

Perancangan Desain Website pada Restoran Boemi Joglo

Aria Ar razi^{1✉}, Adya Mulya Prajana², Andreas Rio Adriyanto³

ariaarrazi@telkomuniversity.ac.id¹, adyaprajana@telkomuniversity.ac.id²

andreasrio@telkomuniversity.ac.id³

¹²³ Desain Komunikasi Visual, Telkom University, Indonesia.

Kata kunci: Website, Interface, Experience, Writing, Restoran.	User User Ux	Abstrak
Dikirim: 17/07/2026		Resto Boemi Joglo merupakan restoran keluarga bernuansa tradisional Jawa–Sunda di Dago Pakar, Bandung. Resto ini menghadapi keterbatasan media digital dalam mendukung promosi dan penyebaran informasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan merancang website resmi serta media promosi digital untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> restoran. Metode pelaksanaan meliputi observasi dan analisis kebutuhan mitra, perancangan struktur dan <i>User Interface</i> website yang ramah pengguna, penyusunan konten informatif mengenai profil, menu, lokasi, fasilitas, dan dokumentasi, serta pengembangan materi promosi visual yang sesuai dengan identitas budaya restoran. Program juga mencakup pelatihan pengelolaan konten agar mitra mampu mengoperasikan dan memperbarui website secara mandiri. Luaran kegiatan berupa desain website resmi yang dapat diakses publik. Diharapkan website tersebut mampu memperluas jangkauan konsumen, meningkatkan awareness, serta memperkuat citra Resto Boemi Joglo sebagai UMKM kuliner yang adaptif terhadap transformasi digital.
Revisi: 19/07/2026		
Diterima: 31/07/2026		
Koresponden Penulis: Aria Ar razi Desain Komunikasi Visual, Telkom University, Indonesia. Jl. Telekomunikasi No.1, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257 Email: ariaarrazi@telkomuniversity.ac.id		

PENDAHULUAN

Resto Boemi Joglo yang beralamat di Jl. Rancakendal Luhur no.17, Ciburial, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40198, merupakan restoran keluarga bernuansa tradisional Jawa–Sunda yang berlokasi di kawasan Dago Pakar, Bandung. Berdiri sejak tahun 2003, restoran ini telah dikenal sebagai destinasi kuliner yang menawarkan suasana asri dengan pemandangan alam serta arsitektur joglo yang kental dengan nilai budaya. Keunggulan utama Resto Boemi Joglo terletak pada penyajian masakan Nusantara autentik, seperti nasi liwet, sate maranggi, dan aneka hidangan khas Sunda yang menjadi daya tarik bagi keluarga, komunitas, maupun wisatawan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam satu dekade terakhir telah mengubah pola perilaku konsumen dalam mencari informasi, memilih produk, hingga mengambil keputusan pembelian. Industri kuliner sebagai salah satu sektor

ekonomi kreatif yang dinamis turut terdampak oleh transformasi digital ini. Konsumen tidak lagi hanya mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut, tetapi juga memanfaatkan mesin pencari, media sosial, dan website resmi untuk memperoleh informasi mengenai lokasi, menu, harga, suasana, hingga ulasan pelanggan. Kondisi ini menuntut pelaku usaha kuliner, termasuk restoran keluarga dan usaha menengah, untuk beradaptasi melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi dan promosi yang efektif.

Meskipun memiliki potensi yang kuat dari sisi konsep, kualitas rasa, serta pengalaman bersantap, Resto Boemi Joglo menghadapi tantangan dalam hal optimalisasi promosi dan penyebaran informasi berbasis digital. Selama ini, informasi mengenai restoran masih terbatas pada media sosial dan platform pihak ketiga, sehingga kontrol terhadap citra merek dan penyampaian informasi belum sepenuhnya terintegrasi. Ketidadaan website resmi menyebabkan kurang optimalnya pemanfaatan kanal digital sebagai pusat informasi yang kredibel dan representatif. Padahal, website dapat berfungsi sebagai identitas digital utama yang memperkuat branding, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas jangkauan pasar. Persaingan industri kuliner di Kota Bandung yang semakin kompetitif juga menuntut adanya diferensiasi dan strategi komunikasi yang lebih terarah. Banyak restoran baru hadir dengan konsep unik serta dukungan promosi digital yang agresif. Dalam konteks ini, Resto Boemi Joglo perlu memperkuat positioning sebagai restoran keluarga bernuansa tradisional yang tetap relevan dengan perkembangan zaman. Digitalisasi tidak dimaksudkan untuk mengubah nilai tradisional yang diusung, melainkan sebagai sarana untuk mengemas dan menyampaikan keunikan tersebut kepada audiens yang lebih luas.

