

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Permasalahan

Kabupaten Tegal menjadi salah satu daerah dengan pusat industri di Jawa Tengah yang cukup maju. Sektor industri di Kabupaten Tegal berperan besar dalam mendorong perekonomian daerah. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tegal tahun 2024 mengenai kontribusi sektor utama dalam Produk domestik Regional Bruto (PDRB) tahun 2019-2023, sektor industri pengolahan atau manufaktur memiliki andil besar pada perekonomian Kabupaten Tegal, yaitu melalui kontribusi sebesar 36,30% terhadap PDRB pada tahun 2023. Di balik kontribusi besar yang dimiliki oleh sektor industri manufaktur, masih terdapat banyak pelaku usaha yang belum mengenalkan produknya melalui media digital. Pesatnya perkembangan industri di Kabupaten Tegal mendorong bisnis untuk memanfaatkan media digital sebagai cara mengenalkan produknya. Salah satu industri kecil menengah yang bergerak pada sektor manufaktur yaitu CV Sumber Alam Raya. CV Sumber Alam Raya merupakan perusahaan industri yang fokus terhadap perdagangan umum, pengadaan barang dan jasa yang terkait dengan pengolahan berbagai produk besi. Berdiri sejak tahun 2018 CV Sumber Alam Raya telah memproduksi berbagai jenis produk seperti tangki oli hidrolik, komponen knalpot motor, dan ornamen pagar.

Berdasarkan survei yang dilakukan penulis terhadap perusahaan pelanggan potensial CV Sumber Alam Raya mayoritas mengetahui informasi perusahaan melalui komunikasi dari mulut ke mulut. Kondisi ini menunjukkan bahwa adanya kebutuhan terhadap strategi komunikasi berbasis media digital, agar informasi mengenai perusahaan dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan menjangkau audiens sesuai dengan sasarannya. Temuan dari survei turut menunjukkan bahwa pemanfaatan media *branding*, seperti *website*, menjadi salah satu faktor penting yang perlu dimiliki oleh perusahaan, terutama dalam mengenalkan produknya kepada calon pelanggan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Pengembangan informasi digital melalui platform website diperlukan sebagai langkah strategis bagi CV Sumber Alam Raya dalam upaya mengenalkan produknya.

4.2 Proses Penciptaan Karya

Proses penciptaan karya dalam tugas akhir ini terbagi dalam tiga tahap utama, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Setiap tahapan memiliki peran penting dalam menghasilkan karya yang sesuai dengan tujuan awal yang telah disusun. Pada tahap

praproduksi penulis mengumpulkan data untuk mendukung perumusan ide dan konsep karya. Tahap produksi merupakan proses pengembangan karya berdasarkan ide yang telah dirancang. Sementara itu, pada tahap pascaproduksi penulis fokus pada evaluasi hasil karya yang telah diimplementasikan, untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan karya dalam menjawab permasalahan klien. Evaluasi juga mengacu pada indikator keberhasilan karya yang telah ditetapkan oleh penulis, agar capaian karya dapat terukur secara objektif dan terarah.

4.2.1 Praproduksi

Pada tahap praproduksi, penulis melakukan beberapa tahapan penting yang bertujuan untuk menyiapkan aspek yang dibutuhkan sebelum proses produksi berlangsung, diantaranya yaitu:

4.2.1.1 Observasi

Penulis melakukan observasi langsung ke CV Sumber Alam Raya yang beralamat di Desa Benge, Kabupaten Tegal. Melalui pengamatan yang dilakukan, penulis memperoleh data mengenai permasalahan perusahaan terlebih mengenai *branding* yang masih menggunakan cara konvensional. Cara tersebut dinilai kurang efektif dan belum bisa menggapai visi dari perusahaan untuk berkembang dan menjangkau pasar yang luas. Observasi ini, memberikan gambaran nyata mengenai pentingnya pengembangan media *branding* berbasis *website* sebagai penunjang komunikasi perusahaan dengan publik eksternal untuk mengenalkan perusahaan.

4.2.1.2 Survei

Guna mendukung temuan dari hasil observasi, penulis menyebarkan kuesioner terhadap 10 perusahaan pelanggan potensial CV Sumber Alam Raya. Tujuan dari survei ini untuk mengetahui sejauh mana akan kebutuhan media *branding* bagi perusahaan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa media *branding*, seperti *website*, menjadi salah satu indikator penting bagi perusahaan dalam mengukur tingkat kepercayaan dan profesionalitas. *Website* dianggap sebagai platform penting dalam menyampaikan informasi yang cepat, transparan, dan mudah diakses. Temuan ini menguatkan pentingnya pengembangan *website* sebagai media *branding* digital yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan manufaktur di era digitalisasi saat ini.

4.2.1.3 Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung bersama pihak internal perusahaan yang berperan sebagai pengelola yaitu Agus Siswoyo. Wawancara dilakukan guna mendapatkan perspektif lebih lanjut akan kebutuhan media digital dalam *branding* perusahaan. Tidak hanya itu penulis juga menggali informasi mendalam tentang kebutuhan *branding*, serta harapan terhadap tampilan *website* yang nantinya akan dijadikan sebagai media perusahaan dalam mengenalkan identitas dan produk perusahaan. Hal ini menjadi dasar yang menguatkan penulis dalam penyusunan *wireframe* dan pembuatan konten untuk kebutuhan pada *website*.

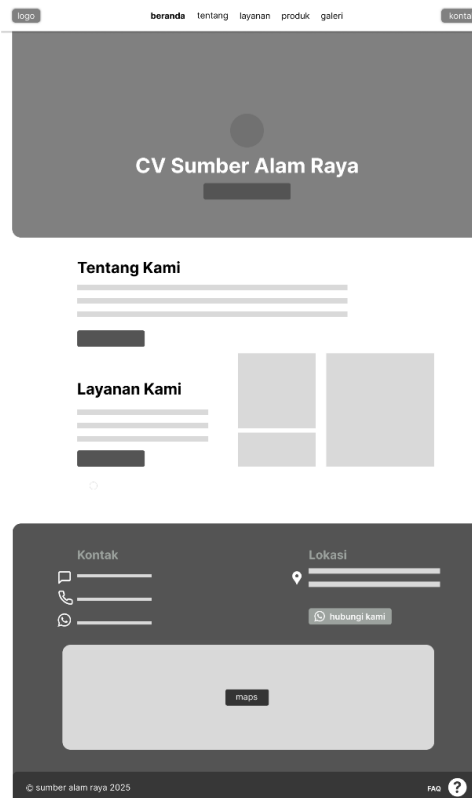
4.2.1.4 Penyusunan Wireframe

Berdasarkan hasil dari observasi, survei, dan wawancara penulis merumuskan kebutuhan yang akan dikembangkan pada *website*. Beberapa kebutuhan penting yang akan ditampilkan pada *website* meliputi, beranda, profil perusahaan, foto produk, galeri, serta tombol *call to action* yang jelas.

Selanjutnya, penulis menyusun *wireframe* sebagai kerangka awal tampilan. *Wireframe* berfungsi sebagai pedoman visual dalam menentukan posisi elemen utama dalam halaman. Penyusunan *wireframe* mempertimbangkan prinsip keterbacaan, penyampaian informasi yang mudah dipahami, dengan susunan elemen penting pada header seperti logo dan menu utama. Kemudian pada bagian *footer* akan mencakup informasi kontak perusahaan. Untuk memberikan gambaran yang jelas, berikut halaman *wireframe website* yang telah dirancang oleh penulis:

1) Wireframe Halaman Beranda

Wireframe halaman beranda *website* CV Sumber Alam Raya berikut ini dirancang sebagai tampilan muka dalam menyambut pengunjung *website*.



Gambar 4.1 *Wireframe* halaman beranda

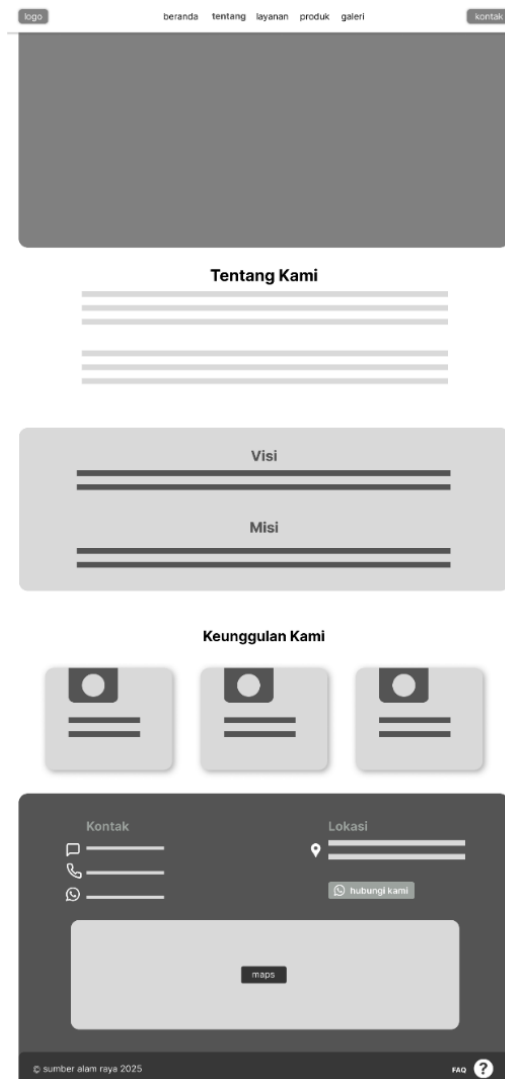
Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Pada *wireframe* dalam gambar 4.1, ditampilkan rancangan awal struktur halaman beranda yang dilengkapi dengan menu-menu yang terletak pada *header*. Konsep pada halaman beranda nantinya akan dilengkapi dengan informasi “Tentang Kami” serta “Layanan Kami”, dan pada bagian *footer* memuat informasi kontak. beranda akan menampilkan slide show yang berupa video mengenai perusahaan untuk menunjukkan bahwa *website* ini merupakan representasi dari identitas CV Sumber Alam Raya. Video tersebut memperlihatkan gambaran umum perusahaan, proses produksi, serta keunggulan yang ditawarkan. Kehadiran elemen tersebut diharapkan dapat memberikan kesan pertama yang kuat kepada pengunjung dan membangun citra positif bagi perusahaan secara digital. Tidak hanya itu, pada halaman beranda juga akan memberikan informasi singkat mengenai profil dan layanan yang dimiliki oleh perusahaan.

2) *Wireframe* Halaman Tentang Kami

Wireframe halaman “Tentang Kami” dalam *website* CV Sumber Alam Raya akan menampilkan informasi mengenai profil perusahaan. Penulis menyusun halaman ini guna memperkenalkan profil, visi, misi, serta keunggulan dari perusahaan terhadap pengunjung secara sistematis dan mudah dipahami. Halaman ini dirancang terdiri atas tiga bagian utama,

yakni ringkasan profil perusahaan, pernyataan visi dan misi, serta tiga kolom keunggulan perusahaan beserta penjelasan singkatnya.



