

Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress Untuk Merancang Website Sebagai Media Promosi pada Maroon Wedding Malang

Dewangga Anjarkusuma P.¹

Bambang Soepeno²

^{1,2}Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹dewangga.anjar@yahoo.co.id

²bsuepeno@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kegiatan promosi perusahaan dengan menggunakan *website*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Tindakan. Website ini dirancang menggunakan *Wordpress*. Untuk mendapatkan data penelitian dengan pembuatan *website* menggunakan metode wawancara, dan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *website* menggunakan cms *Wordpress* memiliki perkembangan yang cukup baik, *website* memiliki tampilan yang menarik dan mudah digunakan sehingga pengguna tidak bingung dalam pengoperasiannya. Untuk meningkatkan area pemasaran perusahaan perlu mengembangkan *website* sebagai media promosi.

Kata-kata kunci : *website*, promosi, CMS *Wordpress*.

Abstract

The goal of this research is to improve the company's promotional activities by using website. To give the solution for company in promotional media development by making the website using CMS Wordpress. The research method used in this research was Action Research. The website was designed using Wordpress. To get feedback about the effectiveness of the website, interview, and questionnaire were developed to find the responses. Besides, observation and documentation were conducted to give more detail views about the success of the website. The result this research shows that website using cms Wordpressproges to website has attractive appearance and easy to use, so we won't be confused to use it. In conclusion to expand the marketing area the company needs to develop of website as a promotional media.

Keywords : *website*, promotional, CMS *Wordpress*.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, *internet* bukan merupakan hal yang baru dan asing lagi di telinga kita. Bahkan *internet* sekarang sudah menjadi kebutuhan karena dengan *internet* kita bisa melihat sisilain dunia luar, tak hanya di dalam negeri bahkan sampai ke luar negeri. Dengan menggunakan *internet* sebenarnya merupakan salah satu solusi yang baik dalam melakukan proses promosi karena dengan melakukakan pemasaran melalui media *internet* tidak ada lagi batasan waktu dan jangkauan pemasarannya lebih luas. Salah usaha yang memerlukan penerapan *internet* sebagai media promosi untuk memperluas daerah pemasarannya yaitu *Maroon Wedding* Malang yang bergerak di bidang pernak pernik pernikahan. Dalam memasarkan produknya selama ini, *Maroon Wedding* Malang melakukan media brosur, kataalag,

proposal, dan lain-lain, maka perlu adanya suatu pengembangan media promosi yang telah ada yaitu dengan membuat *website*.

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah : “ Bagaimana penggunaan aplikasi CMS *Wordpress* untuk perancangan web sebagai media promosi *Maroon Wedding* Malang? ”

Tujuan penelitian ini adalah membuat web yang berkaitan dengan media promosi menggunakan aplikasi CMS *Wordpress*.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengambil beberapa sumber referensi jurnal yang sesuai dengan judul peneliti. Hasil penelitian terdahulu yang menjadi pedoman penulis dalam penelitian ini terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Eko (2012)	“Aplikasi Cms Wordpress Versi 3.0 Untuk Merancang Webside Sebagai Media Promosi Online Di Ndiko”	Dari hasil penelitian <i>website</i> yang menarik untuk media promosi <i>online</i> dengan kriteria informasi yang disajikan pada kelayakan <i>website</i> sebagai media iklan, dan pengaruh <i>website</i> terhadap minat beli konsumen
Utami (2011)	“Analisis Strategi Promosi Online Pt. Pusat Media Indonesia”	Hasil dari tujuan penelitian ini adalah bagaimana membuat rancangan sebuah toko <i>online</i> agar lebih dikenal oleh masyarakat. Penelitian yang dilakukan adalah sebagai sarana promosi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
Sukarsa (2010)	“Pengembangan Plugin Untuk Reservasi Hotel Pada Mesin Cms Wordpress”	<i>Plugin</i> untuk reservasi hotel pada mesin CMS Wordpress ini diimplementasikan dengan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai basis datanya. <i>Plugin</i> untuk reservasi hotel pada mesin CMS Wordpress adalah sebuah <i>plugin</i> yang bisa menangani penambahan data master
Fathoni (2012)	“Aplikasi CMS Wordpress untuk Merancang Webside Sebagai Pengembangan Media Promosi Pada Praja Warnet dan Aksesoris Gresik”	Hasil pengembangan CMS untuk system informasi berbasis online, namun belum ada pengembang CMS yang menyediakan komponen atau fitur sistem informasi berbasis online. Sehingga tujuan penelitian ini adalah pembuatan CMS dan layanan konsultasi.

