

Perancangan *Prototype* Website Sebagai Media Promosi Berbasis Digital Pada PT Fei Fan International

Amanda Fauziah Hidayat, Adya Mulya Prajana, Aria Ar Razi

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Indonesia

ABSTRAK

Pariwisata telah menjadi sektor utama dalam pembangunan ekonomi dunia termasuk Indonesia. Kontribusi sektor pariwisata di Indonesia terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pandemi membuat proses transformasi ekonomi digital Indonesia menjadi semakin cepat. Masyarakat sudah beralih menggunakan teknologi dalam kegiatan sehari-hari. Para pelaku bisnis bidang pariwisata banyak melakukan inovasi dengan merespon perubahan kebiasaan ini menggunakan teknologi berbasis digital. PT Fei Fan International merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada industri pariwisata dan memerlukan sebuah inovasi untuk dapat merespon perubahan pada industri pariwisata. Namun belum terdapat media yang dapat mendukung perusahaan merespon perubahan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data dikumpulkan melalui tahapan observasi, wawancara, dan kuesioner, kemudian data dianalisis menggunakan analisis visual matriks perbandingan dan analisis SWOT. Hasil dari perancangan ini berupa sebuah website yang menyediakan fitur-fitur untuk kebutuhan konsumen dan media promosi yang dapat membantu PT Fei Fan International merespon perubahan pola interaksi dari konvensional menjadi digital.

Kata Kunci: Media Digital, Website, Media Promosi, Tour & Travel

ABSTRACT

Tourism has become a major sector of world's economic development including Indonesia. The contributions of tourism in Indonesia have increased annually. Pandemic sped up the digital transformation economy in Indonesia, where people have been using technology for daily basis. Business owners have made a lot of innovations in response to the changing. PT Fei Fan International is one of a company in the tourism sector that needs an innovation to respond to the changing in the industry. However, they still have no media that can support companies in responding to the changes. This research uses a qualitative method with a descriptive approach, data was collected through the stages of observation, interviews and questionnaires, then the data is analyzed using visual analysis of the communication matrix and SWOT analysis. The output is to design the company prototype website and media promotions that will help PT Fei Fan International to respond to the interaction changes from conventional to digital.

Keywords: Digital Media, Website, Promotion Media, Tour & Travel

How to Cite:

Wibisono, Aryo Bayu. et.al (2023), Wanita Dalam Setan Jawa. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 59-68 <https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i2.153>



This is an open access article under the CC-BY License
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi sektor prioritas dalam perekonomian dunia, termasuk Indonesia yang setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah wisatawan mancanegara (wisman). Menurut data dari Jurnal Publikasi Badan Pusat Statistik, selama tahun 2019 jumlah kunjungan wisman mencapai 16,11 juta kunjungan atau naik 1,88% dibandingkan dengan jumlah kunjungan selama tahun 2018. Namun, adanya pandemi yang melanda dunia pada tahun 2020 sempat membuat jumlah kunjungan wisman ke Indonesia menurun hingga 75%. Pada tahun 2022 menjadi titik balik bagi sektor pariwisata dimana menurut Laporan Perekonomian Indonesia yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik mengalami peningkatan sebesar 5,01% dibanding dengan tahun 2020 yang hanya sebesar 2,97%.

Menurut Direktur Wisata Alam Kemparekraf, Alexander Reyaan, pandemi mempercepat proses transformasi ekonomi digital Indonesia. Hal tersebut menyebabkan banyaknya pelaku bisnis bidang pariwisata membuat sebuah inovasi berupa aplikasi dan website yang dapat memudahkan konsumen memenuhi semua kebutuhan perjalanan wisata. Seperti tiket.com, Traveloka, Pegipegi dan aplikasi penyedia agen perjalanan wisata sejenis lainnya yang berbasis teknologi aplikasi dan website.

