



Perancangan E-Katalog Promosi STMIK Triguna Dharma Dengan Metode User Centered Design Untuk Meningkatkan Layanan Kualitas Promosi Berbasis Web dan Mobile

Azlan¹, Jaka Prayudha^{2,*}

¹ Prodi Sistem Informasi, STMIK Triguna Dharma, Medan, Indonesia

² Prodi Sistem Komputer, STMIK Triguna Dharma, Medan, Indonesia

Email: ¹Azlansaja19@gmail.com, ^{2,*}Jakaprayudha3@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: Jakaprayudha3@gmail.com

Abstrak—Promosi merupakan kegiatan menyebarkan informasi dengan tujuan informasi tersebut menarik perhatian penerima. Strategi promosi yang dilakukan STMIK Triguna Dharma adalah dengan mengunjungi lima sekolah dalam satu hari dimana satu sekolah menghabiskan waktu selama satu jam melakukan promosi, promosi dilakukan selama tiga bulan di wilayah Sumatera Utara. Promosi yang dilakukan dengan cara meminta izin kepada pihak sekolah untuk melakukan presentase dikelas, presentasi dilakukan dengan menggunakan media brosur yang telah disediakan dan dibagikan kepada siswa. Mengingat media yang digunakan adalah brosur yang merupakan media promosi terbuat dari kertas sehingga layanan kualitas promosi biasa saja atau kurang menarik. Untuk meningkatkan layanan kualitas promosi maka dirancang e-katalog promosi. E-katalog merupakan katalog versi digital dan katalog merupakan sejenis brosur yang berisikan informasi produk serta dilengkapi dengan gambar. E-katalog promosi STMIK Triguna Dharma yang dirancang berbasis web dan mobile, selain bertujuan meningkatkan layanan kualitas promosi juga sebagai penghemat biaya promosi, hemat waktu promosi serta mendukung program pemerintah menghadapi revolusi industri 4.0 yaitu berbasis digital. E-katalog berbasis web dan mobile dirancang menggunakan metode User Centered Design dimana perancangan e-katalog berdasarkan kebutuhan tim promosi serta urutan metode penelitian menggunakan metode Reserch and Development yang merupakan merancang produk e-katalog serta menguji keefektifan.

Kata Kunci: E-katalog Promosi, Promosi Kampus, User Centered Design, Web, Mobile

Abstract—Promotion is an activity to spread information with the aim that the information attracts the recipient's attention. The promotion strategy undertaken by STMIK Triguna Dharma is to visit five schools in one day where one school spends an hour doing promotions, promotions are carried out for three months in the North Sumatra region. Promotion is done by asking permission from the school to make a presentation in class, the presentation is done using the brochure media that has been provided and distributed to students. Given the media used is a brochure which is a promotional media made of paper so that the quality of promotional services is mediocre or less attractive. To improve the quality of promotional services, a promotional e-catalog was designed. E-catalog is a digital version of the catalog and the catalog is a kind of brochure that contains product information and is equipped with images. The STMIK Triguna Dharma promotion e-catalog which is designed based on web and mobile, in addition to improving the quality of promotional services as well as saving costs of promotion, saving time on promotion and supporting government programs to face the industrial revolution 4.0, namely digital-based. Web-based and mobile e-catalogs are designed using the User Centered Design method where the e-catalog design is based on the needs of the promotion team and the order of research methods using the Research and Development method which is designing e-catalog products and testing the effectiveness.

Keywords: Promotional E-catalog, Campus Promotion, User Centered Design, Website, Mobile

1. PENDAHULUAN

STMIK Triguna Dharma merupakan salah satu kampus dilingkungan LLDIKTI Wilayah I Medan yang bergerak dibidang pendidikan keilmuan komputer. STMIK Triguna Dharma memiliki dua jenjang pendidikan serta empat program studi yaitu jenjang pendidikan S1 memiliki program studi sistem informasi dan sistem komputer, dan jenjang pendidikan D3 memiliki program studi manajemen informatika dan teknik komputer. Jumlah total keseluruhan mahasiswa STMIK Triguna Dharma mencapai 6.104 mahasiswa, dan informasi dari tim promosi STMIK Triguna Dharma yaitu departemen Pemasaran dan Humas jumlah mahasiswa baru setiap tahunnya mencapai 1.500 mahasiswa baru kecuali tahun 2018 menurun menjadi lebih kurang 1.300 mahasiswa baru. Sebuah capaian yang bagus yang dilakukan tim promosi dengan jumlah mahasiswa baru diatas 1.000.

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan[1]. STMIK Triguna Dharma setiap tahunnya mengadakan promosi kesetiap sekolah di Sumatera Utara, dalam satu tahun selama tiga bulan tim promosi STMIK Triguna Dharma mengunjungi sekolah-sekolah di wilayah Sumatera Utara menggunakan mobil. Strategi promosi yang dilakukan adalah dengan mengunjungi lima sekolah dalam satu hari dimana satu sekolah menghabiskan waktu selama satu jam melakukan promosi. Promosi yang dilakukan dengan cara meminta izin kepada pihak sekolah untuk melakukan presentase dikelas, presentasi dilakukan dengan menggunakan media brosur yang telah disediakan dan dibagikan kepada siswa.

Mengingat media yang digunakan adalah brosur yang merupakan media promosi terbuat dari kertas sehingga layanan kualitas promosi biasa saja atau kurang menarik, sebab media brosur sudah sering digunakan dilingkungan masyarakat. Untuk meningkatkan layanan kualitas promosi maka dirancang e-katalog promosi. E-



katalog merupakan katalog versi digital dan katalog merupakan sejenis brosur yang berisikan informasi produk serta dilengkapi dengan gambar. Katalog berasal dari bahasa Latin *catalogus* yang berarti daftar barang atau benda yang disusun untuk tujuan tertentu[2] dan menurut Kusrianto menjelaskan bahwa katalog merupakan sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk atau layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar, ukurannya bermacam-macam mulai dari sebesar saku sampai sebesar buku telepon tergantung keperluan bisnisnya[3]. E-katalog promosi STMIK Triguna Dharma yang dirancang berbasis web dan mobile, selain bertujuan meningkatkan layanan kualitas promosi, juga sebagai penghemat biaya promosi, hemat waktu promosi serta mendukung program pemerintah menghadapi revolusi industri 4.0 yaitu berbasis digital.

