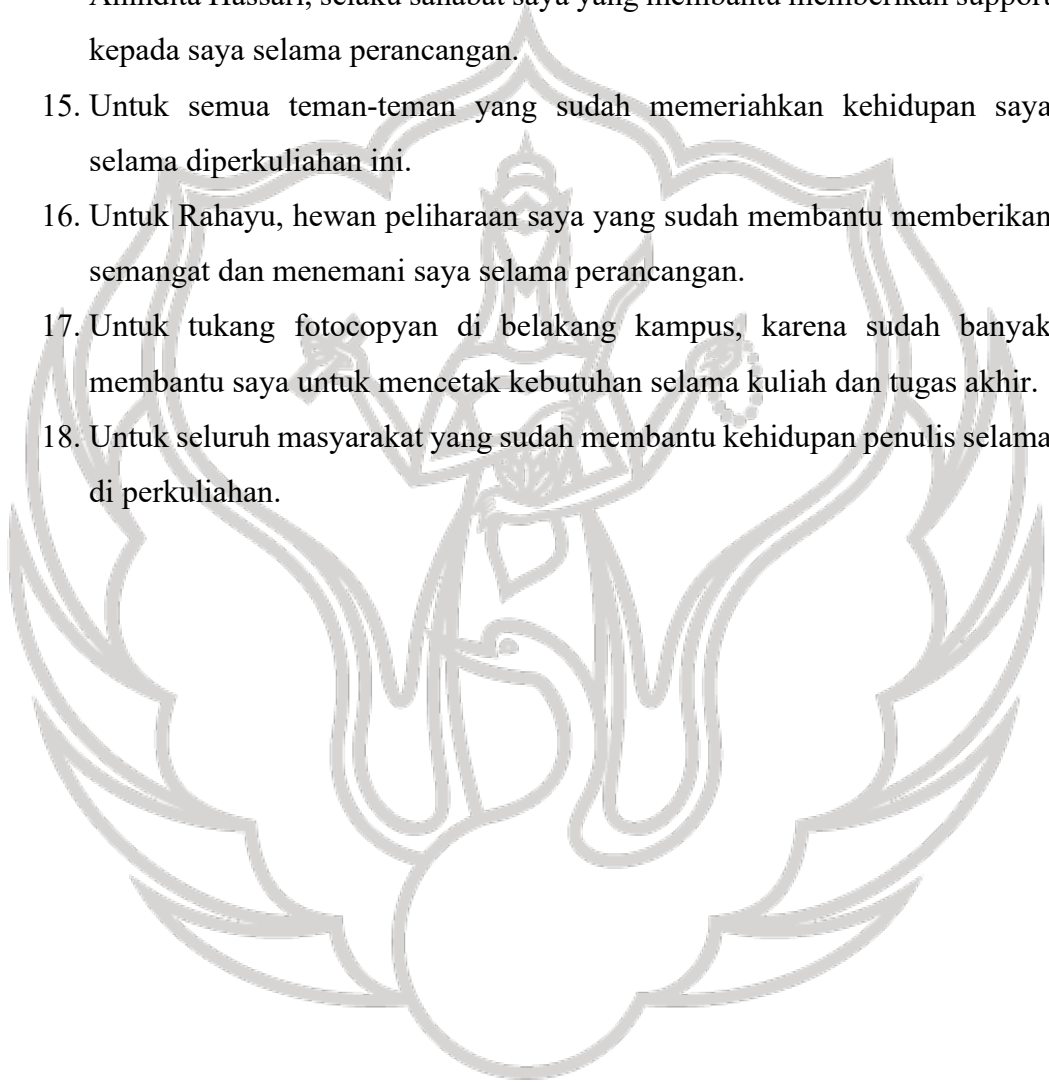
NIM 1912648024

UCAPAN TERIMAKASIH

Terselesaikan perancangan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir proses pengerjaan, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Irwandi, S.Sn.,M.Sn., Selaku Rektor ISI Yogyakarta
2. Bapak Dr. Yulriawan, M.Hum., Selaku Pembantu Dekan I, FSR ISI Yogyakarta.
3. Ibu Yulyta Kodrat Prasetyaningsih, S.T., M.T., Selaku Pembantu Dekan II FSR ISI Yogyakarta.
4. Bapak Lutse Lambert Daniel Morin, M.Sn., Selaku Pembantu Dekan III, FSR ISI Yogyakarta.
5. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Desain, FSR ISI Yogyakarta.
6. Bapak Daru Tunggu Aji, S.Sn., M.A., selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Serta bapak Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn., selaku serkertaris prodi DKV, ISI Yogyakarta.
7. Bapak Andika Indrayana, S.Sn, M.Ds., Selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memotivasi serta memberi masukan dalam proses pembuatan perancangan ini.
8. Ibu Alit Ayu Dewantari M.Sn., Selaku Pembimbing II yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu, memotivasi, serta memberi masukan dalam proses pembuatan perancangan ini.
9. Bapak FX. Widyatmoko, S.Sn, M.Sn., Selaku dosen wali yang telah banyak membantu membimbing selama penulis berkuliah serta membuat perancangan ini.
10. Bapak Aril Santoso, selaku pemilik Kiya Pet Shop, yang telah baik memberikan izin untuk melakukan perancangan ini, serta meluangkan waktu untuk diwawancarai sebagai narasumber untuk kebutuhan dari perancangan.
11. Bapak Rahmat Prasetyo, selaku pegawai Kiya Pet Shop yang telah menjadi narasumber dari Kiya Pet Shop yang sudah meluangkan waktunya untuk diwawancarai.

