

**PERANCANGAN ANTARMUKA WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL  
PEMASARAN  
STUDI KASUS: GEDUNG SERBA GUNA DI KOTA NANGA PINOH**

Skripsi



oleh

**OCT DWI GABRIEL SUYE  
72180251**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
TAHUN 2025**

**PERANCANGAN ANTARMUKA WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL  
PEMASARAN  
STUDI KASUS: GEDUNG SERBA GUNA DI KOTA NANGA PINOH**

Skripsi



Diajukan kepada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi  
Universitas Kristen Duta Wacana  
Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Komputer

Disusun oleh

**OCT DWI GABRIEL SUYE**

**72180251**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
TAHUN 2025**

## PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Oct Dwi Gabriel Suye  
NIM/NIP/NIDN : 72180251  
Program Studi : Sistem Informasi  
Judul Karya Ilmiah : Perancangan antarmuka website dan Media sosial pemasaran (Studi kasus : Gedung Serbaguna di kota Nanga Pinoh

dengan ini menyatakan:

- a. bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/*reviewer*.
- b. bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- c. bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- d. bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- e. bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- f. menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: (*pilih salah satu*)

- Dapat diakses tanpa embargo.
- Dapat diakses setelah 2 tahun.\*
- Embargo permanen.\*

Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah.

\*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka.

Alasan embargo (*bisa lebih dari satu*):

- dalam proses pengajuan paten.
- akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.\*\*
- akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.\*\*
- telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... \*\*\*
- telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... \*\*\*
- berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- Lainnya (mohon dijelaskan)

\*\*Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@sta.ff.ukdw.ac.id.

\*\*\*Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Yogyakarta, 28 Juli 2025

Mengetahui,



Halim Budi Santoso, S.kom., MT., Ph.D  
NIDN/NIDK : 0509078402

Yang menyatakan,



Oct Dwi Gabriel Suye  
NIM : 72180251

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERANCANGAN ANTARMUKA WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL  
PEMASARAN  
STUDI KASUS: GEDUNG SERBA GUNA DI KOTA NANGA PINOH**

Oleh: OCT DWI GABRIEL SUYE / 72180251

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi  
Universitas Kristen Duta Wacana - Yogyakarta  
Dan dinyatakan diterima untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Komputer  
pada tanggal  
24 Juli 2025

Yogyakarta, 25 Juli 2025  
Mengesahkan,

Dewan Penguji:

1. Halim Budi Santoso, S.Kom., M.B.A., M.T., Ph.D.
2. Drs. Wimmie Handiwidjojo, M.I.T.
3. Budi Sutedjo Dharma Oetomo, S.Kom., M.M.
4. Argo Wibowo, S.T., M.T.



Dekan

(RESTYANDELO, S.Kom., MSIS., Ph.D)

Ketua Program Studi

(Halim Budi Santoso, S.Kom., MT., MBA.,  
Ph.D)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Perancangan Antarmuka Website dan Media Sosial  
Pemasaran  
Studi Kasus: Gedung Serba Guna di Kota Nanga Pinoh

Nama Mahasiswa : OCT DWI GABRIEL SUYE

N I M : 72180251

Matakuliah : Skripsi

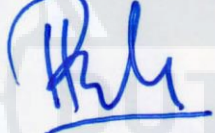
Kode : SI4046

Semester : Genap

Tahun Akademik : 2024/2025

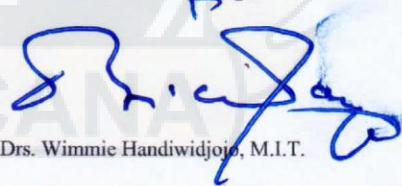
Telah diperiksa dan disetujui di Yogyakarta,  
Pada tanggal 27 Juli 2025

Dosen Pembimbing I



Halim Budi Santoso, S.Kom., M.B.A., M.T., Ph.D.