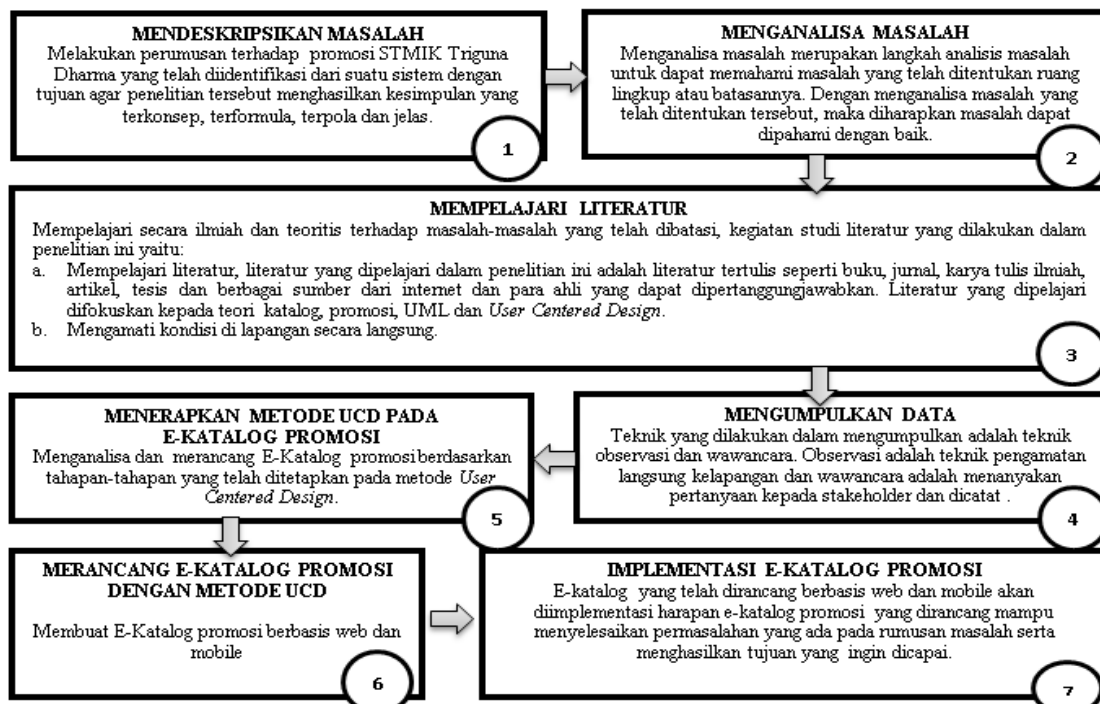
Penelitian terkait tentang katalog dilakukan oleh Liana Mangifera, Aflit dan Syahrina yaitu efektifitas katalog sebagai media promosi bagi pengembangan UMKM di Kabupaten Sragen menyimpulkan bahwa pengrajin harus melakukan promosi dengan membuat katalog yang jelas dan lengkap dengan tujuan menjawab semua pertanyaan dari pelanggan mengenai produk atau dengan kata lain dapat mewakili produk kerajinan bambu yang akan ditawarkan[4]. Adapun penelitian lainnya yang dilakukan oleh Mesran dengan judul implementasi algoritma Brute Force dalam pencarian data katalog buku perpustakaan menyimpulkan bahwa dengan aplikasi pencarian membantu perpustakaan dalam memberikan layanan terhadap pengunjung perpustakaan untuk melakukan pencarian terhadap katalog buku perpustakaan dalam waktu singkat[2]. Dan masih banyak lagi penelitian yang dilakukan terkait katalog itu sendiri.

Perancangan e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma dengan menggunakan metode User Centered Design dikarenakan perancangan dirancang berdasarkan kebutuhan pengguna. User Centered Design merupakan bagian dari bidang multidisiplin dalam interaksi manusia-komputer (HCI). HCI mencakup banyak disiplin ilmu, diantaranya ilmu komputer, psikologi kognitif, antropologi, desain grafis, dan desain industri. Sementara HCI secara luas mengeksplorasi bagaimana manusia berinteraksi dengan teknologi. Jadi User Centered Design adalah filosofi desain yang menekankan pentingnya mempertimbangkan kebutuhan, tujuan, dan keinginan pengguna akhir saat membuat produk atau layanan [5].

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Kerja Penelitian

Cara mencapai tujuan penelitian ini dengan cara pendekatan metode penelitian Reserch and Development yang merupakan kegiatan-kegiatan atau tahapan-tahapan penelitian hingga menghasilkan produk baru. Tahapan pertama diawali dengan mendeskripsikan masalah promosi hingga tahapan akhir implementasi e-katalog promosi. Untuk lebih jelaskannya perhatikan kerangka kerja penelitian dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Metodologi penelitian yang diterapkan terdapt 7 tahapan yang diawali dengan mendeksripsikan permasalahan dan diakhiri dengan implementasi e-katalog promosi. Untuk lebih jelasnya akan diuraikan dan dijelaskan satu persatu tahapan metodologi penelitian seperti berikut:



1. Mengdeskripsikan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada promosi kampus STMIK Triguna Dharma Medan adalah promosi yang dilakukan dengan menggunakan media brosur yang dibagikan kesetiap siswa-siswi calon mahasiswa baru yang menyebabkan promosi kurang menarik dan terkesan biasa saja. Dengan mendukung program pemerintah terhadap revolusi industri 4.0 maka media brosur akan diganti menggunakan e-katalog promosi berbasis web dan mobile dengan tujuan promosi lebih menarik dan menyenangkan serta informasi yang diterima calon mahasiswa baru lebih mudah dimengerti, artinya layanan kualitas promosi lebih meningkat dari biasanya.