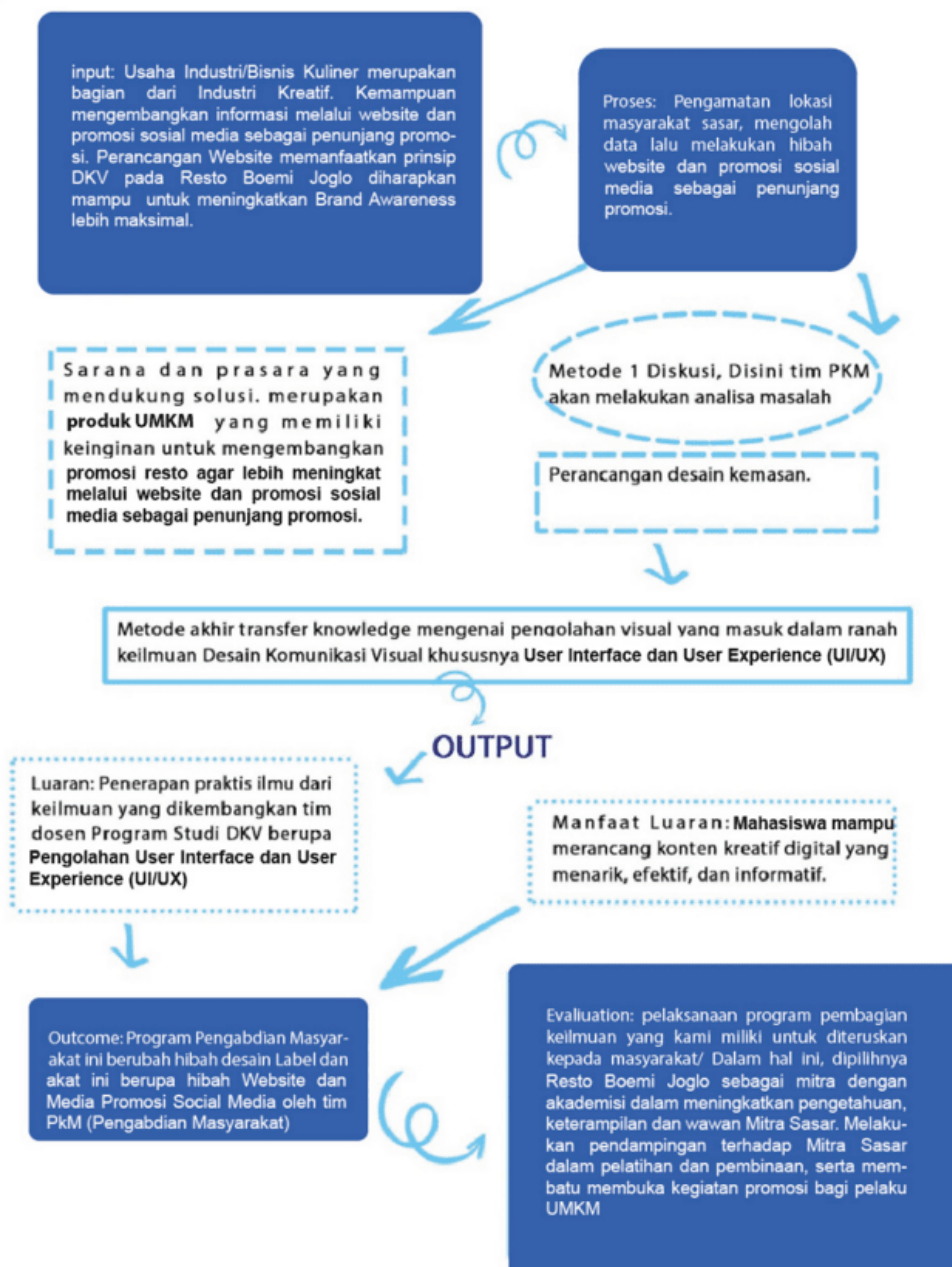
Badar Riza Rachman, selaku Direktur Operasional dan Owner dari Resto Boemi Joglo mengaku bahwa saat ini mereka masih mengalami kekurangan promosi yang menarik pada media sosial dan belum memiliki website, mereka juga kekurangan sumber daya untuk itu. Keterbatasan ini menghalangi Resto Boemi Joglo dalam menarik lebih banyak pengunjungnya. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang sebagai bentuk kontribusi akademisi dalam mendukung peningkatan kapasitas mitra melalui pengembangan website resmi. Program ini tidak hanya berfokus pada pembuatan platform informasi, tetapi juga pada perancangan arsitektur informasi, identitas visual, serta konten yang selaras dengan karakter budaya Jawa–Sunda yang menjadi ciri khas restoran. Dengan pendekatan partisipatif, tim pengabdian akan melakukan analisis kebutuhan mitra, perancangan desain yang user-friendly, serta pendampingan dalam pengelolaan dan pembaruan konten. Pembuatan website dan media promosi digital diharapkan mampu meningkatkan *Brand Awareness* Resto Boemi Joglo, memperluas segmentasi pasar, serta memperkuat citra sebagai destinasi kuliner tradisional yang adaptif terhadap transformasi digital. Selain itu, program ini menjadi wujud implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam aspek pengabdian kepada masyarakat, khususnya dalam mendukung pemberdayaan UMKM sektor kuliner melalui pemanfaatan teknologi informasi. Dengan sinergi antara perguruan tinggi dan pelaku usaha, diharapkan tercipta solusi berkelanjutan yang tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja promosi mitra, tetapi juga pada penguatan ekosistem ekonomi kreatif lokal di Kota Bandung.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Program Pengabdian Masyarakat ini di laksanakan dalam bentuk hibah berupa pembuatan website dari awal, menggunakan prinsip DKV, *Eight Golden Rules of Interface Design* (Shneiderman et al., 2016) dan prinsip UX Writing (Tham et al., 2024) yang di aplikasikan pada website Boemi Joglo. Kegiatan ini bertujuan membantu Boemi Joglo agar mampu meningkatkan *Brand Awareness*. Desain yang sesuai dengan latar belakang Boemi Joglo ini diharapkan dapat membantu konsumen dalam mengenali informasi tentang tempat mereka, dan memperluas target pasar yang baru.

