



**PRODUKSI KATALOG DIGITAL BERBASIS  
*LANDING PAGE* SEBAGAI MEDIA *BRANDING*  
UMKM ROJOWENI ALAM BANYUMANIK  
KOTA SEMARANG**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas  
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:

Resti Arahmi

NIM. 400020622650114

**PROGRAM STUDI S.Tr. INFORMASI DAN HUMAS  
SEKOLAH VOKASI  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil karya ilmiah baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil karya ilmiah lainnya. Penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam daftar pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama : Resti Arahmi  
NIM : 40020622650114  
Tanda Tangan :



Tanggal : 21 September 2026

# HALAMAN PERSETUJUAN

## HALAMAN PERSETUJUAN

### TUGAS AKHIR

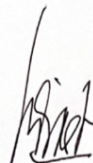
**PRODUKSI KATALOG DIGITAL BERBASIS *LANDING PAGE* SEBAGAI  
MEDIA *BRANDING* UMKM ROJOWENI ALAM BANYUMANIK  
KOTA SEMARANG**

Oleh

**Resti Arahmi  
40020622650114**

**Semarang, 15 September 2026**

Disetujui oleh,  
Dosen Pembimbing



**Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si.**  
NIP. 196201311987032001

## HALAMAN PENGESAHAN

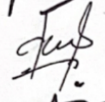
### HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Resti Arahmi  
NIM : 40020622650114  
Program Studi : S.Tr. Informasi dan Humas  
Judul Tugas Akhir : Produksi Katalog Digital Berbasis *Landing Page*  
Sebagai Media *Branding* UMKM Rojoweni Alam  
Banyumanik Kota Semarang

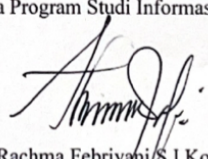
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

#### TIM PENGUJI

|            |                                                                       |                                                                                           |
|------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pembimbing | : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si.<br>NIP. 196201311987032001        | (  ) |
| Penguji 1  | : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom.<br>NIP. 199003172019032014 | (  ) |
| Penguji 2  | : Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom.<br>NIP. 199612032024062002         | (  ) |

Semarang, 25 September 2026

Ketua Program Studi Informasi dan Humas

  
Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIP.199202122020122022

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTO:**

**“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”**

QS. Al-Insyirah: 5

### **PERSEMBAHAN:**

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, kemudahan, dan kekuatan yang diberikan, Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

- 1) Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan kepercayaan dalam setiap langkah yang saya jalani.
- 2) Keluarga, sahabat, dan orang-orang terdekat yang telah memberikan semangat, bantuan, dan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
- 3) Diri saya sendiri, sebagai bentuk penghargaan atas setiap usaha, kesabaran, dan keteguhan untuk terus melangkah hingga dapat menyelesaikan apa yang telah dimulai.
- 4) Universitas Diponegoro, tempat saya menimba ilmu, berkembang, dan memperoleh berbagai pengalaman selama menempuh pendidikan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Katalog Digital Berbasis *Landing Page* sebagai Media Branding UMKM Rojoweni Alam Banyumanik” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh berbagai dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ayah dan Ibu tercinta yang senantiasa menjadi sumber kekuatan bagi penulis melalui kasih sayang, doa, serta dukungan moral dan material selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dan ketulusan yang telah diberikan tanpa mengenal lelah. Setiap doa dan dukungan Ayah dan Ibu menjadi alasan bagi penulis untuk terus melangkah hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.
3. Farissa Audia, selaku kakak penulis yang selalu memberikan dukungan, perhatian, semangat, serta doa selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas kesediaannya untuk selalu mendengarkan, memberikan penguatan, dan menemani penulis dalam menghadapi berbagai hal selama proses ini.
4. Nenek tercinta dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, semangat, serta dukungan selama saya menempuh pendidikan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam setiap proses yang saya jalani dan selalu

memberikan kekuatan ketika saya menghadapi berbagai tantangan selama perkuliahan.

5. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
6. Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, perhatian, dan pemikiran dalam membimbing penulis, serta memberikan arahan dan evaluasi selama proses penyusunan Tugas Akhir.
7. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., dan Deony Dewanggi Mulyono, M.I.Kom., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, evaluasi, dan saran yang bermanfaat dalam perbaikan serta penyempurnaan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh dosen Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, bimbingan, serta pembelajaran selama penulis menempuh pendidikan.
9. Emma Noviana, selaku pemilik UMKM Rojoweni Alam Banyumanik yang telah bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan Tugas Akhir serta memberikan informasi, data, waktu, dan dukungan kepada penulis selama proses pengumpulan data hingga produksi karya.
10. Puteri Widyastuti, Akuri Hara, Ghefira Tsuraya, Sekar Arum, dan Dwi Okta, yang telah menemani penulis sejak masa SMA serta selalu memberikan dukungan, semangat, dan menjadi tempat berbagi hingga saat ini.
11. Angel Silviani, Anggun Septiana, Aulia Zahra, Desfi Nurrachma, Maylinda Zahrotul, Safa Laily, Widya Ulfah dan Dhivo Fahreza, atas dukungan, bantuan, semangat, serta kebersamaan yang diberikan selama 4 tahun masa perkuliahan dan proses penyusunan Tugas Akhir ini.
12. Yuyun Laelasari, yang penulis kenal sejak hari pertama PKKMB melalui sebuah perkenalan yang tidak disengaja dan hingga saat ini tetap menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan.

13. Ibu kantin Eco DJ yang telah memberikan perhatian, kebaikan, dan kehangatan kepada penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas doa-doa yang selalu diberikan, perhatian yang tulus, serta kepedulian yang diberikan kepada penulis. Segala kebaikan yang diberikan akan selalu penulis ingat.
14. EXO, yang melalui musik dan karya-karyanya telah menemani penulis dalam berbagai suasana, memberikan semangat di saat lelah, serta menjadi penghiburan di tengah hari-hari yang tidak selalu mudah.
15. Diri sendiri, Resti Arahmi, terima kasih telah bertahan sejauh ini, melewati hari-hari yang tidak selalu mudah, menghadapi keraguan, kelelahan, dan ketakutan dengan tetap memilih untuk melangkah. Terima kasih karena tidak menyerah pada diri sendiri.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas segala bantuan, dukungan, doa, dan motivasi yang telah diberikan hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Katalog Digital Berbasis *Landing Page* sebagai Media *Branding* UMKM Rojoweni Alam Banyumanik” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Laporan Tugas Akhir ini terdiri atas lima bab, yaitu:

**BAB I – PENDAHULUAN**, memuat latar belakang yang menjelaskan kondisi UMKM Rojoweni Alam Banyumanik, identifikasi permasalahan, rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan Tugas Akhir. Bab ini menjadi dasar dalam produksi katalog digital berbasis *landing page* sebagai media branding UMKM Rojoweni Alam Banyumanik.

**BAB II – TINJAUAN PUSTAKA**, berisi landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam proses produksi karya. Teori yang dibahas meliputi *public relations*, *branding*, media *branding*, katalog digital, *landing page*, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan produksi karya.

**BAB III – METODE PENCIPTAAN KARYA**, menjelaskan metode penciptaan karya yang digunakan dalam produksi Tugas Akhir. Bab ini memuat profil mitra, metode pengumpulan data, tahapan penciptaan karya yang terdiri atas pra produksi, produksi, dan pasca produksi, konsep karya bidang, *timeline* pelaksanaan, kebutuhan alat dan bahan, serta Key Performance Indicator (KPI) sebagai indikator keberhasilan karya.

**BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN**, memaparkan proses produksi katalog digital berbasis *landing page* mulai dari tahap praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi. Bab ini juga menjelaskan hasil produksi dan implementasi *landing page*, visualisasi produk, penyusunan katalog digital, serta evaluasi karya

berdasarkan hasil survei pascaprojek, implementasi media, dan ketercapaian indikator keberhasilan yang telah ditetapkan.