Gambar 4.2 *Wireframe* halaman tentang perusahaan

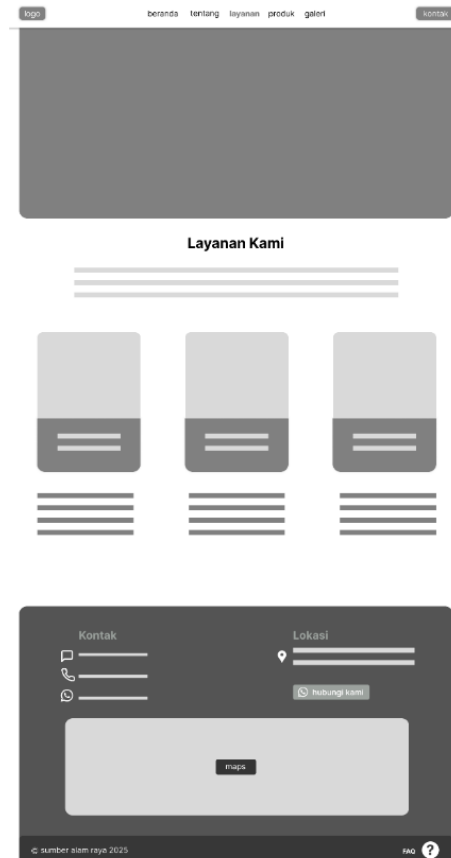
Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Tujuan dari halaman ini adalah guna menumbuhkan kepercayaan pengunjung dengan mengilustrasikan secara jelas mengenai identitas perusahaan, serta komitmen dalam membangun hubungan jangka panjang yang profesional dengan para pelanggan maupun mitra bisnis.

3) *Wireframe* Halaman Layanan Kami

Halaman “Layanan Kami” pada *website* CV Sumber Alam Raya dirancang penulis guna menyampaikan informasi mengenai jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pengunjung. Penulis menyusun halaman ini secara sistematis, dengan menampilkan

ikon, nama layanan, dan deskripsi singkat yang bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam memahami informasi yang terdapat pada halaman. *Wireframe* ini memperlihatkan susunan konten pada halaman layanan yang terdiri atas tiga konten utama. Adapun rancangan *wireframe* pada halaman “Layanan Kami” yaitu sebagai berikut:



Gambar 4.3 *Wireframe* halaman Layanan

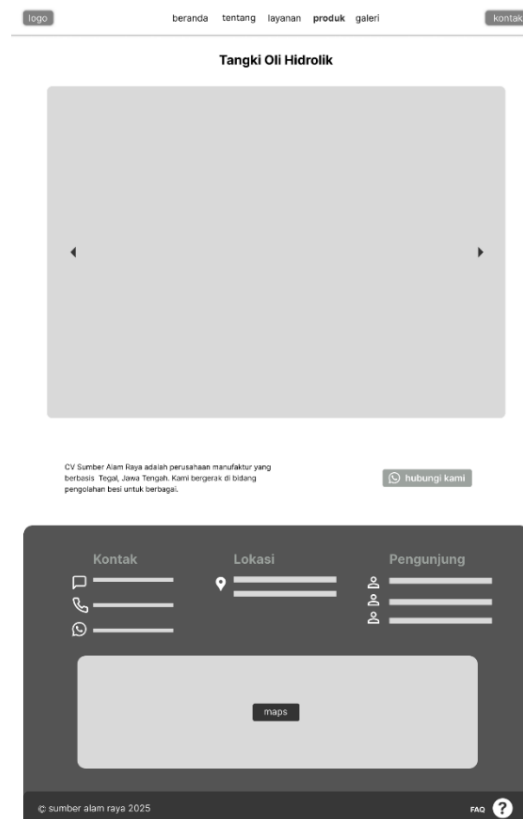
Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Wireframe halaman layanan dalam gambar 4.3 adalah konsep visual sederhana yang mengilustrasikan struktur dan elemen penting berdasarkan halaman layanan pada *website*. Skema desain ini akan menampilkan jenis-jenis layanan yang dimiliki oleh perusahaan guna memudahkan pengunjung dalam mengetahui cakupan layanan dan mendapatkan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan mereka.

4) *Wireframe* Halaman Produk

Halaman produk dirancang guna menampilkan berbagai jenis produk dari CV Sumber Alam Raya, sehingga pengunjung dapat mengakses informasi tanpa harus datang ke lokasi. Elemen-elemen penting seperti nama produk, gambar, deskripsi, spesifikasi, serta harga produk disusun dengan detail untuk memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Perancangan halaman ini menjadi perhatian utama penulis agar proses desain dapat

mengikuti konsep *wireframe* yang telah disusun. Dengan informasi yang lengkap, halaman produk diharapkan dapat meningkatkan minat beli dan memperkuat branding perusahaan sebagai industri manufaktur.

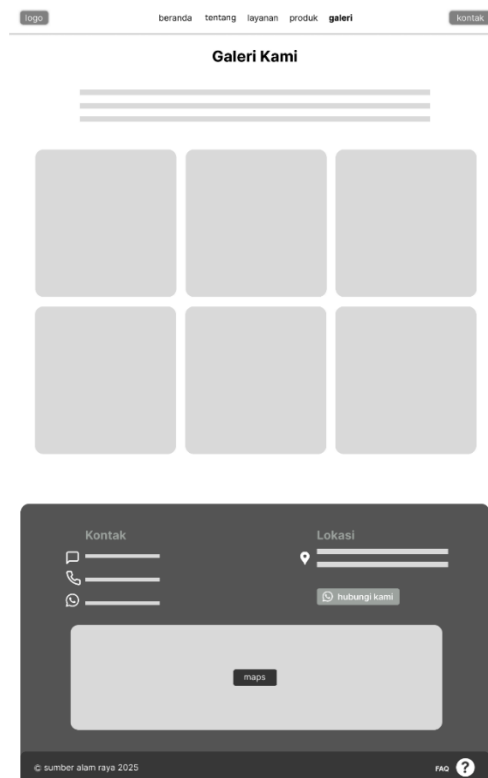


Gambar 4.4 *Wireframe* halaman produk
Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Halaman produk pada *website* akan menampilkan produk-produk dari CV Sumber Alam Raya secara informatif dan terstruktur. Setiap produk akan dilengkapi dengan nama, deskripsi, spesifikasi, serta harga dari setiap produk. Tampilan setiap produk dirancang dengan visual 3 dimensi yang memudahkan pengunjung untuk melihat secara detail sisi dari produk.

5) *Wireframe* Halaman Galeri

Wireframe menjadi salah satu gambaran awal dalam rancangan desain terutama pada halaman galeri. Konsep dari halaman galeri akan menampilkan dokumentasi dari aktivitas perusahaan. Berikut *wireframe* halaman galeri yang dirancang penulis:



Gambar 4.5 Wireframe halaman “Galeri”

Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Halaman galeri dikembangkan sebagai sarana visual yang menampilkan beragam dokumentasi seputar perusahaan, aktivitas kerja, produksi, produk dalam bentuk gambar. Tata letak galeri disusun secara rapi dan teratur dengan bentuk persegi, sehingga memudahkan pengunjung dalam menelusuri informasi visual dengan nyaman.

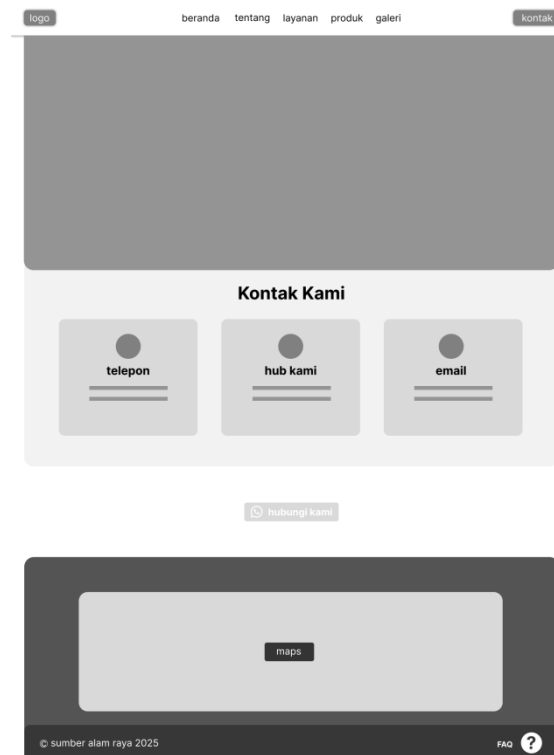
6) Wireframe Halaman Kontak

Halaman kontak dirancang untuk memudahkan penulis dalam mendesain halaman. Seperti terlihat dalam gambar 4.6, dimana rancangan tampilan halaman memiliki layout yang sederhana dan mudah dipahami pengunjung. Dalam rancangan ini penulis akan menampilkan informasi penting, meliputi:

- Nomor telepon perusahaan
- Alamat lengkap perusahaan
- Email resmi perusahaan

Selain itu, pada bagian bawah halaman juga dilengkapi dengan tombol *call to action* berupa tautan yang mengarah langsung pada WhatsApp perusahaan. Perancangan ini diharapkan mampu memudahkan proses komunikasi antara pengunjung dengan pihak

perusahaan. Dengan adanya tombol *call to action* pengunjung tidak perlu repot menyalin kontak secara manual.



Gambar 4.6 *Wireframe* halaman kontak
Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Rancangan *wireframe* ini tidak hanya difokuskan untuk menampilkan informasi kontak secara lengkap, tetapi juga untuk memberikan akses komunikasi yang cepat dan jelas. Dengan rancangan halaman kontak yang efektif, diharapkan mutu pelayanan terhadap calon pelanggan ataupun mitra dapat meningkat melalui kemudahan akses komunikasi yang disediakan dalam halaman kontak.

7) *Wireframe* halaman *Frequently Asked Questions* (FAQ)

Rancangan dari halaman *Frequently Asked Questions* (FAQ) dirancang sebagai salah satu elemen penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna saat mengakses *website*. Halaman ini dirancang penulis guna memberikan jawaban mengenai pertanyaan-pertanyaan umum yang sering diajukan oleh pengunjung. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir beban komunikasi langsung serta mempercepat akses terhadap informasi penting. Penempatan halaman FAQ juga mendukung transparansi perusahaan terlebih dalam memberikan layanan yang responsif dan informatif. Berikut *wireframe* halaman FAQ yang dirancang penulis:



Gambar 4.7 Wireframe halaman *Frequently Asked Questions* (FAQ)

Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Secara visual, struktur halaman FAQ disusun dengan dengan posisi sejajar dari atas ke bawah. Fitur ini akan mencakup enam pertanyaan yang dapat diklik untuk menampilkan jawaban di bawahnya. Format ini akan memberikan kemudahan navigasi bagi pengguna dan menjaga tampilan *website* tetap rapi. Dalam bagian bawah halaman, sebagai bentuk konsistensi penulis menyertakan informasi kontak dan lokasi perusahaan dalam bentuk peta digital.

4.2.1.5 Penyusunan Identitas Visual Website

Pada tahap ini, penulis menyusun identitas visual yang akan dikembangkan dalam desain *website* sebagai dasar desain. Proses ini dimulai dengan mengumpulkan aset visual perusahaan seperti logo, palet warna, serta jenis huruf yang nantinya akan digunakan dalam desain *website*. Penyusunan elemen visual ini dilakukan untuk memastikan tampilan *website* sesuai dengan karakter perusahaan dan agar mudah dikenali oleh pengunjung. Tujuan dari tahap penyusunan identitas visual *website* yaitu untuk menciptakan keseragaman desain yang mendukung citra positif perusahaan dan pengalaman bagi pengunjung *website*. Dengan penggunaan identitas visual yang konsisten, tampilan *website* diharapkan mudah dikenali, menarik secara estetika, serta dapat memperkuat identitas merek pada ranah digital.