PT Fei Fan International merupakan perusahaan persero terbatas yang bergerak di bidang agen pelayanan perjalanan pariwisata. Didirikan oleh He Bao Ying dan Wang Ya Ying sejak tanggal 01 Juni tahun 2010. Berlokasi di daerah Mangga Besar di kawasan komersil THR Lokasari Blok B No. 10 Taman Sari, Jakarta Barat. 11170. PT Fei Fan International memiliki 2 fokus layanan jasa yang saling berkaitan, yaitu Fei Fan *Document Service* yang menyediakan jasa pengurusan dokumen, dan Fei Fan *Tour* jasa penyedia perjalanan wisata. *Client* didominasi oleh

perusahaan besar yang ingin melakukan perjalanan bisnis, seperti BUMN, Kementerian, perusahaan swasta serta perusahaan asing serta individu atau kelompok yang berasal dari China.

Pada akhir tahun 2019, Fei Fan Tour berencana untuk melakukan ekspansi pada salah satu produk mereka dan menghidupkan kembali jasa pemandu wisata atau *tour* dan *travel*. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal dengan manajer Fei Fan Tour, pandemi membuat rencana tersebut gagal dan perusahaan terpaksa kehilangan banyak *client*. Perlu adanya rencana untuk merubah pola-pola interaksi komunikasi dan promosi dari konvensional menjadi berbasis digital. Proses ini dilakukan untuk merespon perubahan dan perluasan pasar dari B2B ke B2C yang menurut UNWTO, target pasar industri pariwisata saat ini didominasi oleh milenial yang terbiasa hidup beriringan dengan teknologi. Sampai saat ini, media digital yang dimiliki masih terbatas pada sosial media Instagram. Dengan tujuan yang ingin diraih beserta masalah yang menyertainya, maka PT Fei Fan International memerlukan sebuah media yang dapat membantu perusahaan mengikuti perkembangan digital tersebut.

Website merupakan media digital yang dapat digunakan untuk mencari informasi sebuah bisnis atau institusi. (Trihandono & Endriawan, 2019). Menurut Sainu Nannat (2021) dalam bukunya *Designing Professional Websites with Odoo Website Builder*, pada era digital saat ini website selain dapat menjadi media untuk berbisnis, dapat juga menjadi media pemasaran dan media promosi sebuah perusahaan.

Dari pemaparan permasalahan yang sedang dialami oleh PT Fei Fan International, maka dibutuhkan Perancangan Website untuk membantu PT Fei Fan International merespon perubahan bisnis pada industri pariwisata.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode pengambilan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Teknik wawancara merupakan percakapan untuk memperoleh informasi dengan cara menggali pemikiran, konsep, dan pengalaman pribadi narasumber (Soewardikoen, 2021). Pada penelitian ini, wawancara dilakukan dengan tiga narasumber yang berbeda. Wawancara dengan pihak perusahaan, wawancara dengan narasumber ahli yang sudah berpengalaman dalam bidang website, dan wawancara dengan calon pengguna website yang merupakan seorang *traveller*.

Teknik observasi merupakan pengumpulan data yang terlihat dan dapat dirasakan oleh panca indra (Soewardikoen, 2021). Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati dan mendatangi kantor PT Fei Fan International yang berada di Kawasan Lokasari, Jakarta Barat. Teknik kuesioner merupakan pengambilan data dengan membuat daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh responden terkait penelitian (Soewardikoen, 2021). Kuesioner yang dilakukan pada penelitian ini mengambil responden yang sesuai dengan target sasaran PT Fei Fan International menggunakan media *form online*. Terkumpul sebanyak 63 responden yang menjawab 11 pertanyaan yang diberikan. Pengambilan data menggunakan teknik studi Pustaka yaitu dengan cara mempelajari sumber literatur terkait penelitian.

Metode analisis yang digunakan untuk mengolah data pada penelitian ini yaitu dengan analisis SWOT, analisis visual matriks perbandingan, dan analisis perbandingan penarikan kesimpulan. Metode analisis matriks membandingkan pembanding secara sejajar sehingga muncul gradasi yang dapat dijadikan kesimpulan (Soewardikoen, 2021). Analisis matriks digunakan pada

penelitian ini untuk membandingkan data usaha, media promosi, dan elemen website perusahaan pesaing sejenis.