**BAB V – PENUTUP**, berisi kesimpulan dari keseluruhan proses produksi Tugas Akhir serta saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan dan pemeliharaan katalog digital UMKM Rojoweni Alam Banyumanik pada masa mendatang.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan karya di masa mendatang. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang humas dan media digital, serta dapat menjadi referensi bagi pengembangan katalog digital sebagai media *branding* bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Semarang, 21 September 2026

Penulis,  
Resti Arahmi

## ABSTRAK

UMKM Rojoweni Alam Banyumanik Kota Semarang merupakan usaha yang bergerak di bidang produk perawatan tubuh berbahan alami. Rojoweni Alam belum memiliki media *branding* yang mampu menyajikan informasi profil usaha, variasi, manfaat, dan keunggulan produk secara terstruktur dan mudah diakses. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen kesulitan memperoleh informasi produk secara menyeluruh. Tugas akhir ini bertujuan mendukung *branding* digital UMKM Rojoweni Alam melalui produksi katalog digital berbasis *landing page* sebagai media informasi dan promosi. Metode penciptaan karya dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap pra-produksi meliputi wawancara dengan pemilik UMKM, survei terhadap 35 konsumen, studi literatur, penentuan konsep, penyusunan struktur informasi, dan pembuatan *wireframe*. Tahap produksi meliputi dokumentasi visual, penyusunan konten, dan implementasi *landing page*. Tahap pascaproduksi meliputi pengujian, penyempurnaan, publikasi, dan evaluasi. Katalog digital dirancang dengan konsep visual natural dan sederhana yang memuat profil usaha, identitas visual, keunggulan produk, katalog, testimoni, kontak, *Call to Action* (CTA), serta tombol pemesanan yang terhubung dengan WhatsApp. Hasil evaluasi terhadap 35 responden menunjukkan seluruh *Key Performance Indicator* (KPI) tercapai. Sebanyak 88,6% responden sangat setuju dan 11,4% setuju bahwa katalog digital membantu mengenali Rojoweni Alam sebagai UMKM produk perawatan tubuh berbahan alami. Sebanyak 85,7% sangat setuju dan 14,3% setuju bahwa informasi profil dan produk dapat dipahami dengan jelas dan terstruktur. Selain itu, katalog memperoleh 143 kunjungan dalam satu minggu setelah publikasi dari target 50 kunjungan. Dengan demikian, katalog digital berbasis *landing page* dapat digunakan sebagai media *branding* dan penyampaian informasi yang mendukung pengenalan identitas serta informasi produk Rojoweni Alam.

Kata kunci: katalog digital, *landing page*, media *branding*, UMKM, Rojoweni Alam.

## **ABSTRACT**

*UMKM Rojoweni Alam Banyumanik, Semarang City, is a business engaged in natural body care products. Previously, Rojoweni Alam did not have a branding medium capable of presenting information about the business profile, product variations, benefits, and advantages in a structured and accessible manner. This condition made it difficult for consumers to obtain comprehensive product information. This final project aims to support the digital branding of Rojoweni Alam through the production of a digital catalog based on a landing page as an information and promotional medium. The production method was carried out through three stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage included interviews with the business owner, a survey of 35 consumers, literature review, concept development, information structure planning, and wireframe creation. The production stage included visual documentation, content development, and landing page implementation. The post-production stage included testing, refinement, publication, and evaluation. The digital catalog was designed using a natural and simple visual concept, featuring the business profile, visual identity, product advantages, product catalog, testimonials, contact information, Call to Action (CTA), and an ordering button connected to WhatsApp. The evaluation results from 35 respondents showed that all Key Performance Indicators (KPIs) were achieved. A total of 88.6% of respondents strongly agreed and 11.4% agreed that the digital catalog helped them recognize Rojoweni Alam as an MSME offering natural body care products. Furthermore, 85.7% strongly agreed and 14.3% agreed that the business profile and product information could be understood clearly and in a structured manner. In addition, the catalog received 143 visits within one week after publication, exceeding the target of 50 visits. Therefore, the digital catalog based on a landing page can be used as a branding and information medium that supports the recognition of Rojoweni Alam's identity and product information.*

