

PERANCANGAN *WEBSITE* GRIYA COFFEE 100 DENGAN PENDEKATAN MULTIMEDIA INTERAKTIF

Kenneth Ray Vici Lengkong¹⁾, Rakha Sangkara Aryaputra²⁾, Jefri Rahmadian³⁾
^{1,2,3}Prodi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT I-Tech

Correspondence author: KRV Lengkong, kensnetlengkong@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

The development of digital technology encourages businesses in the Food and Beverage (F&B) sector to adopt information media that are not only informative but also interactive for customers. Griya Coffee 100, as a local coffee shop, requires a digital platform that can effectively represent its brand identity, present menu information, document activities, and increase visitor engagement. This research aims to design a website for Griya Coffee 100 using an interactive multimedia approach that functions as an information center and customer engagement platform. The methods used included needs analysis, UI/UX design using Figma, and website implementation and publication using Framer. The research results in an interactive, responsive website that is easy to access and capable of enhancing brand awareness and user experience. This website is expected to become a long-term digital asset for Griya Coffee 100, supporting promotional activities and business communications.

Keywords : *website, interactive multimedia, coffee shop, UI/UX design, brand awareness*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha di bidang *Food and Beverage* (F&B) untuk memiliki media informasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu memberikan pengalaman interaktif kepada pelanggan. Griya Coffee 100 sebagai salah satu *coffee shop* lokal memerlukan sarana digital yang dapat merepresentasikan identitas *brand*, menyajikan informasi menu, dokumentasi kegiatan, serta meningkatkan keterlibatan pengunjung secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah *website* Griya Coffee 100 dengan pendekatan multimedia interaktif yang berfungsi sebagai pusat informasi dan media *engagement* pelanggan. Metode yang digunakan meliputi analisis kebutuhan, perancangan UI/UX menggunakan Figma, serta implementasi dan publikasi *website* menggunakan Framer. Hasil penelitian berupa *website* interaktif yang responsif, mudah diakses, dan mampu meningkatkan *brand awareness* serta pengalaman pengguna. *Website* ini diharapkan menjadi aset digital jangka panjang bagi Griya Coffee 100 dalam mendukung aktivitas promosi dan komunikasi bisnis.

Kata Kunci : *website, multimedia interaktif, coffe shop, ui/ux, brand awareness*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan internet dan teknologi multimedia telah mengubah cara pelaku usaha dalam menyampaikan informasi dan membangun citra merek (Saipul et al., 2025). *Website* tidak lagi berfungsi sebagai media statis, melainkan sebagai platform interaktif yang mampu memberikan pengalaman pengguna (*user experience*) yang baik (A. Olivia et al., 2025). Pada bidang usaha *coffee shop*, *website* dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menampilkan identitas *brand*, menu, suasana tempat, serta informasi pendukung lainnya (Panja et al., 2023).

Website merupakan sistem yang digunakan untuk mengakses informasi melalui internet dan biasa dikenal dengan istilah web. Sistem ini berjalan dengan menggunakan HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) di atas protokol komunikasi TCP/IP (Irawati & Fitriansyah, 2025). Salah satu fitur utama web adalah penggunaan *hypertext*, yaitu tautan teks yang memungkinkan pengguna berpindah dari satu dokumen ke dokumen lainnya hanya dengan satu klik. Seiring perkembangan, konsep *hypertext* telah diperluas menjadi *hypermedia*, yang tidak hanya mencakup teks, tetapi juga dapat menghubungkan elemen-elemen seperti gambar, suara, hingga video, sehingga pengalaman menjelajah web menjadi lebih interaktif dan kaya (Sulistyanto, 2022).

Multimedia interaktif adalah gabungan dari berbagai elemen seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi yang dapat berinteraksi dengan pengguna. Dalam proyek ini, unsur interaktif diwujudkan melalui navigasi, transisi halaman, elemen animasi, dan fitur interaktif berbasis JavaScript. Multimedia interaktif bertujuan meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*) dengan memberikan respons atas aksi pengguna, sehingga *website* terasa lebih hidup dan dinamis (Roedavan et al., 2024).