Analisis SWOT merupakan cara menilai perusahaan dengan melihat faktor internal dan eksternal yang dimasukkan kedalam sebuah matriks lalu hasil yang muncul dapat menghasilkan sebuah solusi (Soewardikoen, 2021). Analisis SWOT pada penelitian ini dilakukan dengan membuat tabel yang dapat menghasilkan strategi untuk menjadi solusi dari permasalahan yang dialami perusahaan. Analisis visual membandingkan intensitas kemunculan ciri visual pada sebuah konten dan menghasilkan hasil analisis yang rasional (Soewardikoen, 2021).

Pada penelitian ini, analisis visual dilakukan dengan membandingkan intensitas kemunculan elemen visual website perusahaan pesaing sejenis. Dan Analisis perbandingan penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara mengumpulkan semua kesimpulan dari satu fakta dengan merumuskan konsep, proposisi, dan teoretis sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan (Arumsari & Utama, 2018). Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menggabungkan semua hasil analisis data dan menghasilkan kesimpulan perancangan media website dan promosi.

PEMBAHASAN

PT Fei Fan International didirikan sejak tahun 2010 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata menyediakan jasa pelayanan perjalanan wisata dan juga melayani pengurusan berbagai macam dokumen perjalanan serta kenegaraan dengan target sasaran perusahaan asing. Target sasaran yang dituju oleh perusahaan merupakan sebuah kelompok atau organisasi dan kantor yang membutuhkan jasa perjalanan wisata. Segmentasi *client* didominasi oleh korporat, pemerintah, dan perusahaan swasta asing. Kantor utama PT Fei Fan International yang berlokasi di Lokasari,

Jakarta Barat merupakan kawasan hiburan dengan mayoritas berasal dari ras China membuat perusahaan ini berfokus pada segmentasi sekundernya di Kawasan tersebut.

Kriteria Perbandingan	Fei Fan Tour	Callista Tour&Travel	Angkasatour	Avenir Tour&Travel
Logo				
Tahun Berdiri	2010	2011	2008	2016
Lokasi	Jakarta	Jakarta	Jakarta	Bekasi
Produk	Tiket perjalanan wisata, hotel, tour & travel, visa, passport, kites, izin kerja, migrasi, dukcapri, pembelian PT, car rental, airport pickup service.	Travel agent, paket perjalanan wisata dalam negeri dan luar negeri, sim card, cruise	Passport, visa, kites, paket data, hotel, sheet perjalanan wisata, tour, cruise, hiburan.	Paket tour & travel, Tiket pesawat, pemesanan hotel dan ground.
Segmentasi	Menengah Keatas, Warga China	Menengah Keatas, Warga Indonesia	Menengah Keatas, Warga Indonesia	Menengah Keatas, Warga Indonesia
Tagline	-	Your trusted travel agent	-	Liburan anti Ribet

Gambar 1. Matriks Perbandingan Data Usaha
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan matriks perbandingan data usaha dengan pesaing sejenis, dapat disimpulkan bahwa Fei Fan Tour memulai usaha bisnisnya beberapa tahun setelah Angkasatour dan lima tahun lebih awal dari Avenir Tour & Travel. Fei Fan Tour memiliki lebih banyak produk dibanding tiga pesaing lainnya. Segmentasi Fei Fan Tour juga berbeda dengan 3 pesaing tersebut yaitu fokus kepada geografis client yang berasal dari negara China.

Media Promosi	Fei Fan Tour	Callista Tour&Travel	Angkasatour	Avenir Tour&Travel
Business Card	✓	✓	✓	✓
Brosur	-	✓	✓	✓
Flyer	-	-	✓	-
Poster Digital	-	✓	✓	✓
Website	-	✓	✓	✓
Instagram	✓	✓	✓	✓
Facebook	✓	✓	✓	✓
Sign System	✓	✓	✓	-
Words of Mouth	✓	✓	✓	✓
Jumlah	5	8	9	8

Gambar 2. Matriks Perbandingan Media Promosi
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan matriks perbandingan media promosi, Fei Fan Tour memiliki jumlah media promosi cetak lebih sedikit dari ketiga

pembandingnya. Sedangkan untuk media berbasis digital, Fei Fan Tour tidak memiliki website. 3 pesaing sejenis sangat mengoptimalkan media sosial dan website sebagai media promosinya.