4.2.2 Produksi

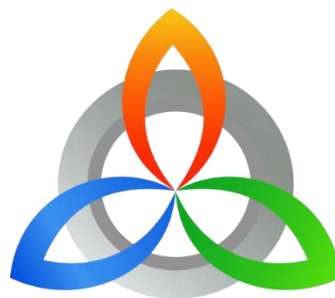
Pada tahap produksi, penulis melakukan beberapa tahapan mulai dari penerapan *branding* visual, penyusunan konten yang akan disusun pada setiap halaman, hingga proses implementasi desain ke dalam bentuk visual. Berikutnya, penulis mengimplementasikan desain dengan tools *Figma*. Setiap desain disesuaikan oleh penulis dengan format dan elemen grafis agar konsisten dalam setiap desain halaman.

Pada tahap terakhir produksi, penulis melakukan koordinasi dengan developer untuk membangun *website* secara teknis sekaligus memastikan bahwa desain dapat direalisasikan sesuai dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan. Proses ini menjadi bagian penting guna memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan rancangan yang telah disusun oleh penulis pada tahap praproduksi, sehingga memudahkan pada saat proses implementasi berjalan dan meminimalisir terjadinya kesalahan. Adapun rincian proses pada tahap produksi adalah sebagai berikut:

4.2.2.1 Penerapan *Branding* visual

Pada tahap ini, penulis menerapkan elemen visual yang menjadi identitas perusahaan, meliputi:

1) Logo perusahaan



Gambar 4.8 Logo CV Sumber Alam Raya

Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Logo CV Sumber Alam Raya memiliki bentuk lingkaran dengan tiga elemen yang membentuk pola seperti bunga, serta cincin abu-abu yang melingkari pada bagian tengah. Setiap elemen masing-masing memiliki warna tersendiri. Logo tersebut merupakan persatuan dari beberapa bentuk produk perusahaan yang dikelompokkan menjadi satu. Dalam penerapannya, logo akan diletakan pada bagian atas halaman bersama dengan nama dan slogan perusahaan dengan tujuan agar mudah dikenali, serta digunakan secara konsisten guna menjaga citra sebagai perusahaan yang profesional.

2) Warna

Pada proses implementasi, terjadi penyesuaian palet warna yang telah dirancang sebelumnya. Warna *footer* yang pada awalnya berwarna Kuning Naples dengan kode warna (#EB931F) diubah menjadi *Grayscale* dengan kode warna (#373737). Perubahan ini terjadi berdasarkan hasil evaluasi selama proses produksi yang dilakukan penulis dan permintaan pihak perusahaan karena menganggap bahwa warna kuning terlalu terang dan kurang kontras saat diterapkan dengan elemen pada desain.

Penulis memilih warna abu-abu tua (*Grayscale*) sebagai alternatif karena memberikan tampilan yang netral dan elegan. Dengan demikian, meskipun warna Biru Kobalt, Hijau Malachite, dan Putih tetap digunakan dalam desain, perubahan warna aksen merupakan bagian dari penyesuaian terhadap kebutuhan visual dalam hasil implementasi. Gambar berikut menunjukkan perbandingan antara palet warna sebelum dan sesudah produksi:



Gambar 4.9 Palet warna

Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

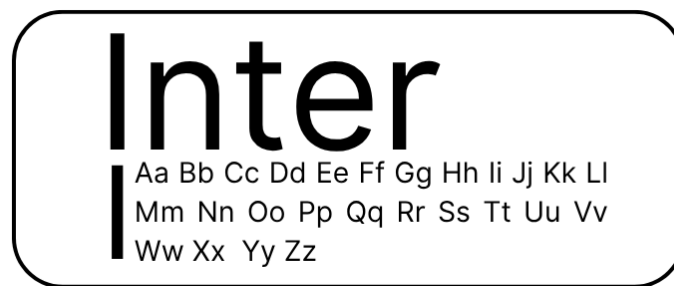
Palet warna pada gambar 4.9 merupakan acuan warna yang akan diaplikasikan dalam desain *website* untuk memberikan visualisasi dan menjaga konsistensi identitas merek perusahaan. Pada perancangan *website*, warna memiliki peran penting dalam dalam

menciptakan kesan yang profesional dan menarik dalam segi visual. Pemilihan warna yang digunakan mengacu pada logo perusahaan yaitu biru, hijau, serta didukung oleh warna netral seperti hitam dan putih untuk menjaga keseimbangan tampilan.

3) Tipografi

Pemilihan jenis huruf pada desain *website* CV Sumber Alam Raya disesuaikan dengan permintaan pihak perusahaan yang meminta agar pemilihan huruf dipilih yang sederhana dan memperhatikan prinsip keterbacaan guna memudahkan pengunjung dalam membaca konten dalam *website*. Jenis huruf akan digunakan secara konsisten untuk membedakan antara jenis huruf pada judul dan isi. Hal ini dilakukan oleh penulis untuk menciptakan kesan rapi dan terstruktur dengan baik. Berikut jenis huruf yang digunakan dalam desain *website*:

- **Inter**



Gambar 4.10 Jenis huruf Inter

Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Jenis huruf *Inter* yaitu *font sans-serif* modern yang dirancang untuk memberikan keterbacaan tinggi pada tampilan digital. Pada gambar 4.10 terlihat bahwa jenis huruf *Inter* memiliki desain huruf yang tegas dan bersih, sehingga dipilih penulis dalam penulisan judul dan subjudul pada desain untuk menekankan inti informasi. Penggunaan font ini juga mendukung kemudahan membaca, baik pada layar komputer dan perangkat seluler. Meskipun tidak menciptakan kesan formal tradisional seperti font serif, *Inter* tetap menghadirkan tampilan profesional yang sesuai untuk media digital.

- **Montserrat**



Gambar 4.11 Jenis font Montserrat

Sumber: Dokumentasi penulis (2025)

Jenis huruf *Montserrat* diaplikasikan guna menuliskan isi konten pada *website* karena tampilannya yang rapi dan nyaman dibaca dalam paragraf panjang. Dalam gambar 4.11 terlihat bahwa bentuk huruf *montserrat* memiliki karakter yang seimbang dan ukuran yang proporsional, membuat jenis huruf ini ideal ketika digunakan sebagai teks isi pada tampilan digital seperti *website* karena mengutamakan keterbacaan dan konsistensi visual.

Penerapan ketiga elemen visual di atas, dilakukan secara konsisten untuk menguatkan *branding* perusahaan serta meningkatkan pengalaman pengguna terlebih pada saat mengakses *website*. Penerapan elemen seperti logo, palet warna, dan jenis huruf tidak hanya berperan sebagai identitas visual, tapi menciptakan kesan profesional dan kepercayaan pengunjung terhadap perusahaan. Oleh karena itu, pengguna dapat dengan mudah mengenali karakter perusahaan serta merasakan kenyamanan ketika mengunjungi *website*.

4.2.2.2 Pengisian Konten Website

Konten dalam *website* disusun secara sistematis oleh penulis agar pengunjung mudah dalam memahami informasi yang tersedia dalam *website*. Penyusunan ini dilakukan dengan memperhatikan alur penyampaian informasi, mulai dari pengenalan perusahaan hingga layanan dan produk yang ditawarkan. Selain itu, struktur konten juga dirancang guna mendukung kesatuan visual dengan desain tampilan *website*, sehingga informasi tidak hanya mudah diakses tapi juga nyaman dibaca. Adapun jenis dan isi konten yang akan disusun dalam desain, meliputi:

1) Beranda

Pada halaman akan terdapat beberapa informasi penting mengenai CV Sumber Alam Raya :

- Profil Kami

CV Sumber Alam Raya adalah perusahaan manufaktur berbahan dasar besi yang melayani berbagai kebutuhan industri, mulai dari otomotif, konstruksi, hingga pengadaan barang umum.

- Layanan Kami

CV Sumber Alam Raya merupakan perusahaan manufaktur yang berlokasi di Tegal, Jawa Tengah. Bergerak pada bidang pengolahan besi untuk kebutuhan industri.

2) Tentang perusahaan

CV Sumber Alam Raya adalah perusahaan manufaktur yang berbasis di Tegal, Jawa Tengah. Kami bergerak di bidang pengolahan besi untuk memenuhi kebutuhan industri, seperti tangki oli hidrolik, ornamen pagar, aksesoris knalpot, serta berbagai komponen kendaraan lainnya. Didirikan sejak tahun 2018, kami telah membangun reputasi sebagai penyedia produk berkualitas dengan layanan profesional dan pengiriman tepat waktu. Berbekal pengalaman sejak 2018, kami berkomitmen untuk tumbuh dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui inovasi dan transformasi digital.

Visi: Membangun perusahaan yang mampu berkembang hingga tingkat nasional dan internasional.

Misi: Menjadi penyedia solusi manufaktur besi berkualitas tinggi dengan layanan cepat, tepat, dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan industri lokal dan global.

3) Katalog produk

CV Sumber Alam Raya menghadirkan berbagai produk berkualitas tinggi yang diolah dengan teknologi terkini. Kami berkomitmen untuk menyediakan solusi manufaktur besi yang tepat guna, sesuai dengan kebutuhan industri Anda, dengan ketepatan waktu dan layanan yang memuaskan. Produk yang dihasilkan antara lain tangki oli hidrolik, komponen knalpot, komponen pagar.

4) Layanan

Dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang manufaktur berbahan dasar besi, CV Sumber Alam Raya berkomitmen untuk memberikan layanan yang profesional, tepat guna, dan sesuai dengan kebutuhan industri. Perusahaan ini menghadirkan berbagai solusi dalam

pengolahan besi yang dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan, baik untuk keperluan konstruksi, otomotif, maupun pengadaan industri. Adapun layanan utama yang ditawarkan meliputi jasa fabrikasi besi custom, produksi ornamen dan komponen besi, serta pengadaan barang berbahan dasar besi.