User Interface (UI) merupakan tampilan visual yang berinteraksi langsung dengan pengguna, sedangkan *User Experience* (UX) berkaitan dengan persepsi, kenyamanan, dan kemudahan pengguna saat menggunakan sebuah sistem. Desain UI/UX yang baik harus memenuhi prinsip kegunaan (*usability*), konsistensi, dan kejelasan (Yudistia et al., 2026). Dalam pengembangan *website* Griya Coffee 100, prinsip UI/UX diterapkan melalui layout yang sederhana, tipografi yang mudah dibaca, serta navigasi yang intuitif. Pendekatan *mobile-first* juga digunakan untuk memastikan kenyamanan pengguna mengingat mayoritas pengunjung mengakses *website* melalui perangkat *mobile* (Nurhikmat et al., 2024).

Responsive design adalah pendekatan perancangan *website* agar tampilan dan fungsinya dapat menyesuaikan berbagai ukuran layar dan perangkat. *Responsive design* menjadi standar penting dalam pengembangan *website* modern untuk memastikan konsistensi pengalaman pengguna (Tyas et al., 2025). Penerapan *responsive design* pada *website* Griya Coffee 100 bertujuan agar *website* tetap nyaman diakses melalui *smartphone*, *tablet*, maupun *desktop* tanpa kehilangan kualitas tampilan dan fungsionalitas (M. Olivia, 2025).

Griya Coffee 100 merupakan *coffee shop* yang memiliki konsep suasana santai dan kekeluargaan. Namun, penyampaian informasi kepada pelanggan masih bergantung pada media sosial yang memiliki keterbatasan dalam struktur informasi. Oleh karena itu, diperlukan sebuah *website* interaktif yang mampu menjadi pusat informasi resmi serta meningkatkan *engagement* pengunjung.

Penelitian ini berfokus pada perancangan *website* Griya Coffee 100 dengan pendekatan multimedia interaktif, yang menggabungkan elemen visual, teks, dan interaksi pengguna agar informasi dapat disampaikan secara menarik dan efektif.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah metode perancangan dan pengembangan sistem berbasis multimedia interaktif. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menghasilkan sebuah *website* yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga memberikan pengalaman interaktif bagi pengguna.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Project-Based Research*, yaitu penelitian yang menghasilkan sebuah produk nyata berupa *website*. Pendekatan ini menggabungkan konsep teori dengan praktik perancangan sistem. Secara metodologis, penelitian ini bersifat:

1. Kualitatif Terapan (*Applied Qualitative Research*), karena penelitian ini berfokus pada penggalan kebutuhan pengguna dan karakteristik Griya Coffee 100 melalui observasi, analisis konten, serta pemahaman konteks penggunaan *website*. Pendekatan ini digunakan untuk menghasilkan solusi praktis berupa perancangan *website* yang sesuai dengan kebutuhan nyata mitra dan pengguna.
2. Rekayasa Perangkat Lunak, karena melibatkan tahapan analisis, desain, implementasi, dan evaluasi.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian: Pengelola dan pengunjung Griya Coffee 100 sebagai *end-user*. Sedangkan objek penelitian adalah *Website* Griya Coffee 100 yang dirancang dengan pendekatan multimedia interaktif. Objek penelitian difokuskan pada aspek tampilan antarmuka, kemudahan navigasi, penyajian informasi menu, galeri visual, serta integrasi *QR Code* sebagai media akses.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan sebagai dasar perancangan *website*, meliputi Observasi yang dilakukan secara langsung pada lingkungan Griya Coffee 100 untuk memahami: Konsep tempat dan suasana *Coffee shop*, alur interaksi pelanggan di lokasi, dan media informasi yang sudah digunakan sebelumnya.

Wawancara dilakukan secara informal dengan pihak pengelola Griya Coffee 100 untuk menggali: Kebutuhan informasi yang ingin ditampilkan di *website*, Karakter brand dan segmentasi pelanggan, dan harapan terhadap fungsi dan manfaat *website*.

Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Tahapan MDLC meliputi:

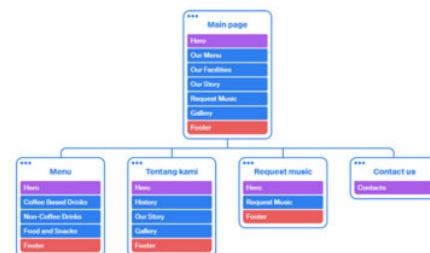
1. Concept

Pada tahap ini dilakukan perumusan, tujuan *website*, identifikasi pengguna, serta penentuan konsep multimedia yang akan digunakan sesuai dengan karakter Griya Coffee 100.

2. Design

Tahap desain dilakukan menggunakan aplikasi Figma, meliputi:

- a. Pembuatan sitemap *website*.
- b. Wireframe setiap halaman.
- c. Prototype interaktif UI/UX.
- d. Penentuan warna, tipografi, dan elemen visual.



Gambar 1. Sitemap *Website* Griya Coffee 100

3. Material Collecting

Pada tahapan pengumpulan materi berupa:

- Konten teks (profile, menu, deskripsi).
- Foto suasana dan produk.
- Aset visual pendukung.

Seluruh materi disediakan oleh pihak Griya Coffee 100.



Gambar 2. Logo Griya Coffee 100

4. Assembly/Implementation

Tahap implementasi dilakukan menggunakan Framer dengan mengacu pada desain Figma. Pada tahap ini dilakukan:

- Penyusunan layout halaman.
- Integrasi elemen multimedia.
- Pengaturan navigasi dan interaksi.
- Implementasi *responsive design*.



Gambar 3. Halaman Utama Website Griya Coffee 100

FROM THE BEST INDONESIA SPECIALTY COFFEE TO HEART-WARMING FOODS

MENU KAMI



Coffee Based Drinks
Dari minuman tradisional berbasis espresso sampai berbagai minuman spesialitas kopi terbaik.



Non-Coffee Drinks
Kami juga memiliki menu non-coffee untuk kamu yang ingin pilihan lain selain kopi dan untuk anak-anak.



Food & Snacks
Berbagai macam makanan ringan sampai makanan utama siap memmanisakan siangmu.

Urahi Menu Lainnya

Gambar 4. Bagian Menu pada Halaman Utama Website Griya Coffee 100

OUR FACILITIES KENALI KAMI LEBIH DEKAT



Pet Friendly Area
Minatmu akan binatang peliharaanmu? Kami menyediakan area khusus untukmu di Griya Coffee 100.



Muslabah
Minatmu akan tempat yang tenang dengan suasana fasilitas musik yang nyaman dan santai di Griya Coffee 100.



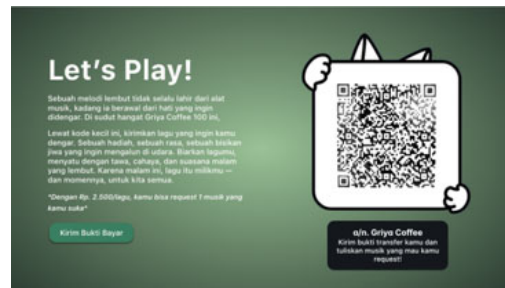
Meeting Area
Ruang meeting yang nyaman dan tenang, ideal untuk diskusi, kerja kelompok, atau pertemuan bisnis di Griya Coffee 100.



Event Party
Fasilitas ruang untuk party dan acara, cocok untuk mengadakan momen spesial dengan suasana hangat di Griya Coffee 100.



Gambar 5. Bagian Tentang Kami pada Halaman Utama Website Griya Coffee 100



Gambar 6. Halaman Request Musik Website Griya Coffee 100

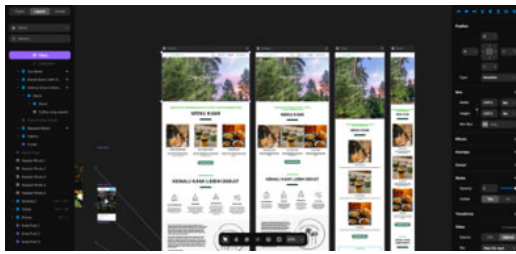


Gambar 7. Halaman Contact Us Website Griya Coffee 100

5. Testing

Pada tahap ini dilakukan pengujian untuk memastikan:

- Website dapat diakses dengan baik di berbagai perangkat.
- Navigasi berjalan sesuai rancangan.
- Tampilan visual konsisten dengan desain.