*Keywords: digital catalog, landing page, branding medium, MSME, Rojoweni Alam*

## DAFTAR ISI

|                                                |       |
|------------------------------------------------|-------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....          | ii    |
| HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....          | iii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                       | iv    |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....                    | v     |
| UCAPAN TERIMA KASIH.....                       | vi    |
| KATA PENGANTAR .....                           | ix    |
| ABSTRAK.....                                   | xi    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                          | xii   |
| DAFTAR ISI .....                               | xiii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                            | xv    |
| DAFTAR TABEL .....                             | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                           | xix   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                         | 1     |
| 1.1 Latar Belakang .....                       | 1     |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                      | 12    |
| 1.3 Tujuan.....                                | 12    |
| 1.4 Manfaat.....                               | 12    |
| 1.4.1 Bagi Penulis .....                       | 12    |
| 1.4.2 Bagi Program Studi.....                  | 12    |
| 1.4.3 Bagi UMKM Rojoweni Alam Banyumanik ..... | 13    |
| 1.4.4 Bagi Masyarakat .....                    | 13    |
| 1.5 Luaran.....                                | 13    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                   | 14    |
| 2.1 Kajian Karya Terdahulu .....               | 14    |
| 2.2 Landasan Teori .....                       | 15    |
| 2.2.1 <i>Public Relations</i> .....            | 15    |
| 2.2.2 <i>Branding</i> .....                    | 17    |
| 2.2.3 <i>Media Branding</i> .....              | 17    |

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.4 Katalog Digital.....                                                   | 18 |
| 2.2.5 <i>Landing Page</i> .....                                              | 19 |
| BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA.....                                         | 21 |
| 3.1 Klien Penciptaan Karya.....                                              | 21 |
| 3.2 Profil UMKM Rojoweni Alam Banyumanik Kota Semarang .....                 | 21 |
| 3.3 Segmentasi/Target Sasaran.....                                           | 29 |
| 3.4 Konsep Karya Bidang .....                                                | 30 |
| 3.5 Proses Penciptaan Karya .....                                            | 31 |
| 3.5.1 Tahap Pra Produksi.....                                                | 32 |
| 3.5.2 Tahap Produksi .....                                                   | 33 |
| 3.5.3 Tahap Pascaproduksi .....                                              | 42 |
| 3.6 Indikator Keberhasilan Karya ( <i>Key Performance Indicators</i> ) ..... | 43 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                            | 45 |
| 4.1 Gambaran Umum .....                                                      | 45 |
| 4.2 Analisis Masalah .....                                                   | 46 |
| 4.3 Proses Penciptaan Karya .....                                            | 47 |
| 4.3.1 Tahap Pra Produksi.....                                                | 47 |
| 4.3.2 Tahap Produksi .....                                                   | 50 |
| 4.3.3 Tahap Pascaproduksi .....                                              | 67 |
| 4.4 Evaluasi Karya .....                                                     | 78 |
| 4.5 Ketercapaian <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....                 | 83 |
| 4.6 Keberlanjutan Pengelolaan Katalog Digital .....                          | 84 |
| 4.7 <i>Timeline</i> Pelaksanaan .....                                        | 86 |
| 4.8 Realisasi Anggaran Biaya .....                                           | 89 |
| 4.9 Hambatan dan Solusi.....                                                 | 89 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....                                             | 91 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                          | 91 |
| 5.2 Saran.....                                                               | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                         | 93 |
| LAMPIRAN.....                                                                | 96 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Postingan Instagram Rojoweni Alam .....                                                                                | 3  |
| Gambar 1.2 Postingan <i>WhatsApp Story</i> Rojoweni Alam .....                                                                    | 3  |
| Gambar 1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                                                         | 6  |
| Gambar 1.4 Pengalaman Responden dalam Membeli Produk UMKM Rojoweni Alam.....                                                      | 7  |
| Gambar 1.5 Tingkat Pengetahuan Responden terhadap Produk UMKM Rojoweni Alam Sumber: Dokumentasi Pribadi (2026).....               | 7  |
| Gambar 1.6 Sumber Informasi Mengenai Produk UMKM Rojoweni Alam....                                                                | 8  |
| Gambar 1.7 Akses Konsumen terhadap Informasi Produk UMKM Rojoweni Alam .....                                                      | 9  |
| Gambar 1.8 Persepsi Responden terhadap Kejelasan dan Struktur Informasi Produk UMKM Rojoweni Alam .....                           | 9  |
| Gambar 1.9 Media Pilihan untuk Menampilkan Informasi Profil dan Produk UMKM Rojoweni Alam Sumber: Dokumentasi Pribadi (2026)..... | 10 |
| Gambar 3.1 Logo UMKM Rojoweni Alam.....                                                                                           | 21 |
| Gambar 3.2 Kemasan Produk Sabun Batang Rojoweni Alam .....                                                                        | 22 |
| Gambar 3.3 Produk Sabun Batang Binahong Rojoweni Alam.....                                                                        | 23 |
| Gambar 3.4 Produk Sabun Batang Coffee Rojoweni Alam .....                                                                         | 24 |
| Gambar 3.5 Produk Sabun Batang Rojoweni Alam .....                                                                                | 25 |
| Gambar 3.6 Produk Sabun Batang Rojoweni Alam .....                                                                                | 25 |
| Gambar 3.7 Produk Sabun Cair Rojoweni Alam.....                                                                                   | 26 |
| Gambar 3.8 Produk Sampo Rojoweni Alam .....                                                                                       | 27 |
| Gambar 3.9 Produk Face Mist Rojoweni Alam.....                                                                                    | 27 |
| Gambar 3.10 Produk Minyak Purut Rojoweni Alam .....                                                                               | 28 |
| Gambar 3.11 Produk Body Butter Rojoweni Alam.....                                                                                 | 29 |
| Gambar 3.12 Diagram Alur Penciptaan Karya.....                                                                                    | 31 |
| Gambar 3.13 <i>Wireframe Landing Page</i> .....                                                                                   | 36 |
| Gambar 3.14 <i>Wireframe Header</i> dan Navigasi .....                                                                            | 37 |
| Gambar 3.15 <i>Wireframe Hero Section</i> .....                                                                                   | 37 |

