

PENGEMBANGAN KATALOG ONLINE BERBASIS WEBSITE PADA GALLERY ZAYN WEDDING SEBAGAI SARANA PENINGKATAN BRAND AWARENESS (KESADARAN MEREK)

Nurul Aini¹, Aniesa Puspa Arum², Neneng Siti Silfi Ambarwati³

Fakultas Teknik, Kosmetika dan Perawatan Kecantikan

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan katalog online berbasis website pada Gallery Zayn Wedding sebagai sarana peningkatan brand awareness. Latar belakang penelitian ini didasari oleh kebutuhan Gallery Zayn Wedding untuk meningkatkan kesadaran merek di tengah persaingan industri galeri pengantin yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan metode pengembangan sistem Waterfall, yang mencakup tahap perencanaan, analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, dan pengujian. Website katalog yang dikembangkan memuat informasi lengkap tentang produk dan layanan Gallery Zayn Wedding dan dirancang untuk memudahkan penyampaian informasi kepada pelanggan. Pengujian dilakukan menggunakan metode blackbox testing dan system usability scale (SUS), menunjukkan bahwa website ini mudah digunakan dan memenuhi fungsi yang diinginkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan website katalog ini efektif dalam meningkatkan brand awareness dan mempermudah akses informasi bagi pelanggan. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk generalisasi berlebihan dari hasil pengujian, keterbatasan metode pengujian, fokus pada kesuksesan awal tanpa mengakomodasi potensi perubahan di masa mendatang, ketergantungan pada platform WordPress, dan kesimpulan yang subyektif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan website serupa di industri galeri pengantin lainnya.

Kata Kunci: katalog online, website, brand awareness, pengembangan sistem, galeri pengantin, Gallery Zayn Wedding

Abstract This research aims to develop a website-based online catalog at the Zayn Wedding Gallery as a means of increasing brand awareness. The background to this research is based on the need for Gallery Zayn Wedding to increase brand awareness amidst increasingly fierce competition in the bridal gallery industry. This research uses the Waterfall system development method, which includes planning, needs analysis, design, implementation and testing stages.

The catalog website developed contains complete information about Zayn Wedding Gallery products and services and is designed to make it easier to convey information to customers. Testing was carried out using the black box testing method and system usability scale (SUS), showing that this website is easy to use and fulfills the desired function.

The research results show that the development of this catalog website is effective in increasing brand awareness and making it easier to access information for customers. However, this study has several limitations, including overgeneralization of test results, limitations of testing methods, focus on initial success without accommodating potential future changes, reliance on the WordPress platform, and subjective conclusions. It is hoped that this research can become a reference for developing similar websites in other bridal gallery industries.

Keywords: online catalog, website, brand awareness, system development, bridal gallery, Zayn Wedding Gallery

Pendahuluan

Galeri pengantin adalah tempat yang menyediakan layanan tata rias bagi calon pengantin, memainkan peran penting dalam perayaan pernikahan dan menjadikan usaha ini menjanjikan. Di tengah gaya hidup modern, masyarakat sering kali ingin tampil berbeda dalam acara spesial seperti pernikahan. Oleh karena itu, galeri pengantin berusaha memenuhi keinginan tersebut dengan menawarkan layanan yang unik dan berkualitas. Salah satu galeri pengantin terkemuka di Jakarta adalah Gallery Zayn Wedding, yang menyediakan jasa tata rias pengantin sekaligus berfungsi sebagai wedding organizer dengan nama "Zayn Wedding." Menurut Sumarsono (2007), wedding organizer adalah badan usaha yang melayani berbagai aspek pernikahan, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan pesta, termasuk penyediaan dekorasi dan busana pengantin.

Gallery Zayn Wedding didirikan pada tahun 2018 oleh pasangan suami istri, Ibu Indah Fajarwati dan Bapak Trisno Hidayat, berlokasi di Jalan Puri Gardena Raya, Kecamatan Kalideres, Jakarta Barat. Dengan berbagai model busana dan tata rias, baik tradisional maupun modern, Gallery Zayn Wedding berusaha memenuhi keinginan konsumen yang beragam. Seiring meningkatnya permintaan dan persaingan di industri galeri pengantin, Gallery Zayn Wedding merasa perlu untuk meningkatkan brand awareness. Saat ini, promosi mereka dilakukan melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta album foto koleksi menggunakan aplikasi Canva. Namun, media ini dianggap kurang efektif karena desain yang kurang menarik dan kendala teknis seperti lagging dan foto yang tidak muncul.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Gallery Zayn Wedding, Ibu Indah Fajarwati, solusi terbaik untuk masalah ini adalah meningkatkan kehadiran online melalui pengembangan website katalog busana. Dalam era digital, kehadiran online sangat penting untuk menjalin interaksi lebih dekat dengan calon pelanggan dan memperkuat brand awareness. Menurut Eti Rochaety (2005: 34), brand adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan yang menggabungkan berbagai elemen tersebut, dan brand awareness memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen. Jika suatu merek tidak berada dalam benak konsumen, maka merek tersebut tidak akan dipertimbangkan. Merek-merek yang tersimpan dalam ingatan konsumen adalah yang disukai atau dibenci (Durianto dalam Sari dkk, 2017: 205).

Salah satu cara efektif untuk meningkatkan brand awareness adalah dengan menerapkan pemasaran digital melalui media sosial dan kepemilikan website. Dengan memiliki website, Gallery Zayn Wedding dapat tampil lebih profesional dan menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pengembangan katalog online berbasis website adalah solusi yang tepat untuk Gallery Zayn Wedding. Katalog online ini akan memuat informasi lengkap tentang produk dan layanan, serta dirancang untuk meningkatkan brand awareness dan menarik lebih banyak konsumen. Model waterfall digunakan dalam perancangan sistem ini karena langkah-langkahnya mudah dipahami dan memungkinkan kembali ke tahap sebelumnya jika terjadi kesalahan (Sukamto &

M.Salahudin, 2018). Dengan demikian, pengembangan katalog online berbasis website diharapkan dapat membantu Gallery Zayn Wedding meningkatkan kesadaran merek dan memberikan informasi yang jelas dan menarik bagi calon pelanggan.