12. Kepada Bapak Rudianto, Ibu Erna, serta Johana yang telah banyak memberikan support, dan doa dalam proses perancangan ini.
13. Nur Mathias Mudzakir, selaku partner saya yang membantu memberikan support dan masukan selama perancangan, dan membantu mengobati serta merawat saya disaat saya sedang demam.
14. Mukhlis Yulisaputra, Meicyana Wa Ode, Mutiara Adi Paramytha, Clara Anindita Hassari, selaku sahabat saya yang membantu memberikan support kepada saya selama perancangan.
15. Untuk semua teman-teman yang sudah memeriahkan kehidupan saya selama diperkuliahan ini.
16. Untuk Rahayu, hewan peliharaan saya yang sudah membantu memberikan semangat dan menemani saya selama perancangan.
17. Untuk tukang fotocopyan di belakang kampus, karena sudah banyak membantu saya untuk mencetak kebutuhan selama kuliah dan tugas akhir.
18. Untuk seluruh masyarakat yang sudah membantu kehidupan penulis selama di perkuliahan.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Daniella Grace Riena
NIM : 1912648024
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Jurusan : Desain
Prodi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh materi dalam perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN *WEBSITE PROFILE KIYA PET SHOP***, yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Desain dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Karya ini sepenuhnya hasil pemikiran saya dan belum pernah diajukan oleh pihak lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 6 Desember 2023

Penulis



Daniella Grace Riena

NIM 1912648024

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Daniella Grace Riena
NIM : 1912648024
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Jurusan : Desain
Prodi : Desain Komunikasi Visual

Demi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang DKV, dengan ini saya memberikan karya perancangan saya yang berjudul **PERANCANGAN WEBSITE PROFILE KIYA PET SHOP**, kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikannya secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk keperluan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 6 Desember 2023

Penulis



Daniella Grace Riena

NIM 1912648024

ABSTRAK
PERANCANGAN *WEBSITE PROFILE*
KIYA PET SHOP

Daniella Grace Riena

NIM: 1912648024

Kiya Pet Shop baru berdiri selama satu tahun, dan belum terekspos di kalangan masyarakat khususnya pecinta hewan di Yogyakarta, hal ini juga diakibatkan karena berjamurnya usaha *pet shop* di Yogyakarta sehingga harus adanya pembeda usaha satu dengan usaha yang lain untuk meningkatkan *brand awareness*. Salah satu media branding yang dapat menjangkau banyak khalayak adalah website. Perancangan website dengan jenis *company profile* sangat berguna karena dapat membantu penyampaian seputar informasi mengenai produk dan layanan *Kiya Pet Shop*. Dalam proses pembuatan *website profile* yang baik dan *user friendly* harus dilakukan tahap-demi tahap. Salah satu tahap yang harus dilakukan adalah tahapan membuat *prototype*. *Prototype website profile* *kiya pet shop* merupakan sebuah skema rancangan *user interface* dan *user experience*. *Prototype* ini menjadi acuan *template* dalam pembuatan *website* *Kiya Pet Shop*. Setelah pembuatan *prototype* dilakukan tahapan *usability testing* untuk mengukur tingkat *efficiency*, *memorability*, *errors*, dan *satisfaction*. Setelah data diperoleh, didapatkan hasil bahwa 73,3% pengguna merasa sangat puas, dan 26,7% pengguna puas. Dari hasil *usability testing* disimpulkan bahwa perancangan *prototype* ini memiliki impresi yang baik dari pengguna.

Kata Kunci: *Kiya Pet Shop*, hewan peliharaan, *website*, *prototype*.