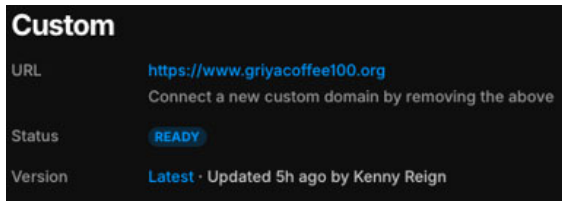


Gambar 8. Testing *Website* di Platform Framer

6. *Distribution*

Pada tahap distribusi ini dilakukan dengan:

- Publikasi *website* melalui hosting Framer.
- Konfigurasi domain agar *website* dapat diakses publik.



Gambar 9. Domain telah di distribusikan ke Platform Framer

Teknik Pengujian dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai kualitas *website* dari sisi pengguna, meliputi:

- Usability* Testing sederhana, untuk melihat kemudahan penggunaan.
- Evaluasi tampilan UI, memastikan konsistensi visual.
- Responsivitas, memastikan *website* optimal di berbagai ukuran layar.

Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan penyempurnaan *website*.



Gambar 10. Responsive Design *Website* Griya Coffee 100

Alat dan Perangkat yang Digunakan

Perangkat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- Figma: perancangan UI/UX dan *prototype*.
- Framer: implementasi dan publikasi *website*.
- Browser modern: pengujian tampilan dan fungsi *website*.
- Perangkat *mobile* dan desktop: pengujian responsivitas.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil utama dari penelitian ini adalah sebuah *website Company Profile* Interaktif yang dirancang menggunakan Figma dan diimplementasikan serta dipublikasikan melalui Framer. *Website* ini berfungsi sebagai pusat informasi resmi Griya Coffee 100 yang dapat diakses melalui berbagai perangkat. *Website* terdiri dari beberapa halaman utama, antara lain:

- Halaman Beranda (Home)
- Halaman About Griya Coffee 100
- Halaman Menu
- Halaman Request Music
- Halaman Contact Us

Setiap halaman dirancang dengan pendekatan visual yang konsisten, mengacu pada identitas brand Griya Coffee 100.

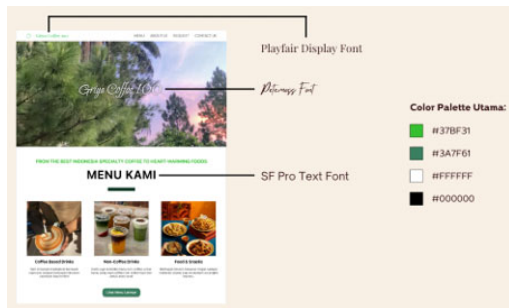
Implementasi Pendekatan Multimedia Interaktif

Pendekatan multimedia interaktif diterapkan dengan menggabungkan berbagai elemen media dan interaksi pengguna, meliputi:

- Elemen Visual: penggunaan foto berkualitas tinggi untuk menampilkan suasana, menu, dan identitas *coffee shop*.
- Tipografi dan Warna: pemilihan tipografi yang mudah dibaca serta palet warna yang mencerminkan kesan hangat dan santai.
- Interaksi Pengguna: navigasi *scroll-based*, transisi antar *section*, dan elemen

hover yang meningkatkan pengalaman interaktif.

Pendekatan ini bertujuan menciptakan pengalaman pengguna yang imersif, sehingga pengunjung tidak hanya membaca informasi, tetapi juga merasakan karakter Griya Coffee 100 secara visual.



Gambar 11. Key Visual Guideline Website Griya Coffee 100

Pembahasan Desain User Interface (UI)

Desain *User Interface* difokuskan pada kesederhanaan dan konsistensi visual. Setiap komponen UI dirancang agar mudah dikenali dan digunakan oleh pengguna dari berbagai kalangan. Beberapa prinsip UI yang diterapkan antara lain:

1. Konsistensi warna dan ikon di seluruh halaman.
2. Hierarki visual yang jelas untuk membedakan judul, subjudul, dan konten.
3. Penggunaan grid dan spacing yang rapi untuk meningkatkan keterbacaan.