5) Kontak

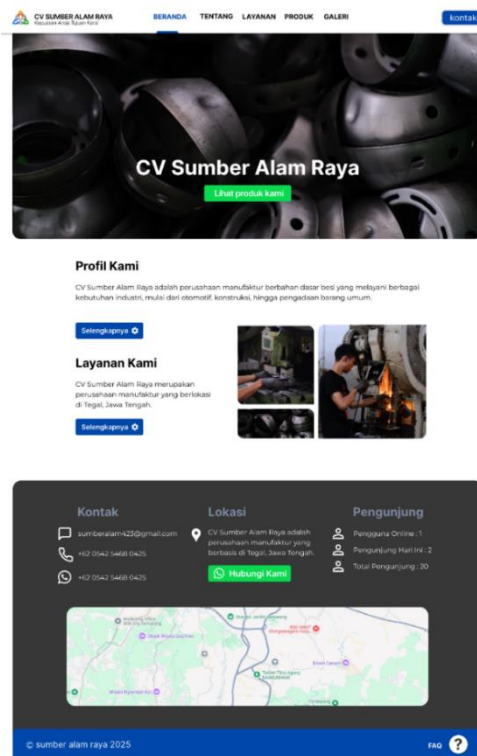
Dalam halaman kontak penulis menyajikan informasi penting seputar kontak perusahaan seperti:

- Telepon: 0878031393133
- Alamat: Jl. Projosumarto II, Bengledukuh, Benge, Kec. Talang, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah 52193
- Email: sumberalam423@gmail.com

4.2.2.3 Implementasi desain visual

Penulis merealisasikan desain visual untuk pembuatan *website* dengan menggunakan tools desain berbasis digital, yaitu *Figma*. Semua elemen tampilan mulai dari pembuatan Halaman Beranda, Profil Perusahaan, Layanan, Produk, Galeri, serta Kontak yang disusun secara konsisten sesuai dengan *wireframe* yang dibuat sebelumnya untuk memastikan bahwa layout dan tampilan sesuai dengan rancangan yang telah disusun penulis. Penyesuaian visual dilakukan secara berulang agar tampilan akhir desain *website* memiliki identitas visual yang merepresentasikan ciri khas CV Sumber Alam Raya secara profesional dan menarik. Adapun hasil implementasi desain visual pada masing-masing halaman dapat dilihat pada gambar berikut:

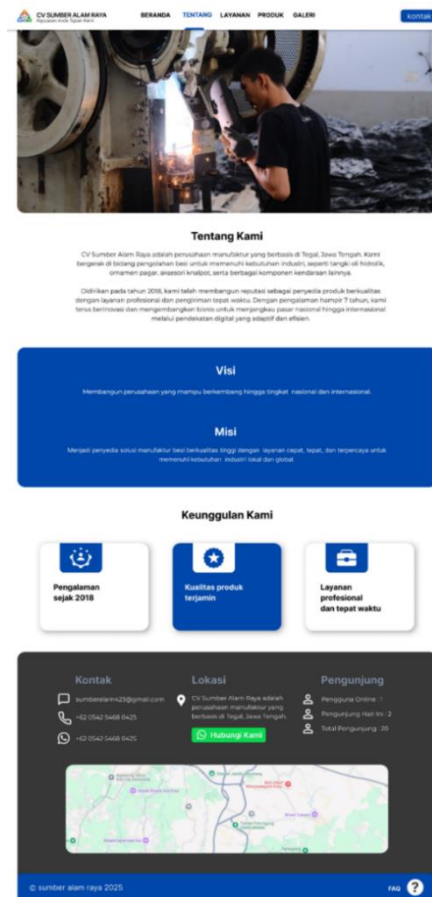
1) Desain Halaman Beranda



Gambar 4.12 Desain halaman Beranda
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 4.12 merupakan tampilan halaman Beranda yang berfungsi sebagai halaman utama dari *website* CV Sumber Alam Raya. Pada desain ini terdapat elemen penting seperti navigasi menu pada bagian atas, dan *hero image* sebagai tampilan visual dalam bentuk video singkat mengenai perusahaan yang dilengkapi dengan keterangan dan audio yang dapat diatur *volumenya*, serta tidak lupa informasi singkat mengenai profil dan layanan yang ditawarkan perusahaan. Pada bagian bawah halaman atau bagian *footer*, penulis menambahkan informasi pendukung berupa kontak yang dapat dihubungi, alamat lengkap lokasi perusahaan, hingga statistik jumlah pengunjung sebagai elemen untuk memberikan transparansi terhadap *traffic website*. Tujuan utama dari desain ini yaitu guna menguatkan *branding* digital perusahaan serta memberikan akses informasi secara efisien kepada calon mitra atau pelanggan.

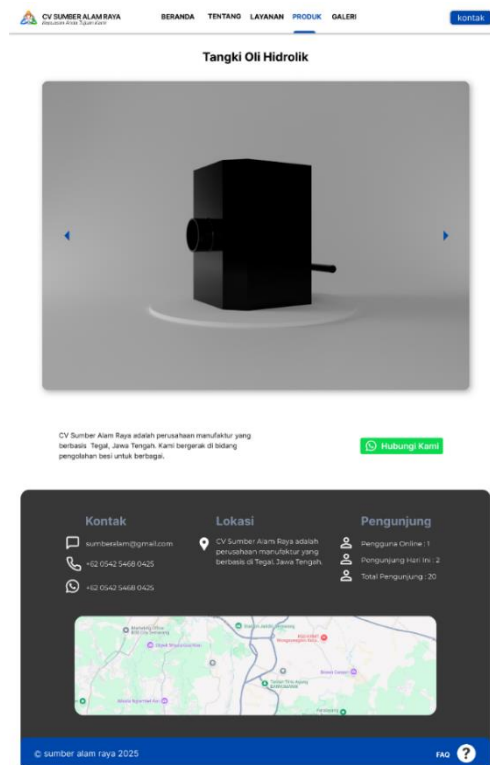
2) Desain Halaman Tentang



Gambar 4.13 Desain halaman Tentang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Desain halaman tentang pada gambar 4.13 memiliki fungsi utama untuk menampilkan latar belakang perusahaan kepada pengunjung *website*. Dalam halaman ini, penulis menampilkan informasi mengenai profil perusahaan, visi dan misi, serta keunggulan yang dimiliki oleh CV Sumber Alam Raya. Setiap elemen pada halaman ini disusun dengan tata letak yang rapi serta mudah dipahami oleh pengunjung. Penataan teks serta gambar pada halaman tentang dilakukan secara proporsional agar tidak menimbulkan kesan padat dan membingungkan saat dibaca.

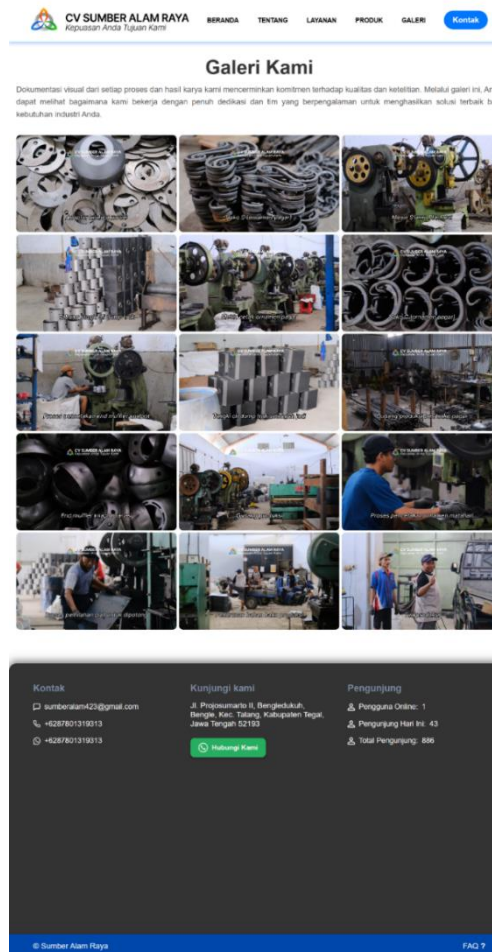
3) Desain halaman Produk



Gambar 4.14 Desain halaman Produk
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Pada gambar 4.14 ditampilkan desain halaman produk yang dirancang untuk menampilkan setiap detail produk dengan visual tiga dimensi. Setiap jenis produk, seperti tangki oli hidrolik yang ditampilkan dalam gambar, divisualisasikan dalam bentuk 3D agar memudahkan pengguna melihat setiap detail produk dan melihat tampilan secara lebih detail. Secara keseluruhan terdapat 10 produk dari CV Sumber Alam Raya yang disajikan pada halaman ini. Setiap produk dapat diakses menggunakan navigasi interaktif berupa kanan dan kiri dalam tampilan produk. Sehingga pengunjung dapat melihat setiap produk satu persatu secara bergantian. Desain seperti ini akan memberikan kenyamanan bagi pengguna untuk melihat setiap produk hingga detail produk tanpa harus memuat halaman baru pada setiap item.

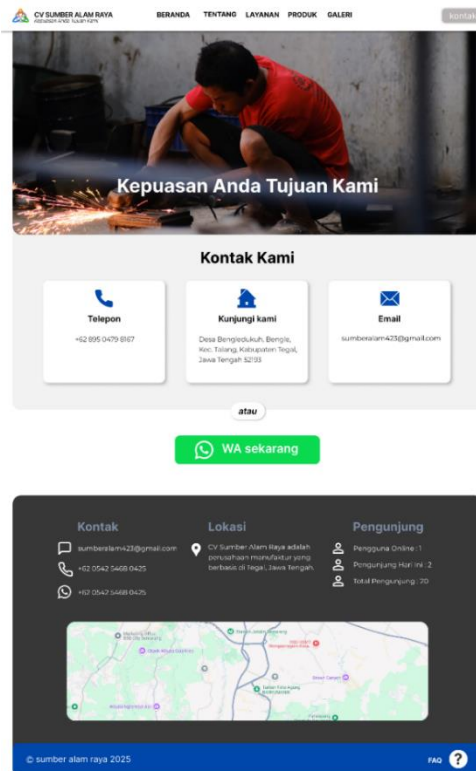
4) Desain halaman Galeri



Gambar 4.15 Desain halaman Galeri
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Desain halaman galeri seperti dalam gambar 4.15 dirancang guna menampilkan dokumentasi visual mengenai aktivitas produksi dan hasil karya CV Sumber Alam Raya. Gambar-gambar disusun dalam format grid persegi panjang dengan tiga foto setiap kolomnya dan dilengkapi dengan keterangan pada setiap foto dan logo perusahaan. Konten pada galeri memperlihatkan proses pengolahan, peralatan produksi, serta keterlibatan sumber daya manusia, sehingga memberikan gambaran kepada pengunjung *website* mengenai perusahaan. Penyusunan dokumentasi menjadi bagian dari strategi transparansi dan *branding* perusahaan, serta menguatkan kepercayaan melalui bukti visual yang ditampilkan.

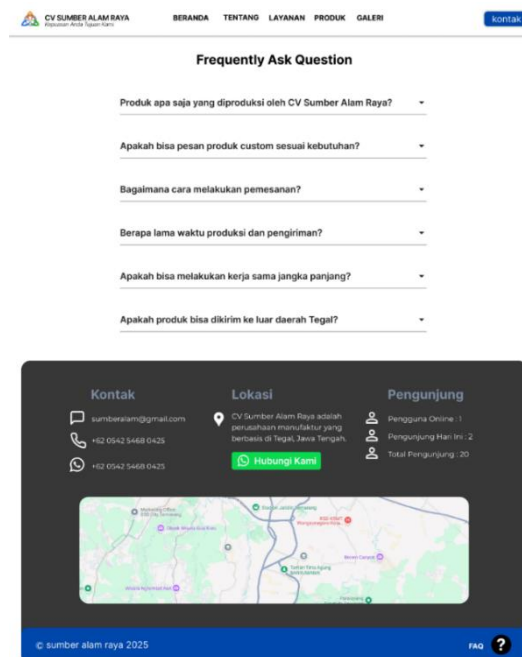
5) Desain halaman Kontak



Gambar 4.16 Desain halaman Kontak
Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Halaman kontak pada gambar 4.16 dirancang sebagai pusat informasi yang menyajikan beberapa opsi untuk pengunjung berkomunikasi dengan perusahaan. Tersedia tiga pilihan untuk berkomunikasi yaitu melalui telepon, email perusahaan, serta alamat perusahaan yang memungkinkan pengunjung datang langsung ke perusahaan. Gambar latar yang disajikan pada bagian atas halaman memberikan kesan yang mewakili perusahaan manufaktur. Tata letak pada halaman ini dirancang untuk memudahkan akses terhadap informasi kontak terlebih dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan maupun mitra usaha. Seluruh elemen mengenai kontak ditampilkan dengan jelas dan terstruktur mulai dari nomor telepon hingga email. Selain itu, dilengkapi tombol “WA Sekarang” dengan warna hijau terang yang diletakkan pada bagian tengah sebagai bentuk persuasif untuk berkomunikasi melalui WhatsApp.