ABSTRACT

WEB DESIGN PROFILE OF KIYA PET SHOP

Daniella Grace Riena

1912648024

Kiya Pet Shop has only been established for one year, and has not yet been exposed to the public, especially animal lovers in Yogyakarta. This also happens because of the mushrooming of pet shop businesses in Yogyakarta, so there must be a differentiation between one business and another to increase brand awareness. One of the branding media that can reach a large audience is a website. Designing a website with a company profile type is very useful because it can help convey information about Kiya Pet Shop products and services. The process of creating a good and user friendly website profile must be done step by step. One of the stages that must be carried out is the stage of making a prototype. The Kiya Pet Shop profile website prototype is a user interface and user experience design scheme. This prototype is a reference template for creating the Kiya Pet Shop website. After making the prototype, the usability testing stage is carried out to measure the level of efficiency, memorability, errors and satisfaction. After the data was obtained, the result was that 73.3% of users felt very satisfied, and 26.7% of users were satisfied. From the usability testing results, it was concluded that this prototype design had a good impression from users.

Keywords: Kiya Pet Shop, pets, website, prototype.

DAFTAR ISI

PERANCANGAN WEBSITE PROFILE KIYA PET SHOP .. Error! Bookmark not defined.

KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Batasan Masalah.....	4
E. Manfaat Perancangan.....	4
F. Definisi Operasional	5
G. Metodologi Perancangan.....	6
H. Metode Perancangan	6
I. Skematika Perancangan	8
BAB II.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Pengertian Website.....	8
2. Fungsi Website.....	9
3. Website Company Profile	10
4. User Interface	10
5. Konsep User Interface.....	12
6. Prinsip User Interface.....	12
7. User Experience	12
8. User Centered Design	13
9. Tahapan User Centered Design.....	14
10. Dasar-dasar Desain Website	15
11. Wireframe	20
12. Prototype	20
13. User Testing	21
14. Figma.....	21

B. Data Perusahaan	21
1. Nama Perusahaan	21
2. Latar Belakang Sejarah Perusahaan	22
3. Visi dan Misi Perusahaan	22
4. Produk dan Layanan yang Ditawarkan	22
5. Lokasi Perusahaan	23
6. Data Visual	24
7. Data Komunikasi Visual	25
C. Data Kompetitor	27
1. Nama Perusahaan	27
2. Latar Belakang Sejarah Perusahaan	27
3. Visi dan Misi	27
4. Produk dan Layanan	27
5. Lokasi Perusahaan	28
7. Data Komunikasi Visual	30
D. Tinjauan Pustaka	31
E. Analisis Data	32
F. Kesimpulan Analisis Data	33
BAB III	34
A. Konsep Media	34
B. Konsep Kreatif	38
D. Proses Perancangan	46
BAB IV	47
A. Studi Visual	47
B. Visualisasi Website	51
C. Media Pendukung	89
BAB V	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97
DAFTAR ISI	98
LAMPIRAN	100