Jayanti (2012)	“Perancangan Web Sebagai Media Promosi Koleksi Naskah Kuno Minangka Bau Di Museum Adityawarman Sumatera Barat”	Web merupakan media informasi dan promosi dengan cakupan yang luas dan dapat diakses 24 jam oleh publik dan informasinya dapat diupdate dengan cepat serta tidak membutuhkan biaya yang mahal. Diharapkan dengan adanya web, promosi naskah kuno akan lebih mudah dilakukan.
----------------	--	--

Sumber: *Data beberapa penelitian terdahulu diolah, 2013.*

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Internet

“*Internet* adalah kelompok atau kumpulan dari jutaan komputer” (Simarmata, 2010:47). Jadi *Internet* merupakan dua komputer atau lebih yang saling berhubungan membentuk jaringan komputer hingga meliputi jutaan komputer di dunia, yang saling berinteraksi dan bertukar informasi.

Maka dapat disimpulkan *internet* merupakan sarana komunikasi global yang saling menghubungkan orang yang satu dengan orang lain di belahan dunia yang lain. Sehingga memudahkan dalam melakukan hubungan komunikasi.

2.2.2 Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data *teks*, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, *video* dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). (<http://www.baliorange.web.id>)

2.2.3 Unsur-unsur Dalam Penyediaan Web

Untuk menyediakan sebuah *website*, maka kita harus menyediakan unsur-unsur penunjangnya, seperti halnya:

1. Nama *domain* (*Domain name / URL - Uniform Resource Locator*)
Nama *domain* atau biasa disebut dengan *Domain Name* atau *URL* adalah alamat unik di dunia *internet* yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *website*,
Contoh : <http://www.nama situs .com>.
2. Rumah tempat *website* (*Web hosting*)
Pengertian *Web Hosting* dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam *harddisk* tempat menyimpan berbagai data, *file-file*, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di *website*. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya *web hosting* yang

- disewa/dipunyai,
3. Bahasa Program (*Scripts Program*)
Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah *website*.
 4. Desain *website*
Setelah melakukan penyewaan *domain name* dan *web hosting* serta penguasaan bahasa program (*scripts program*), unsur *website* yang penting dan utama adalah desain. Desain *website* menentukan kualitas dan keindahan sebuah *website*.
 5. Publikasi *website*
Keberadaan situs tidak ada gunanya dibangun tanpa dikunjungi atau dikenal oleh masyarakat atau pengunjung *internet*. Karena efektif tidaknya situs sangat tergantung dari besarnya pengunjung dan komentar yang masuk. Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat memerlukan apa yang disebut publikasi atau promosi *website*.
(<http://www.baliorange.web.id>)

2.2.4 World Wide Web

“*World Wide Web (WWW)* biasa disebut Web Merupakan salah satu sumberdaya *internet* yang berkembang pesat” (Kadir, 2003:4). *Internet* sangat berkaitan satu sama lain. *Internet* adalah suatu jaringan komputer global, sedangkan *WWW* bukan sekedar jaringan tetapi memungkinkan suatu teks pendek menjadi acuan untuk membuka dokumen yang lain (Kadir, 2003:4)

2.2.5 Server Web

“*Server web* adalah *server* yang melayani permintaan klien terhadap halaman web, *ISS (Internet Information Server)*, dan *Xitami* merupakan contoh perangkat lunak *web server*” (Kadir, 2003:6).

Server Web adalah komputer yang dikhususkan untuk menaruh data *website*, hanya saja dalam hal ini *server* harus 24 jam *online*, jika tidak maka data tak bisa diakses oleh pengunjung *website*.