6) Desain halaman FAQ (*Frequently Asked Questions*)

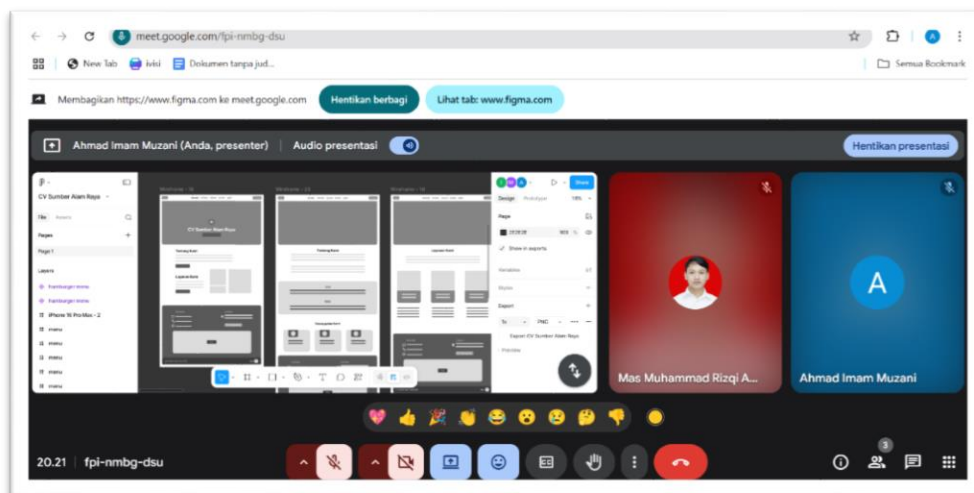


Gambar 4.17 Desain halaman FAQ
Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Halaman FAQ yang ditampilkan pada gambar 4.17 menyajikan kumpulan pertanyaan yang sering diajukan oleh calon pelanggan, halaman ini dikemas dalam format *accordion* interaktif atau format pertanyaan dengan sistem yang bisa ditampilkan dan disembunyikan. Pengunjung dapat mengklik setiap pertanyaan yang tersedia untuk mendapatkan jawaban yang tersembunyi. Beberapa topik yang dibahas mencakup jenis produk yang diproduksi, custom produk, estimasi produksi, hingga kerjasama dan pengiriman produk.

4.2.2.4 Koordinasi dengan developer

Pada tahap ini, penulis melakukan koordinasi secara langsung dengan *web developer* melalui platform Google Meet. Penulis memaparkan konsep desain secara menyeluruh, Mulai dari elemen visual, struktur halaman, serta fitur-fitur interaktif lain yang sudah direncanakan oleh penulis. Koordinasi ini dilakukan agar developer memahami dengan jelas konsep desain dan fungsi yang diharapkan dari *website* yang dikembangkan. Dengan adanya koordinasi ini, diharapkan proses pengembangan desain menjadi *website* dapat selaras dengan konsep awal, sehingga hasilnya konsisten dari segi tampilan visual maupun fungsinya. Berikut dokumentasi ketika penulis melakukan koordinasi dengan developer *website*:



Gambar 4.18 Dokumentasi *gmeet* dengan developer

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Selain itu, melalui koordinasi dalam gambar 4.18 penulis juga dapat memberikan masukan secara langsung terhadap developer mengenai proses implementasi *website*. Komunikasi dua arah seperti ini menjadi aspek penting guna memastikan bahwa setiap elemen desain tidak hanya memiliki ketertarikan secara visual, tetapi juga mampu berjalan sesuai dengan fungsinya pada berbagai perangkat dan browser.

4.2.3 Pascaproduksi

Pada tahap pascaproduksi, penulis melakukan beberapa tahapan lanjutan sebagai bentuk finalisasi terhadap hasil yang telah dikembangkan dalam membangun *website*. Kegiatan ini bertujuan guna memastikan bahwa seluruh elemen yang telah dirancang, baik dari tampilan maupun fungsionalitas teknis telah diterapkan dengan tepat, serta siap digunakan dan diakses oleh pengguna secara optimal. Adapun tahapan yang dilakukan penulis dalam tahap pascaproduksi meliputi:

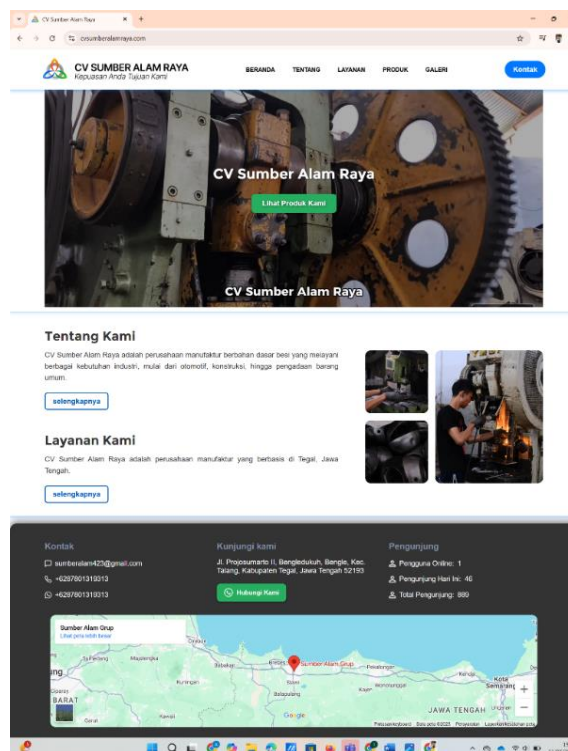
4.2.3.1 Pengujian desain tampilan *website*

Pengujian tampilan *website* dilakukan setelah pembangunan *website* selesai dan dapat diakses secara umum melalui perangkat lunak seperti *browser*. Tujuan dari pengujian ini guna memastikan bahwa tampilan *website* sesuai dengan konsep desain yang dirancang oleh penulis sebelumnya dengan platform *Figma*. Elemen yang diperiksa penulis dalam pengujian ini meliputi:

- Keterbacaan teks
- Tata letak konten
- Fungsi menu navigasi
- Konsistensi warna dan elemen visual
- Kesesuaian antar halaman

Pengujian tampilan menjadi aspek penting agar *website* sesuai dengan rancangan awal penulis baik dari segi tampilan maupun fungsinya berjalan lancar. Pengujian dilakukan pada masing-masing halaman *website* yang terdapat pada perangkat desktop, yaitu:

1) Beranda



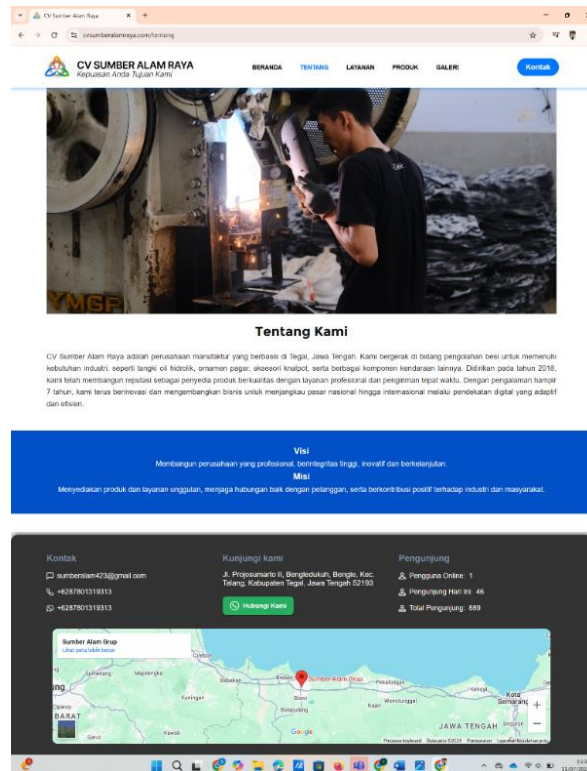
Gambar 4.19 Tampilan halaman Beranda pada *website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Halaman “Beranda” pada gambar 4.19 menampilkan elemen utama berupa header banner dalam bentuk video profil CV Sumber Alam Raya lengkap dengan suara dan caption, dilengkapi dua tombol CTA (*Call To Action*) bertuliskan “Lihat Produk Kami” yang nantinya akan diarahkan pada halaman produk. Di bawahnya terdapat konten mengenai “Tentang Kami” dan “Layanan Kami” yang memberikan informasi perusahaan secara ringkas. Halaman ini juga memuat beberapa hal penting lainnya, seperti: informasi kontak, alamat

lengkap perusahaan yang terintegrasi langsung dengan peta Google Maps, serta statistika pengunjung *website*.

2) Tentang Kami

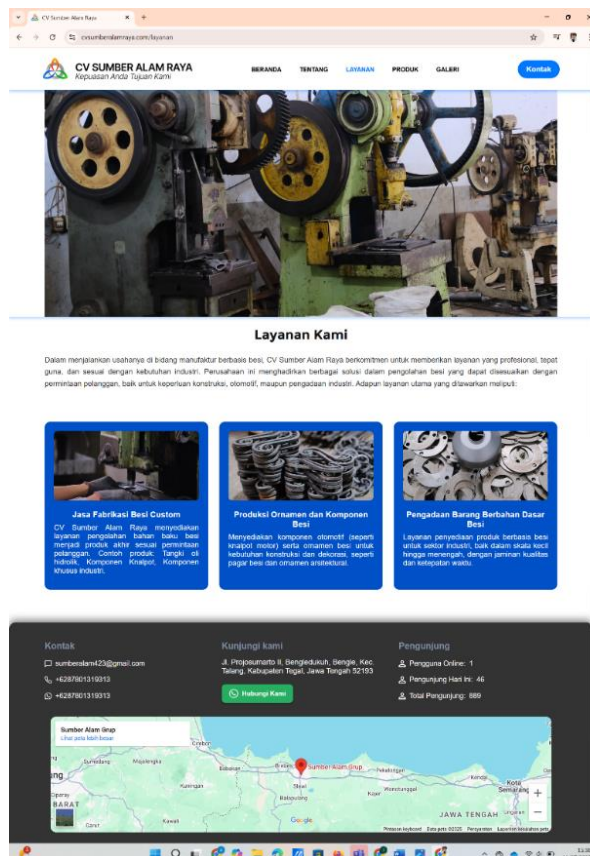


Gambar 4.20 Tampilan halaman Tentang Kami pada *website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Halaman “Tentang Kami” menyajikan informasi umum mengenai profil CV Sumber Alam Raya. Dalam gambar 4.20 terdapat aktivitas produksi sebagai ilustrasi visual pada banner, di bawahnya diikuti oleh deskripsi teks yang menjelaskan mengenai latar belakang perusahaan. Tidak hanya itu, Halaman ini menampilkan visi misi perusahaan secara terstruktur dalam blok warna biru untuk membedakan visualisasinya. Pada bagian bawah, ditampilkan informasi kontak, alamat serta lokasi perusahaan, dan jumlah pengunjung *website* secara *real-time*.