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.16 <i>Wireframe Section</i> Profil Rojoweni Alam .....                                 | 38 |
| Gambar 3.17 <i>Wireframe Section</i> Katalog Produk .....                                       | 38 |
| Gambar 3.18 <i>Wireframe Section</i> Testimoni Pelanggan.....                                   | 39 |
| Gambar 3.19 <i>Wireframe Footer</i> .....                                                       | 39 |
| Gambar 3.20 <i>Font Playfair Display</i> .....                                                  | 40 |
| Gambar 3.21 <i>Font Plus Jakarta Sans</i> .....                                                 | 40 |
| Gambar 3.22 Palet warna.....                                                                    | 41 |
| Gambar 4.1 Dokumentasi Wawancara dengan Pemilik Rojoweni Alam.....                              | 48 |
| Gambar 4.2 Penyusunan <i>Wireframe</i> Katalog Digital Sumber: Dokumentasi Pribadi (2026) ..... | 49 |
| Gambar 4.3 Dokumentasi Pengambilan Foto Produk .....                                            | 51 |
| Gambar 4.4 Dokumentasi Pengambilan Video Pembuatan Produk .....                                 | 51 |
| Gambar 4.5 Dokumentasi <i>Editing</i> Video Pembuatan Produk .....                              | 52 |
| Gambar 4.6 Penyusunan Isi Konten Katalog Digital.....                                           | 53 |
| Gambar 4.7 Logo UMKM Rojoweni Alam.....                                                         | 55 |
| Gambar 4.8 Penerapan Logo UMKM Rojoweni Alam .....                                              | 56 |
| Gambar 4.9 Penerapan Palet Warna .....                                                          | 57 |
| Gambar 4.10 <i>Font Playfair Display</i> .....                                                  | 57 |
| Gambar 4.12 Proses Pengembangan <i>Landing Page</i> .....                                       | 58 |
| Gambar 4.13 Proses Pembuatan Visual 3D Produk .....                                             | 59 |
| Gambar 4.14 Tampilan Keseluruhan Katalog Digital Berbasis <i>Landing Page</i> .....             | 61 |
| Gambar 4.15 Tampilan <i>Hero Section</i> .....                                                  | 62 |
| Gambar 4.16 Tampilan Bagian Profil Usaha Rojoweni Alam .....                                    | 63 |
| Gambar 4.17 Tampilan Video Proses Pembuatan .....                                               | 64 |
| Gambar 4.18 Tampilan Katalog Produk.....                                                        | 65 |
| Gambar 4.19 Tampilan Testimoni Pelanggan Rojoweni Alam.....                                     | 66 |
| Gambar 4.20 Tampilan <i>Section</i> Kontak.....                                                 | 67 |
| Gambar 4.21 Pengujian Tampilan Katalog Digital Pada Perangkat Desktop 68                        |    |
| Gambar 4.22 Pengujian Tampilan Katalog Digital pada Perangkat Smartphone .....                  | 69 |
| Gambar 4.23 Pengujian Fungsi Navigasi dan Tombol Call to Action (CTA)70                         |    |
| Gambar 4.24 Pengujian Tombol Pemesanan Whatsapp.....                                            | 71 |

