

Abstrak

David Krismawan. NIM 220531100045. Program Studi Ilmu Komunikasi.
Judul Skripsi: Perancangan Message Design UI/UX Website UMKM BOVE
sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital

Penelitian ini bertujuan untuk merancang website sebagai media komunikasi dan promosi digital pada UMKM BOVE yang bergerak di bidang fashion lokal dengan karakter desain modern bernuansa batik. Permasalahan utama yang dihadapi adalah belum adanya media digital formal yang mampu merepresentasikan identitas merek secara konsisten, menyajikan informasi produk secara terstruktur, serta meningkatkan kredibilitas usaha di ruang digital.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Design Thinking yang terdiri dari lima tahap, yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Proses perancangan menghasilkan konsep website berbasis user-centered design dengan struktur navigasi sederhana, tampilan minimalis, serta integrasi fitur komunikasi langsung melalui WhatsApp.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa website yang dirancang mampu menjawab kebutuhan pengguna, baik dari aspek visual, kemudahan navigasi, maupun kejelasan informasi. Hasil uji validasi oleh ahli memperoleh skor sebesar 90% dengan kategori “sangat baik”. Sementara itu, hasil uji coba kepada pengguna menunjukkan bahwa website berada pada kategori “sangat layak” sebagai media komunikasi dan promosi digital.

Dengan demikian, website UMKM BOVE yang dikembangkan dinilai efektif dalam memperkuat identitas merek, meningkatkan kredibilitas, serta mendukung strategi pemasaran digital secara lebih terintegrasi dan berkelanjutan.

Kata kunci: Design Thinking, website, UMKM, branding digital, user-centered design

Abstract

David Krismawan. NIM 220531100045. Department of Communication Science.
Title of Thesis: (UI/UX Message Design for the BOVE MSME Website as a Digital Marketing Communication Strategy).

This study aims to design a website as a digital communication and promotion medium for BOVE MSME, a local fashion business characterized by modern designs with traditional batik elements. The main problem faced is the absence of a formal digital platform that can consistently represent brand identity, present product information in a structured manner, and enhance business credibility in the digital space.

This research employs the Design Thinking approach, which consists of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Data collection techniques include observation, in-depth interviews, and documentation. The design process results in a user-centered website concept with a simple navigation structure, minimalist interface, and integrated direct communication features through WhatsApp.

The results indicate that the developed website effectively meets user needs in terms of visual design, ease of navigation, and clarity of information. Expert validation shows a score of 90%, categorized as “very good.” Meanwhile, user testing results place the website in the “very feasible” category as a digital communication and promotional medium.

Therefore, the developed BOVE MSME website is considered effective in strengthening brand identity, increasing credibility, and supporting a more integrated and sustainable digital marketing strategy.

Keywords: Design Thinking, website, MSMEs, digital branding, user-centered design