3) Layanan Kami



Gambar 4.21 Tampilan halaman Layanan Kami pada *website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Informasi mengenai jenis layanan yang ditawarkan CV Sumber Alam Raya ditampilkan secara terstruktur dalam menu “Layanan Kami”. Dalam gambar 4.21 tersebut terdapat tiga layanan utama yang disajikan secara visual, yaitu: jasa fabrikasi besi custom, produksi ornamen dan komponen besi, dan pengadaan barang berbahan dasar besi. Setiap layanan dilengkapi dengan informasi singkat serta foto yang merepresentasikan layanan tersebut. Desain halaman ini memudahkan pengunjung dalam memahami spesialisasi layanan yang dimiliki perusahaan. Bagian *footer* menampilkan informasi kontak, alamat lengkap yang terhubung langsung dengan peta digital, serta jumlah pengunjung *website*.

4) Produk

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Tampilan halaman produk *website* CV Sumber Alam Raya pada gambar 4.22 memberikan visualisasi produk yang unik dengan bentuk tiga dimensi (3D) pada setiap produk sehingga memudahkan pengunjung dalam melihat detail produk secara interaktif. Pada setiap produk dilengkapi informasi tambahan seperti keterangan dan spesifikasi produk. Penyajian ini memudahkan calon pelanggan atau mitra dalam memahami spesifikasi produk. Tidak hanya itu, setiap produk juga dilengkapi dengan fitur tombol WhatsApp “Hubungi Kami” untuk memudahkan terhubung dalam berkomunikasi secara langsung dengan perusahaan.

5) Galeri

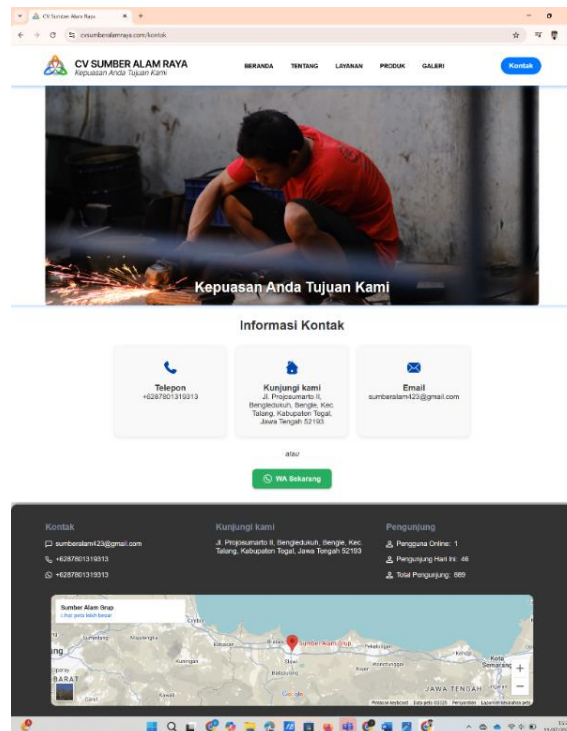


Gambar 4.23 Tampilan halaman Galeri pada *website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Halaman galeri pada gambar 4.23 menampilkan dokumentasi visual aktivitas kerja dan hasil produksi, sebagai bentuk transparansi dan komitmen terhadap kualitas yang diberikan untuk pelanggan. Setiap gambar dalam galeri dilengkapi dengan keterangan yang jelas, untuk memudahkan pengguna dalam memahami aktivitas yang ditampilkan. Kehadiran galeri ini juga berfungsi sebagai media visualisasi, yang memperkuat kredibilitas dan profesionalitas perusahaan.

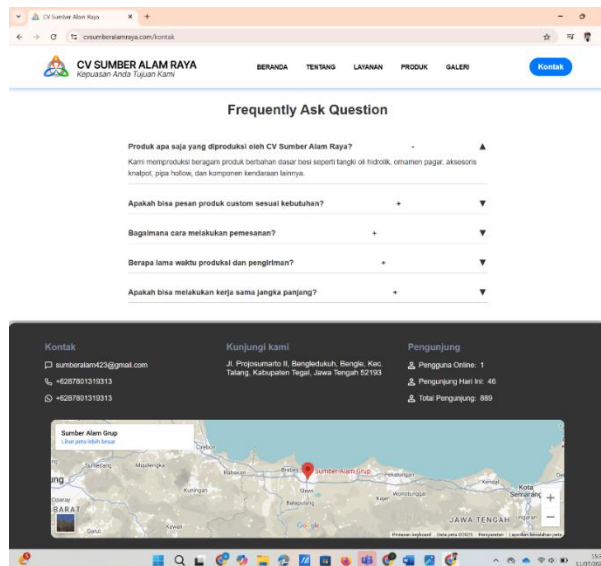
6) Kontak



Gambar 4.24 Tampilan halaman Kontak pada *website*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

CV Sumber Alam Raya menyediakan informasi kontak secara lengkap dan mudah diakses oleh pengunjung dalam menu kontak. Informasi yang ditampilkan seperti pada gambar 4.24 meliputi nomor telepon, alamat email, alamat perusahaan yang dilengkapi dengan peta interaktif dari Google Maps, serta tombol WhatsApp yang dapat terhubung langsung. Desain ini mempertahankan konsistensi visual yang sama dengan halaman lain dan mempertegas komitmen perusahaan dalam membangun komunikasi dengan publik.

7) *Frequently Asked Questions (FAQ)*



Gambar 4.25 Tampilan halaman FAQ pada *website*

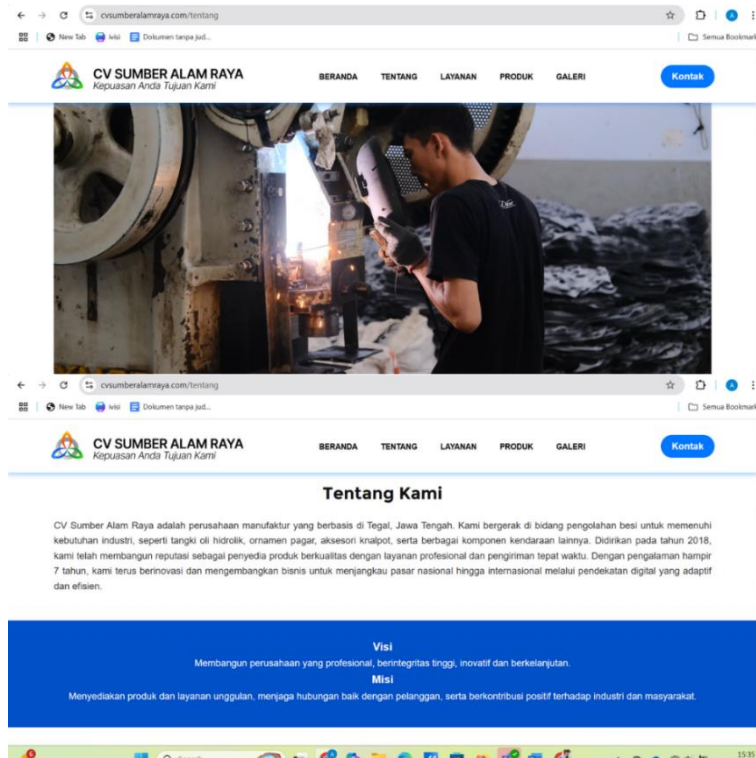
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Berdasarkan gambar 4.25 ditampilkan fitur *Frequently Asked Questions* (FAQ) yang terdapat dalam *website*. Halaman ini berisi seputar pertanyaan umum yang sering diajukan oleh calon pelanggan seperti jenis produk apa saja yang ditawarkan, layanan perusahaan, cara melakukan pemesanan. Informasi dalam FAQ disusun menggunakan format *dropdown* interaktif, sehingga pengguna dapat memilih topik yang diinginkan tanpa melihat jawaban yang lain.

4.2.3.2 Pengujian Tampilan Antarperangkat

Setelah *website* dipublikasikan, penulis melakukan pengujian responsivitas tampilan untuk memastikan bahwa desain dapat menyesuaikan dengan perangkat yang digunakan pengguna dalam mengakses *website*. *Website* ini dapat diakses oleh pengunjung melalui tautan: <https://cvsumberalamraya.com>.

Pengujian dilakukan dengan dua jenis perangkat utama, yaitu desktop dan smartphone. Fokus dari pengujian ini adalah untuk melihat secara langsung bahwa elemen-elemen desain mulai dari teks, gambar, menu navigasi, tombol, serta urutan halaman tetap proporsional dan mudah dibaca serta tidak mengalami kerusakan layout walaupun digunakan pada ukuran layar yang lebih kecil. Hasil pengujian menunjukkan bahwa desain *website* telah menerapkan prinsip responsif desain, dimana elemen tampilan secara otomatis akan menyesuaikan ukuran dan layout berdasarkan resolusi layar pengguna. Berikut adalah tampilan *website* yang diakses melalui perangkat desktop dan smartphone:



Gambar 4.26 Tampilan *website* pada perangkat desktop
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Tampilan pada perangkat desktop dalam gambar 4.26 menunjukkan bahwa semua elemen yang terdapat dalam *website*, seperti navigasi utama, *header* visual, konten utama, dan *footer* dapat ditampilkan secara proporsional dan mudah diakses. Elemen visual seperti ukuran teks, ikon, serta gambar tampil optimal sesuai pada resolusi lebar layar tanpa mengalami distorsi. Setiap menu juga dapat diakses dengan baik dan berjalan sesuai dengan fungsi yang dirancang penulis. Setelah pengujian melalui perangkat desktop, penulis juga melakukan uji kelayakan pada perangkat *smartphone* guna melihat bagaimana desain dapat beradaptasi dengan ukuran layar yang lebih kecil. Adapun dokumentasi tampilan *website* saat diakses melalui *smartphone*:



Gambar 4.27 Tampilan *Website* pada Perangkat Smartphone
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Pada gambar 4.27 menunjukkan bahwa desain *website* dapat beradaptasi dengan baik menyesuaikan ukuran layar yang lebih kecil. Menu navigasi secara otomatis berubah menjadi format *hamburger* menu yang terletak dibagian atas kiri di bawah logo, gambar dan teks menyesuaikan lebar layar tanpa terpotong, serta seluruh elemen interaktif tetap dapat diakses dengan mudah oleh pengguna.

Penyesuaian ini memperlihatkan bahwa penerapan prinsip desain responsive berhasil, yang memungkinkan tampilan pengguna menyesuaikan dengan jenis perangkat yang digunakan tanpa menghilangkan fungsi dan visualisasi. Dengan demikian, pengalaman pengguna tetap konsisten dan optimal, baik ketika diakses melalui desktop maupun smartphone.

4.2.3.3 Pemeliharaan dan pengawasan

Setelah *website* dipublikasikan, penulis melakukan tahap pemeliharaan dan pengawasan secara berkala guna memastikan bahwa tampilan visual *website* sesuai dengan identitas *branding* yang telah dirancang. Pengawasan ini meliputi pengecekan ulang struktur halaman, kinerja tombol menu, dan konsistensi elemen visual seperti logo, tipografi, dan warna.