Dosen Pembimbing II



Drs. Wimmie Handiwidjojo, M.I.T.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**Perancangan Antarmuka Website dan Media Sosial Pemasaran  
Studi Kasus: Gedung Serba Guna di Kota Nanga Pinoh**

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Komputer pada pendidikan Sarjana Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Duta Wacana, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi keserjanaan di lingkungan Universitas Kristen Duta Wacana maupun di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari skripsi lain, saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar keserjanaan saya.

Yogyakarta, 25 Juli 2025



OCT DWI GABRIEL SUYE  
72180251

DUTA WACANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul:“Perancangan Antarmuka Website dan Media Sosial Pemasaran (Studi Kasus: Gedung Serbaguna di Kota Nanga Pinoh)” skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Sistem informasi, Fakultas Teknologi Infomasi, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Tuhan Yesus kristus, yang selalu menyertai dari awal kuliah hingga menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Orang tua saya ibu Yesika dan saudara Penulis Albert Suye selalu memberi dukungan baik melalui doa, dukungan moral, serta semangat yang tiada henti untuk menyelesaikan Skripsi.
3. Bapak Halim Budi Santoso, S.Kom., MT., MBA., Ph.D, selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi .
4. Bapak Drs. Wimmie Handiwidjojo, MIT, selaku dosen pembimbing 2 yang turut membantu dalam memberikan saran dan koreksi demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Pihak pengelola gedung serbaguna di Kota Nanga Pinoh yang telah memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
6. Sahabat dan teman-teman yang seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan motivasi selama masa studi.
7. Sahabat “Kontrakan Pria setia” Josh,Epeng,Eky,Rein,Steven,Marco yang mendukung kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktik di lapangan.