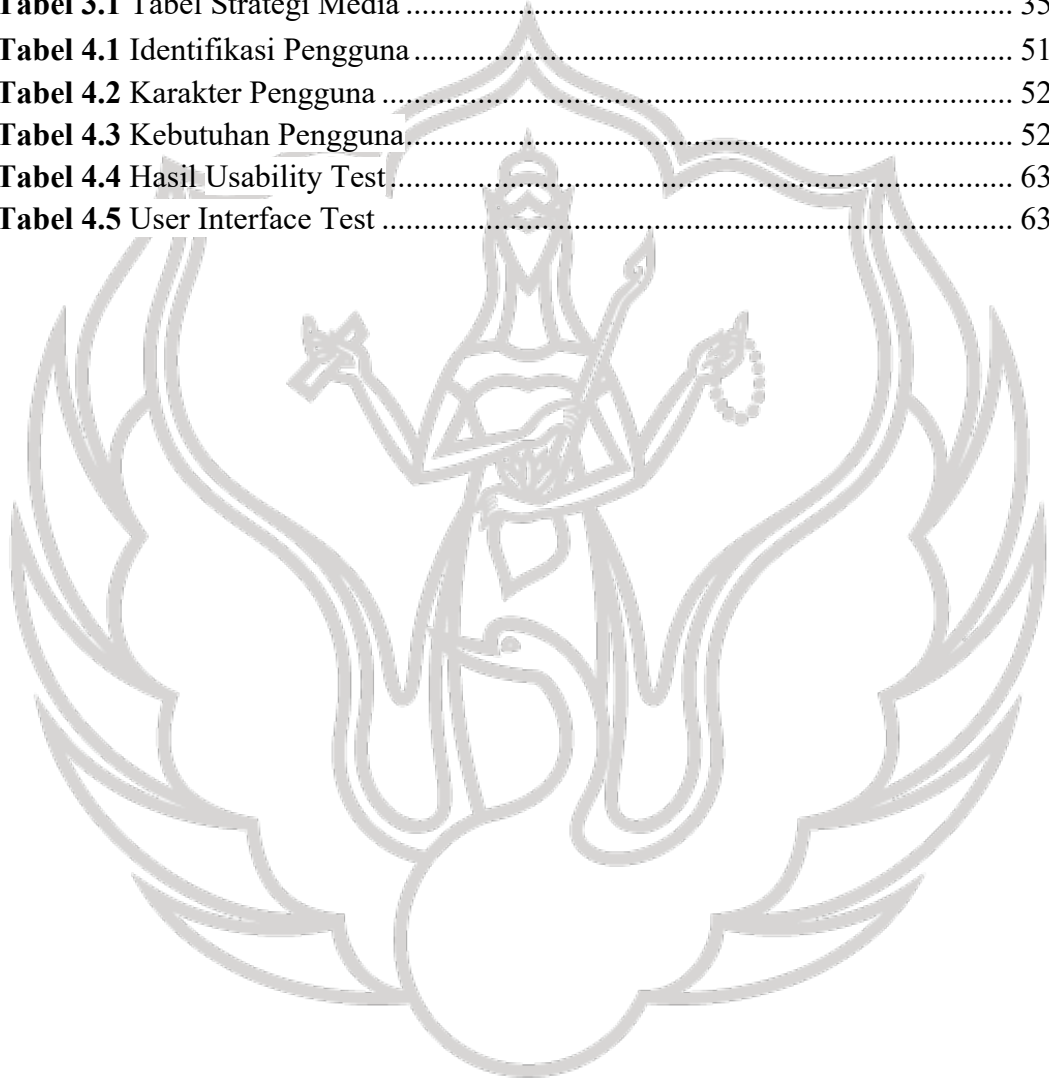
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Skematika Perancangan.....	8
Gambar 2.1 Bagan Tahapan Proses UCD	14
Gambar 2.2 Lokasi Perusahaan	23
Gambar 2.3 Lokasi Perusahaan	24
Gambar 2.4 Data Visual	24
Gambar 2.5 Data Visual	25
Gambar 2.6 Logo Perusahaan.....	25
Gambar 2.7 Konten Edukasi Sosial Media Instagram.....	26
Gambar 2.8 Konten Edukasi Sosial Media Instagram.....	26
Gambar 2.9 Banner.....	26
Gambar 2.10 Lokasi Kompetitor	28
Gambar 2.11 Lokasi Kompetitor	29
Gambar 2.12 Suasana di Pet Saga	29
Gambar 2.13 Suasana di Pet Saga	30
Gambar 2.14 Logo Perusahaan.....	30
Gambar 2.15 Konten Sosial Media Instagram Pet Saga.....	31
Gambar 3.1 <i>Font</i> Anton.....	41
Gambar 3.2 <i>Font</i> Poppins.....	41
Gambar 3.3 Referensi Layout Website Kiya Pet Shop	42
Gambar 4.1 Foto Referensi dari Website Kiya Pet Shop	48
Gambar 4.2 Foto Referensi dari Website Kiya Pet Shop	48
Gambar 4.3 Foto Color Palette Website Kiya Pet Shop.....	49
Gambar 4.4 Referensi Layout.....	49
Gambar 4.5 Referensi Layout.....	50
Gambar 4.6 <i>Font</i> Antoni Menjadi <i>Font</i> Headline.....	50
Gambar 4.7 <i>Font</i> Poppins Menjadi <i>Font</i> Bodyteks	51
Gambar 4.8 Sitemap	53
Gambar 4.9 Wireframe Awal Halaman Beranda.....	53
Gambar 4.10 Wireframe Awal Halaman About Us	54
Gambar 4.11 Wireframe Awal Halaman Pet Grooming	54
Gambar 4.12 Wireframe Awal Halaman Pet Hotel.....	55
Gambar 4.13 Wireframe Awal Halaman Product	55
Gambar 4.14 Wireframe Awal Halaman Magazine	56
Gambar 4.15 Design Awal Halaman Beranda.....	57
Gambar 4.16 Design Awal Halaman About Us	58
Gambar 4.17 Design Awal Halaman Pet Grooming	59
Gambar 4.18 Design Awal Halaman Pet Grooming	60
Gambar 4.19 Design Awal Halaman Pet Grooming	61