Pembahasan Desain User Experience (UX)

Dari sisi *User Experience*, *website* dirancang dengan pendekatan *mobile-first* mengingat mayoritas pengguna mengakses informasi melalui *smartphone*. Beberapa aspek UX yang diperhatikan meliputi:

1. Navigasi yang sederhana dan intuitif.
2. Waktu *page load* yang relatif cepat.
3. Informasi yang mudah ditemukan tanpa perlu banyak klik.

Hasil pengujian *usability* sederhana menunjukkan bahwa pengguna dapat

memahami struktur *website* dan mengakses informasi utama dengan mudah.

Implementasi Menu Digital

Menu digital merupakan salah satu fitur utama *website*. Pengguna dapat mengakses menu dengan menekan tombol “Menu” pada Navigation Bar.

Menu disusun berdasarkan kategori, dilengkapi dengan foto, nama menu, deskripsi singkat, dan harga. Implementasi ini membantu pelanggan dalam memahami pilihan menu tanpa harus menunggu atau bertanya langsung kepada staf.

Dari hasil observasi, menu digital ini dinilai mampu meningkatkan efisiensi penyampaian informasi dan mengurangi ketergantungan pada menu cetak.



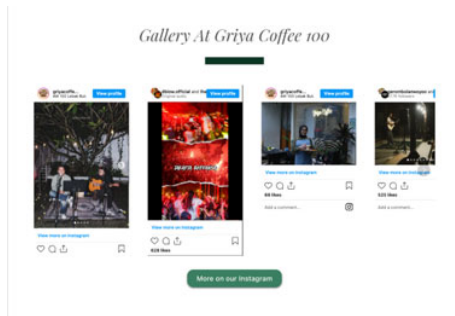
Gambar 12. Menu Digital Website Griya Coffee 100

Galeri Visual sebagai Media Branding

Galeri visual dirancang untuk menampilkan suasana Griya Coffee 100 dan dokumentasi kegiatan. Elemen visual ini berperan sebagai *social proof* yang memperkuat citra dan daya tarik *coffee shop*.

Penggunaan galeri berbasis visual dinilai efektif dalam membangun persepsi

positif dan meningkatkan minat kunjungan, terutama bagi pengunjung baru.



Gambar 13. Gallery at Griya Coffee 100

Responsivitas dan Kinerja Website

Website diuji pada berbagai ukuran layar, mulai dari *smartphone*, *tablet*, hingga *desktop*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa:

1. Layout menyesuaikan ukuran layar dengan baik.
2. Teks tetap terbaca dengan jelas.
3. Elemen visual tidak terpotong atau mengalami distorsi.

Hal ini menunjukkan bahwa penerapan *responsive design* berjalan sesuai dengan tujuan perancangan.

Pembahasan Ketercapaian Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil implementasi dan evaluasi, website Griya Coffee 100 telah memenuhi tujuan penelitian, yaitu:

1. Menyediakan media informasi digital yang terstruktur.
2. Meningkatkan pengalaman pengguna melalui pendekatan multimedia interaktif.
3. Memperkuat identitas dan *branding coffee shop*.

Website ini dinilai layak sebagai aset digital yang dapat dikembangkan lebih lanjut sesuai kebutuhan bisnis.

D. PENUTUP

Penelitian ini menghasilkan sebuah website Griya Coffee 100 yang dirancang dengan pendekatan multimedia interaktif

sebagai media informasi dan *branding* digital.

Berdasarkan proses perancangan, implementasi, serta pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa website yang dikembangkan mampu menyajikan informasi secara terstruktur, responsif, dan mudah diakses oleh pengguna. Penerapan elemen multimedia interaktif melalui kombinasi visual, tipografi, tata letak, dan interaksi pengguna terbukti meningkatkan daya tarik website serta memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan media informasi konvensional.