2. Menganalisa Masalah

Perancangan e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma berbasis web dan mobile serta menerapkan metode User Centered Design dimana informasi yang dimuat pada e-katalog promosi yaitu :

- Nilai Plus Kuliah Di STMIK Triguna Dharma,
- Akreditasi,
- Visi & Misi,
- Peluang Kerja,
- Biaya Pendidikan All In One,
- Pendaftaran,
- Keunggulan Stmik Triguna Dharma, dan
- Denah.

Batasan masalah bertujuan untuk menentukan apa yang menjadi batasan pada penelitian ini sehingga penelitian ini tidak melebar atau tidak keluar jalur dari apa yang dibahas, adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah :

- Perancangan e-katalog promosi menggunakan UML yaitu use case dan activity diagram.
- E-katalog promosi berbasis web dan mobile.
- Tidak menggunakan database.

3. Mempelajari Literatur

Mempelajari secara ilmiah dan teoritis terhadap masalah-masalah yang telah dibatasi, kegiatan studi literatur yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

- Mempelajari literatur, literatur yang dipelajari dalam penelitian ini adalah literatur tertulis seperti buku, jurnal, karya tulis ilmiah, artikel, tesis dan berbagai sumber dari internet dan para ahli yang dapat dipertanggungjawabkan. Literatur yang dipelajari difokuskan kepada teori perancangan, katalog, promosi, dan User Centered Design.
- Mengamati kondisi di lapangan secara langsung.
- Wawancara yang dilakukan bersama tim promosi STMIK Triguna Dharma.

4. Mengumpulkan Data

Teknik yang digunakan adalah observasi dan wawancara, observasi dengan melihat langsung proses promosi kampus dan wawancara dengan menanyakan pertanyaan kepada Pak Wahyu, S.Kom., M.Kom selaku Kepala HUMAS STMIK Triguna Dharma. Data yang diperoleh berupa brosur yang digunakan, alur proses promosi serta jumlah mahasiswa yang diterima STMIK Triguna Dharma setiap tahunnya.

5. Menerapkan Metode User Centered Design pada E-Katalog Promosi

Ada empat langkah pada proses User Centered design yaitu memahami dan menentukan konteks pengguna, menentukan kebutuhan pengguna dan organisasi, solusi perancangan yang dihasilkan dan evaluasi perancangan terhadap kebutuhan pengguna. Berikut uraian setiap langkah proses User Centered design:

- Memahami dan menentukan konteks pengguna
Pengguna adalah tim promosi STMIK Triguna Dharma yaitu beberapa dosen dan mahasiswa, e-katalog atau katalog versi digital berbasis web dan mobile saat operasikan tidak terlalu sulit oleh tim promosi karena tim promosi sudah ahli terhadap teknologi.
- menentukan kebutuhan pengguna dan organisasi
kebutuhan yang diharapkan adalah e-katalog mudah dioperasikan dan memiliki tampilan menarik serta informasi yang disampaikan jelas dan mudah dipahami.
- Solusi perancangan yang dihasilkan
Solusinya adalah media brosur diganti menjadi media e-katalog sehingga layanan kualitas promosi lebih baik. E-katalog yang dirancang berbasis web dan mobile.
- Evaluasi perancangan terhadap kebutuhan pengguna
Hal ini dilakukan dengan menggunakan email, tim promosi bisa menghubungi penulis jika dikemudian hari ada kebutuhan tambahan pada e-katalog promosi yang belum terpenuhi.

6. Merancang E-Katalog Promosi Dengan Metode User Centered Design



E-katalog promosi dengan metode User Centered Design dirancang menggunakan model Unified Modeling Language yang sering disebut UML, diagram UML yang digunakan ada 2 yaitu use case diagram dan activity diagram. Dan perancangan interface e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma.

7. Implementasi E-Katalog Promosi

Implementasi e-katalog promosi berjalan pada dua basis yaitu berbasis web dan mobile. Sehingga e-katalog promosi lebih mudah diakses oleh pengguna dengan harapan e-katalog sudah memenuhi apa yang dibutuhkan pengguna pada e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma.

2.2 User Centered Design

User Centered Design (UCD) adalah pendekatan untuk desain dan pengembangan antarmuka pengguna yang melibatkan pengguna selama proses desain dan pengembangan aplikasi. Ini tidak hanya berfokus pada pemahaman pengguna dari sistem komputer yang sedang dikembangkan tetapi juga membutuhkan pemahaman tentang tugas-tugas yang akan dilakukan pengguna dengan sistem dan lingkungan (organisasi, sosial, dan fisik) dimana mereka akan menggunakan sistem. User Centered Design dibedakan oleh beberapa praktik umum yaitu studi pengguna, umpan balik pengguna, dan pengujian pengguna dimana berusaha untuk memahami pengguna semaksimal mungkin[7].

Pendekatan User Centered Design pada pengguna dapat memandu tim menuju pemahaman pengguna dan membantu tim dalam menyikapi masalah lebih baik[8]. Penggunaan metode User Centered Design (UCD) juga untuk mempermudah pengguna dalam menggunakan fasilitas yang ada ketika mencari informasi yang diperlukan[9].

Penelitian yang dilakukan oleh Karel Vredenburg tentang “Survey penerapan metode User Centered Design” menemukan bahwa Metode UCD umumnya dianggap mengalami kemajuan pada pengguna dan produk, meskipun tingkat Adopsi metode UCD sangat tidak merata di berbagai organisasi dan tidak ragu akan mengenai apakah metode UCD telah menghemat waktu dalam pengembangan dan biaya pada semua organisasi dimana pengembang hanya fokus pada waktu dan biaya jangka pendek pengembangan tetapi tidak pada jangka Panjang pengembangan dan metode UCD mendapatkan momentum di seluruh industri dan yang kemungkinan besar akan mereka capai penggunaan yang lebih luas dan dampak yang lebih besar dalam lima tahun ke depan[10].

Penelitian yang dilakukan Desiree Sy tentang pembuatan produk baru dengan pendekatan metode User Centered Design menghasilkan produk baru yang lebih yaitu produk yang dibuat lebih banyak serta tidak memakan waktu saat pembuatan produk[11]. Dan masih banyak lagi penelitian yang dilakukan dengan metode User Centered Design yang menghasilkan produk menjadi lebih baik.