Landasan Teori

Pengembangan

Pengembangan adalah proses penting yang dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk mencapai kemajuan. Pengembangan produk melibatkan beberapa tahapan dengan tujuan menghasilkan produk yang memenuhi standar tertentu, yaitu efektif, efisien, dan berkualitas. Menurut Roger S. Pressman, ada beberapa metode pengembangan yang sering digunakan, yaitu: Waterfall, Prototype, Spiral, dan Rapid Application Development (RAD). Dalam penelitian ini, metode pengembangan yang digunakan adalah metode Waterfall, karena metode ini lebih cocok untuk proyek kecil dan ketika kebutuhan sudah diketahui secara pasti.

Perencanaan dan analisis permasalahan

Tahap pertama dalam pengembangan adalah perencanaan dan analisis permasalahan. Penulis melakukan wawancara dengan pihak pemilik Gallery Zayn Wedding untuk mendapatkan gambaran tentang permasalahan yang dihadapi. Hasil identifikasi permasalahan adalah sebagai berikut: Kurangnya Brand Awareness, yang mencakup nama, logo, desain, atau kombinasi dari ketiganya sebagai pembeda dengan kompetitor (Valensia, 2022), dimana Gallery Zayn Wedding membutuhkan platform yang dapat menginformasikan produk yang dibutuhkan konsumen dengan akses tidak terbatas. Kurang Menjangkau Target Konsumen Secara Luas, di mana interaksi dengan konsumen berujung pada proporsi nilai terhadap brand dan meningkatkan kepuasan konsumen yang akan meningkatkan kontribusi terhadap brand (Wisnawa et al., 2020; Nasib, 2017), sehingga Gallery Zayn Wedding membutuhkan platform yang dapat meningkatkan interaksi dengan konsumen dengan jangkauan yang luas. Persaingan Ketat Antar Usaha Sejenis, di mana keunggulan bersaing adalah kunci keberhasilan dalam persaingan komersial (Wijaya & Ferdinandus, 2001), sehingga setiap usaha harus memiliki dan mempertahankan keunggulan bersaing serta kemampuan untuk membedakan dirinya dari para pesaingnya.

Metode Pengembangan

Metode yang digunakan untuk mengembangkan website ini adalah metode Waterfall. Waterfall adalah salah satu model SDLC (Software Development Life Cycle) yang biasanya digunakan dalam pengembangan sistem informasi atau perangkat lunak. Waterfall menekankan pada tahap analisis kebutuhan yang didefinisikan dengan jelas sejak awal, sehingga menghasilkan

kualitas perancangan yang baik (Sommerville, 2011). Tahapan pengembangan produk meliputi: a) Studi Literatur, yang bertujuan mendapatkan pengetahuan teknis dan teori untuk mendukung pemecahan masalah atau menemukan solusi, termasuk mempelajari pembuatan website dengan WordPress. b) Identifikasi Masalah, melalui observasi dan wawancara dengan pemilik Gallery Zayn untuk menyimpulkan masalah seperti kurangnya media untuk mengenalkan Gallery Zayn kepada calon pelanggan. c) Perancangan Website, yang melibatkan diskusi dan pembahasan desain dengan pihak Gallery Zayn untuk mencapai kesepakatan mengenai tampilan website. d) Pembuatan Website, menggunakan aplikasi WordPress untuk membuat website. e) Pengujian Website, yang dilakukan dengan cara functionality testing oleh peneliti bersama pihak Gallery Zayn dan dosen ahli media. f) Implementasi Website, sebagai proses penting dalam siklus pengembangan yang memungkinkan website dapat diakses oleh pengguna.

Metode Pengujian Blackbox

Pengujian menggunakan blackbox testing, yaitu metode pengujian yang berfokus pada fungsionalitas program tanpa mempertimbangkan struktur internal program (Myers, 2012). Blackbox testing berorientasi pada fungsionalitas perangkat lunak berdasarkan input yang diberikan pengguna untuk menghasilkan output yang diinginkan (Febiharsa et al., 2019).

Metode Pengujian System Usability Scale (SUS)

Usability berasal dari kata usable yang berarti bisa digunakan dengan baik (Yuliyana et al., 2019). Usability testing adalah metode untuk mengetahui dan mendapatkan informasi tentang kegiatan pengguna dengan mengamati proses yang dilakukan pengguna saat menggunakan aplikasi (Theresia, 2019). Aplikasi dikatakan memiliki usability yang baik jika mudah digunakan dan fungsinya sesuai dengan yang diinginkan (Saputra, 2019).

UI (User Interface)

User Interface (UI) adalah desain antarmuka yang memfokuskan pada keindahan tampilan, pemilihan warna, dan hal-hal lain yang membuat tampilan website lebih menarik (Rizki, 2019). UI bertujuan untuk menciptakan ikatan emosional dengan pengguna melalui desain yang menarik dan indah. Karakteristik desain UI yang baik meliputi kejelasan, responsivitas, konsistensi, penggunaan warna dan tekstur yang strategis, penggunaan tipografi, dan kemampuan untuk mengomunikasikan apa yang terjadi (Sutanto, 2021).

UX (User Experience)

User Experience (UX) adalah desain yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pengguna website melalui kesenangan dan kegunaan dalam interaksi dengan produk (Rizki,

2019). UX mencakup tampilan, perasaan, dan kegunaan produk untuk memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Desainer perlu memperhatikan keinginan dan kebutuhan pengguna, menggunakan desain yang sederhana, konsisten, dan responsif, serta menonjolkan hal-hal penting untuk memberikan perjalanan yang lancar bagi pengguna (Haekal, 2020).