|                                                                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.25 Tampilan <i>Hero Section</i> Sebelum Revisi .....                                                                                     | 72 |
| Gambar 4.26 Tampilan <i>Hero Section</i> Setelah Revisi .....                                                                                     | 72 |
| Gambar 4.27 Tampilan Profil Usaha Sebelum Revisi .....                                                                                            | 73 |
| Gambar 4.28 Tampilan Profil Usaha Setelah Revisi .....                                                                                            | 73 |
| Gambar 4.29 Tampilan Katalog Produk Sebelum Revisi .....                                                                                          | 74 |
| Gambar 4.30 Tampilan Katalog Produk Setelah Revisi .....                                                                                          | 74 |
| Gambar 4.31 Tampilan Testimoni Pelanggan Sebelum Revisi .....                                                                                     | 75 |
| Gambar 4.32 Tampilan Testimoni Pelanggan Setelah Revisi .....                                                                                     | 75 |
| Gambar 4.33 Publikasi tautan katalog digital pada bio Instagram Rojoweni Alam .....                                                               | 76 |
| Gambar 4.34 Publikasi pada story Instagram Rojoweni Alam .....                                                                                    | 77 |
| Gambar 4.35 Tingkat pengenalan responden terhadap UMKM Rojoweni Alam melalui katalog digital berbasis <i>landing page</i> .....                   | 79 |
| Gambar 4.36 Tingkat Pengenalan Responden terhadap Identitas dan Karakteristik Rojoweni melalui Katalog Digital Berbasis <i>Landing Page</i> ..... | 80 |
| Gambar 4.37 Tingkat Pemahaman Responden terhadap Informasi Profil dan Produk melalui Katalog Digital Berbasis <i>Landing Page</i> .....           | 80 |
| Gambar 4.38 Tingkat Kemudahan Responden dalam Menggunakan Fitur Katalog Digital Berbasis <i>Landing Page</i> .....                                | 81 |
| Gambar 4.39 Tingkat Kemudahan Responden dalam Mengakses Katalog Digital Berbasis <i>Landing Page</i> UMKM Rojoweni Alam .....                     | 82 |
| Gambar 4.40 Data Kunjungan Katalog Digital .....                                                                                                  | 83 |
| Gambar 4.41 Buku Panduan Pengelolaan Katalog Digital UMKM Rojoweni Alam .....                                                                     | 85 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Riset Brand <i>Bodycare</i> Lokal.....                    | 5  |
| Tabel 1.2 Analisis SWOT UMKM Rojoweni Alam .....                    | 11 |
| Tabel 3.1 Indikator Keberhasilan Karya.....                         | 43 |
| Tabel 4.1 Ketercapaian <i>Key Performance Indicator</i> (KPI) ..... | 83 |
| Tabel 4.2 Timeline Pelaksanaan .....                                | 87 |
| Tabel 4.3 Realisasi Anggaran Biaya.....                             | 89 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Surat Permohonan Izin Penelitian .....                                              | 96  |
| 2. Dokumentasi Wawancara dengan Emma Noviana selaku Pemilik UMKM<br>Rojoweni Alam..... | 97  |
| 3. Lampiran Surat Bebas Plagiasi.....                                                  | 98  |
| 4. Surat Pernyataan HKI.....                                                           | 99  |
| 5. Sertifikat HKI.....                                                                 | 100 |