

PERANCANGAN DESAIN BLOG PROMOSI DENGAN MEMPERTIMBANGKAN ASPEK DISPLAY ERGONOMI

Yesmizarti Muchtiar¹⁾, Ayu Bidiawati²⁾ Dicky Trio Putra³⁾

Email: yesmizartimuchtiar@bunghatta.ac.id

Abstrak . Kendala yang dihadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah tidak mempunyai media untuk mengenalkan produk kepada para pelanggan. Sampai saat ini promosi yang dilakukan hanya sebatas pembicaraan atau informasi yang didapat dari mulut ke mulut, Berangkat dari permasalahan tersebut maka dilakukanlah terobosan ataupun perubahan terkait dengan sistem promosi menggunakan media internet yang berbasis blog. Dengan memiliki blog, UMKM tersebut bisa memasarkan produknya tidak hanya ke pasar tradisional bahkan bisa mencakup pasar nasional maupun internasional. Dari penelitian ini diidentifikasi blog yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Berdasarkan kuesioner yang disebar, faktor dominan yang dibutuhkan adalah warna dan tampilan blog. Blog yang dihasilkan tidak seperti kebanyakan blog yang sudah ada, tetapi memperhatikan aspek ergonomi dari display blog tersebut. Dari perancangan yang dilakukan, dihasilkanlah blog dengan pertimbangan warna, ilustrasi dan tipografi.

Kata kunci: *display, ergonomic, promosi*

1. Pendahuluan

Kendala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak mempunyai media untuk mengenalkan produk kepada para pelanggan. Sampai saat ini promosi yang dilakukan hanya sebatas pembicaraan atau informasi yang didapat dari mulut ke mulut, Berangkat dari permasalahan tersebut makadilakukanlah terobosan ataupun perubahan terkait dengan sistem promosi menggunakan media internet yang berbasis blog. Dengan memiliki blog, UMKM tersebut bisa memasarkan produknya tidak hanya ke pasar tradisional bahkan bisa mencakup pasar nasional maupun internasional. Selain blog yang menarik, desain pun harus dibuat semenarik mungkin, dengan warna dan desain yang unik. Desain blog juga harus punya nilai ergonomi, yang menonjolkan rasa penasaran untuk konsumen atas blog yang di lihat. Blog yang menarik untuk konsumen adalah blog yang di buat sesuai dengan keinginan konsumen dan memperhatikan aspek display ergonomi.

Metode Penelitian

Pengkajian Sistem

Tahapan pengkajian sistem merupakan gambaran dari kondisi sebenarnya. Objek penelitian adalah perancangan tampilan blog promosi. Berikut beberapa hal yang dikaji dari sistem yang digunakan saat ini adalah:

1. Gambaran Umum UMKM.
2. Karakteristik Produk.
3. Gambaran Umum Blog.
4. Keinginan Konsumen Terhadap Promosi Menggunakan Blog.

Proses Perancangan

Proses perancangan yang dilakukan berdasarkan pada kajian sistem yang telah dilakukan. Proses perancangan desain Blog adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan Konsumen
2. Mendesain warna dengan memperhatikan aspek Ergonomi.
3. Mendesain menu pada blogwarna dengan memperhatikan aspek Visual Display
4. Merancang Tampilan blog dengan memperhatikan aspek Visualisasi Desain.
 - a. *Idea Layout*
 - b. *Rough Layout*
 - c. *Comprehensive Layout*
 - d. *Final Artwork*

Evaluasi Hasil Rancangan

Tahapan evaluasi hasil rancangan ini merupakan tahapan akhir dari penelitian dan akan didapat hasil rancangan yang telah dirancangan dan dilalui proses yang dilakukan.

2. Pembahasan

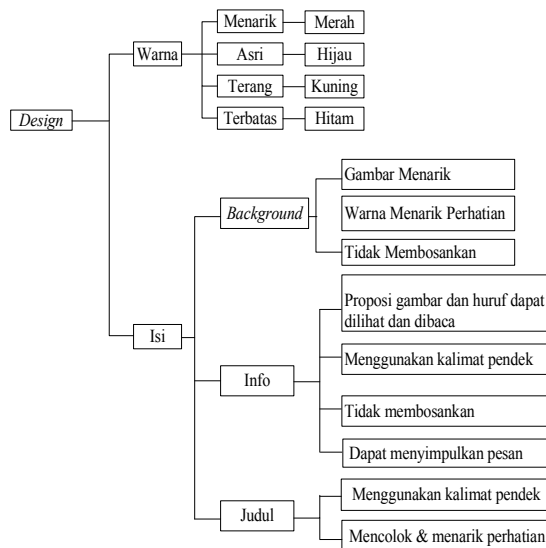
Identifikasi kebutuhan konsumen dilakukan melalui kuesioner .