Brand Awareness (Kesadaran Merek)

Menurut Krisnawari (2016), Brand Awareness adalah ukuran seberapa dikenalnya suatu merek di antara konsumen, mencerminkan sejauh mana konsumen mengenali dan mengingat merek tertentu ketika berada dalam situasi pembelian. Brand awareness merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran karena merupakan tahap awal dalam perjalanan konsumen menuju keputusan pembelian. Tingkatan brand awareness menurut Keke (2015) meliputi: Unaware of a Brand, di mana konsumen tidak memiliki pengetahuan atau kesadaran tentang keberadaan atau identitas suatu merek; Brand Recognition, di mana konsumen mampu mengenali merek secara langsung saat mereka melihat atau mendengarnya; Brand Recall, di mana konsumen dapat mengingat merek secara spontan tanpa bantuan; dan Top of Mind, di mana merek menjadi pilihan pertama yang terpikirkan oleh konsumen. Strategi untuk mencapai brand awareness meliputi konsistensi dalam pemasaran, kreativitas dan daya tarik, interaksi aktif dengan konsumen, penempatan produk yang efektif, dan memberikan pengalaman pelanggan yang positif.

Strategi Pemasaran di Internet

Kesuksesan sebuah situs web bergantung pada desain web yang menarik, isi yang membawa pengunjung untuk menikmatinya, dan promosi online yang efektif (Wahana Komputer, 2003). Promosi online menurut Kotler dan Armstrong (2018) melibatkan advertising, sales promotion, public relations, dan direct marketing untuk membangun hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui internet.

Pengertian Katalog

Katalog adalah daftar barang atau benda yang disusun untuk tujuan tertentu (www.si.its.ac.id, 2009). Dalam ilmu perpustakaan, katalog adalah daftar koleksi perpustakaan yang disusun menurut sistem tertentu (Fathmi, 2004).

2.1.4.2 Katalog Online

Katalog online atau OPAC (Online Public Access Catalog) adalah katalog perpustakaan yang tersimpan dalam komputer sehingga dapat diakses secara online. OPAC memiliki beberapa kelebihan seperti interaksi, bantuan pengguna, kepuasan pengguna, kemampuan penelusuran, keluaran dan tampilan, serta ketersediaan dan akses (Fatahi dalam Hasugian, 2004).

Pengertian Website

Menurut Abdullah (2018), website adalah kumpulan halaman yang menyajikan berbagai informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan video yang dapat diakses melalui internet. Website adalah tempat di internet yang menyajikan informasi dengan berbagai format data dan dapat diakses menggunakan berbagai aplikasi client, memungkinkan penyajian informasi yang lebih menarik dan dinamis dengan pengelolaan yang terorganisasi.

Jenis-jenis Website

Menurut Arief (2011), web dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan isi, yaitu web statis dan web dinamis. Web statis memiliki konten yang tidak berubah-ubah, sedangkan web dinamis memiliki konten yang dapat berubah-ubah setiap saat.

Unsur-unsur dalam Penyediaan Website

Untuk membangun situs web yang efektif, perlu disediakan beberapa unsur penunjang, seperti: Nama Domain (Domain Name), yang merupakan alamat unik yang digunakan untuk mengidentifikasi lokasi suatu situs web di internet; Server Web, yaitu komputer khusus yang menyimpan semua file dan data yang diperlukan untuk menampilkan situs web; Bahasa Program, serangkaian instruksi atau kode yang ditulis dalam bahasa pemrograman untuk memberi petunjuk kepada komputer tentang tindakan yang harus dilakukan; Desain Website, unsur utama yang menentukan kualitas dan keindahan situs web; dan Publikasi Website, proses membuat situs web tersedia dan dapat diakses oleh pengguna internet secara umum.

Metode

Penelitian ini akan dilakukan di Gallery Zayn yang berlokasi di Jalan Puri Gardena Raya RT 06 RW 07 Ruko Puri Gardena Blok A2 No 14, Kecamatan Kalideres, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 11840. Pembuatan website ini akan dilakukan selama 31 hari dari tanggal 01 Juni 2024 hingga 31 Juni 2024. Pada Sabtu, 01 Juli 2024, akan dilakukan wawancara dengan pihak pemilik Gallery Zayn untuk penentuan isi website, termasuk elemen yang akan ada di dalamnya dan penentuan nama domain. Domain merupakan salah satu nama yang diketik dan berfungsi untuk menampilkan website di layar monitor pengunjung website (Andy Sera, 2010). Pada Minggu, 02 Juni 2024, akan dilakukan pembelian hosting. Hosting adalah aspek penting yang wajib ada ketika mengembangkan website karena hosting berfungsi sebagai tempat penyimpanan data situs website. Di hari yang sama, akan dilanjutkan dengan instalasi WordPress.

Rabu, 03 Juni 2024, setelah WordPress berhasil diinstal, peneliti dapat melakukan login menggunakan email. Selanjutnya, dilakukan pemilihan tema website. Kamis, 04 Juni 2024, akan dilakukan perancangan website dan pengelolaan konten yang menarik hingga 31 Juni 2024. Selanjutnya, akan dilakukan evaluasi website. Peneliti akan memberikan hasil kepada pihak Gallery Zayn untuk dilakukan evaluasi apakah website sudah sesuai dengan kebutuhan mereka. Metode yang digunakan untuk mengembangkan website dengan WordPress adalah metode Waterfall. Metode Waterfall adalah salah satu model SDLC (Software Development Life Cycle) yang biasanya dilaksanakan dalam pengembangan sistem informasi atau perangkat lunak. Waterfall merupakan metode pengembangan pertama yang menekankan pada tahap analisis kebutuhan yang didefinisikan dengan jelas sejak awal, sehingga dapat menghasilkan kualitas perancangan yang baik (Sommerville, 2011).