Dalam proses perancangan ulang kemasan ini, perancangan didasarkan pada beberapa teori yang relevan. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi observasi dan analisis kebutuhan mitra, perancangan struktur dan tampilan website yang *user-friendly* (Krug, 2014), penyusunan konten informatif (profil, menu, lokasi, fasilitas, dan dokumentasi), serta pembuatan materi promosi visual yang selaras dengan identitas budaya Jawa–Sunda. Website yang dirancang menerapkan prinsip DKV seperti komposisi, pemilihan warna font dan bentuk-bentuk yang sekiranya membantu dalam penyampaian informasi. Perancangan website ini juga terkait dengan Mata Kuliah (MK) yang diajarkan di DKV Telkom University dari MK Multimedia Lanjut, Human-Centered Design dan UX Writing. Selain itu, tim Pengabdian akan memberikan pendampingan dan pelatihan pengelolaan konten agar pihak restoran mampu mengoperasikan dan memperbarui website secara mandiri dan berkelanjutan.

Pemilihan dan pembuatan nama domain baru *boemijoglo.com* diharapkan akan mudah diingat dan langsung secara naratif merujuk pada nama resto itu sendiri. domain baru ini sudah dapat diakses secara *online* dalam 24 jam meskipun reservasinya masih diarahkan melalui tombol CTA pada website yang menuju ke halaman Whatsapp sesuai jam buka Resto.