Tabel 2.1 Hasil Rekapitulasi Kuesioner Suara Konsumen

NO	ITEM	VARIABEL	JUMLAH RESPONDEN
1	Warna	Ergonomi	30
2	Tampilan	Background	25
		Menu	28
		Judul	19

2.1 Mendesain Warna Dengan Memperhatikan Aspek Ergonomi

Warna merupakan faktor yang sangat penting dalam desain Blog visual, warna dapat memberikan dampak psikologis, sugesti, dan suasana bagi yang melihatnya. Proses perancangan desain blog ini menggunakan beberapa warna yang diadaptasi dari Rosnani Ginting (2010). Penjelasan mengenai tujuan dilakukannya perancangan dapat dilihat pada diagram pohon dibawah ini :



Gambar 2.1 Diagram Pohon Tujuan Perancangan

2.2. Mendesain Tampilan Dengan Memperhatikan Aspek Visual Display

Uraian dari Diagram Pohon Tujuan Perancangan :

1. Background

Background atau yang dikenal dengan latar belakang ini merupakan salah satu komponen desain yang cukup penting. Background terutama digunakan untuk memberikan dekorasi visual terhadap sebuah elemen. Dalam mendesain sebuah background terdapat faktor-faktor di dalamnya yaitu:

- Gambar yang menarik
- Warna menarik perhatian
- Tidak membosankan

2. Menu

Menu merupakan tampilan yang ada pada blog, pada menu ini kita dapat memberikan tampilan informasi perusahaan dan jenis produk yang memiliki daya tarik bagi pengunjung blog. Kita juga dapat memberikan postingan yang ingin kita publikasikan. Sehingga pengunjung tertarik akan mengunjungi dan melihat blog promosi ini. Dalam mendesain menu ini terdapat faktor-faktor di dalamnya yaitu:

- a. Proporsi gambar dan huruf dapat dilihat dan dibaca
 - b. Menggunakan kalimat pendek
 - c. Tidak membosankan
 - d. Dapat menyimpulkan pesan
3. Judul
 - a. Judul merupakan inti utama dalam sebuah blog karena judul dapat mendeskripsikan informasi-informasi yang ada pada blog. Judul biasanya dibuat sesingkat mungkin agar mudah diingat sehingga judul dapat merangkum isi didalam blog tersebut.
 - b. Dalam mendesain judul ini terdapat faktor-faktor di dalamnya yaitu:
 4. Menggunakan kalimat pendek
 5. Mencolok dan menarik perhatian

2.3. Konsep Perancangan

Desain Blog dirancang dengan mengaplikasikan konsep modern dengan nuansa ceria dan elegan. Konsep media promosi ini menghadirkan ilustrasi gabungan berupa foto-foto produk milik UMKM. Desain dibuat sederhana dengan mempertimbangkan aspek-aspek keindahan, sehingga akan terlihat menarik bila dilihat oleh *audience*. Hal ini menampilkan desain blog yang bersifat sederhana (minimalis) dengan menghadirkan beberapa sajian menu, yaitu:

1. *Home* (Beranda)
2. *Profile* (Profil)
3. *Gallery Product* (Galeri produk)
4. *Product* (Produk)
5. *Contact Person* (Kontak Kami)

Pada desain Blog ini menggunakan beberapa warna, ilustrasi, dan tipografi sebagai berikut:

1. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan desain Blog untuk media promosi menggunakan warna yang cenderung dominan seperti hijau, hitam, biru, hal ini dimaksudkan untuk memberikan nuansa ceria dan elegan, selain itu beberapa warna yang digunakan disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2.2 Penggunaan Warna Dalam Perancangan Desain Blog

No	Warna	Keterangan
1	Kuning	Warna kuning memberikan kesan luas dan terang serta melambangkan optimis, harapan, gembira, dan santai.
2	Merah	Warna merah memberikan kesan merangsang dan memberikan energi, semangat, segar, keseimbangan, ceria, dan hangat. Penggunaan warna ini diharapkan dapat menghadirkan energi positif bagi konsumen yang melihat blog promosi UMKM tersebut.
3	Biru	Warna biru itu sendiri melambangkan kesejukan, kabut, bayangan, kedamaian, ketenangan, kecerdasan, kekuatan. Warna biru adalah warna yang positif simbol kepercayaan.
4	Hijau	Warna hijau melambangkan alami, sehat, harmonis, segar, keberuntungan, kebanggaan. Penggunaan warna hijau memberikan nuansa alami.
5	Hitam	Warna hitam memberikan kesan sempit, berkelas, warna hitam adalah warna tradisional yang menggambarkan rasa terbatas. Jika warna hitam digunakan dengan baik dan benar, maka dapat mempromosikan perbedaan dan kejelasan dari maksud dan tujuan yang ingin disampaikan
6	Putih	Warna putih melambangkan kepolosan, kelahiran, sikap yang baik. Dalam spektrum warna, putih adalah gabungan dari semua warna. Netralis dan sifat konservatif diterima secara luas. Kesederhanaan dan kualitas halus, membuatnya menjadi warna yang ideal.

2. Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar (foto, diagram, grafis, peta, dan tanda-tanda lain) yang dapat digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan cepat, selain itu juga berfungsi sebagai penghias atau penarik perhatian. Disinilah ilustrasi memiliki kaitan erat dengan judul atau unsur-unsur iklan yang lain seperti *headline*, *sub headline*, *body copy*, *logo type*, *slogan* dan *closing*. Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan desain blog ini, menghadirkan ilustrasi gabungan berupa foto-foto produk milik UMKM.

3. Tipografi

Tipografi adalah seni memilih dan menata huruf pada ruang untuk menciptakan kesan khusus sehingga pembaca dapat membaca semaksimal mungkin (Hendratman, 2010). Pemilihan jenis *font* perlu dipertimbangkan dengan baik karena desain *font* tertentu memiliki gaya dan karakteristik tersendiri. Pertimbangan ini berdasarkan fungsi dan penampilan dari segi visual serta tujuan media promosi yang dibuat.

2.4. Visualisasi dan Pembahasan

1. *Idea Layout* (*layout gagasan*)
2. *Rough Layout* (*Layout Kasar*)
3. *Comprehensive Layout* (*Layout Menyeluruh*)
4. *Final Artwork* (Hasil Akhir)

Halaman *Home* (Beranda)

Halaman ini mempunyai fungsi untuk menyampaikan informasi kepada pengunjung blog. Terdapat 4 buah kategori pilihan pada halaman ini. Tata letak halaman hampir sama seperti halaman sesuai dengan kapasitas template pada blog, *background* menggunakan logo UMKM. Hal ini sengaja dilakukan agar desain tetap terjaga kesederhanaannya dan terlihat *balance* (seimbang).



Gambar 2.2 *Final Artwork* Halaman *Home* (Beranda)

Pembahasan:

- a. Ukuran halaman : menyesuaikan resolusi layar blog standar.
- b. Format halaman : *vertikal*.
- c. *Font* yang digunakan : *Times New Roman*
- d. Warna yang digunakan : hijau, putih, hitam, biru.
- e. Ilustrasi : foto berwarna berupa hasil produk UMKM yang berupa gambar produk disisi tengah *layout*.
- f. Logo milik UMKM yang ditampilkan pada background disisi tengah *layout*.
- g. Menu yang ditampilkan : *home* (beranda), *profile* (profil), *gallery* (galeri), *product* (produk), *contact person* (kontak), tombol untuk kembali ke menu awal, dan *direct link button* ke situs jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *google*, *in*, *youtube* dan *wifi*
- h. *Content* (isi halaman) yang ditampilkan: 3 buah *slide* pendukung yang mempunyai efek *scroll* (geser) jika di klik oleh *mouse*.

Keterangan Unsur warna:

Warna hijau pada *background* dan tombol menu dimaksud agar memberikan kesan segar. Warna putih pada latar *background* logo digunakan untuk menimbulkan kesan sederhana dan netral. Warna biru dan hitam digunakan pada judul dan teks dimaksudkan agar memberikan kesan elegan dan berkelas.

Keterangan tipografi:

Penggunaan *Times New Roman* pada halaman ini sudah disesuaikan agar bisa terbaca oleh pengunjung blog.

Keterangan ilustrasi:

Penggunaan perpaduan foto dengan *mode background logo* dimaksudkan agar lebih mempunyai nuansa ceria, dan sederhana.

3. Simpulan

1. Poin penting dalam pembuatan blog promosi, yaitu :
 - a. Beranda
 - b. *Contact Person*
 - c. *Galerry Product*
 - d. *Company Profile*
 - e. Selamat Datang
 - f. Produk
 - g. *Link Sosial Media*
 - h. *Tombol Search*
 - i. *Popular Post*
 - j. *Blog Archive*
 - k. Komentar Langganan
2. Setelah adanya desain blog promosi ini penjualan produk akan menjadi lebih meningkat dari sebelumnya serta jangkauan pasar pun menjadi lebih luas. Masyarakat bisa kapan saja mengakses blog, dengan desain blog yang menarik diharapkan konsumen menjadi lebih tertarik untuk mengakses dan tertarik dengan produk yang ditawarkan.
3. Aspek Ergonomi yang telah tercapai dalam perancangan tampilan blog ini yaitu dari segi warna permainan warna dalam desain memberi dampak psikologis bagi pengamat dan pemakainya.

Daftar Pustaka

- [1] Rosnani Ginting (2010), Perancangan Produk, Graha Ilmu, Bandung
- [2] Hendratman, Hendi, (2006), Tips and Trix Computer Graphic Design Visual Blog, Informatika, Bandung