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Pengembangan Prototype

1.1. Identifikasi dan Analisis Masalah

Pada saat ini, Gallery Zayn Wedding masih mengandalkan *platform Canva* untuk keperluan promosi. Namun, keberadaan sistem ini menimbulkan beberapa kendala, terutama terkait dengan tampilan yang kurang menarik dan terkadang sulitnya membuka foto yang diunggah ataupun mengunggah foto busana baru ke dalam canva tersebut. Oleh karena itu, setelah penulis melakukan wawancara dengan pihak pemilik Gallery Zayn Wedding, perlu dipertimbangkan untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap penggunaan sistem ini dan mencari alternatif solusi yang lebih efektif serta memenuhi kebutuhan estetika dan fungsionalitas yang lebih baik. Dengan memiliki website, Gallery Zayn Wedding dapat tampil lebih profesional, serta diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

1.2. Hak Akses Menu

Dalam membangun website akan membutuhkan form untuk mempermudah dalam mengakses website. Adapun sebagian form dan hak akses Menu yang ada dalam website katalog Gallery Zayn Wedding adalah sebagai berikut :

Tabel 1.. Hak Akses Menu

No	Fitur/Menu	Admin	Pelanggan	Pengunjung
Layanan Administrator				
1	Login	?	X	X

2	Mengganti foto	<input type="checkbox"/>	X	X
3	Menambahkan foto	<input type="checkbox"/>	X	X
4	Menghapus foto	<input type="checkbox"/>	X	X
5	Mengubah teks	<input type="checkbox"/>	X	X
6	Menambahkan teks	<input type="checkbox"/>	X	X
7	Menu edit kategori	<input type="checkbox"/>	X	X
8	Menu edit beranda	<input type="checkbox"/>	X	X
9	Menu edit tentang kami	<input type="checkbox"/>	X	X
Layanan User				
1	Menu beranda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Menu kategori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Menu tentang kami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pada Tabel 4 layanan menu administrator yang terdapat centang berisi tentang aktivitas apa saja yang bisa dilakukan oleh admin. Kegiatan yang dapat dilakukan oleh admin adalah admin dapat mengganti foto, menghapus foto, menambahkan foto, mengubah teks, menambahkan teks, mengedit kategori, mengedit menu home, dan mengedit menu tentang kami setelah admin melakukan *log in*.

Pada Tabel 4 layanan *user* yang terdapat centang berisi tentang apa saja yang bisa dilakukan oleh pelanggan. Kegiatan yang bisa dilakukan oleh pelanggan adalah melihat halaman beranda, melihat semua menu kategori, dan melihat menu tentang kami tanpa harus melakukan *log in* terlebih dahulu.

1.3. Hasil

Pada penelitian ini menghasilkan sebuah katalog berbasis *website* pada Gallery Zayn Wedding yang berfungsi untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan agar dapat mengetahui informasi busana dan aksesoris yang ada di Gallery Zayn Wedding. Terdapat bagian admin yang dapat menginput produk, melihat produk, menambahkan produk, menghapus produk, dan mengedit produk.

a. Halaman Home



Gambar 1. Halaman Home Admin

Pada halaman home untuk admin terdapat menu edit untuk mengganti atau menambahkan foto, mengganti atau menambahkan tulisan, dan mengedit layout yang diinginkan.

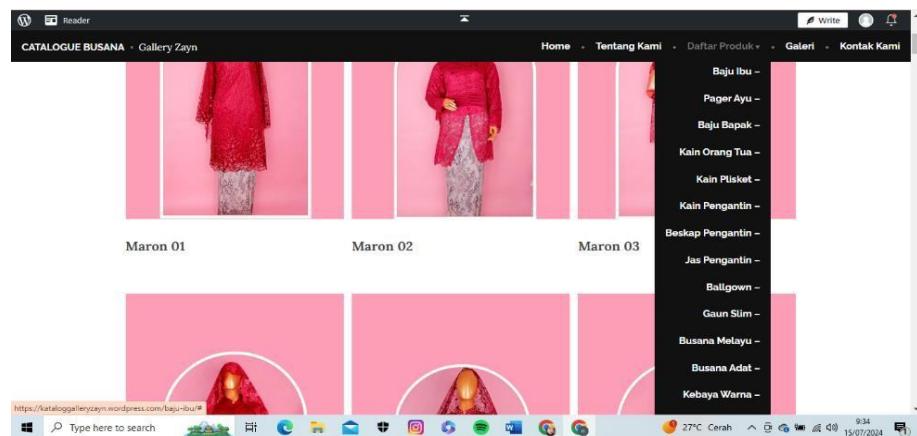


Gambar 2. Halaman Home Pengunjung

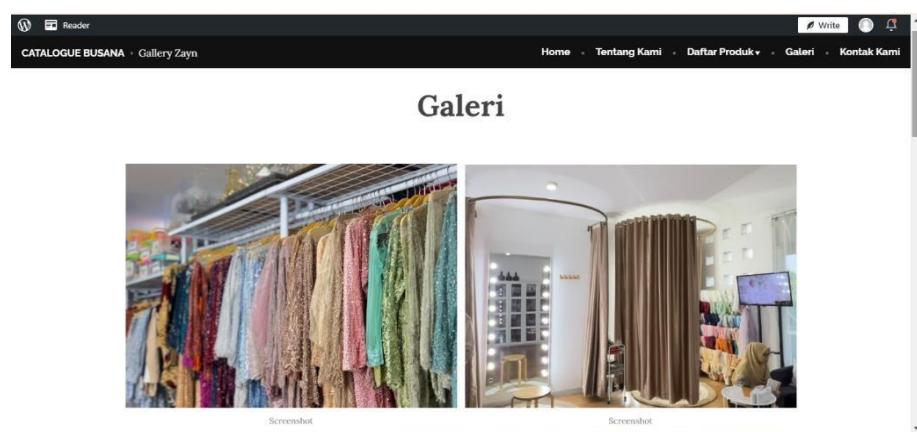
Pada halaman home untuk pengunjung terdapat menu tentang kami, daftar produk, galeri, dan kontak kami yang langsung bisa diklik oleh pengunjung untuk melihat gambar busana dan aksesoris yang terdapat dalam website tersebut.