Kriteria Perbandingan	Callista Tour&Travel	Angkasatour	Avenir Tour&Travel
Nama Domain	✓	✓	✓
Web Hosting	✓	✓	✓
Publikasi Website	✓	✓	✓
Landing Page	✓	✓	✓
Menu	✓	✓	✓
Kontak Perusahaan	✓	✓	✓
Sejarah Perusahaan	✓	✓	-
Biografi Perusahaan	-	✓	✓
Visi & Misi	✓	✓	-
Informasi Organisasi	-	-	-
Produk/ Jasa	✓	✓	✓
Portfolio	-	✓	✓
Help Desk	✓	✓	✓
Jumlah	10	12	10

Gambar 3. Matriks Elemen Website
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dapat disimpulkan bahwa tiap perusahaan sejenis sudah dapat mengikuti aturan elemen pada website perusahaan mereka sehingga dapat menjadi acuan untuk Fei Fan Tour dalam merancang desain website yang sesuai dengan elemen website.

Kriteria Perbandingan	Callista Tour&Travel	Angkasatour	Avenir Tour&Travel
Ilustrasi	Menggunakan stock foto pemandangan dari destinasi yang ditawarkan.	Menggunakan stock foto pemandangan dari destinasi yang ditawarkan.	Menggunakan stock foto pemandangan dari destinasi yang ditawarkan.
Tipografi	Menggunakan tipografi jenis sans serif pada headline dan bodytext. Kurang terlihatnya ketebalan huruf yang dijadikan sebagai judul. Ukuran font yang sama dan tidak serasi antara headline dan bodytext.	Menggunakan tipografi jenis sans serif pada headline dan bodytext. Ketebalan huruf terlihat. Ukuran font sudah serasi antara headline dan bodytext.	Menggunakan tipografi jenis sans serif pada headline dan bodytext. Ketebalan huruf terlihat. Ukuran font sudah serasi antara headline dan bodytext.
Layout	Layout kurang tersusun dengan rapi dan terkesan monoton.	Layout tersusun dengan rapi dan memiliki dinamika layout yang tidak membosankan.	Layout cukup tersusun dengan rapi dan tidak terkesan monoton.
Warna	Didominasi oleh warna jingga dan biru dongker serta putih sebagai warna dasarnya. Penempatan warna cukup kontras dengan ilustrasi yang ditampilkan.	Didominasi dengan warna putih dan warna merah sebagai warna brand yang dimiliki oleh angkasatour. Penempatan warna tidak menghalangi visual yang ditampilkan	Didominasi dengan warna putih dan warna merah sebagai warna brand yang dimiliki oleh angkasatour. Penempatan warna tidak menghalangi visual yang ditampilkan

Gambar 4. Matriks Elemen Visual
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Angkasatour sangat memperhatikan elemen visual yang ditampilkan pada websitenya sehingga website terlihat lebih berkualitas dan sangat menggambarkan citra yang dibangun. Callista Tour & Travel dan Avenir Tour & Travel belum terlalu memperhatikan elemen visual dalam websitenya sehingga terlihat kurang rapi dan informatif.

Internal / Eksternal	Strength A. Bergabung dalam keanggotaan ASITA (Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies) dan IATA (Agent International Air Transport Association). B. Selalu memberikan pelayanan yang terbaik dari tenaga kerja yang professional. C. Memiliki fleksibilitas dalam segi harga dan hal lainnya.	Weakness A. Minimnya media promosi dan komunikasi untuk memasarkan produk dengan benar dan tepat sasaran. B. Teknik promosi yang masih menggunakan cara konvensional. C. Identitas brand belum memadai.
	Opportunity A. Perubahan digitalisasi industri pariwisata. B. Memiliki produk yang beragam sehingga client dapat menggunakan jasa secara all-in. C. Client loyal yang setia menggunakan jasa Fei Fan. D. Memiliki kantor utama yang letaknya strategis sesuai dengan target pasarnya.	Strategi S-O A. Memaksimalkan digitalisasi industri untuk dapat muncul permukaan pasar dengan kelebihan yang dimiliki. B. Memaksimalkan hubungan komunikasi dengan client loyal dengan selalu memberikan pelayanan terbaik dan profesional.
	Threat A. Pesaing yang lebih dahulu merespon adanya perubahan interaksi dan komunikasi pada industri pariwisata. B. Pesaing yang sudah konsisten dengan konten dan promosi produk-produknya. C. Nama perusahaan dari pesaing yang sudah dikenal oleh publik.	Strategi S-T A. Ikut merespon perubahan dan digitalisasi industri pariwisata. B. Menampilkan keunggulan dan keanggotaan bersertifikat agar dapat dikenali oleh pasar.
		Strategi W-T A. Menerapkan perubahan yang terjadi dengan mengubah teknik promosi menjadi digital. B. Menaikkan nama perusahaan dengan merubah dan meng-upgrade identitas.