Pemeliharaan dan pengawasan dilakukan dalam bentuk pembaruan konten minor seperti teks atau informasi yang perlu diubah jika ditemukan perbedaan dengan data, serta komunikasi dengan developer apabila terjadi kendala teknis dalam sistem *website*. Tahapan ini menjadi langkah penting dalam menjaga *website* agar tetap berjalan optimal dan stabil. Dengan adanya tahap pemeliharaan dan pengawasan pascaproduksi, *website* tidak hanya dinilai dari keberhasilannya saat pertama kali dipublikasikan, tetapi juga kemampuan dalam mempertahankan kualitas desain dan penampilan dalam jangka waktu tertentu.

4.3 Analisis Hasil Karya

Informasi digital berbasis *website* yang dirancang sebagai kebutuhan *branding* CV Sumber Alam Raya terutama sebagai media perusahaan dalam memperkenalkan produknya. Hasil karya ini mencerminkan integrasi antara aspek visual, struktur navigasi, dan fungsionalitas *website*. Analisis ini mengulas elemen-elemen karya sesuai dengan pencapaian produksi dan relevansi teori:

4.3.1 Hasil Perancangan UI dan UX Website

User Interface pada Tugas Akhir ini dirancang dengan pendekatan *User Centered Design* (UCD) melalui empat tahap, yakni analisis kebutuhan, perancangan, evaluasi, dan implementasi. Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan UCD menghasilkan rancangan antarmuka yang lebih optimal karena fokus pada kebutuhan pengguna, sehingga UI yang dihasilkan tidak hanya mudah digunakan (*user friendly*), tetapi juga mampu menarik minat pengunjung untuk melakukan transaksi atau pembelian (Puji & Engraini, 2021). Analisis hasil pengembangan *website* tidak hanya berhenti pada aspek desain antarmuka, tetapi juga mencakup bagaimana pengguna merasakan pengalaman saat mengakses dan menggunakan *website* tersebut.

Dalam mengevaluasi pengalaman pengguna terhadap *website* yang dikembangkan, *User Experience* (UX) tidak hanya berkaitan dengan bagaimana suatu produk atau layanan berfungsi, tetapi juga mencakup sejauh mana pengguna dapat berinteraksi dengan antarmuka tersebut secara efektif, efisien, sederhana, dan mudah dipahami. Mengacu pada Garrett (2011,

dalam Rahmawati, Ayuningtyas, & Sagirani, 2022), UX menitikberatkan pada kualitas interaksi antara pengguna dan sistem, termasuk kemudahan penggunaan (*usability*), kejelasan informasi, serta sejauh mana sistem mampu memberikan pengalaman yang nyaman dan memuaskan selama proses penggunaan.

4.3.2 Struktur Halaman dan Navigasi

Website yang dikembangkan oleh penulis terdiri dari tujuh halaman utama, yaitu Beranda, Tentang Kami, Layanan Kami, Produk, Galeri, dan Kontak. Tiap halaman memiliki konsep navigasi yang jelas dan mudah diakses oleh pengguna, sehingga memudahkan dalam pencarian informasi. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi digital yang mengedepankan kecepatan informasi dan kemudahan akses. Struktur ini mendukung teori komunikasi digital yang dikemukakan oleh Priyono (2022), yang mengatakan bahwa platform digital merupakan jembatan dalam menciptakan interaksi yang lebih luas terutama dalam penyampaian informasi kepada publik.

4.3.3 Visualisasi Produk

Pada halaman produk menampilkan berbagai jenis produk unggulan dari perusahaan, termasuk fitur 3D yang divisualisasikan pada setiap produk. Tujuan dari fitur 3D pada produk yaitu untuk memberikan gambaran bentuk dan menampilkan model seperti nyata. Pendekatan ini sesuai dengan teori *branding* yang diungkapkan Rifanita et al., (2022), bahwa penyajian visual yang kuat akan meningkatkan persepsi kualitas serta daya tarik produk kepada calon konsumen. Cara penyajian produk dengan model ini menjadi salah satu strategi dalam mengenalkan produk kepada pengunjung *website*.

4.4 Evaluasi Mitra

Setelah *website* berhasil dikembangkan, penulis melakukan sesi evaluasi dengan pemilik sekaligus pengelola CV Sumber Alam Raya. Evaluasi dilakukan secara langsung guna mendapatkan masukan mengenai hasil akhir *website* yang telah dikembangkan, baik dari segi desain, informasi hingga kemudahan dalam mengakses *website*.

Secara keseluruhan, pihak CV Sumber Alam Raya memberikan apresiasi terhadap media *branding* yang dikembangkan oleh penulis. Informasi mengenai profil, layanan hingga produk disajikan secara detail terutama pada halaman produk yang memiliki keunikan yaitu visualisasi produk dalam bentuk 3D. Selain itu, pihak perusahaan juga mengatakan bahwa dengan buku panduan proses pengelolaan akan memudahkan dalam memahami cara

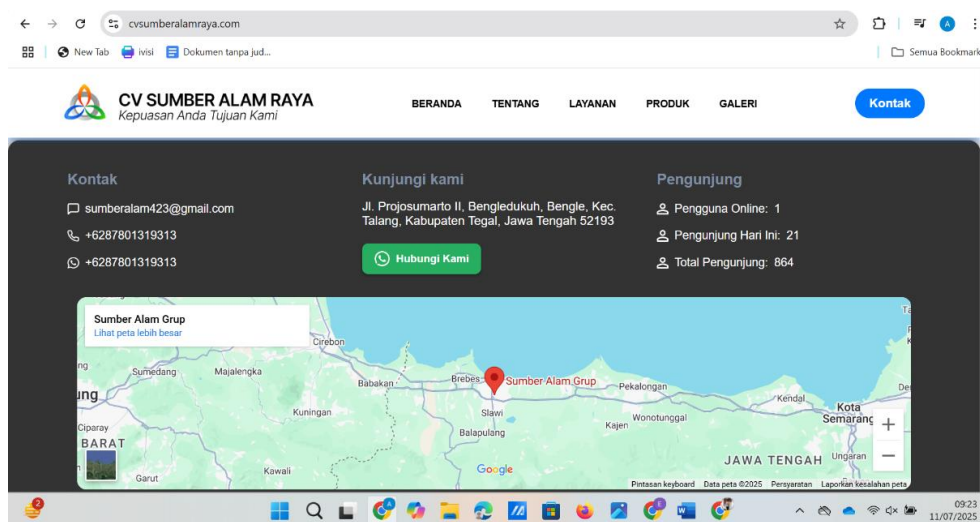
memperbarui isi *website*. Hal ini menunjukkan bahwa *website* yang dikembangkan telah sesuai dengan kebutuhan dasar perusahaan.

4.5 Evaluasi Berdasarkan Indikator Keberhasilan Karya

Penulis melakukan evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan pengembangan karya dalam upaya mendukung strategi *branding* bagi CV Sumber Alam Raya. Evaluasi ini mengacu pada indikator keberhasilan yang telah ditentukan sebelumnya oleh penulis. Penilaian dilakukan dengan mengacu pada data aktual serta performa *website* dan tanggapan langsung dari calon mitra bisnis atau perusahaan pelanggan potensial. Adapun indikator keberhasilan yang ditetapkan oleh penulis, yaitu:

1) Jumlah Kunjungan Website

Target kunjungan yang ditetapkan oleh penulis yaitu sebanyak 30 hingga 50 pengunjung per minggu. Berdasarkan data statistik yang diperoleh melalui sistem *backend website*, jumlah kunjungan menunjukkan hasil yang positif dan peningkatan yang signifikan. Hingga saat ini total kunjungan *website* telah melampaui angka 50 pengunjung, yang menandakan bahwa target yang telah ditetapkan sebelumnya berhasil tercapai. Capaian ini menunjukkan bahwa informasi digital yang dikemas dalam bentuk *website* dapat menarik perhatian pengguna dan memiliki fungsi yang semestinya sebagai media *branding* perusahaan. Berikut dokumentasi data statistik kunjungan yang diperoleh dari sistem:



Gambar 4.28 Tangkapan layar statistik kunjungan *website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

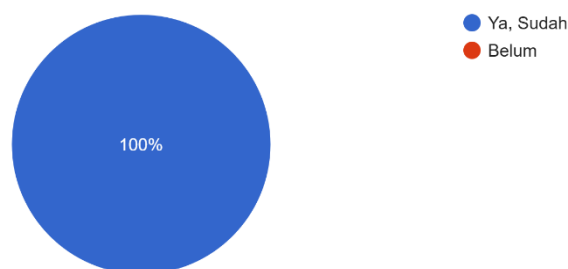
Data pada gambar 4.28 menunjukkan pencapaian indikator keberhasilan terkait jumlah kunjungan *website*, yang tidak hanya memenuhi target mingguan namun juga menunjukkan potensi adanya pertumbuhan yang baik dari waktu ke waktu. Dalam gambar di atas ditunjukkan bahwa total pengunjung *website* telah mencapai 864 kunjungan, terhitung dari tujuh hari sejak *website* dipublikasikan. Statistik pengunjung seperti pengguna online, pengunjung hari ini, dan total pengunjung dapat dilihat dalam *website* bagian *footer*. Hal ini menunjukkan bahwa strategi publikasi dan desain *website* mampu menjangkau pengguna dalam waktu singkat, sebagai indikator awal keberhasilan media *branding* yang dikembangkan oleh penulis.

2) Hasil survei kepuasan pengguna

Untuk mengetahui sejauh mana *website* yang dikembangkan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan *branding* perusahaan, penulis melakukan evaluasi melalui penyebaran kuesioner terhadap perusahaan pelanggan potensial SV Sumber Alam Raya. Kuesioner ini disusun guna mengukur tingkat kepuasan terhadap berbagai aspek yang terdapat dalam *website* seperti kemudahan dalam akses informasi, kualitas tampilan visual, kelengkapan informasi, hingga manfaat serta tingkat kepercayaan kepada perusahaan. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner terbagi dalam tiga bagian utama mulai dari akses dan tampilan *website*, fungsi serta manfaat informasi, dan kepuasan serta pengembangan. Penulis menyertai tautan *website* CV Sumber Alam Raya pada deskripsi google form sehingga memudahkan pengisi survei dalam mengetahui *website* CV Sumber Alam Raya. Berikut merupakan hasil dari kuesioner pascaproduksi yang telah disebarakan kepada 10 perusahaan pelanggan potensial CV Sumber Alam Raya:

Apakah Anda sudah mengunjungi website CV Sumber Alam Raya?

10 jawaban

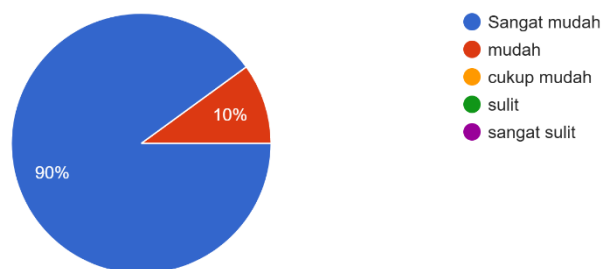


Gambar 4.29 Kunjungan Responden terhadap *website* CV Sumber Alam Raya

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan penulis terhadap 10 responden, seluruh responden menyatakan bahwa sudah mengunjungi *website* dari CV Sumber Alam Raya. Hal tersebut dibuktikan pada gambar 4.29 yang menampilkan bahwa seluruh grafik berwarna biru yang memperlihatkan jawaban “ya, sudah”, sementara tidak terdapat bagian merah dalam diagram lingkaran tersebut yang menandakan “Belum”.