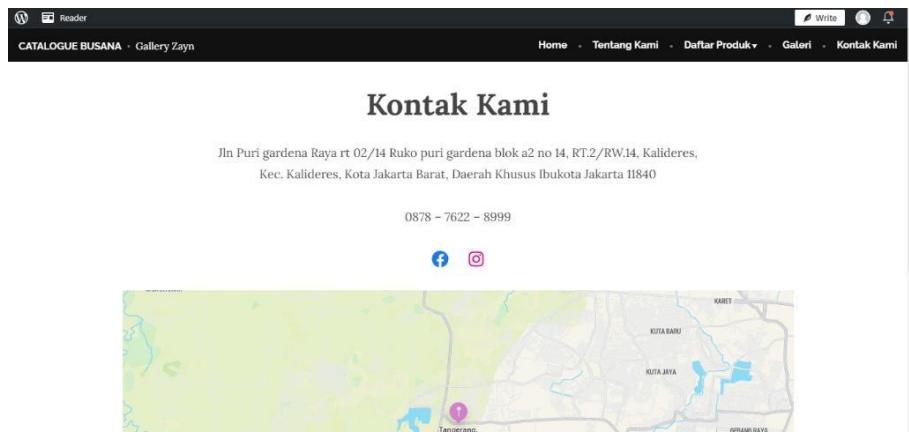
Gambar 3. Halaman Kategori Produk yang Langsung Bisa diklik di Halaman Home untuk Pengunjung



Gambar 4. Salah satu Kumpulan Gambar dari Kategori Produk Katalog Busana Gallery Zayn Wedding



Gambar 5. Sekumpulan Foto Suasana Gallery Zayn Wedding



Gambar 6. Kontak Kami

Dalam halaman kontak kami, dicantumkan alamat Gallery Zayn Wedding beserta peta nya dan dicantumkan juga nomor telepon yang bisa dihubungi. Selain itu terdapat logo facebook dan Instagram yang jika di klik pengunjung akan langsung diarahkan 41ystem41 facebook atau Instagram Gallery Zayn Wedding.



Gambar 7. Ketentuan Sewa Busana di Gallery Zayn Wedding

1.2. Kelayakan Produk

Dalam penelitian ini, ada beberapa segi kelayakan dalam sebuah desain katalog berbasis website antara lain :

a. Tampilan Desain

Tampilan desain menunjukkan suatu kualitas Perusahaan itu sendiri. Maka dengan tampilan website yang baik akan mampu menunjukkan citra positif Perusahaan tersebut. Dengan demikian, sebuah Perusahaan yang memiliki katalog berbasis website akan lebih baik dibandingkan dengan Perusahaan yang belum memiliki katalog berbasis website.

b. Informasi

Informasi adalah hal pokok yang paling penting dalam sebuah website. Dengan katalog berbasis website informasi data diakses dari semua tempat dengan cepat dan akurat. Bahkan sebuah website sangat membantu kegiatan promosi yang akan dapat dilihat dari berbagai Negara. Dengan demikian, katalog berbasis website akan menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan produk dengan informasi yang lengkap.

c. Biaya

Menggunakan katalog berbasis website memiliki nilai yang lebih ekonomis dibandingkan dengan media promosi lainnya seperti brosur, pengadaan baliho, iklan dan lain – lain. Mungkin menggunakan katalog berbasis website awalnya akan membutuhkan biaya yang banyak tetapi kedepannya akan sangat ekonomis karena kemudahan dalam perubahan data dan informasi.

d. Pengujian

Pengujian yang dilakukan pada system ini guna memastikan apakah system yang dibuat sudah berfungsi sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Pengujian system ini dilakukan dengan menggunakan metode *blackbox testing* dan *usability scale* (SUS). Pengujian *blackbox* sendiri berfokus pada spesifikasi fungsional dari perangkat lunak yang dibuat, apakah *website* yang dibangun sudah berjalan dengan baik, dari segi tampilan, fungsi button dan font sudah sesuai atau tidak. Sedangkan untuk System *usability scale* (SUS) berfokus pada bagaimana user menilai website yang sudah dibangun. Pengujian dilakukan kepada pelanggan, pemilik dan penanggung jawab *Gallery Zayn Wedding*, dan Dosen ahli media.

Tabel 2. Pengujian Fungsionalitas Admin Menggunakan Blackbox

No	Parameter Pengujian	Hasil Yang Diharapkan
1	Membuka Website	Website dapat dijalankan dengan baik
2	Tampilan awal	Menampilkan halaman login untuk admin
3	Mengisi email dan password yang terdaftar kemudian log in	Sistem berhasil masuk ke halaman Home dan terlihat kategori lain seperti ketentuan busana, daftar produk, galeri, dan kontak kami.
4	Menekan menu ketentuan busana	Sistem berhasil masuk ke halaman ketentuan busana dan bisa menambahkan atau menghapus foto, menambahkan atau

		menghapus teks serta berhasil menyimpan pembaruan.
5	Menekan menu daftar produk	Sistem berhasil masuk ke halaman daftar produk dan terlihat beberapa kategori lagi dari baju pengantin, baju ibu, dan lain-lain. Admin bisa menambahkan atau menghapus foto, menambahkan atau menghapus teks serta berhasil menyimpan pembaruan di setiap kategorinya.
6	Menekan menu Galeri	Sistem berhasil masuk ke halaman galeri dan terlihat gambar suasana di Gallery Zayn. Admin bisa menambahkan atau menghapus foto, menambahkan atau menghapus teks serta berhasil menyimpan pembaruan.
7	Menekan menu kontak kami	Sistem berhasil masuk ke halaman kontak kami dan terlihat alamat lengkap Gallery Zayn beserta maps, serta ada logo social media (Instagram dan Facebook) yang jika di klik akan langsung terhubung ke social media milik Gallery Zayn itu sendiri.