Gambar 5. Matriks TOWS (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Strategi W-O menghasilkan solusi yang akurat untuk dapat direalisasikan kepada perusahaan. Memanfaatkan perubahan digitalisasi pada industri dan membuat identitas perusahaan lebih menarik serta memperbanyak media promosi digital salah satunya website untuk dapat mempromosikan jasa yang ditawarkan dengan tepat sasaran.

Berdasarkan hasil analisis di atas didapatkan hasil bahwa PT Fei Fan International belum siap merespon perubahan digital pada industri wisata. Website menjadi pilihan yang baik untuk PT Fei Fan International gunakan dalam merespon perubahan. Website dapat menjadi sumber informasi perusahaan dan media promosi yang informatif dan formal. Selain itu adanya media pendukung berupa media sosial juga dapat membantu meningkatkan promosi dengan memperlihatkan keunggulan serta jasa yang ditawarkan PT Fei Fan International.

Konsep Perancangan

Pesan yang ingin disampaikan dengan jelas oleh PT Fei Fan International yaitu perusahaan ingin dapat menjadi Tour dan Travel yang dapat melayani pelanggan dengan berbasis teknologi untuk memberikan layanan yang sesuai bagi kebutuhan pelanggannya. PT Fei Fan International ingin memfokuskan sisi formal dibidang pelayanannya dengan merespon perubahan digitalisasi pada sektor usaha yang ditekuni sesuai dengan Visi yang dimiliki oleh PT Fei Fan International.

Konsep kreatif yang akan digunakan pada perancangan ini menggunakan pendekatan rasional dan fokus menampilkan kesan formal pada media utamanya. Media pendukung akan fokus menampilkan informasi tentang jasa yang ditawarkan perusahaan menggunakan media gambar/foto dan *copywrite* yang dapat menggiring target sasaran untuk menggunakan media utama.

Berdasarkan hasil konsep kreatif dan hasil analisis yang sudah dilakukan sebelumnya, konsep visual pada media utama dan media pendukung yang tergambar pada *moodboard* akan menampilkan pengayaan desain yang minimalis dengan memanfaatkan *white space* serta elemen grafis *line art* yang identik dengan salah satu target sasaran Fei Fan Tour yaitu negara China kemudian akan dipadukan dengan gaya gradasi warna perusahaan.

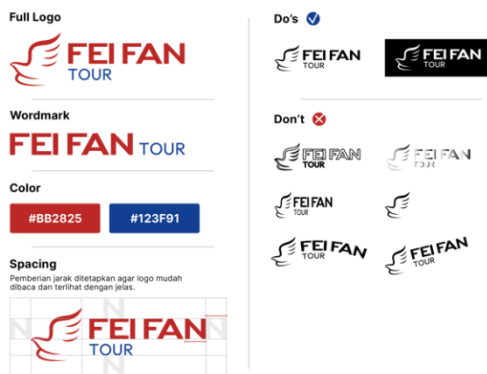


Gambar 6. Moodboard Perancangan (Sumber: Pinterest)

Proses Perancangan

Perancangan logo, elemen grafis, dan juga sitemap akan dijadikan elemen yang akan ditampilkan pada media utama website dan media pendukung.

Logo



Gambar 7. Perubahan Logo (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Untuk mempermudah perancangan media, diperlukan perubahan pada logo yang sudah ada. Perubahan hanya dilakukan dengan membenahi sistem penempatan dan *do's and don't* logo agar tetap konsisten saat diletakkan pada media utama dan media pendukung.