2.2.6 Hyper Text Markup Language

Hyper Text Markup Language (HTML) adalah “bahasa komputer yang di gunakan untuk membuat suatu halaman situs” (MADCOMS, 2009:18). Di dalam skema tambahan *HTML* terdapat kekuatan untuk membuat aplikasi-aplikasi *client-server*, multimedia, form, interaktif. *HTML* sebenarnya adalah dokumen *ASCII* atau teks biasa, yang dirancang untuk tidak tergantung pada satu sistem operasi tertentu. Secara teknis, *HTML* didefinisikan sebagai *Standard Generalized Markup Language (SGML)*. Sebuah dokumen *HTML* dapat dikatakan contoh sebuah dokumen *SGL*.

2.2.7 XAMPP

XAMPP adalah sebuah *software web server* apache yang didalamnya sudah tersedia database server

mysql dan support *php programming*. *XAMPP* merupakan *software* yang mudah digunakan, gratis dan mendukung instalasi di *Linux* dan *Windows*. Keuntungan lainnya adalah cuma menginstal satu kali sudah tersedia *Apache Web Server*, *MySQL Database Server*, *PHP Support (PHP 4 dan PHP 5)* dan beberapa module lainnya.(<http://herrypernando.blogspot.com>)

2.2.8 cPanel

cPanel adalah sebuah control panel *web hosting* pada *Linux* yang memberikan tampilan grafis dan peralatan automasi yang dibuat untuk memudahkan proses *hosting* di sebuah situs web. *cPanel* menggunakan 3 tingkat struktur untuk memberikan fungsi administrator, agen, dan pemilik situs web untuk mengatur berbagai macam aspek dari situs web dan administrasi *server* melalui sebuah penjelajah web standar.
(<http://anes73.blogspot.com>)

2.2.9 Content Management System

“*CMS (Content Management System)* adalah *software* yang dibangun khusus untuk membuat toko di dunia maya atau yang sering disebut *e-Commerce*” (MADCOMS, 2011:2) sebuah aplikasi yang bermanfaat mengatur isi sebuah situs web. Dengan aplikasi *content management*, administrator *website* dapat mengatur semua isi di websitenya. Isi *website* dapat berupa tipe berbagai *file*, seperti teks, foto, audio, *video*, dokumen, dan semua tipe *file* yang mampu ditampilkan di *website*.

2.2.10 Wordpress

“*Wordpress* tidak hanya sebagai *blog tool* yang dapat diinstal keserver anda sendiri namun juga menyediakan layanan *hosting blog* gratis sebagai layanan blogger” (Budiarto, 2010:18). Jadi anda memiliki dua opsi yakni menggunakan *Wordpress* untuk *hosting blog* sendiri maupun menumpang *blog gratis* pada www.wordpress.com.

WordPress.com merupakan situs layanan *blog* yang menggunakan mesin *WordPress*, didirikan oleh perusahaan *Automattic*. Dengan mendaftar pada situs *WordPress.com*, pengguna tidak perlu melakukan instalasi atau konfigurasi yang cukup sulit. Sayangnya, pengguna *WordPress.com* tidak dapat mengubah template standar yang sudah disediakan. Artinya, pengguna tidak dapat menambahkan asesori apa pun selain yang sudah disediakan. Meski demikian, fitur yang disediakan oleh *WordPress.com* sudah cukup bagus.

2.2.11 Strategi pemasaran di Internet

Web memiliki banyak sekali informasi mentah di mana orang tidak lagi memiliki waktu untuk memilahnya. Kesuksesan sebuah web tergantung pada :

- a. Desain *Web*
Sebuah web harus kelihatan menarik. Selain itu harus sesuai dengan tujuan web itu dibangun.
- b. Isi

Isi sebuah web juga harus bisa membawa pengunjung bisa menikmatinya.

c. **Promosi Online**

Promosi *online* merupakan kunci sebuah web yang akan banyak dikenal dan dikunjungi oleh pengguna *internet*. (Wahana Komputer,2003:136)

2.2.12 Promosi Penjualan

Promosi Penjualan adalah kegiatan komunikasi pemasaran, selain daripada periklanan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat, dimana insentif jangka pendek memotivasi konsumen dan anggota saluran distribusi untuk membeli barang atau jasa segera, baik dengan harga yang rendah atau menaikkan nilai tambah. (McDaniel, 2001:226)

2.2.13 Tujuan Promosi Penjualan

Tujuan Promosi Penjualan adalah untuk menarik konsumen agar mau mencoba produk baru, memancing konsumen agar meninggalkan produk pesaing, atau untuk membuat konsumen meninggalkan produk yang sudah matang, atau menahan dan memberi penghargaan kepada konsumen yang loyal. (Kotler,2001:173)