Tabel 3. Pengujian Fungsionalitas Pelanggan Menggunakan Blackbox

No	Parameter Pengujian	Hasil yang Diharapkan
1	Menekan link Website	Sistem berhasil masuk ke halaman Home dan terlihat kategori lain seperti ketentuan busana, daftar produk, galeri, dan kontak kami.
2	Menekan menu ketentuan busana	Sistem berhasil masuk ke halaman ketentuan busana dan bisa melihat ketentuan busana yang tercantum.
3	Menekan menu daftar produk	Sistem berhasil masuk ke halaman daftar produk dan terlihat beberapa kategori lagi dari baju pengantin, baju ibu, dan lain-lain. Semua bisa dilihat tanpa ada kendala
4	Menekan menu Galeri	Sistem berhasil masuk ke halaman galeri dan terlihat gambar suasana di Gallery Zayn. Pelanggan bisa melihat semua gambar tanpa ada gambar yang error
5	Menekan menu kontak kami	Sistem berhasil masuk ke halaman kontak kami dan terlihat alamat lengkap Gallery Zayn beserta maps, serta ada logo social media (Instagram dan Facebook) yang jika di klik akan langsung terhubung ke social media milik Gallery Zayn itu sendiri.

Tabel 4. Jawaban Pengujian Blackbox

Kriteria	Hasil yang diharapkan
Sukses (S)	Hasil pengujian sesuai dengan yang diharapkan dan tidak terjadi error
Tidak sukses (TS)	Hasil pengujian fungsi belum sesuai dengan yang diharapkan dan terjadi error

Selanjutnya pada pengujian SUS metode ini memiliki kelebihan yaitu dilakukan dengan sederhana dengan hasil penilaian berupa skor 1-100 sehingga lebih mudah dimengerti. Metode ini terdiri dari 10 pertanyaan seperti yang terlihat pada tabel 9 dan terdapat 5 pilihan jawaban seperti pada tabel. Berikut adalah aturan yang digunakan dalam perhitungan skor pada kuesioner system usability scale (SUS) :

Setiap pertanyaan bernomor ganjil, skor dikurangi 1.

Setiap pertanyaan genap, skor akhir di dapat dari nilai 5 lalu dikurangi skor pertanyaan yang didapat dari pengguna.

Skor SUS didapat dari hasil penjumlahan skor setiap pertanyaan yang kemudian dikali 2,5.

Tabel 5. Pertanyaan System Usability Scale

No	Pertanyaan
1	Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi
2	Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan
3	Saya merasa sistem ini mudah digunakan
4	Saya membutuhkan bantuan orang lain dalam menggunakan sistem ini
5	Saya merasa fitur sistem ini berjalan dengan semestinya
6	Saya merasa ada banyak hal yang tidak serasi dalam sistem ini
7	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan sistem ini dengan cepat
8	Saya merasa sistem ini membingungkan
9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan sistem ini

10	Saya perlu membiasakan diri sebelum menggunakan
----	---

Sumber: Aprilia, 2015

Tabe 6. Jawaban System Usability Scale

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-ragu (RG)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

1.3. Hasil Pengujian

Setelah melakukan pengujian menggunakan metode blackbox didapatkan hasil sesuai dengan yang diharapkan yaitu sesuai dengan parameter pengujian. Data pengujian ini diambil dengan membagikan kuesioner langsung kepada pihak pemilik dan penanggung jawab Gallery Zayn, 5 pelanggan Gallery Zayn yang sudah melakukan DP (Down Payment), dan Dosen ahli media. Untuk mengetahui hasil pengujian fungsionalitas pada website administrator dan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 12 dan 13.

Tabel 7. Hasil pengujian Website Admin Menggunakan Blackbox Testing

No	Parameter Pengujian	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengujian		
			A	B	C
1	Membuka Website	Website dapat dijalankan dengan baik	S	S	S
2	Tampilan awal	Menampilkan halaman login untuk admin	S	S	S

3	Mengisi email dan password yang terdaftar kemudian log in	Sistem berhasil masuk ke halaman Home dan terlihat kategori lain seperti ketentuan busana, daftar produk, galeri, dan kontak kami.	S	S	S
4	Menekan menu ketentuan busana	Sistem berhasil masuk ke halaman ketentuan busana dan bisa menambahkan atau menghapus foto, menambahkan atau menghapus teks serta berhasil menyimpan pembaruan.	S	S	S
5	Menekan menu daftar produk	Sistem berhasil masuk ke halaman daftar produk dan terlihat beberapa kategori lagi dari baju pengantin, baju ibu, dan lain-lain. Admin bisa menambahkan atau menghapus foto, menambahkan atau menghapus teks serta berhasil menyimpan pembaruan di setiap kategorinya.	S	S	S
6	Menekan menu Galeri	Sistem berhasil masuk ke halaman galeri dan terlihat gambar suasana di Gallery Zayn. Admin bisa menambahkan atau menghapus foto, menambahkan atau	S	S	S

		menghapus teks serta berhasil menyimpan pembaruan.			
7	Menekan menu kontak kami	Sistem berhasil masuk ke halaman kontak kami dan terlihat alamat lengkap Gallery Zayn beserta maps, serta ada logo social media (Instagram dan Facebook) yang jika diklik akan langsung terhubung ke social media milik Gallery Zayn itu sendiri.	S	S	S

Keterangan Hasil Pengujian :

- A : Pemilik Gallery Zayn Wedding
- B : Penanggung jawab Gallery Zayn Wedding
- C : Dosen Ahli Media

Tabel 8. Hasil Pengujian Website Pelanggan Menggunakan Blackbox Testing

No	Parameter Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian									
			A	B	C	D	E	F	G	H	I	J

1	Menekan link Website	Sistem berhasil masuk ke halaman Home dan terlihat kategori lain seperti ketentuan busana, daftar produk, galeri, dan kontak kami.	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	
2	Menekan menu ketentuan busana	Sistem berhasil masuk ke halaman ketentuan busana dan bisa melihat ketentuan busana yang tercantum.	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	
3	Menekan menu daftar produk	Sistem berhasil masuk ke halaman daftar produk dan terlihat beberapa kategori lagi dari baju pengantin, baju ibu, dan lain-lain. Semua bisa dilihat tanpa ada kendala	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	