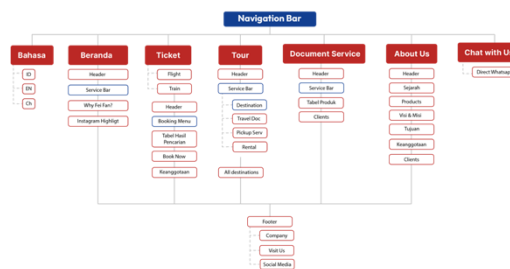
Elemen Grafis



Gambar 8. Elemen Grafis (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Elemen grafis dibuat dengan peng gayaan *line art* yang membentuk sebuah awan menyambung dengan ombak, kemudian terdapat bentuk menyerupai setengah candi Bedugul dari Bali serta bentuk awan-awan kecil yang mengambil gaya dari awan utamanya. Elemen grafis akan diletakkan pada bidang kosong media pendukung yang cukup luas untuk mengisi bidang tersebut.

Sitemap



Gambar 9. Perancangan Sitemap (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Perancangan sitemap berfokus pada dua layanan utama PT Fei Fan International yaitu Tour (Travel dan Ticket) serta Document Service. Website akan memiliki 6 menu utama yang dapat dijelajahi serta dua menu yang pasif.

Wireframe



Gambar 10. Perancangan Wireframe (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil Perancangan

Hasil perancangan yang telah dibuat menghasilkan *iconography*, *high fidelity prototype* website, dan juga media pendukung untuk kebutuhan promosi website tersebut.

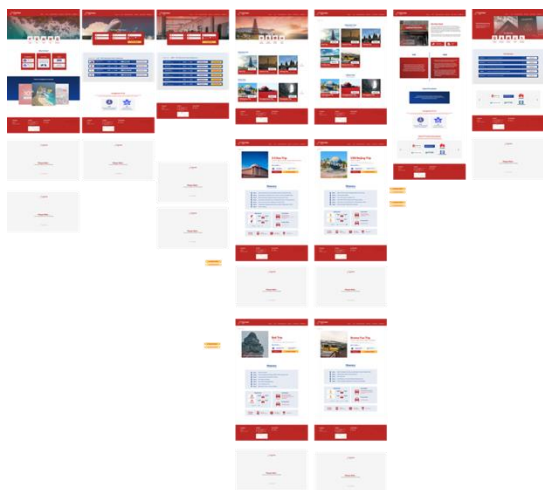
Iconography



Gambar 11. Hasil Perancangan Icon (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hasil perancangan *icon* menggunakan jenis *filled* atau terisi. Jenis ini terpilih agar bentuk yang ditampilkan dapat lebih menggambarkan pengertian bentuk tersebut.

High Fidelity Prototype Website



Gambar 12. Hasil Perancangan Tampilan Website (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Usability Testing

Hal yang dilakukan setelah perancangan visual website selesai yaitu menguji hasil *prototype* yang telah dibuat. Pengujian memberikan hasil berupa *feedback* yang tidak bisa didapatkan saat merancang website seperti keterbacaan teks, ukuran *button*, kemudahan dalam mencari menu dan *button*, kemudahan

user dalam memahami website beserta detailnya dan hal lainnya.

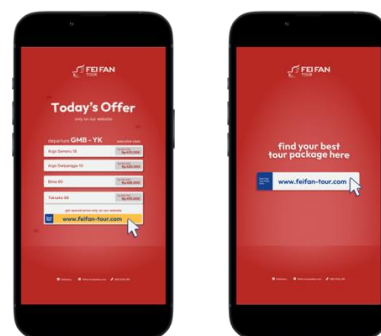
Kesimpulan hasil dari *usability testing* kepada lima *user* dengan masing-masing mendapatkan dua sampai empat *task* untuk dicoba yaitu *prototype* website PT Fei Fan International sudah cukup mudah untuk dipahami dan digunakan oleh *user*. Meskipun dua *user* mengalami sedikit kendala namun *user* berhasil menyelesaikan *task* yang diberikan.

Media Pendukung

Instagram



Gambar 13. Feeds Instagram (Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 14. Story Instagram (Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Konten yang dibuat pada *feeds* Instagram terbagi menjadi tiga, untuk

mempromosikan paket perjalanan yang sedang berjalan, mempromosikan jasa pada bagian *document service* dan promosi secara keseluruhan menggiring *user* untuk menggunakan media utama website.