Gambar 4.20 Design Awal Halaman Pet Grooming	62
Gambar 4.21 Usability Test.....	63
Gambar 4.22 Wireframe Halaman Home	64
Gambar 4.23 Wireframe Halaman About Us	65
Gambar 4.24 Wireframe Halaman Pet Hotel.....	66
Gambar 4.25 Wireframe Halaman Pet Grooming	67
Gambar 4.26 Wireframe Halaman Pet Product	68
Gambar 4.27 Wireframe Halaman Pet Magazine.....	69
Gambar 4.28 Desain Halaman Home	70
Gambar 4.29 Desain Halaman About Us	71
Gambar 4.30 Desain Halaman Pet Hotel.....	72
Gambar 4.31 Desain Halaman Pet Grooming	73
Gambar 4.32 Desain Halaman Pet Product	74
Gambar 4.33 Desain Halaman Pet Magazine	75
Gambar 4.34 Desain Halaman Pet Magazine.....	76
Gambar 4.35 Desain Halaman Artikel	77
Gambar 4.36 Desain Halaman Artikel	78
Gambar 4.37 Desain Halaman Artikel	79
Gambar 4.38 Desain Halaman Artikel	80
Gambar 4.39 Desain Halaman Artikel	81
Gambar 4.40 Desain Halaman Artikel	82
Gambar 4.41 Desain Halaman Artikel	83
Gambar 4.42 Desain Halaman Artikel	84
Gambar 4.43 Desain Halaman Artikel	85
Gambar 4.44 Desain Halaman Artikel	86
Gambar 4.45 Desain Halaman Artikel	87
Gambar 4.46 Desain Halaman Pet Magazine.....	88
Gambar 4.47 Media Pendukung Instagram Post.....	89
Gambar 4.48 Media Pendukung Instagram Post	89
Gambar 4.49 Media Pendukung Instagram Post	90
Gambar 4.50 Media Pendukung Instagram Post	90
Gambar 4.51 Media Pendukung Instagram Post	91
Gambar 4.52 Media Pendukung Kaus Hewan Peliharaan.....	91
Gambar 4.53 Media Pendukung Pet Bowl	92
Gambar 4.54 Media Pendukung Stiker.....	92
Gambar 4.55 Media Pendukung Pet Bowl	93
Gambar 4.56 Media Pendukung GSM	93
Gambar 4.57 Media Pendukung Poster Pameran Tugas Akhir	94
Gambar 4.58 Media Pendukung Katalog	94
Gambar 4.59 Pameran Tugas Akhir	95
Gambar 4.60 Pameran Tugas Akhir	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Pelayanan Pet Grooming Kiya Pet Shop.....	23
Tabel 2.2 Tabel Pelayanan Penitipan Kiya Pet Shop	23
Tabel 2.3 Tabel Pelayanan Pet Grooming Pet Saga	28
Tabel 2.4 Tabel Pelayanan Pet Hotel Pet Saga.....	28
Tabel 3.1 Tabel Strategi Media	35
Tabel 4.1 Identifikasi Pengguna	51
Tabel 4.2 Karakter Pengguna	52
Tabel 4.3 Kebutuhan Pengguna.....	52
Tabel 4.4 Hasil Usability Test.....	63
Tabel 4.5 User Interface Test	63



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah hewan peliharaan yang cukup tinggi, dan memiliki pangsa pasar yang potensial. Menurut Lembaga Survey *Iprice* mengungkapkan bahwa, *search interest* tentang hewan peliharaan meningkat hingga 88% sejak periode Januari – September 2019 dengan total *search interest* mencapai 419 ribu pada tahun 2021. Hal ini sejalan dengan semakin banyaknya *update* para pemilik hewan peliharaan di media sosial. Sedangkan tahun 2020, menjadi periode dengan peningkatan paling drastis yaitu mencapai 66%. Peningkatan drastis ini terjadi karena tahun 2020 bertepatan dengan awal mula diterapkannya PSBB pada sebagian besar provinsi di Indonesia. Sehingga masyarakat memiliki lebih banyak waktu menyendiri di rumah, dan hal ini memicu munculnya rasa kesepian, sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk memelihara hewan peliharaan. Menurut Miller (2020), hewan peliharaan mampu mengurangi gejala depresi, meningkatkan rasa percaya diri, kenyamanan dan ketenangan pemiliknya. Dengan mengelus, memegang, atau memeluk dapat meningkatkan hormon *serotonin* dan *dopamin* dalam tubuh. Hormon *dopamin* biasa dikenal dengan hormon bahagia dan *neurotransmitter*, yang berfungsi sebagai penghantar stimulus yang berpengaruh kepada suasana hati. Sedangkan hormon *serotonin* merupakan hormon yang penting mengelola suasana hati (Lidia, 2020).

Bagi sebagian pemilik hewan peliharaan dan pecinta hewan, hewan peliharaan tidak hanya menjadi penjaga rumah saja, namun menjadi teman, bahkan tak sedikit orang menganggap bahwa hewan peliharaan mereka adalah bagian dari keluarga. Sehingga memberikan rasa kasih sayang, kenyamanan, dan kebutuhan hewan peliharaan menjadi kewajiban yang penting bagi pemilik hewan peliharaan untuk menjaga kesejahteraan hewan peliharaan. Dengan banyaknya kebutuhan yang ada, terciptanya peluang usaha untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut. Berdasarkan data *Euromonitor International*

(dalam Bali Ekbis, 2020), adanya peningkatan dan pertumbuhan sebanyak 7% per tahunnya pada industri layanan hewan peliharaan di Indonesia, salah satunya seperti *pet shop*.