2.2.14 Promosi Online

Promosi *online* sudah pasti keharusan bagi pebisnis *online* maupun pebisnis *offline*. Dengan promosi *online* diharapkan produk dikenal kemudian menghasilkan penjualan tinggi, dan konsumen datang berkali-kali. (<http://www.jokosusilo.com>)

2.2.15 Fungsi Web Sebagai Alat Pendukung Promosi

Website adalah alat pendukung promosi, bukan alat promosi utama. Mengakses *website* dibutuhkan koneksi *internet* dan komputer. Ini sangat berbeda dengan media promosi utama lain: kartu nama, poster, stiker, *banner*, *brosur*, media cetak (koran, majalah, tabloid, dll) dan media elektronik (radio dan tv). Jadi isi *website* tidak boleh sekedar memindahkan isi media promosi lain menjadi situs. (www.sunaryohadi.info)

2.2.16 Merancang Situs Web yang Menarik

Saat ini situs yang berbasis teks sangat membosankan bagi pengunjung web karena adanya gambar, suara dan animasi yang saat ini bisa ditambahkan sebagai bahan untuk menarik perhatian konsumen. Situs web yang efektif menonjolkan 7 unsur, meliputi :

1. *Context* (konteks), adalah tata letak.
2. *Content* (isi), adalah teks, gambar, suara, dan *video* yang termuat dalam situs.
3. *Community* (komunitas), adalah kemampuan situs untuk berkomunikasi pengguna ke pengguna.
4. *Customization* (kustomisasi), adalah kemampuan situs untuk merancang dirinya supaya sesuai dengan kebutuhan berbagai pemakai atau untuk memberi kesempatan pemakai membuat lebih pribadi situs itu.
5. *Communication*, adalah cara situs membuat

mampu berkomunikasi situs ke pengguna, pengguna ke situs, atau komunikasi dua arah.

6. *Connection* (hubungan), adalah kadar keterhubungan situs tertentu dengan situs lain.

7. *Commerce* (perdagangan), adalah kemampuan situs membuat mampu bertransaksi komersial. (Kotler, 2008:246)

3. Metodologi

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Kegiatan ini dilakukan untuk membuat suatu aplikasi web di *Maroon Wedding* Malang. Aplikasi yang digunakan merupakan salah satu CMS (Content Management System). Dalam menanggapi web perusahaan ini, semua hal yang menyangkut promosi ikut serta dibuat. Jadi dalam pembuatan web difokuskan kegiatannya meliputi pengembangan promosi *Maroon Wedding* Malang. Pembuatan web perusahaan dilakukan dengan menggunakan aplikasi Wordpress yang dapat digunakan dengan mudah.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian Action Research (penelitian tindakan). “Penelitian tindakan adalah suatu pencerminan terhadap kegiatan yang sengaja dimunculkan, dan terjadi dalam sebuah kelas”. (Arikunto, 2006:91) serta dilanjutkan penelitian deskriptif , “yaitu suatu penelitian deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan apa yang telah dilihat, ditanyakan dan informasi yang diperolehnya.” (Sugiyono, 2010: 28).

3.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan *sampel* dengan pertimbangan tertentu. Misalnya penelitian tentang kualitas makanan, maka sumber datanya adalah orang yang ahli makanan. (Sugiyono, 2010:122)

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif deskriptif ini, metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *action research*. Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan atau prosedur analisis data penelitian tindakan ini adalah dengan menggunakan 2 siklus.

4. Pembahasan

4.1 Pengujian Sistem/Desain

Pengujian desain ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai *website Maroon Wedding* Malang untuk mengetahui apakah *website*

merupakan salah satu media promosi tambahan *Maroon Wedding* Malang. Berikut ini merupakan daftar pernyataan yang di ajukan :

1. Layout yang disajikan memudahkan anda untuk mengerti konten ditampilkan.
2. Tampilan *font/* teks dan *image/* gambar yang disajikan sudah sesuai dari tema website kami.
3. *Website* sudah sesuai dengan kebutuhan pemakai.
4. *Website* dapat menjadi sarana komunikasi, baik antar pengguna dan pemilik.
5. Bahasa yang digunakan dalam *Website* mudah di mengerti.
6. Ada keterhubungan *Website* dengan situs eksternal perusahaan (*Facebook, Twitter, Google+,* dan *YM*).
7. *Website* dapat menjadi media promosi dan mampu menjadi media transaksi komersial.