Yogyakarta , 25 Juni 2025

Penulis,

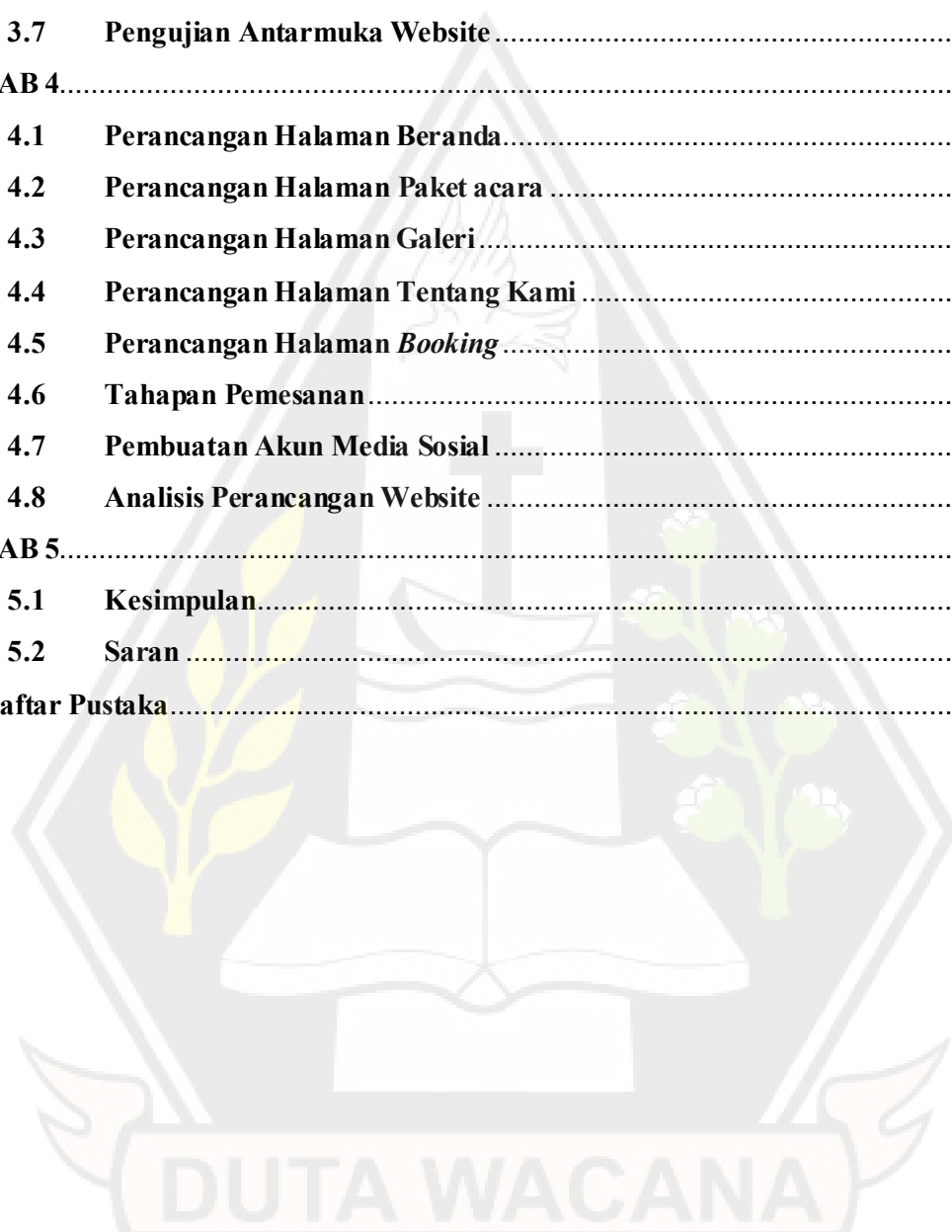
Oct Dwi Gabriel Suye



## DAFTAR ISI

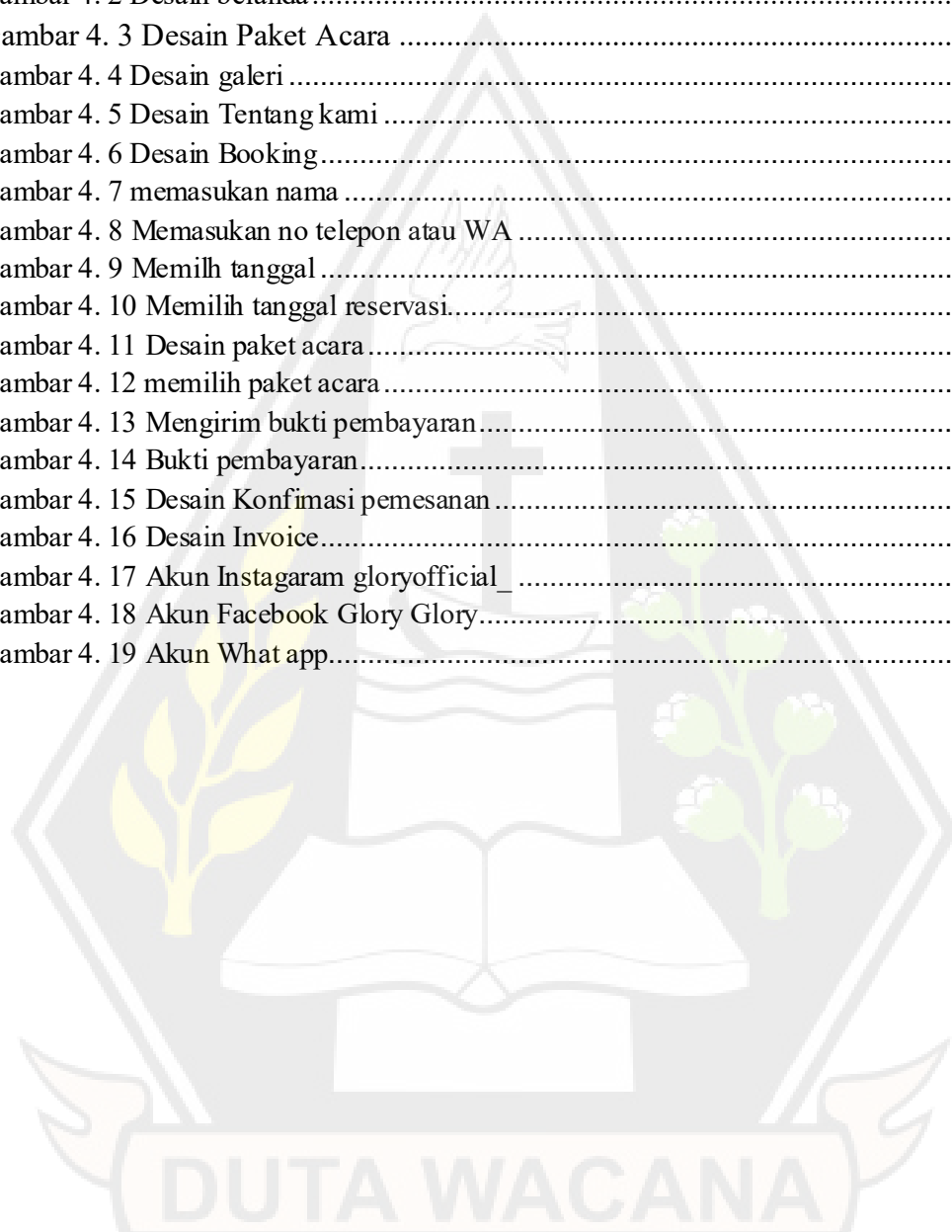
|   |           |
|---|-----------|
| HALAMAN SAMPUL.....                         | i         |
| HALAMAN JUDUL .....                         | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                     | iii       |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                    | iv        |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....            | v         |
| KATA PENGANTAR.....                         | vi        |
| DAFTAR ISI.....                             | viii      |
| DAFTAR GAMBAR.....                          | x         |
| DAFTAR TABLE.....                           | xi        |
| ABSTRAK.....                                | xii       |
| ABSTRACT.....                               | xiii      |
| <b>BAB 1.....</b>                           | <b>1</b>  |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>             | <b>1</b>  |