Seberapa mudah Anda mengakses *website* tersebut?
10 jawaban



Gambar 4.30 Kemudahan akses *website* CV Sumber Alam Raya

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Dalam gambar 4.30 menunjukkan hasil survei tentang kemudahan dalam mengakses *website* CV Sumber Alam Raya yang melibatkan 10 responden dimana mayoritas responden, yaitu sebanyak 90%, menyatakan bahwa *website* sangat mudah diakses dan 10% menyatakan mudah diakses. Tidak terdapat responden yang menjawab cukup mudah, sulit dan sangat sulit. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum *website* CV Sumber Alam Raya sudah memiliki tingkat aksesibilitas yang baik dan *user friendly*, baik dalam segi kecepatan maupun tampilan. Hal ini menjadi salah satu poin plus dalam penilaian kualitas *website* sebagai media *branding* perusahaan.

Bagaimana penilaian Anda terhadap tampilan visual (desain, warna, dan layout) website?

10 jawaban



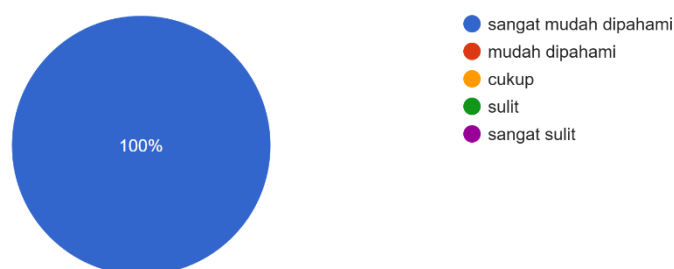
Gambar 4.31 Penilaian terhadap tampilan visual *website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 4.31 memperlihatkan hasil penilaian responden mengenai aspek visual *website* CV Sumber Alam Raya, yang meliputi desain, pemilihan warna, hingga tata letak dalam tampilan *website*. Seluruh responden (100%) memberikan tanggapan “sangat baik” untuk tampilan visual *website* yang disajikan. Dalam respon yang diberikan tidak ada satupun responden yang memberikan penilaian dengan kategori baik, cukup baik, buruk, ataupun sangat buruk. Hasil ini memperlihatkan bahwa visualisasi *website* dinilai dapat menciptakan kesan profesional dan menarik.

Apakah informasi yang ditampilkan mudah dipahami?

10 jawaban



Gambar 4.32 Tingkat kemudahan pemahaman informasi pada *website*

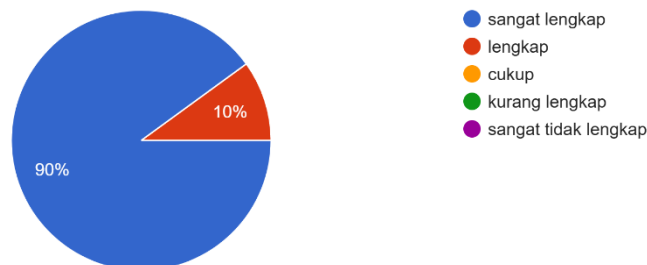
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Penulis menyajikan gambar 4.32 yang menunjukkan hasil tanggapan dari seluruh responden mengenai kemudahan pemahaman informasi dalam *website*. Seluruh responden memberikan penilaian bahwa informasi yang ditampilkan dalam *website* sangat mudah

dipahami. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyampaian informasi pada *website* telah memenuhi aspek keterbacaan bagi pengguna.

Seberapa lengkap informasi yang tersedia di website menurut Anda?

10 jawaban



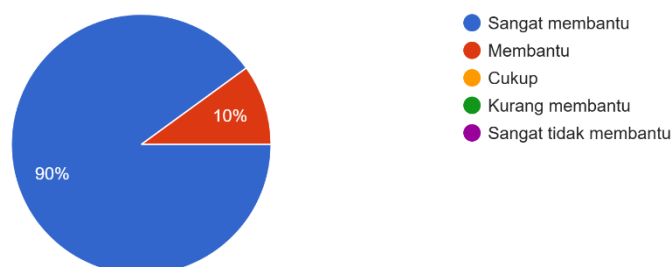
Gambar 4.33 Kelengkapan informasi dalam *website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Pada gambar 4.33 memperlihatkan penilaian responden mengenai tingkat kelengkapan informasi yang tersedia dalam *website*. Dari total 10 responden, sebanyak 90% memberikan jawaban bahwa informasi yang disediakan dalam *website* tergolong sangat lengkap. Sementara itu, 10% responden menilai bahwa informasi tersebut lengkap. Visualisasi dalam diagram lingkaran memperkuat dominasi penilaian “sangat lengkap” yang ditandai dengan warna biru dan diikuti warna merah yang berarti “lengkap. Hasil ini menggambarkan bahwa konten dalam *website* sesuai dengan kebutuhan dari pengguna.

Apakah website membantu Anda memahami profil dan layanan CV Sumber Alam Raya?

10 jawaban



Gambar 4.34 Pemahaman responden terhadap profil dan layanan

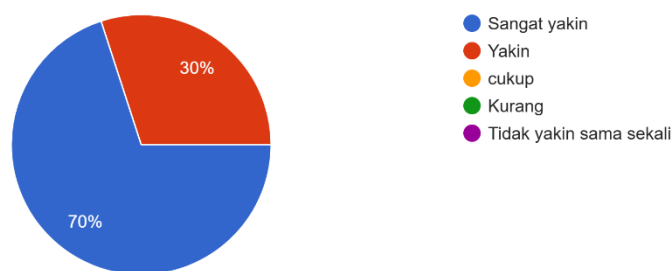
CV Sumber Alam Raya melalui *website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Sebagian besar responden menyatakan bahwa *website* memiliki peran besar dalam memberikan informasi tentang profil dan layanan yang dimiliki CV Sumber Alam Raya. Gambar 4.34 menampilkan hasil bahwa 90% responden memilih kategori “sangat membantu”, sedangkan 10% lainnya memilih kategori membantu. Hasil ini menunjukkan jika *website* menjadi media efektif dalam penyampaian informasi dan pengenalan produk perusahaan.

Apakah Anda merasa yakin atau lebih percaya terhadap CV Sumber Alam Raya setelah melihat *website*-nya?

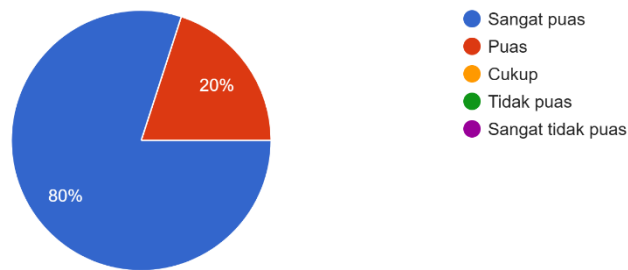
10 jawaban



Gambar 4.35 Penilaian responden terhadap tingkat kepercayaan terhadap CV Sumber Alam Raya setelah melihat *website*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Sebanyak 70% responden merasa sangat yakin terhadap CV Sumber Alam Raya setelah melihat visualisasi dan konten yang tersedia dalam *website*. Pada gambar 4.35 menampilkan hal tersebut melalui diagram lingkaran yang menunjukkan dominasi warna biru dalam kategori “sangat yakin”. Disamping itu, 30% responden lainnya memilih kategori “yakin” yang ditandai warna merah.

Secara keseluruhan, bagaimana kepuasan Anda terhadap website ini?
10 jawaban



Gambar 4.36 Tingkat kepuasan responden terhadap *website* Alam Raya

CV Sumber

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Mayoritas responden menyatakan tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap *website* CV Sumber Alam Raya. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 4.36 yang menampilkan data bahwa 80% responden memilih kategori “sangat puas”, sementara 20% lainnya merasa “puas” terhadap tampilan yang disajikan dalam *website*.

Karya ini menunjukkan bahwa *branding* perusahaan dapat dibentuk dengan adanya media yang tepat dan mudah dipahami calon mitra. Media *branding* dalam bentuk *website* yang dilengkapi dengan elemen yang unik dan interaktif akan lebih mudah menarik perhatian pengunjung dalam menampilkan menu-menu yang terdapat dalam *website*. Media *branding* tidak hanya sebagai sarana pengenalan produk, tetapi menampilkan citra baik perusahaan dimata calon mitra. Temuan ini memperkuat peran media *branding* digital yang dikemukakan oleh Victoria Queen et al. (2023), bahwa media visual digital mampu membentuk citra perusahaan yang positif serta meningkatkan kepercayaan publik. Dengan demikian, strategi pemanfaatan media digital dalam *branding* perusahaan menjadi aspek penting yang perlu dioptimalkan guna mencapai tujuan *branding* yang efektif.

4.6 Keberlanjutan Pengelolaan *Website*

Hasil dari pengembangan *website* menunjukkan bahwa desain yang responsif berhasil diterapkan dengan baik. Keberlanjutan dari pengembangan *website* diwujudkan melalui penyerahan buku panduan pengelolaan *website* terhadap pihak CV Sumber Alam Tegal. Buku panduan menjadi salah satu aspek penting karena berfungsi sebagai acuan bagi pihak perusahaan dalam mengelola dan memperbaiki konten *website* secara mandiri. Dengan

adanya buku panduan, perusahaan tidak perlu bergantung pada pengembang dalam menambahkan atau mengubah konten.

Buku panduan yang disusun mencakup beberapa hal penting mulai dari cara masuk *dashboard* admin yang dilengkapi dengan *username* dan *password*, mengedit teks dan gambar pada tiap halaman. Hasil ini menunjukkan bahwa penulis telah mempertimbangkan aspek keberlanjutan pengelolaan *website* sejak tahap perancangan karya hingga implementasi, hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa *website* mampu dimanfaatkan secara keberlanjutan sebagai media *branding* perusahaan dalam mengenalkan produk secara efektif dan efisien.

4.7 Hambatan dan Solusi

Selama proses pengembangan informasi digital berbasis *website* untuk CV Sumber Alam Raya, penulis mengalami beberapa hambatan yang mempengaruhi kelancaran penulis dalam proses pengerjaan produk. Adapun hambatan dan solusi yang dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Perangkat keras yang kurang optimal

Penulis mengalami kendala teknis karena spesifikasi laptop yang digunakan kurang mendukung secara optimal guna menjalankan aplikasi desain seperti *Figma*. Hal tersebut mengakibatkan proses desain berjalan lambat karena perangkat sering mengalami lag. Untuk mengatasi hambatan tersebut, penulis memaksimalkan penggunaan aplikasi *Figma* berbasis *website* dan mengatur manajemen tab agar tidak terlalu berat ketika dijalankan. Selain itu, proses desain dilakukan sedikit demi sedikit secara bertahap agar tidak membebani sistem kerja perangkat.

b. Keterbatasan dokumentasi dari pihak klien

Selama proses pengumpulan bahan untuk produksi *website*, penulis mengalami kendala dalam mendapatkan dokumentasi visual berupa foto-foto kegiatan dalam perusahaan, serta produk yang akan ditampilkan pada menu galeri. Hal ini, berdampak pada keterlambatan dalam proses pengisian konten *website*. Penulis berinisiatif untuk berkomunikasi lebih intensif dengan klien guna meminta dokumentasi. Selain itu, penulis juga melakukan pengambilan gambar secara mandiri atas izin dan konfirmasi dari pihak perusahaan.