Penggunaan Figma sebagai alat perancangan UI/UX memberikan kemudahan dalam proses visualisasi dan perencanaan desain sebelum tahap implementasi, sementara pemanfaatan platform Framer memungkinkan proses pengembangan dan publikasi website dilakukan secara efisien tanpa harus membangun sistem menggunakan pemrograman konvensional, namun tetap menghasilkan website yang profesional dan adaptif di berbagai perangkat.

Website yang dihasilkan berfungsi sebagai pusat informasi resmi Griya Coffee 100 yang mencakup profil usaha, menu digital berbasis *QR Code*, galeri visual, serta informasi kontak dan lokasi. Keberadaan menu digital berbasis *QR Code* memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses informasi menu sekaligus membantu meningkatkan efisiensi penyampaian informasi di lingkungan *coffee shop*. Dengan demikian, website ini berpotensi menjadi aset digital jangka panjang yang mendukung aktivitas *branding*, promosi, dan komunikasi bisnis Griya Coffee 100.

Untuk pengembangan selanjutnya, website ini masih dapat dikembangkan dengan penambahan fitur interaktif lain, evaluasi *usability* yang lebih komprehensif dengan melibatkan lebih banyak responden, serta integrasi dengan strategi *digital marketing* seperti optimasi mesin pencari

dan media sosial. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengarah pada pengembangan sistem informasi yang lebih kompleks guna mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih berbasis data.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Irawati, & Fitriansyah, A. (2025). *Komunikasi Data*. Yogyakarta : Deepublish.
- Nurhikmat, I. K., Hadiana, A. I., & Kasyidi, F. (2024). Optimasi Responsivitas Web Dengan Pendekatan Mobile-First Design. *JINTEKS: Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains*, 6(3), 476–485. <https://doi.org/10.51401/jinteks.v6i3.4314>
- Olivia, A., Larasati, P. D., Mulya, M. F., Anwar, S., & Efendi, Y. (2025). Penerapan Design Thinking dalam Perancangan UI/UX Website untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna. *SisKom-KB: Jurnal Sistem Komputer Dan Kecerdasan Buatan*, 8(3), 185–193. <https://doi.org/10.47970/siskom-kb.v8i3.836>
- Olivia, M. (2025). Responsive Design And Its Impact On User Experience On E-Commerce Sites. *Jurnal Komputer*, 3(2), 31–36. <https://doi.org/10.70963/jk.v3i2.107>
- Panja, E., Sedyono, E., & Hendry, H. (2023). Perancangan dan Implementasi Website Sebagai Media Promosi Pada Atap Bukit Coffee. *Mnemonic: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknik Informatika*, 6(1), 35–40. <https://doi.org/10.36040/mnemonic.v6i1.5845>
- Roedavan, R., Pudjoatmodjo, B., Gusnadi, D., & Raharjo, T. P. (2024). Implementasi Teknologi Multimedia Interaktif sebagai Strategi Promosi Digital UMKM. *JERKIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(2), 65–70. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i2.355>
- Saipul, Rahmawati, U., Widyastuti, Elisabeth, C. R., & Haryanto, R. (2025). Membangun Branding Melalui Komunikasi Digital. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2695–2706. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1665>
- Sulistyanto, H. (2022). Web Application Training with Hypermedia Engineering to Increase Global Marketing Competitiveness of Decorative Umbrella Industry. *Proceeding of The 15th University Research Colloquium*, 160–168. <https://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/2047>
- Tyas, W. W., Hanif, I. F., & Fitri, S. A. (2025). Implementasi Teknologi Responsive Web Design Dalam Perancangan Website Modern. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 8(7), 131–140. <https://doi.org/10.2238/4qz80v05>
- Yudistia, I. K. M., Putra, I. G. N. A. C., & Kadyanan, I. G. A. G. A. (2026). Perancangan Desain User Interface dan Pengalaman Pengguna Pada Website Kantor Perbekel Desa Sanur Kaja. *JUPITA: Jurnal Pengabdian Informatika*, 4(2), 231–238. <https://ejournal1.unud.ac.id/index.php/jupita/article/view/1726>