| <b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>             | <b>2</b>  |
| <b>1.3 Batasan Masalah.....</b>             | <b>3</b>  |
| <b>1.4 Tujuan Karya .....</b>               | <b>3</b>  |
| <b>1.5 Tahapan Desain.....</b>              | <b>3</b>  |
| <b>1.6 Sistematika Penulisan .....</b>      | <b>4</b>  |
| <b>BAB 2.....</b>                           | <b>5</b>  |
| <b>2.1 Tinjauan Pustaka.....</b>            | <b>5</b>  |
| <b>2.2 Pemasaran Digital.....</b>           | <b>6</b>  |
| <b>2.2.1 Desain Antarmuka Website .....</b> | <b>7</b>  |
| <b>2.2.2 Media Sosial.....</b>              | <b>8</b>  |
| <b>2.3 Strategi Pemasaran.....</b>          | <b>9</b>  |
| <b>2.3.1 Media.....</b>                     | <b>10</b> |
| <b>2.3.2 Konten.....</b>                    | <b>10</b> |
| <b>2.3.3 Penulisan Caption.....</b>         | <b>10</b> |
| <b>BAB 3.....</b>                           | <b>12</b> |
| <b>3.1 Pengumpulan Informasi.....</b>       | <b>12</b> |
| <b>3.2 Hasil Analisis Kebutuhan.....</b>    | <b>14</b> |