Gambar 1. Gambaran Metode Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan sebuah website resmi Resto Boemi Joglo yang berfungsi sebagai media informasi sekaligus media promosi digital yang dapat diakses oleh masyarakat melalui domain boemijoglo.com. Website dirancang berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kebutuhan mitra yang menunjukkan bahwa sebelumnya Resto Boemi Joglo belum memiliki website resmi, sehingga informasi mengenai restoran masih tersebar pada media sosial dan platform pihak ketiga. Kondisi tersebut menyebabkan informasi yang diterima calon pelanggan kurang terintegrasi dan belum mampu merepresentasikan identitas restoran secara optimal.

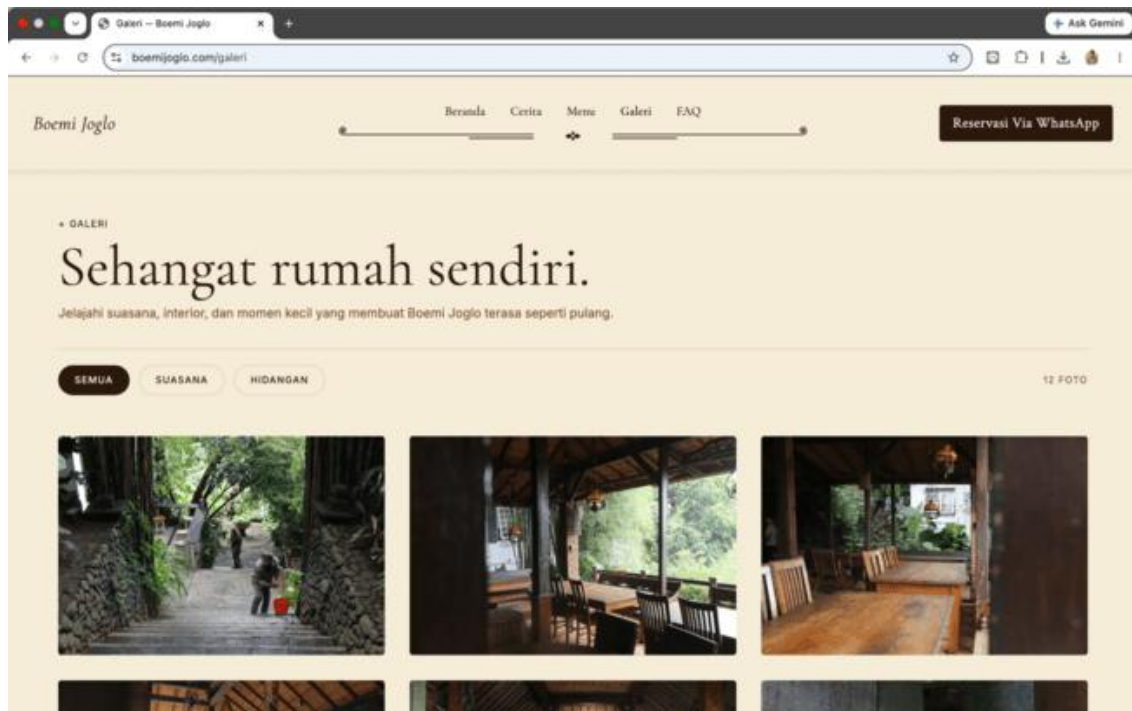
Website yang dikembangkan mengintegrasikan beberapa halaman utama, yaitu Beranda, Cerita, Menu, Galeri, FAQ, serta tombol Call to Action (CTA) yang terhubung langsung dengan layanan WhatsApp untuk memudahkan proses reservasi maupun komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, pemilihan domain *boemijoglo.com* dilakukan agar mudah diingat dan memiliki keterkaitan langsung dengan identitas merek restoran sehingga mampu memperkuat kehadiran digital mitra. Dari aspek desain antarmuka, website menerapkan pendekatan user-friendly melalui penyusunan struktur informasi yang sederhana, navigasi yang konsisten, serta hierarki visual yang memudahkan pengguna menemukan informasi penting. Hal ini sejalan dengan prinsip *Don't Make Me Think* yang dikemukakan Krug (2014), bahwa sebuah website yang baik tidak memerlukan usaha berpikir yang berlebihan dari pengguna ketika melakukan navigasi. Informasi mengenai menu, lokasi, fasilitas, maupun cerita restoran ditempatkan dalam struktur yang mudah dipahami sehingga pengguna dapat menemukan informasi yang dibutuhkan hanya dengan beberapa langkah.