Metode User Centered Design difokuskan pada pengguna melalui perencanaan, Awal & Titik Tengah dalam desain dan tahap akhir dari siklus desain. Gambar di bawah ini menunjukkan fase-fase kunci penerapan metode User Centered Design[7].



Gambar 2. Fase-Fase Metode User Centered Design

1. Identify the Target Users

Tahap ini memperkenalkan peserta pada konsep bahwa ada berbagai jenis pengguna yang memiliki berbagai karakteristik dan untuk merancang aplikasi yang baik, penting untuk mengenali pengguna target. Karakteristik tersebut antara lain nama, kisaran umur, lokasi, kehidupan sosial, status sosial ekonomi, jabatan, kehidupan kerja, penggunaan internet atau komputer, waktu di depan komputer per hari.

2. Analyze the User needs

Teknik kualitatif dan kuantitatif untuk menganalisis kebutuhan pengguna. Teknik kuantitatif (Pasca survei, prosedur pencatatan dan lain-lain) memungkinkan menghitung frekuensi perilaku pengguna, seperti jumlah (atau persentase) kesalahan yang terjadi pada tugas dan jumlah pengguna yang berhasil melakukan tugas, teknik kualitatif seperti kejelasan navigasi, kepadatan teks dll.

3. Design the system

Dengan informasi yang dikumpulkan di bagian sebelumnya, dirancang prototipe dengan ketelitian rendah. Prototipe adalah sekumpulan teknik yang digunakan untuk menyajikan konsep grafis proyek dalam waktu



singkat. Ini (atau setidaknya harus) digunakan pada awal proses desain. Dan prototipe yang mudah berupa sketsa di selembar kertas (prototipe kertas) atau gambar yang dibuat oleh aplikasi.

4. Evaluate the system

Tahap terakhir dirancang untuk memungkinkan mengevaluasi dan meninjau proses yang baru saja diselesaikan pada design the system atau fase 3.

2.3 E-Katalog

Menurut Kusrianto menjelaskan bahwa katalog merupakan sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk atau layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar. Ukurannya bermacam-macam, mulai dari sebesar saku sampai sebesar buku telepon, tergantung keperluan bisnisnya[3]. Katalog juga diartikan sebagai daftar barang atau benda yang disusun untuk tujuan tertentu [2]. Katalog merupakan media konvensional yang sudah umum digunakan, sedangkan E-Katalog adalah media dengan memanfaatkan teknologi dimana sudah mendukung revolusi industri 4.0 yaitu katalog digital.

2.4 Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan. Untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan, tak cukup hanya mengembangkan model unit perumahaan, menggunakan saluran distribusi dan saluran harga yang tetap, tapi juga didukung oleh kegiatan promosi[1]. Menurut Tjiptono Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran". Adapun yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan[6].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Informasi E-Katalog Promosi

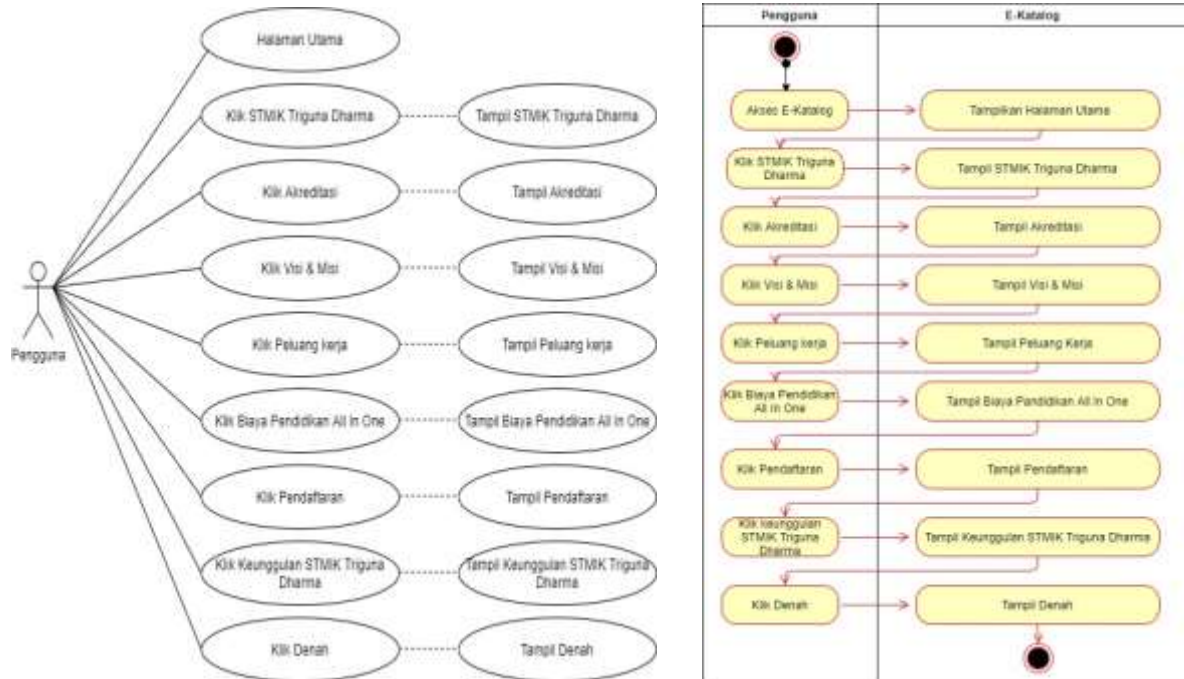
Informasi yang dimuat pada e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma terlihat pada uraian tabel dibawah ini:

Tabel 1. Informasi E-Katalog Promosi

No	Data	Keterangan
1	Nilai Plus Kuliah Di STMIK Triguna Dharma	9 Keunggulan Yang Menjadikan Nilai Plus Kuliah Di Stmik Triguna Dharma.
2	Akreditasi	Seluruh Program Studi Telah Terakreditasi B Oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi.
3	Visi & Misi	Terdiri Dari Visi Misi Institusi Dan 4 Visi Misi Program Studi.
4	Peluang Kerja	Peluang Kerja Dari Masing-Masing Program Studi.
5	Biaya Pendidikan All In One	Biaya Pendidikan Sudah Mencakup Sebuah Biaya Tanpa Biaya Tambahan Seperti Biaya Internet, Biaya Mengikuti Ukm Dan Lain-Lain Serta Mendapatkan Biaya Potongan Bagi Mahasiswa Baru..
6	Pendaftaran	Pendaftaran Langsung Atau Online Bisa Dilakukan, Syarat Yang Mudah Dilengkapi Dan Terdapat 3 Gelombang Penerimaan Mahasiswa Baru Serta Jadwal Perkuliah Dibagi Menjadi 3 Kelas Yaitu Kelas Pagi, Kelas Siang Dan Kelas Malam Sangat Cocok Untuk Kuliah Sambil Kerja..
7	Keunggulan STMIK Triguna Dharma	Terdiri Dari 7 Keunggulan Yang Di Stmik Triguna Dharma.
8	Denah	Jl. Jenderal Besar A.H. Nasution No.73, Kwala Bekala, Kec. Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20146.

3.2 Perancangan E-Katalog

Perancangan terdiri dari 3 yaitu perancangan use case diagram, perancangan activity diagram dan perancangan interface e-katalog promosi. Use case atau diagram use case merupakan pemodelan untuk kelakuan (behavior) sistem informasi yang akan dibuat. Use case mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan di buat. Adapun activity diagram menggambarkan workflow (aliran kerja) atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis atau menu yang ada pada perangkat lunak. Perancangan use case diagram dan activity diagram terlihat seperti gambar dibawah ini :

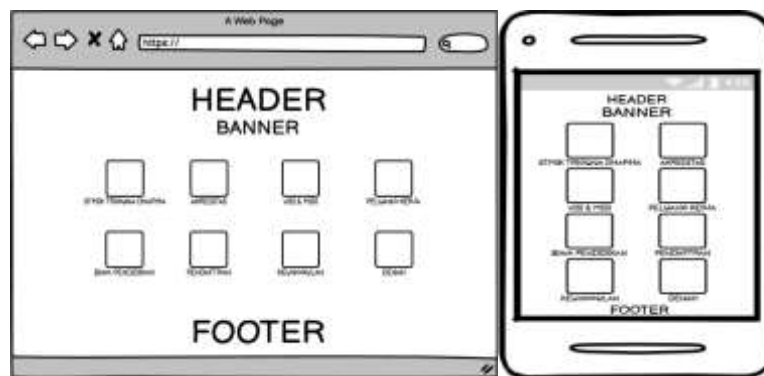


Gambar 3. Use Case Diagram dan Activity Diagram E-Katalog Promosi

Adapun perancangan interface e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma dibagi menjadi 2 yaitu perancangan interface berbasis web dan perancangan interface mobile sebagai berikut:

1. Interface Halaman Utama.

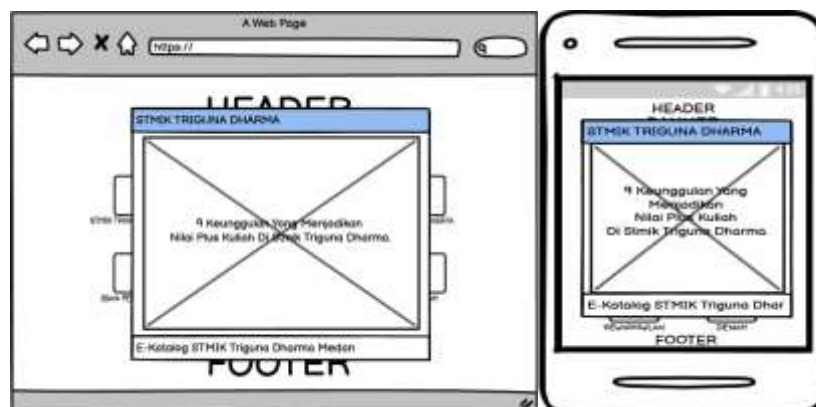
Perancangan interface halaman utama berfungsi untuk mengontrol halaman lainnya yang terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 4. Rancangan Interface Halaman Utama E-Katalog Promosi

2. Interface Halaman STMIK Triguna Dharma.

Perancangan interface halaman STMIK Triguna Dharma berfungsi untuk memuat informasi 9 keunggulan yang menjadikan nilai plus kuliah di stmik triguna dharma yang terlihat seperti gambar dibawah ini.