|                       |  |           |
|-----------------------|--|-----------|
| 3.3                   | Penentuan Desain Website.....            | 14        |
| 3.4                   | Mock Up Desain Figma.....                | 14        |
| 3.5                   | Membuat Sitemap.....                     | 19        |
| 3.6                   | Membuat Wireframe.....                   | 20        |
| 3.7                   | Pengujian Antarmuka Website.....         | 20        |
| <b>BAB 4</b>          | .....                                    | <b>22</b> |
| 4.1                   | Perancangan Halaman Beranda.....         | 22        |
| 4.2                   | Perancangan Halaman Paket acara.....     | 24        |
| 4.3                   | Perancangan Halaman Galeri.....          | 25        |
| 4.4                   | Perancangan Halaman Tentang Kami.....    | 25        |
| 4.5                   | Perancangan Halaman <i>Booking</i> ..... | 26        |
| 4.6                   | Tahapan Pemesanan.....                   | 28        |
| 4.7                   | Pembuatan Akun Media Sosial.....         | 31        |
| 4.8                   | Analisis Perancangan Website.....        | 34        |
| <b>BAB 5</b>          | .....                                    | <b>36</b> |
| 5.1                   | Kesimpulan.....                          | 36        |
| 5.2                   | Saran.....                               | 36        |
| <b>Daftar Pustaka</b> | .....                                    | <b>37</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 4. 1 Desain beranda.....                  | 23 |
| Gambar 4. 2 Desain beranda.....                  | 23 |
| Gambar 4. 3 Desain Paket Acara .....             | 24 |
| Gambar 4. 4 Desain galeri .....                  | 25 |
| Gambar 4. 5 Desain Tentang kami .....            | 26 |
| Gambar 4. 6 Desain Booking.....                  | 27 |
| Gambar 4. 7 memasukan nama .....                 | 28 |
| Gambar 4. 8 Memasukan no telepon atau WA .....   | 28 |
| Gambar 4. 9 Memilh tanggal .....                 | 29 |
| Gambar 4. 10 Memilih tanggal reservasi.....      | 29 |
| Gambar 4. 11 Desain paket acara .....            | 29 |
| Gambar 4. 12 memilih paket acara .....           | 29 |
| Gambar 4. 13 Mengirim bukti pembayaran.....      | 30 |
| Gambar 4. 14 Bukti pembayaran.....               | 30 |
| Gambar 4. 15 Desain Konfirmasi pemesanan .....   | 30 |
| Gambar 4. 16 Desain Invoice.....                 | 31 |
| Gambar 4. 17 Akun Instagram gloryofficial_ ..... | 32 |
| Gambar 4. 18 Akun Facebook Glory Glory.....      | 33 |
| Gambar 4. 19 Akun What app.....                  | 34 |



## DAFTAR TABLE

|   |    |
|---|----|
| Table 3. 1 Hasil wawancara bersama pengelola gedung serbaguna ..... | 12 |
| Table 4. 1 Akun Media sosial.....                                   | 31 |



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital saat ini mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media online sebagai sarana promosi dan pelayanan. Di Kota Nanga Pinoh, pengelolaan dan pemasaran gedung serbaguna masih dilakukan secara manual dan kurang menjangkau pelanggan lebih luas. Penelitian ini dilakukan untuk merancang antarmuka website dan media sosial sebagai media pemasaran yang praktis, dan interaktif. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah apakah perancangan antarmuka website dan media sosial dapat mendukung efektivitas promosi serta memudahkan proses pemesanan gedung serbaguna. Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa pemanfaatan antarmuka digital yang terstruktur dan mudah digunakan mampu meningkatkan aksesibilitas informasi serta memperluas jangkauan promosi.

Metode penelitian yang digunakan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pengelola, dan analisis kebutuhan pengguna. Proses perancangan dilakukan menggunakan Figma untuk merancang antarmuka website yang mencakup halaman beranda, paket acara, galeri, profil gedung, dan booking online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain yang dikembangkan memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan meningkatkan daya tarik promosi melalui media sosial seperti Instagram. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi antarmuka berbasis web dan media sosial secara efektif mampu menjadi solusi digital dalam pengelolaan dan pemasaran gedung serbaguna di Nanga Pinoh.

Kata kunci : Perancangan antarmuka website, gedung serbaguna , figma, media sosial.