Adapun kriteria penilaian baik atau tidaknya video profil produk yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. Daftar Tabel Kriteria

Skor	Kriteria
0 – 40%	Sangat Tidak Setuju
> 40% - 50%	Tidak Setuju
> 50% - 65%	Cukup
> 65% - 75%	Setuju
> 75%	Sangat Setuju

Sumber: *Panduan Skripsi D-IV, 2013*

4.2.1 Siklus Pertama

Dalam pengujian siklus pertama penulis melakukan uji kepada pengguna *website* www.cvmaroonwedding.com kepada pengguna, yang di maksud pengguna dalam penelitian ini adalah pemilik dan para ahli (ahli komputer dan *marketing*). Berikut adalah hasil kuisioner pada siklus pertama :

Tabel 3. Tabel Penyebaran Kuesioner Kepada Ahli *Marketing*, Ahli Komputer dan pemilik

Pertanyaan	Responden							Jumlah	Rata-rata
	R1	R2	R3	R3	R5	R6	R7		
Pertanyaan 1	5	5	5	4	4	4	5	32	4,57
Pertanyaan 2	5	1	2	5	5	4	4	26	3,71
Pertanyaan 3	2	3	4	4	5	4	4	26	3,71
Pertanyaan 4	5	4	5	4	5	3	5	31	4,42
Pertanyaan 5	2	5	5	5	4	4	5	30	4,28
Pertanyaan 6	4	4	5	5	5	3	4	30	4,28
Pertanyaan 7	3	1	2	5	5	4	4	24	3,42

Sumber: *Data diolah, 2013.*

Dari hasil penyebaran kuesioner pertama dari total jumlah rata-rata mengatakan bahwa hasil dari penyebaran kuesioner atau uji kelayakan sudah baik. Tetapi dalam siklus pertama ini masih terdapat atau hal-hal yang dianggap kurang pas dalam pembuatan *Website* seperti ketepatan tampilan layout, salah

ketik, dan belum sesuai dengan kebutuhan pemakai. Berikut adalah penyajian data dari setiap pertanyaan pada kuisioner tersebut diatas:

4.2.2 Siklus Kedua

Melihat adanya kekurangan yang belum memenuhi syarat sebagai program yang baik dalam hasil kuisioner siklus 1, maka perlu adanya perbaikan program dan untuk pengujian dilakukan kepada pengguna, yang di maksud pengguna dalam penelitian ini adalah pemilik dan para ahli (ahli komputer dan *marketing*). Berikut adalah hasil kuisioner setelah adanya perbaikan:

1. *Layout* yang disajikan memudahkan anda untuk mengerti konten ditampilkan

Tabel 4. Hasil kuisioner pertanyaan pertama

Responden							Jumlah	Rata-rata
R1	R2	R3	R3	R5	R6	R7		
5	5	5	4	4	4	5	32	4,57

Sumber: *Data diolah, 2013.*

Berdasarkan hasil kuisioner diatas sebesar 57% menyatakan kalau tampilan layout www.cvmaroonwedding.com sudah sangat baik maka dan sisahnya 43% menyatakan baik. Maka dapat disimpulkan dari segi tatanan *layout website Maroon Wedding* Malang sudah baik dan sudah tidak ada perbaikan.

2. Tampilan *font/* teks dan *image/* gambar yang disajikan sudah sesuai dari tema *website* kami.

Tabel 5. Hasil kuisioner pertanyaan kedua

Responden							Jumlah	Rata-rata
R1	R2	R3	R3	R5	R6	R7		
5	4	5	5	5	4	4	32	4,57

Sumber: *Data diolah, 2013.*

Berdasarkan hasil kuisioner diatas sebesar 57% menyatakan kalau tampilan teks dan gambar www.cvmaroonwedding.com sudah sangat baik maka dan 43% menyatakan baik. Dari hasil evaluasi ada kekelituan dari penulis dalam memasukkan gambar dalam artikel, dari gambar yang keliru adalah tertukarnya gambar artikel dari agama Kristen dan Katolik dan gambar dari artikel tersebut sudah diganti dan disesuaikan dengan semestinya.