4	Menekan menu Galeri	Sistem berhasil masuk ke halaman galeri dan terlihat gambar suasana di Gallery Zayn. Pelanggan bisa melihat semua gambar tanpa ada gambar yang error	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
5	Menekan menu kontak kami	Sistem berhasil masuk ke halaman kontak kami dan terlihat alamat lengkap Gallery Zayn beserta maps, serta ada logo social media (Instagram dan Facebook) yang jika di klik akan langsung terhubung ke social media milik Gallery Zayn itu sendiri.	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S

Keterangan Hasil Pengujian :

A-J adalah pelanggan Gallery Zayn Wedding yang sudah melakukan DP (*Down Payment*)

Res	Hasil Kalkulasi										Jumlah	Nilai
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
R1	5	2	5	2	5	1	4	1	4	3	34	85
R2	5	1	4	3	5	1	4	1	4	4	32	80
R3	5	2	5	1	5	1	5	1	4	4	35	87,5
R4	4	2	4	1	4	1	4	1	4	4	31	77,5
R5	5	1	5	1	5	1	5	1	5	4	37	92,5
R6	5	1	4	3	5	1	4	1	5	3	32	80
R7	5	1	4	2	4	2	5	1	5	3	34	77,5
R8	5	2	4	3	5	1	5	1	5	2	34	77,5
R9	5	2	5	3	5	1	4	1	5	1	36	90
R10	5	2	5	2	5	1	4	1	4	4	33	82,5
Jumlah Skor											830	

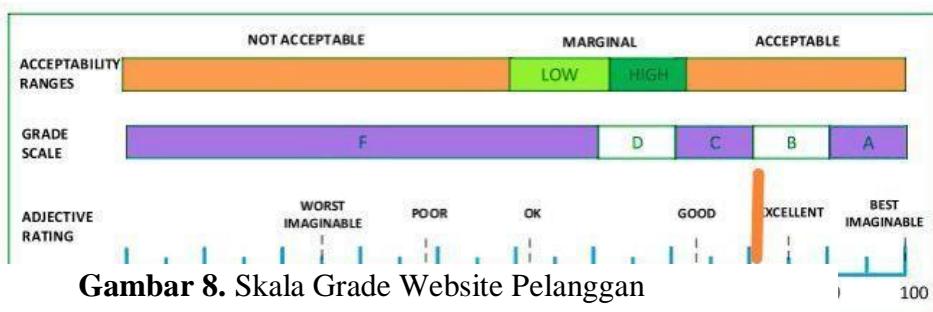
Pada website administrator terdapat 10 pertanyaan dan 2 responden (pemilik dan penanggung jawab Gallery Zayn) Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan skor rata-rata dengan menggunakan rumus SUS yaitu jumlah skor dibagi dengan jumlah responden.

$$\frac{\text{Skor rata - rata} = \text{Jumlah Skor}}{\text{Jumlah Responden}}$$

$$= \frac{830}{10}$$

$$= 83$$

Skor rata-rata yang didapatkan pada website pelanggan adalah 83. Dari hasil perhitungan



tersebut menunjukkan bahwa aspek *usability* pada *website* katalog Gallery Zayn Wedding termasuk ke dalam skala *grade* B dan mendapatkan predikat yang baik. *Skala grade* untuk *website* pelanggan dapat dilihat pada gambar 11.

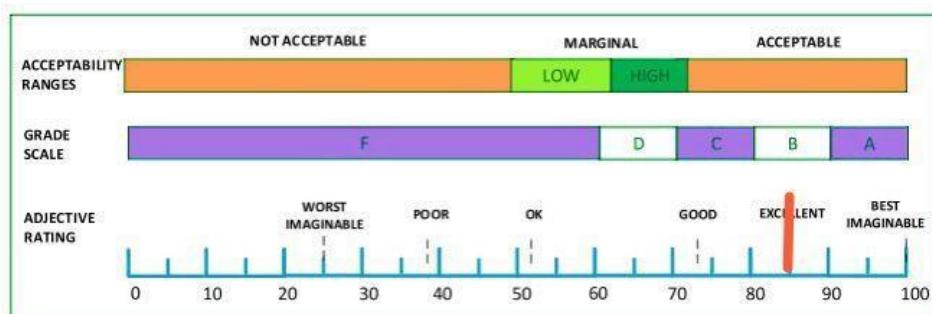
Res	Hasil Kalkulasi										Jumlah	Nilai
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		
R1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	4	33	82,5
R2	5	1	5	3	5	1	5	1	5	4	35	87,5
R3	4	2	4	3	5	1	4	2	4	4	29	72,5
Jumlah Skor												

Pada *website* administrator terdapat 10 pertanyaan dan 3 responden yaitu pemilik Gallery Zayn (R1), penanggung jawab Gallery Zayn (R2), dan dosen ahli media (R3). Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan skor rata-rata dengan menggunakan rumus SUS yaitu jumlah skor dibagi dengan jumlah responden.

$$\text{Skor rata - rata} = \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Jumlah Responden}}$$

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Jumlah Responden}}{= 241,5} \\ & \hline \\ & \quad 3 \\ & = 80,5 \end{aligned}$$

Skor rata-rata yang didapatkan pada *website* pelanggan adalah 80,5. Dari hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa aspek *usability* pada *website* katalog Gallery Zayn Wedding termasuk ke dalam skala *grade* B dan mendapatkan predikat yang baik. *Skala grade* untuk *website* administrator dapat dilihat pada gambar 12.