DUTA WACANA

## **ABSTRACT**

The current development of digital technology has encouraged businesses to utilize online media as a means of promotion and service. In the city of Nanga Pinoh, the management and marketing of multipurpose buildings are still carried out manually and do not reach a wider customer base. This study was conducted to design a website interface and social media as practical and interactive marketing tools. The research question posed is whether the design of the website interface and social media can support the effectiveness of promotions and simplify the booking process for the multipurpose building. The hypothesis of this study states that the use of a structured and user-friendly digital interface can enhance information accessibility and expand the reach of promotions.

The research methods used include field observations, interviews with managers, and user needs analysis. The design process was carried out using Figma to design the website interface, which includes the homepage, event packages, gallery, building profile, and online booking. The research results show that the developed design facilitates access to information and enhances promotional appeal through social media platforms like Instagram. These findings indicate that the implementation of web-based interface technology and social media can effectively serve as a digital solution for the management and marketing of multi-purpose buildings in Nanga Pinoh.

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Gedung serbaguna Kota Nanga Pinoh telah berdiri sejak tahun 2019 yang terletak di kota Nanga Pinoh, kabupaten Melawi, Kalimantan barat. Gedung serbaguna Kota Nanga Pinoh merupakan gedung serbaguna , yang berfungsi untuk menampung berbagai acara seperti pertemuan,seminar, pernikahan,konser dan kelulusan. Meskipun sudah melakukan promosi menggunakan brosur, spanduk, hingga bekerja sama dengan pihak ketiga, pengelola masih mengalami kesulitan untuk mendapatkan calon pengguna gedung serbaguna.

Selain itu juga, Pengelola Gedung serbaguna belum melakukan pemanfaatan teknologi melalui media sosial dan website dalam pemasaran yang menyebabkan beberapa kesulitan yang dihadapi pengelola. Masih digunakannya metode pemesanan yang konvensional dan dalam pemesanan gedung serbaguna yang mengakibatkan beberapa tantangan, terutama dalam jumlah pemesanan yang dapat mengakibatkan hilangnya potensi penyewa gedung serbaguna Nanga Pinoh.

Di sisi lain, kurangnya penggunaan pemasaran gedung serbaguna melalui teknologi melalui media sosial dan website dapat menyebabkan kurangnya informasi yang jelas dan lengkap mengenai fasilitas yang tersedia hingga besar ukuran gedung serbaguna, yang dapat membuat calon penyewa gedung serbaguna merasa ragu dalam mengambil keputusan untuk menyewa gedung serbaguna. Ketidakjelasan fasilitas dan ukuran gedung serbaguna juga seringkali menyebabkan ketidakpuasan dan kebingungan pada calon penyewa yang mencari gedung sesuai dengan kebutuhan.

Dengan kata lain penggunaan pemasaran gedung serbaguna melalui teknologi baik melalui media sosial dan website juga tidak adanya testimoni digital dari pelanggan sebelumnya, Menjadi salah satu faktor yang signifikan dalam menciptakan keraguan di calon penyewa gedung serbaguna.

Dengan penggunaan pemasaran yang dilakukan dapat dengan mudah tersebar dan memiliki target yaitu Pemasaran Digital melalui media sosial dan website. Pemasaran dalam penelitian ini bertujuan untuk membuat lebih dalam pengimplementasian pemasaran melalui pembuatan video gedung serbaguna, akun media sosial gedung serbaguna, desain website sebagai solusi modern untuk meningkatkan efisiensi dan keterbukaan dalam pengelolaan fasilitas gedung serbaguna yang berada di kota Nanga Pinoh kabupaten melawi. Diharapkan dapat menarik perhatian calon pengguna atau penyewa dalam mendapatkan informasi dari gedung serbaguna.

Penelitian ini tidak hanya akan memberi kontribusi pada pengembangan teknologi informasi, tetapi juga diharapkan dapat memberi manfaat praktis bagi pengelola fasilitas dan pengguna gedung serbaguna. Melalui implementasi pemasaran melalui membuat bisnis plan yang dapat meningkatkan efisien, bagi pengelola gedung serbaguna.