Stationery



Gambar 15. Mockup Kartu Nama
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 16. Mockup ID Card & Lanyard
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 17. Mockup Kop Surat & Amplop
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 18. Mockup Neon Box
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

KESIMPULAN

PT Fei Fan International merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan pariwisata. Menyediakan kebutuhan pariwisata seperti tiket pesawat, voucher hotel, tur, visa, passport, dan kebutuhan perjalanan lainnya serta jasa pelayanan dokumen untuk asing. Pada masa serba digital saat ini, Fei Fan harus dapat beradaptasi untuk dapat bertahan di pasar. Maka dari itu Fei Fan membutuhkan sebuah media yang dapat membantu merespon adanya perubahan digitalisasi.

Hasil dari penelitian ini berupa perancangan *prototype* website sebagai media digital yang dapat digunakan oleh semua pengguna di seluruh penjuru dunia. Didukung juga dengan media promosi yang dapat membantu meningkatkan awareness PT Fei Fan International agar terlihat di pasarnya.

Perancangan media utama website PT Fei Fan International menggunakan pengayaan minimalis dengan pemilihan warna yang didominasi oleh warna utama perusahaan sehingga sisi formal yang ingin dibangun oleh perusahaan dapat ditunjukkan. Website PT Fei Fan memiliki enam menu utama yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk dapat menginformasikan dan mempromosikan jasa yang ditawarkan. Media utama website didukung dengan media pendukungnya yaitu Instagram dan *Stationery* yang diharapkan dapat menggiring target sasaran untuk mencoba

dan menjelajahi website. Sebelum website dipublikasikan kepada target sasaran, dilakukanlah pengujian untuk mengetahui apakah hasil *prototype* yang dibuat dapat dengan mudah digunakan. Hasil *usability testing* menunjukkan bahwa website yang dibuat sudah cukup mudah untuk digunakan dan dipahami oleh *user*.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi para pelaku jasa pelayanan pariwisata dalam bertransformasi menggunakan media digital. Sehingga tidak menutup kemungkinan kedepannya berkembang ke media-media digital lainnya seperti pengembangan video dalam website dan transaksi langsung di media website secara mandiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada PT Fei Fan International selaku mitra penelitian yang sudah memberikan data-data terkait perusahaan sehingga penulisan ini dapat terselesaikan. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada para narasumber wawancara dan responden yang sudah bersedia meluangkan waktunya.

KEPUSTAKAAN

- Abdulloh, R. (2018). *7 in 1 Pemrograman Web untuk Pemula*. Buku. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Admin. (2022). 10 Komponen Penting dalam Website Company Profile. [duitku.com]. <https://www.duitku.com/10-komponen-penting-dalam-website-company-profile/>.
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 52-58.
- Ary, M., Adhirajasa, U., & Sanjaya, R. (2014). Merancang & membuat website. *no. December, 2018*.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Laporan Perekonomian Indonesia 2022*. Badan Pusat Statistik.
- Harminingtyas, R. (2014). Analisis layanan website sebagai media promosi, media transaksi dan media informasi dan pengaruhnya terhadap brand image perusahaan pada hotel Ciputra di Kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 6(3), 37-57.
- Kemenparekraf. (2021). Pandmei mempercepat digitalisasi pariwisata. [pedulicovid19.kemenparekraf.go.id]. <https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/pandemi-percepat-digitalisasi-pariwisata/>
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.
- Nannat, S. (2021). *Designing Professional Websites with Odoo Website Builder*. Packt Publishing Ltd. Birmingham.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi. Buku
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan metode design thinking pada model perancangan ui/ux aplikasi penanganan laporan kehilangan dan temuan barang tercecer. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 3(02), 219-237.

- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual*. PT Kanisius.
- Swasty, W. (2017). *Serba serbi warna: penerapan pada desain*. Remaja Rosdakarya.
- Swasty, W., & Adriyanto, A. R. (2017). Does color matter on web user interface design. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 11(1), 17-24.
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual)*. Media Press