Pet Shop sendiri merupakan usaha yang bergerak dibidang pemeliharaan, perawatan, serta perlengkapan hewan. Kebutuhan yang disediakan, umumnya berupa makanan kering, makanan basah, snack, vitamin, shampoo, sabun, permainan kandang hewan, dan masih banyak hal lainnya yang mendukung keberlangsungan hidup hewan peliharaan. Tidak hanya menjual kebutuhan hewan peliharaan, sudah banyak *pet shop* yang membuka jasa *grooming*, penitipan, bahkan pelayanan kesehatan untuk hewan peliharaan. Sehingga bermunculan toko-toko khusus hewan peliharaan yang menyediakan berbagai jenis fasilitas, baik untuk kesehatan, dan perawatan. Oleh sebab itu, keberadaan bisnis *pet shop* sangat memudahkan pemilik hewan peliharaan untuk mensejahterakan hewan.

Salah satu bisnis *pet shop* yang lengkap dan memiliki ulasan yang baik dikalangan masyarakat adalah seperti *Kiya Pet Shop*. *Pet shop* yang berlokasi di Jl. Parangtritis km. 06 ini berdiri sejak tahun 2021. *Kiya Pet Shop* merupakan sebuah toko, yang menyediakan berbagai layanan untuk hewan peliharaan. Seperti menjual makanan, minuman, vitamin, dan peralatan untuk hewan, selain itu *Kiya Pet Shop* juga menyediakan jasa *grooming*, serta tempat untuk penitipan hewan.

Kiya Pet Shop baru berdiri selama dua tahun, dan belum terekspos di kalangan masyarakat khususnya pecinta hewan di Yogyakarta, hal ini juga diakibatkan karena berjamurnya usaha *pet shop* di Yogyakarta sehingga harus adanya pembeda usaha satu dengan usaha yang lain untuk meningkatkan *brand awareness*. Sebagai salah satu upayanya yaitu dengan membuat identitas visual atau yang dikenal dengan sebutan *branding*.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama salah satu pegawai *Kiya Pet Shop*, Rahmat Prasetyo mengatakan bahwa “Kami pihak *Kiya Pet Shop* belum terlalu paham bagaimana cara membranding, hanya sekedar memfoto lalu memposting di facebook atau instagram”.

Padahal di era digital saat ini, *branding* merupakan hal penting yang tidak boleh dilewatkan dalam membangun sebuah bisnis. Ekosistem digital terus berkembang, tren perubahan minat, dan perilaku belanja konsumen, serta ketatnya persaingan bisnis di era *digital branding* menjadi sangat penting untuk kelangsungan bisnis. Dengan hadirnya berbagai jenis platform digital yang beragam membuat sebaran informasi semakin cepat, termasuk sebaran mengenai informasi bisnis. Salah satu *platform* digital yang menjadi penghubung antara bisnis dengan konsumen yaitu *website*.

Dengan memiliki *website*, dapat secara langsung menyajikan informasi yang membantu memperkenalkan layanan serta produk yang dipasarkan dengan jangkauan target audiens yang lebih luas. Bukan hanya itu, dengan *website* pelanggan lebih percaya dengan bisnis yang dijalankan dan tentunya dapat membantu meningkatkan *brand awareness*.

Oleh sebab itu, penulis mengajukan ide perancangan *website company profile* untuk meningkatkan *brand awareness*, *USP (Unique Selling Proposition)*, dan bentuk profesionalisme dari *Kiya Pet Shop*. Selain itu media pendukung yang ingin dibuat oleh penulis, pembuatan template media sosial untuk memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan dan dikemas dengan desain yang menarik serta informatif seperti memberikan seputar pengetahuan tentang hewan peliharaan, serta membuat promosi layanan dengan strategi yang menarik minat audiens. Media pendukung ini akan diposting melalui kanal instagram dan facebook.

Salah satu *Pet Shop* lainnya yang telah berhasil melakukan meningkatkan *brand awareness* melalui media sosial adalah Suka Pets. Suka Pets merupakan sebuah *pet shop* yang berlokasi di Jakarta Pusat. Tidak hanya membuka toko secara fisik, namun Suka Pets telah melakukan branding dengan mengelola *website* untuk memberikan informasi dari produk yang dijual, dan konsumen bisa membeli produk melalui *e-commerce*, seperti shopee dan tokopedia. Suka Pets juga berhasil meraih 10 ribu pengikut di instagram dengan rutin memposting konten-konten yang informatif bagi pemilik hewan peliharaan. Cara membranding ini yang menjadi inspirasi penulis untuk membantu *Kiya Pet Shop* meningkatkan *brand awareness*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam perancangan ini adalah, bagaimana cara merancang *prototype website profile* untuk *Kiya Pet Shop* yang informatif serta mampu meningkatkan *brand awareness*?

C. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan desain *user interface website* untuk *Kiya Pet Shop*, diharapkan dapat membantu *Kiya Pet Shop* untuk meningkatkan *brand awareness*, serta memperkenalkan produk dan layanan yang ditawarkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

D. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan ini antara lain:

1. Berfokus pada perancangan *user interface & user experience website company profile* untuk *Kiya Pet Shop*.
2. *Website* ini dikhususkan sebagai bentuk profesionalisme dan menjelaskan informasi seputar bisnis *Kiya Pet Shop*.
3. Target audiens dalam perancangan ini adalah komunitas pecinta hewan dan pemilik hewan peliharaan dengan rentang usia 17-30 tahun.

E. Manfaat Perancangan

Manfaat dalam perancangan ini adalah:

1. Bagi Target *Audience*
Memberikan informasi terkait produk, serta jasa yang ditawarkan dan mempermudah target audience untuk memilih produk atau jasa yang dibutuhkan.
2. Bagi Perusahaan
Memberikan informasi mengenai perusahaan, baik sejarah, visi dan misi, produk, jasa, serta kontak perusahaan agar meningkatkan *brand awareness*.
3. Bagi Perancangan dan Institusi

Diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya di bidang *user interface* dan *user experience website* dengan metode *user centered design*, dan juga sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa desain komunikasi visual yang akan mengerjakan perancangan serupa.

4. Bagi Peneliti

Perancang mampu menambah wawasan, juga sebagai referensi mengenai literasi *user interface* dan *user experience*, serta metode *user centered design* dalam penerapannya.

F. Definisi Operasional

1. Website

Sebuah domain atau halaman di internet berisi kumpulan halaman yang dapat diakses melalui *homepage* atau halaman utama *website*. *Website* dibuat dengan tujuan tertentu seperti untuk keperluan pribadi, toko *online*, serta perusahaan.

2. User Interface Design

User Interface Design atau desain antar muka adalah tampilan untuk mesin atau perangkat lunak seperti komputer yang bertujuan untuk memaksimalkan pengalaman pengguna. *User Interface Design* juga berbicara tentang, bagaimana suatu aplikasi atau *website* terlihat seperti apa, dapat dikatakan sebagai tampilan atau desain sebuah *website*.

3. User Experience Design

User Experience Design atau desain pengalaman pengguna adalah proses bagaimana merancang kepuasan pengguna dalam memudahkan penggunaan dan pengalaman dalam interaksi antar pengguna dan produk.

4. Kiya Pet Shop

Kiya Pet Shop, berdiri sejak tahun 2021 dan berlokasi di Jl Parangtritis km 06 Jetis, Pandes, Bangunharjo. *Pet Shop* ini menyediakan berbagai jenis layanan dan penjualan produk untuk hewan peliharaan seperti makanan, vitamin, *shampoo*, mainan, serta kandang untuk hewan, juga *pet shop* ini menyediakan layanan jasa *grooming* dan pet hotel untuk hewan

dengan harga yang terjangkau, tingkat kebersihan yang terjamin, juga lokasi toko yang sangat strategis karena letaknya di pinggir Jalan Parangtritis.

G. Metodologi Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini membutuhkan data primer dan sekunder dalam proses penelitian perancangan. Dengan menggunakan narasumber pemilik dan admin *Kiya Pet Shop*. Dalam metode pengumpulan data menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Melakukan observasi dengan mengunjungi *Kiya Pet Shop* yang berlokasi di Jl Parangtritis km 06 Jetis, Pandes, Bangunharjo untuk memantau bagaimana interaksi pihak *Kiya Pet Shop* dengan konsumen.

b. Wawancara

Melakukan wawancara dengan pemilik dan karyawan *Kiya Pet Shop* dalam rangka mengumpulkan data profil untuk kebutuhan pembuatan *website*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi untuk mengabadi momen surat atau berkas penting *Kiya Pet Shop*, dan proses pelayanan pelanggan.

d. Kepustakaan

Sebagai referensi untuk pembandingan dan sumber data melalui berbagai data, melalui buku, artikel dan internet.

2. Analisis Data

a. SWOT

Metode SWOT adalah metode yang menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman.