Gambar 9. Skala *Grade* *Website* *Administrator*

Pembahasan

Dengan studi kelayakan dan pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa desain katalog berbasis website pada *Gallery Zayn Wedding* ini dianggap layak diperlukan sebagai sarana peningkatan *brand awareness*. Adanya *website* ini menjawab semua permasalahan yang dirasakan oleh pemilik dan pelanggan dalam penyampaian atau mendapatkan informasi. Hal ini dikarenakan pangsa pasar *Gallery Zayn Wedding* sudah mencapai kota lain selain Jakarta. Dengan adanya katalog ini diharapkan dapat mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi lengkap untuk busana dan aksesoris pengantin di *Gallery Zayn Wedding*.

Website ini dilakukan dengan metode *blackbox testing* menunjukkan bahwa *website* ini dapat berjalan dengan baik dan mudah untuk digunakan. Pengujian yang dilakukan dengan metode *system usability scale* (Sus) menunjukkan bahwa rata-rata pengguna memberikan nilai baik pada *website* *Gallery Zayn Wedding*.

Kesimpulan, Saran dan Keterbatasan Penelitian

Kesimpulan

Pengembangan website katalog *Gallery Zayn Wedding* ini telah selesai pembuatannya dan sesuai dengan analisis permasalahan dan tujuan dari penelitian ini telah tercapai yaitu dengan adanya pengembangan *website* katalog *Gallery Zayn Wedding* dapat meningkatkan *brand awareness* nya dan mempermudah menyampaikan informasi kepada pelanggan maupun calon pelanggan. Website katalog *Gallery Zayn Wedding* dapat dikatakan sebagai situs web yang baik karena konteks, desain, dan isi dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi. Hal ini telah dibuktikan dengan melakukan pengujian dari ahli media, pemilik *Gallery Zayn*, penanggung jawab *Gallery Zayn*, dan pelanggan. Dari hasil penelitian tersebut web ini bisa dikatakan layak untuk dijadikan media promosi sebagai sarana peningkatan *brand awareness* pada *Gallery Zayn Wedding*. Website ini dapat diakses melalui alamat <https://kataloggalleryzayn.wordpress.com/>.

Saran

Saran ini diberikan penulis untuk website katalog busana *Gallery Zayn* yang telah dikembangkan untuk kedepannya agar bisa berkembang lebih baik lagi.

1. Isi *website* tentang adanya penambahan busana di *Gallery Zayn* supaya selalu di *update*.
2. Proses pelayanan penjualan secara *online* lebih ditingkatkan agar dapat memenuhi kebutuhan dengan baik.
3. Mengikuti perkembangan *Wordpress* sehingga dapat menambah komponen yang diperlukan sebagai pelengkap website supaya *website* lebih menarik dan interaktif.

Keterbatasan

Ada beberapa keterbatasan yang dapat diidentifikasi dari hasil penelitian mengenai pengembangan website katalog Gallery Zayn Wedding:

1. **Generalisasi Berlebihan:** Kesimpulan bahwa pengembangan website telah meningkatkan brand awareness dan mempermudah akses informasi hanya didasarkan pada pengujian dari pihak terbatas seperti ahli media, pemilik, penanggung jawab, dan pelanggan tertentu. Ini dapat menyebabkan generalisasi yang berlebihan karena tidak mencakup pandangan dari sampel yang lebih luas dari pengguna potensial atau pesaing di industri yang sama.
2. **Keterbatasan dalam Metode Pengujian:** Meskipun telah dilakukan pengujian oleh pihak terkait, tidak dijelaskan secara mendetail bagaimana pengujian ini dilakukan, seperti metode yang digunakan, kriteria evaluasi, atau jumlah responden yang terlibat. Hal ini dapat mempengaruhi validitas hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil.
3. **Fokus pada Kesuksesan Awal:** Penelitian cenderung berfokus pada keberhasilan awal pengembangan website tanpa mengakomodasi potensi perubahan yang dibutuhkan di masa mendatang. Saran-saran yang diberikan lebih fokus pada peningkatan konten dan pelayanan online, tetapi tidak mempertimbangkan perubahan teknologi atau tren yang dapat mempengaruhi keberlanjutan website.
4. **Ketergantungan pada Platform Tertentu:** Meskipun disarankan untuk mengikuti perkembangan WordPress, tidak dijelaskan strategi atau alternatif lain jika platform ini tidak memenuhi kebutuhan di masa depan. Ketergantungan pada teknologi tertentu dapat menjadi risiko jika ada perubahan mendadak dalam industri teknologi web.
5. **Kesimpulan yang Subyektif:** Kesimpulan yang dibuat cenderung bersifat subyektif berdasarkan pendapat pihak-pihak yang terlibat tanpa mencantumkan data konkret atau statistik yang mendukung klaim tersebut. Ini dapat mengurangi kepercayaan pada hasil penelitian bagi pembaca yang membutuhkan bukti empiris yang lebih kuat.

Daftar Referensi

- Adminlp2m. (2022, Juni). Metode Waterfall – Definisi dan Tahap-tahap Pelaksanaannya.
- Bestari, C. A. (2020). MANAJEMEN PERENCANAAN USAHA PADA PELAYANAN DI PUTRY WEDDING ORGANIZE. e-Jurnal, Volume 09 Nomor 1, 157.
- Ekonomi, J. (2022, September). <https://www.journal-ekonomi.my.id/2022/09/pengertian-merek-menurut-para-ahli.html>. From Pengertian Merek Menurut Para Ahli.
- Iskandar, N. M. (n.d.). bab II Kajian Pustaka. Repository STEI, 12.
- Sari, G. W. (2018). PERANCANGAN KATALOG GALERI PENGANTIN. 05.
- Setiawan, N. (2023). https://ranahresearch.com/pengertian-penelitian-pengembangan-menurut-ahli/#google_vignette. From Pengembangan Menurut Para Ahli.
- Valensia, A. &. (2021). Pengaruh dari Brand Image, Perceived Quality, dan Brand Awareness Terhadap Customer Satisfaction dan Brand Loyalty Starbucks. Jurnal Perpajakan, 191-213.
- Vika Yulia Sari, D. G. (2017). PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat). Journal of Economic and Economic Education, 201.