Dengan adanya penggunaan media sosial dan desain website, diharapkan pengelola gedung serbaguna mampu memperkenalkan usahanya secara luas dan dapat dikenal di masyarakat sekitar. Dalam pembuatan media sosial dan desain website ini bertujuan mempermudah pengelola dalam melakukan pemasaran secara *online* secara mandiri dan menguasai digital marketing. Berdasarkan latar belakang di atas, mengangkat penelitian dengan judul "PERANCANGAN ANTARMUKA WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL PEMASARAN (STUDI KASUS : KOTA NANGA PINOH)". ini diharapkan dapat membantu pengelola gedung serbaguna di kota Nanga Pinoh dalam mempermudah membesarkan informasi gedung serbaguna.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut apakah perancangan website dan media sosial dapat menjawab kebutuhan pengelola gedung serbaguna Nanga Pinoh?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Lingkup penelitian ini adalah Gedung serbaguna Nanga Pinoh
- b. Pembuatan akun media sosial dan isi konten di dalamnya
- c. Perancangan antarmuka website

### **1.4 Tujuan Karya**

- a. Perancangan antarmuka ini dimanfaatkan sebagai media pemasaran gedung serbaguna di Nanga Pinoh dengan memanfaatkan antarmuka web dan media sosial.
- b. Memberikan pengalaman empiris merancang antarmuka web untuk pemasaran menggunakan Figma.

### **1.5 Tahapan Desain**

- a. Analisis Kebutuhan Desain

Pada analisis kebutuhan Desain dilakukan wawancara untuk mengetahui apa saja kebutuhan dari Pengelola Gedung serbaguna, lalu dilakukan analisis untuk merancang Desain website dan isi konten di dalamnya.

- b. Desain dan Perancangan Antarmuka

Tahapan selanjutnya dalam penelitian ini adalah desain dan perancangan antarmuka sistem yang disesuaikan Kebutuhan Pengelola Gedung serbaguna.

- c. Pengembangan Antarmuka dengan Figma

Proses pengembangan desain website menggunakan Figma, untuk desain antarmuka website sebagai media promosi

- d. Pembuatan media sosial

Proses Pembuatan media sosial berupa Instagram,Whatsapp, dan facebook sebagai media promosi

e. Konsultasi dan Penulisan Laporan

Pada tahap ini peneliti melakukan penyusunan laporan tugas akhir dan melakukan konsultasi laporan kepada dosen pembimbing.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Secara sistematis isi dari laporan ini disusun sebagai berikut:

### **Bab 1 PENDAHULUAN**

BAB 1 yaitu Pendahuluan menguraikan dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tahapan desain, dan tujuan penelitian serta sistematika penulisan.

### **Bab 2 LANDASAN TEORI**

BAB 2 yaitu Landasan Teori yang berisikan teori-teori berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan untuk tugas akhir yang akan di lakukan pada penelitian.

### **Bab 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab 3 menguraikan rangkaian metodologi penelitian yang dilaksanakan untuk tugas akhir berupa perencanaan dalam pembuatan desain website dan media sosial.

### **Bab 4 IMPLEMENTASI KARYA**

BAB 4 berisikan penjelasan desain yang dibuat serta hasil yang menggunakan desain website dan solusi permasalahan untuk penelitian.

### **BAB 5 PENUTUP**

Bab 5 berisikan tentang kesimpulan dan masalah pada bab-bab sebelumnya serta memberikan saran untuk penelitian yang lebih lanjut.