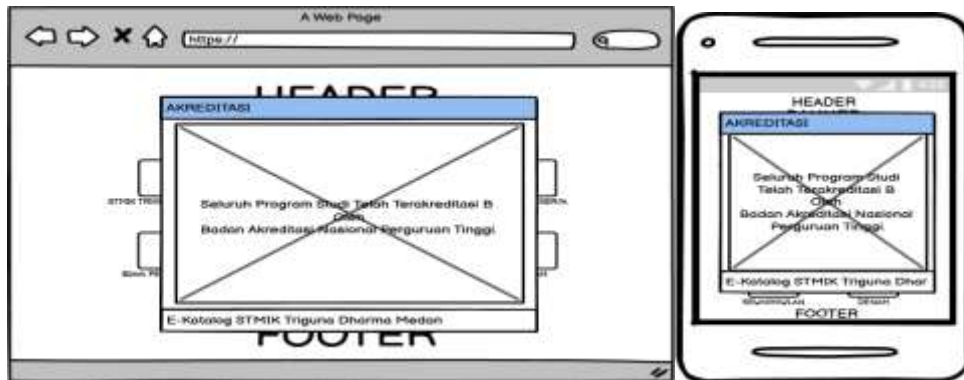


Gambar 5. Rancangan Interface Halaman STMIK Triguna Dharma E-Katalog Promosi



3. Interface Halaman Akreditasi.

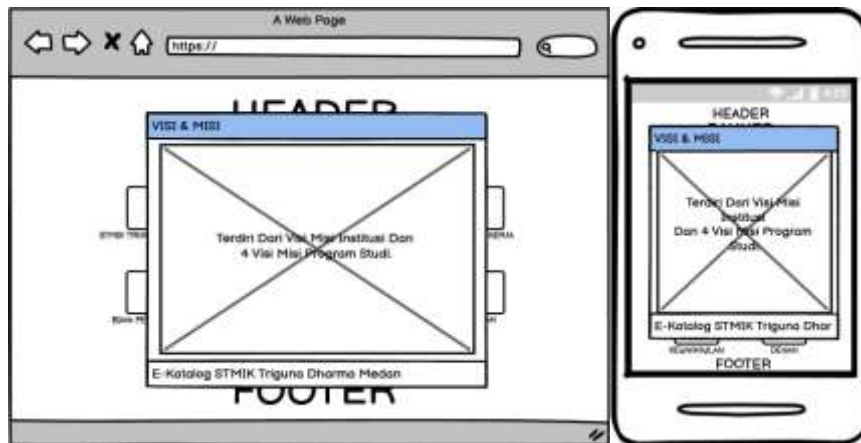
Perancangan interface halaman akreditasi berfungsi untuk memuat informasi seluruh program studi telah terakreditasi b oleh badan akreditasi nasional perguruan tinggi. yang terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 6. Rancangan Interface Halaman Akreditasi E-Katalog Promosi

4. Interface halaman visi & misi.

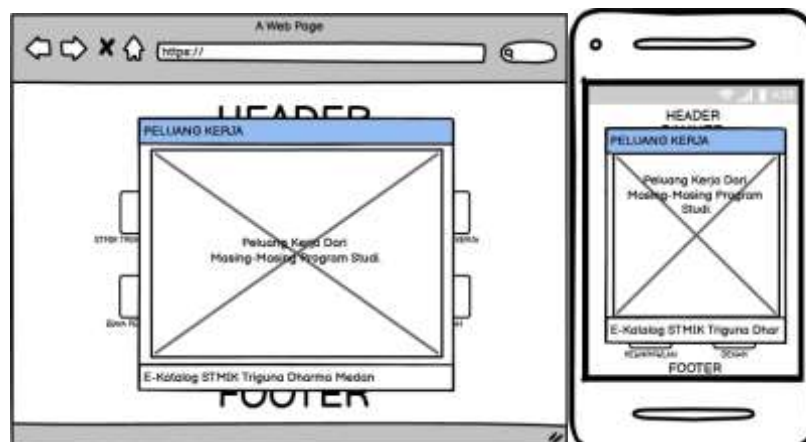
Perancangan interface halaman visi & misi berfungsi untuk memuat informasi terdiri dari visi misi institusi dan 4 visi misi program studi yang terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 7. Rancangan Interface Halaman Visi & Misi E-Katalog Promosi

5. Interface halaman peluang kerja.

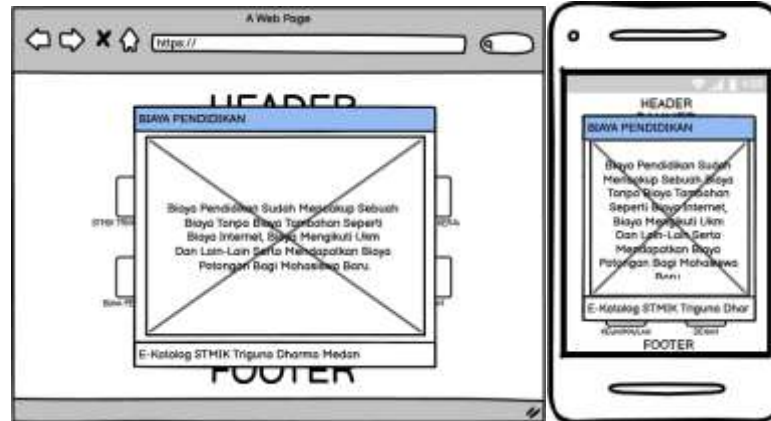
Perancangan interface halaman peluang kerja berfungsi untuk memuat informasi peluang kerja dari masing-masing program studi yang terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 8. Rancangan Interface Halaman Peluang Kerja E-Katalog Promosi

6. Interface halaman biaya pendidikan.

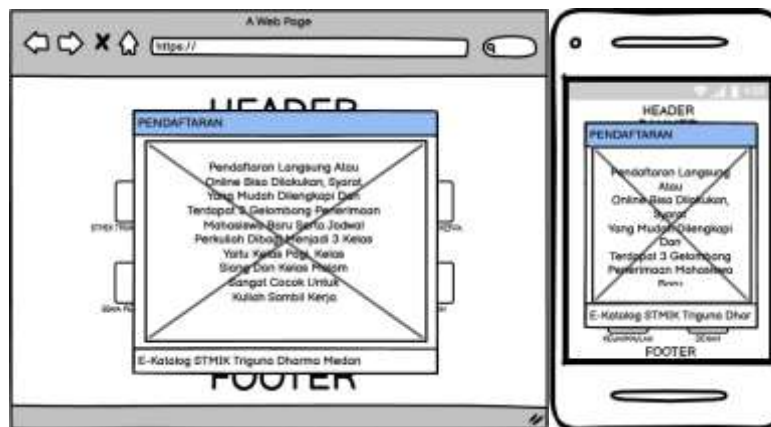
Perancangan interface halaman biaya pendidikan berfungsi untuk memuat informasi Biaya pendidikan sudah mencakup sebuah biaya tanpa biaya tambahan seperti biaya internet, biaya mengikuti ukm dan lain-lain serta mendapatkan biaya potongan bagi mahasiswa baru yang terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 9. Rancangan Interface Halaman Biaya Pendaftaran E-Katalog Promosi