Gambar 2. Tampilan Baru Website Resto Boemi Joglo

Perancangan antarmuka website juga mengacu pada beberapa prinsip Eight Golden Rules of Interface Design yang dikemukakan oleh Shneiderman et al. (2016). Prinsip strive for consistency diterapkan melalui penggunaan warna, tipografi, ikon, serta gaya visual yang konsisten pada seluruh halaman sehingga memberikan pengalaman penggunaan yang lebih nyaman. Prinsip reduce short-term memory load diwujudkan melalui navigasi yang sederhana dan penyusunan menu yang jelas sehingga pengguna tidak perlu mengingat banyak informasi ketika berpindah halaman. Selain itu, prinsip offer informative feedback diterapkan melalui keberadaan tombol CTA yang memberikan respons yang jelas dengan mengarahkan pengguna menuju layanan

WhatsApp sebagai media komunikasi langsung dengan pihak restoran. Implementasi prinsip-prinsip tersebut bertujuan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih efisien sekaligus meningkatkan kemudahan akses terhadap informasi. Pada Gambar 3, berikut ini adalah cuplikan tampilan Galeri pada website Boemi Joglo



Gambar 3. Tampilan Baru Halaman Galeri

Selain aspek antarmuka, penyusunan konten website juga menerapkan prinsip UX Writing yang berorientasi pada pengguna. Menurut Tham et al. (2024), UX Writing tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membimbing pengguna dalam menyelesaikan tugas melalui penggunaan bahasa yang jelas, ringkas, konsisten, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, seluruh copy pada website menggunakan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami, menghindari istilah teknis yang tidak diperlukan, serta menampilkan ajakan bertindak (CTA) yang jelas. Penyusunan konten juga memperhatikan identitas budaya Jawa-Sunda yang menjadi karakter utama Resto Boemi Joglo sehingga komunikasi yang dibangun tetap terasa hangat, ramah, dan sesuai dengan citra restoran.



Gambar 4. Proses Sosialisasi dan Serah Terima Website Resto Boemi Joglo

Partisipasi mitra dalam pengabdian ini yaitu turut menyediakan data yang dijadikan dasar dalam proses perancangan dan diharapkan dari hasil perancangan yang dibuat nanti dapat menyelesaikan permasalahan Resto Boemi Joglo Sehingga dari kegiatan ini diharapkan bisa berlanjut dengan topik lain yang sesuai dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual. Data tersebut meliputi foto yang dimiliki, cerita sejarah, dan detail usaha. Sementara, pada hari, Rabu 1 Juli 2026, bertempat di Resto Boemi Joglo, Jl. Rancakendal Luhur No.17, Ciburial, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40198 telah dilaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat untuk dilaksanakan kegiatan serah terima hasil desain yang telah dibuat oleh tim Dosen beserta Mahasiswa.



Gambar 5. Kegiatan Foto Bersama Pemilik Resto Boemi Joglo

Adapun hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang telah terlaksana ini mendapatkan umpan balik respon Positif dari Pelaku UMKM dimana Pelaku UMKM merasa terbantu, berterimakasih dan optimis bahwa perubahan kemasan ini akan berdampak pada peningkatan penjualan dengan diikuti pengembangan lainnya. Kegiatan ini berhasil memberikan solusi nyata bagi Mitra Resto Boemi Joglo dalam meningkatkan kualitas media informasi mereka sesuai hasil feedback Tabel 1.