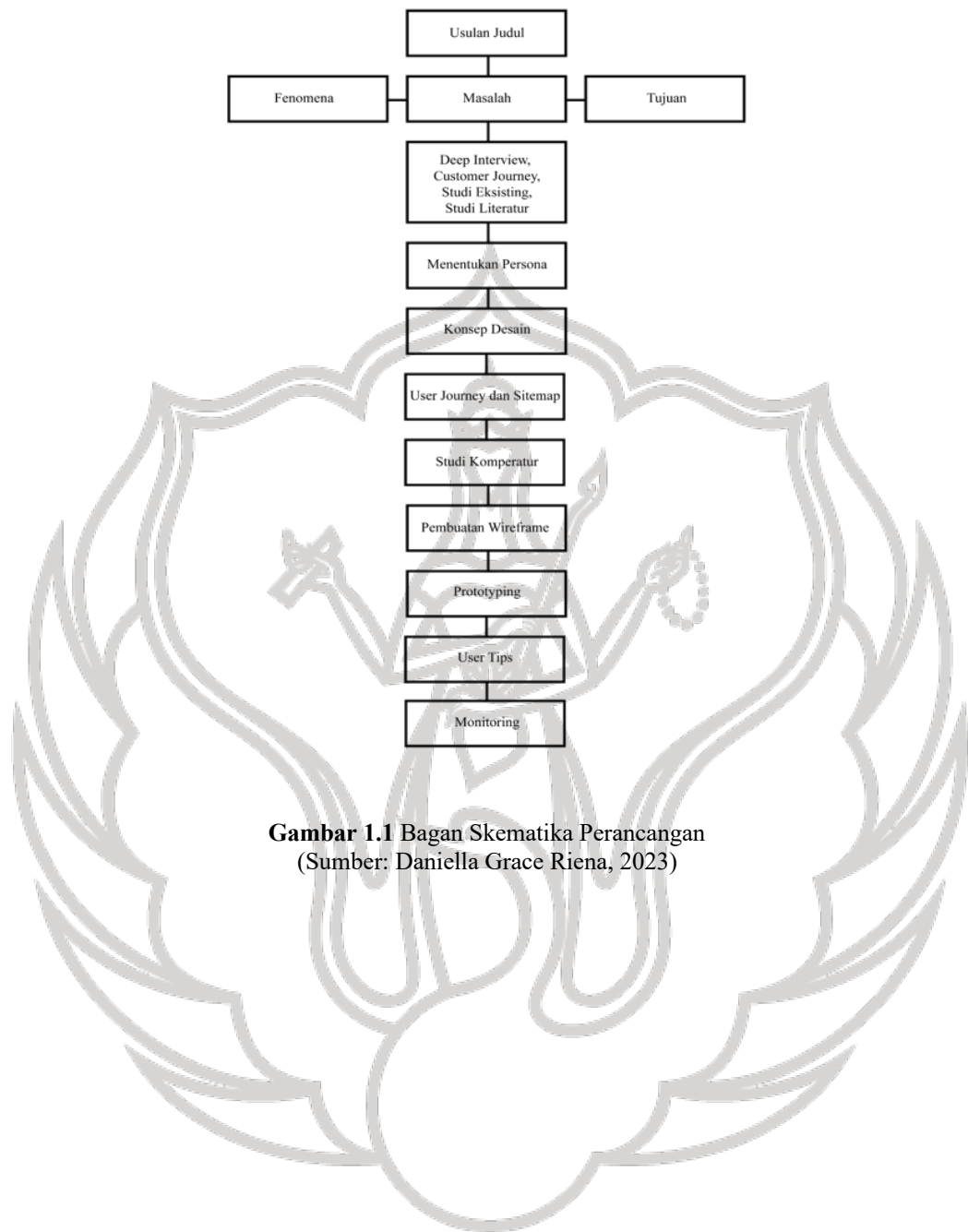
H. Metode Perancangan

a. *User Centered Design*

Metode perancangan yang diterapkan adalah metode *User Centered Design*. Donald A. Norman (1988:188) mendefinisikan *user centered design* sebagai suatu filosofi yang berlandaskan pada kebutuhan dan minat pengguna, dengan penekanan pada membuat produk dapat digunakan dan dimengerti. Sedangkan menurut *User Experience Professionals Association* (UXPA), *user centered design* merupakan suatu pendekatan desain yang mengikuti proses berdasarkan informasi mengenai orang-orang yang menggunakan produk tersebut. Dengan kata lain, *user centered design* harus memusatkan perhatian pada pengguna dan memahami kebutuhan mereka dalam setiap proses desain. Prinsip-prinsip utama dalam *user centered design* yaitu:

- 1) Memahami dan menentukan konteks pengguna.
- 2) Menetapkan kebutuhan pengguna dan organisasi.
- 3) Solusi perancangan yang dihasilkan
- 4) Evaluasi perancangan terhadap kebutuhan pengguna.

I. Skematika Perancangan



Gambar 1.1 Bagan Skematika Perancangan
(Sumber: Daniella Grace Riena, 2023)