7. Interface halaman pendaftaran.

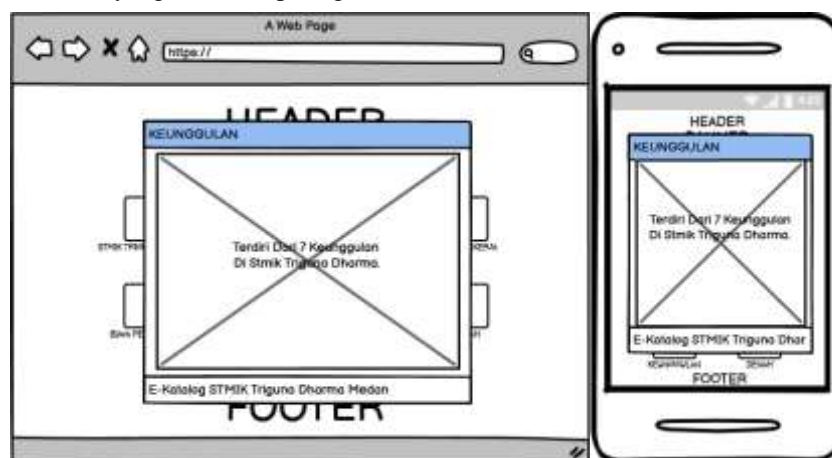
Perancangan interface halaman pendaftaran berfungsi untuk memuat informasi Pendaftaran langsung atau online bisa dilakukan, syarat yang mudah dilengkapi dan terdapat 3 gelombang penerimaan mahasiswa baru serta jadwal perkuliah dibagi menjadi 3 kelas yaitu kelas pagi, kelas siang dan kelas malam sangat cocok untuk kuliah sambil kerja yang terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 10. Rancangan Interface Halaman Pendaftaran E-Katalog Promosi

8. Interface halaman keunggulan.

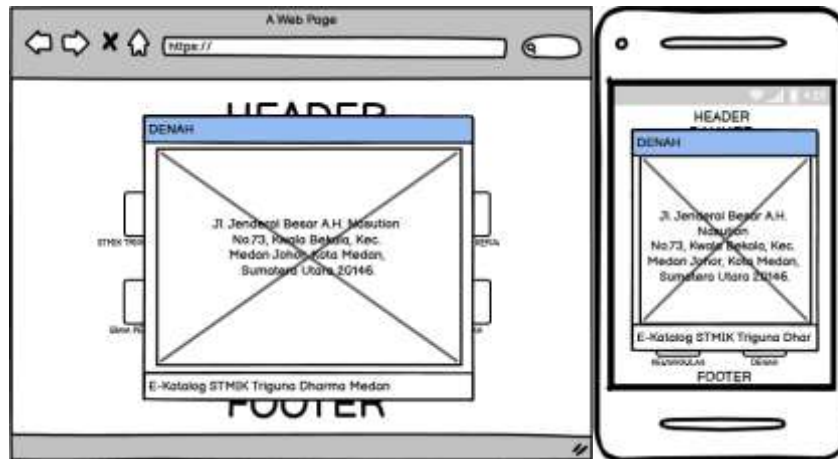
Perancangan interface halaman keunggulan berfungsi untuk memuat informasi Terdiri dari 7 keunggulan di STMIK Triguna Dharma yang terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 11. Rancangan Interface Halaman Keunggulan E-Katalog Promosi

9. Interface halaman denah.

Perancangan interface halaman denah berfungsi untuk memuat informasi 9 Jl. Jenderal Besar A.H. Nasution No.73, Kwala Bekala, Kec. Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20146 yang terlihat seperti gambar dibawah ini.



Gambar 12. Rancangan Interface Halaman Denah E-Katalog Promosi

3.3 Implementasi E-Katalog Promosi

Implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman utama berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 13. Tampilan Halaman Utama E-Katalog Promosi

Adapun implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman STMIK Triguna Dharma berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 14. Tampilan Halaman STMIK Triguna Dharma E-Katalog

Adapun implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman akreditasi berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 15. Tampilan Halaman Akreditasi E-Katalog Promosi

Adapun implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman visi & misi berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 16. Tampilan Halaman Visi & Misi E-Katalog Promosi

Adapun implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman peluang kerja berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 17. Tampilan Halaman Peluang kerja E-Katalog Promosi

Adapun implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman biaya pendidikan berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 18. Tampilan Halaman Biaya Pendidikan E-Katalog Promosi

Adapun implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman pendaftaran berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 19. Tampilan Halaman Pendaftaran E-Katalog Promosi

Adapun implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman keunggulan berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 20. Tampilan Halaman Keunggulan E-Katalog Promosi



Adapun implementasi e-katalog promosi STMIK Triguna Dharma halaman denah berbasis web dan mobile terlihat seperti gambar dibawah ini :



Gambar 21. Tampilan Halaman Denah E-Katalog Promosi

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari suatu penelitian merupakan penjelasan tentang hasil akhir yang menguraikan pencapaian dari tujuan penelitian. Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Permasalahan promosi kampus yang selama ini dilakukan terkesan biasa saja dan kurang menarik, karena media promosi yang digunakan berupa brosur atau media konvensional.
2. Meningkatkan kualitas promosi menjadi lebih baik dengan cara menyenangkan dan efisien yang mampu merangsang minat calon mahasiswa baru yaitu promosi kampus dengan menggunakan media E-Katalog promosi berbasis web dan mobile.
3. E-Katalog yang dirancang tidak menggunakan database.
4. E-Katalog promosi dirancang berbasis web (HTML, CSS dan JavaScript) dan mobile (Android) dengan menerapkan metode User Centered Design.
5. Metode User Centered Design diterapkan pada E-Katalog promosi mampu menghasilkan design interaktif yang lebih menarik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini diantaranya adalah :

1. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi (Dirjen Dikti) Kemenristekdikti,
2. Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Ditlitabmas),
3. Kepala LLDIKTI Wilayah I Medan,
4. Ketua STMIK Triguna Dharma,
5. Ketua PRPM STMIK Triguna Dharma,
6. Rekan-rekan kerja STMIK Triguna Dharma.