Table 1. Umpan Balik Hasil Pengabdian Masyarakat

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat	0	0	0	0	10
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	0	0	0	2	8
3	Materi atau kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	0	0	0	2	8
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	0	0	0	0	10
5	Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	0	0	0	0	10
Total		0	0	0	4	46
Jumlah Masing-Masing (%)		0.0	0.0	0.0	8.0	92.0
Total Setuju + Sangat Setuju (%)		100.0				

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Secara keseluruhan, website yang dihasilkan telah mampu menjawab permasalahan utama mitra, yaitu keterbatasan media informasi digital. Integrasi antara prinsip user interface, UX Writing, dan komunikasi visual menghasilkan website yang tidak hanya

memiliki tampilan yang menarik, tetapi juga mudah digunakan, informatif, serta mampu memperkuat identitas digital Resto Boemi Joglo sebagai restoran keluarga bernuansa tradisional Jawa–Sunda. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan pendekatan desain yang berpusat pada pengguna dapat menjadi solusi yang efektif dalam mendukung transformasi digital UMKM kuliner.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil menghasilkan sebuah website resmi sebagai media informasi dan promosi digital bagi Resto Boemi Joglo. Website yang dikembangkan mampu mengintegrasikan informasi mengenai profil restoran, menu, galeri, fasilitas, lokasi, serta layanan reservasi dalam satu platform yang mudah diakses oleh masyarakat. Perancangan website menerapkan prinsip antarmuka yang berorientasi pada pengguna melalui struktur navigasi yang sederhana, tampilan visual yang konsisten, serta penyusunan konten yang komunikatif berdasarkan prinsip UX Writing. Implementasi tersebut menjadikan website lebih mudah dipahami, meningkatkan kredibilitas restoran, serta memperkuat identitas digital sebagai restoran keluarga bernuansa tradisional Jawa–Sunda. Selain menghasilkan luaran berupa website, kegiatan ini juga memberikan pendampingan kepada mitra sehingga mampu mengelola dan memperbarui konten secara mandiri sebagai upaya menjaga keberlanjutan pemanfaatan website.

Saran

Pengembangan website pada tahap selanjutnya disarankan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga dilengkapi dengan fitur reservasi daring, pemesanan makanan, integrasi Google Maps dan Google Business Profile, optimasi mesin pencari (*Search Engine Optimization/SEO*), serta analitik pengunjung untuk mendukung pengambilan keputusan pemasaran. Selain itu, pembaruan konten secara berkala melalui artikel, dokumentasi kegiatan, dan promosi musiman perlu dilakukan agar website tetap relevan dan mampu meningkatkan visibilitas digital. Kegiatan pengabdian berikutnya juga dapat diarahkan pada pendampingan strategi digital marketing dan pengelolaan media sosial yang terintegrasi sehingga website dapat berfungsi secara optimal sebagai pusat komunikasi digital Resto Boemi Joglo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih khususnya kepada Telkom University yang telah membiayai jalannya kegiatan Pengabdian Masyarakat, serta Bapak Badar Riza Selaku Pemilik UMKM Resto Boemi Joglo.

DAFTAR PUSTAKA

- Evan, C. L. (2017). *UX Writing: How Voice and Tone Can Transform the User Experience*.
Krug, S. (2014). Don't make me think, revisited: a common-sense approach to Web usability. In *Choice Reviews Online* (Vol. 51, Issue 11). New Riders. <https://doi.org/10.5860/choice.51-6218>
Tham, J. C. K., Howard, T., & Verhulsdonck, G. (2024). *UX Writing, Designing User-Centered Content* (1st ed.). Routledge.
Shneiderman, B., Plaisant, C., Cohen, M. S., Jacobs, S., Elmqvist, N., & Diakopoulos, N. (2016). *Designing the user interface: Strategies for effective human-computer interaction* (6th ed.). Pearson, 88 -91.
Van Herpen, E., & Pieters, R. (2019). The influence of packaging design on consumer perceptions of brand personality: A closer look at the role of brand design elements in building brand awareness. *International Journal of Research in Marketing*, 36(3), 347-358. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.01.003>
Yifrah, K. (2017). *Microcopy, The Complete Guide*. Nemala Microcopy Studio.