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil Penelitian yang di lakukan perencanaan aplikasi berbasis web pemasaran digital (studi kasus: kota Nanga Pinoh) mencapai beberapa kesimpulan , antara lain:

- a. Perancangan antarmuka aplikasi berbasis website untuk gedung serbaguna kota Nanga Pinoh sudah berhasil di buat menggunakan figma. Rancangan ini mencakup fitur beranda,paket,galeri,tentang kami dan *booking* gedung serbaguna.
- b. Perancangan ini Memiliki kelebihan dari penelitian ini adalah adanya fitur booking yang bertujuan untuk memesan gedung serbaguna secara online.
- c. Pembuatan media sosial sebagai media promosi dan komunikasi selain website yang di buat agar dapat berhubungan langsung dengan pengelola gedung melalui what app, instagram dan facebook.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan peneliti memberi saran untuk peneliti berikutnya berupa fitur booking *online* yang telah di rancag perlu di uji untuk memastikan kemudahan pengguna dan keakuratan data reservasi ,serta keamanan informasi pengguna antarmuka website

## Daftar Pustaka

- Amrulloh, Y. &. (2023). Amrulloh, Y., & Dahruji. (2023). Pengaruh Harga, Label Halal Dan Strategi Pemasaran Terhadap. (*Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*), 7(2), 682-697., <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3122>.
- Arjuna, S. Z. (2022.). Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM. . *Comsep: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), <https://doi.org/10.54951/Comsep.V3i2.282>.
- Armanto, R. &. (2022). Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Penjualan Perumahan: Studi Empiris Penggunaan Iklan Facebook Dan Instagram. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 45-55. , <https://doi.org/10.47747/Jbme.V3i1.626>.
- Arsyad., A. (2015). Media Pembelajaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Atmoko Dwi, B. (2015). Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Chaffey, D. &. -C. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing (Sobirin, Ed.; 1st ed.)*. Celebes Media Perkasa.
- Fajhriani, A. &. (2020). Pemanfaatan WhatsApp Sebagai Media Komunikasi. Antara Dosen Dan Mahasiswa Dalam Menunjang Kegiatan Belajar. 70-83.
- Group, N. N. (2020).
- Haryanti, S. M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Danar Hadi Surakarta. , *Jurnal Ilmiah Edunomika* 144-151. , <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v3i01.443>.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson plc.
- Kurniawan, A. (2018). Manajemen Event dan Gedung Serbaguna. *Pemasaran Gedung Serbaguna Pemasaran gedung serbaguna di era digital saat ini memerlukan pendekatan yang inovatif*. .
- Laudon, K. C. (2021). *E-commerce: Business, Technology, Society*.
- Maksudi, M. Y. (2022). Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian Pada Umkm Inoy Daily. *Jurnal Stei Ekonomi (Jemi)*, 30(2), 94-101., <https://doi.org/10.36406/Jemi.V30i02.444>.
- Nawari, &. U. (2020). Penerapan Marketing Mix Pada Strategi Pemasaran Konvensional dan Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 5(2), 176-192., <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>.
- Philip Kotler, K. H. (2017). *Marketing 4.0*. [https://moocv2.unair.ac.id/pluginfile.php/12186/mod\\_resource/content/1/Marketing%204.0%20Bergerak%20dari%20Tradisional%20ke%20Digital%20by](https://moocv2.unair.ac.id/pluginfile.php/12186/mod_resource/content/1/Marketing%204.0%20Bergerak%20dari%20Tradisional%20ke%20Digital%20by)

%20Philip%20Kotler%2C%20Hermawan%20Kartajaya%2C%20Iwan%20Se  
tiawan.pdf.

- Rafiah, K. K. (2019). *Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(1).
- Rahman, S. D. (2020). Analisis Pemasaran Gedung Serbaguna di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 45-60.
- Ryan. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*.
- Tohidi, E. ( 2022). Pemesanan Paket Wedding Organizer pada Cahaya Bridal Decoration Berbasis Web. 71.
- Untari, D. &. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. . <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>.
- Wati, A. P. (2020). Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. *Digital Marketing (N. A. Fransiska, Ed.; 1st ed.)*. *Edulitera*.
- Yacub, R. &. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. . *Jurnal Manajerial*, 12(2), 198. , <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>.
- Zulkarnain, A. (2021). Peran WhatsApp dalam Komunikasi Bisnis dan Pemasaran. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 123-135.