REFERENCES

- [1] M. F. R. NST and H. YASIN, "PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN OBAMA PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN," vol. 14, no. 02, p. 135, 2014.
- [2] M. Mesran, "Implementasi Algoritma Brute Force Dalam Pencarian Data Katalog Buku Perpustakaan," *Maj. Ilm. INTI*, vol. 3, no. 1, pp. 100–104, 2014.
- [3] K. Maulida and P. J. Dwi, "Pembuatan Katalog Dengan Aplikasi Coreldraw Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Kunjungan Di Wisata Blayu Lesti Lestari Wajak Malang," *J A B J. Apl. Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 5–8, 2017.
- [4] L. Mangifera, S. N. Dewi, U. M. Surakarta, and U. P. Ambon, "Efektifitas Katalog Sebagai Media Promosi Bagi," pp. 43–47, 2012.
- [5] C. Putnam, E. Rose, and E. J. Johnson, "Adapting User-Centered Design Methods to Design for Diverse Populations," *Adapt. User-Centered Des. Methods to Des. Divers. Popul.*, vol. 5, no. 4, pp. 51–74, 2009.
- [6] Abdillah, Fadhly, D. Adhiguna, and A. Seviana, "Perancangan video profile sebagai media promosi Stmik Cic dengan tehnik motion graphic," *J. Digit*, vol. 7, no. 1, pp. 74–85, 2017.



- [7] V. Sripathi and V. Sandru, "Effective Usability Testing–Knowledge of User Centered Design is a Key Requirement," *Ijetae.Com*, vol. 3, no. 1, pp. 627–635, 2013, [Online]. Available: http://www.ijetae.com/files/Volume3Issue1/IJETAE_0113_102.pdf.
- [8] J. Lai, T. Honda, and M. C. Yang, "A study of the role of user-centered design methods in design team projects," *Artif. Intell. Eng. Des. Anal. Manuf. AIEDAM*, vol. 24, no. 3, pp. 303–316, 2010, doi: 10.1017/S0890060410000211.
- [9] R. Sari, E. Utami, and A. Amborowati, "Rancangan Lowongan Kerja Online Menggunakan Metode User Centered Design (Studi Kasus: Business Placement Center STMIK AMIKOM Yogyakarta)," *Creat. Inf. Technol. J.*, vol. 3, no. 1, p. 62, 2016, doi: 10.24076/citec.2015v3i1.66.
- [10] K. Vredenburg, J. Y. Mao, P. W. Smith, and T. Carey, "A survey of user-centered design practice," *Conf. Hum. Factors Comput. Syst. - Proc.*, vol. 4, no. 1, pp. 471–478, 2002, doi: 10.1145/503457.503460.
- [11] D. Sy, "Adapting usability investigations for agile user-centered design," *J. Usability Stud.*, vol. 2, no. 3, pp. 112–132, 2007.
- [12] I. G. T. Isa and G. P. Hartawan, "Perancangan Aplikasi Koperasi Simpan Pinjam Berbasis Web (Studi," *J. Ilm. Ilmu Ekon.*, vol. 5, no. 10, pp. 139–151, 2017.
- [13] F. Masykur and F. Prasetiyowati, "Aplikasi Rumah Pintar (Smart Home) Pengendali Peralatan Elektronik Rumah Tangga Berbasis Web," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 1, p. 51, 2016, doi: 10.25126/jtiik.201631156.
- [14] 2010. George S. Spais, "Search Engine Optimization (SEO) as a dynamic online promotion technique: the implications of activity theory for promotion managers," *Innov. Mark.*, vol. 6, no. 1, pp. 7–24, 2010.
- [15] R. A. Haryanto, "Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonaldâ€™MS Manado," *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 1, no. 4, pp. 1465–1473, 2013, doi: 10.35794/emba.v1i4.2923.
- [16] A. D. V. Dabbs *et al.*, "Entrepreneurs Serving Entrepreneurs," vol. 27, no. 3, p. 27613, 2010, doi: 10.1097/NCN.0b013e31819f7c7c.User-Centered.
- [17] J. Weenas, "Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta," *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 1, no. 4, pp. 607–618, 2013, doi: 10.35794/emba.v1i4.2741.
- [18] D. I. Desrianti, A. B. Wandanaya, and A. Sumaryani, "Perancangan Media Katalog Sebagai Penunjang Informasi Dan Promosi Pada Cv.Zero Store," *CCIT J.*, vol. 7, no. 2, pp. 280–296, 2014, doi: 10.33050/ccit.v7i2.243.
- [19] H. N. Lengkong, A. A. E. Sinsuw, and A. S. M. Lumenta, "Perancangan Penunjuk Rute Pada Kendaraan Pribadi Menggunakan Aplikasi Mobile Gis Berbasis Android Yang Terintegrasi Pada Google Maps," *J. Tek. Elektro dan Komput.*, vol. 4, no. 2, pp. 18–25, 2015, doi: 10.35793/jtek.4.2.2015.6817.
- [20] J. Andi, "Pembangunan Aplikasi Child Tracker Berbasis Assisted – Global Positioning System (A-GPS) Dengan Platform Android," *J. Ilm. Komput. dan Inform.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–8, 2015, [Online]. Available: elib.unikom.ac.id/download.php?id=300375.
- [21] E. Maiyana, "Pemanfaatan Android Dalam Perancangan Aplikasi Kumpulan Doa," *J. Sains dan Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 54–65, 2018, doi: 10.22216/jsi.v4i1.3409.
- [22] D. W. P. A. P. N. Erri Wahyu Puspitarini, "Game Edukasi Berbasis Android Sebagai Media Pembelajaran Untuk Anak Usia Dini," *JIMP - J. Inform. Merdeka Pasuruan*, vol. 1, no. 1, pp. 46–58, 2016, doi: 10.37438/jimp.v1i1.7.
- [23] A. Trisnadoli, "Jurnal Politeknik Caltex Riau Analisis Kebutuhan Kualitas Perangkat Lunak Pada Software Game Berbasis Mobile," *Anal. Kebutuhan Kualitas Perangkat Lunak Pada Softw. Game Berbas. Mob.*, vol. 1, no. 2, pp. 67–74, 2015.