3. *Website* sudah sesuai dengan kebutuhan pemakai.

Tabel 6. Hasil kuisioner pertanyaan ketiga

Responden							Jumlah	Rata-rata
R1	R2	R3	R3	R5	R6	R7		
5	5	4	4	5	4	4	31	4,42

Sumber: *Data diolah, 2013.*

Berdasarkan hasil kuesioner diatas sebesar 15% kesesuaian *website* www.cvmaroonwedding.com dengan pemakai sudah sangat baik, 57% menyatakan baik, dan ada 14% responden menyatakan cukup baik, tetapi 14% menyatakan tidak baik. Oleh sebab itu akan dilakukan perbaikan dengan kesesuaian dengan pemakai. Dari hasil evaluasi kurangnya plugin *login* yang digunakan agar pemilik mengetahui siapa saja yang menjadi *member* di dalam web tersebut dan bila ada info yang seperti paket penawaran khusus bisa di sampaikan melalui *email*. Dari hasil siklus kedua ini penulis sudah menambahkan *plugin* yang bisa membuat *login member* pada web www.cvmaroonwedding.com.

4. *Website* dapat menjadi sarana komunikasi, baik antar pengguna dan pemilik.

Tabel 7. Hasil kuesioner pertanyaan keempat

Responden							Jumlah	Rata-rata
R1	R2	R3	R3	R5	R6	R7		
5	4	5	4	5	3	5	31	4,42

Sumber: *Data diolah, 2013.*

Berdasarkan hasil kuesioner diatas sebesar 57% kesesuaian web untuk menjadi media komunikasi melalui *website* www.cvmaroonwedding.com dengan pemakai sudah sangat baik maka, 29% menyatakan baik, dan 14% responden menyatakan cukup baik. Maka dapat disimpulkan dari segi komunikasi *website Maroon Wedding* Malang sudah baik dan sudah tidak ada perbaikan.

5. Bahasa yang digunakan dalam *Website* mudah dimengerti.

Tabel 8. Hasil kuesioner pertanyaan kelima

Responden							Jumlah	Rata-rata
R1	R2	R3	R3	R5	R6	R7		
4	5	5	5	4	4	5	32	4,57

Sumber: *Data diolah, 2013.*

Berdasarkan hasil kuesioner diatas sebesar 59% bahasa yang di gunakan dalam *website* www.cvmaroonwedding.com dengan pemakai sudah sangat baik dan 29% menyatakan baik, tetapi 14% menyatakan tidak baik. Oleh sebab itu akan dilakukan perbaikan dengan kesesuaian bahasa yang digunakan. Dari hasil evaluasi diketahui bahwa judul artikel kurang pas seperti “Memilih Tanggal Pernikahan Menurut Budha”, hal ini di rasa kurang pasa dan akan dilakukan perbaikan. Dalam melakukan perbaikan penulis mengganti judul artilek “Memilih Tanggal Pernikahan Menurut Budha” menjadi “Memilih Tanggal Pernikahan Menurut Agama Budha”

6. Ada keterhubungan *Website* dengan situs eksternal perusahaan (*Facebook, Twitter, Google+, dan YM*)

Tabel 9. Hasil kuesioner pertanyaan keenam

Responden							Jumlah	Rata-rata
R1	R2	R3	R3	R5	R6	R7		
4	4	5	5	5	3	4	30	4,28

Sumber: *Data diolah, 2013.*

Berdasarkan hasil kuesioner diatas sebesar 43% keterhubungan *website* dengan situs ekstern *website* www.cvmaroonwedding.com sudah sangat baik maka, 43% menyatakan baik, dan 14% responden menyatakan cukup baik. Maka dapat disimpulkan dari segi keterhubungan *website* dengan situs ekstern perusahaan *Maroon Wedding* Malang sudah baik dan sudah tidak ada perbaikan.

7. *Website* dapat menjadi media promosi dan mampu menjadi media transaksi komersial.

Tabel 10. Hasil kuesioner pertanyaan ketujuh

Responden							Jumlah	Rata-rata
R1	R2	R3	R3	R5	R6	R7		
5	4	5	5	5	4	4	32	4,57

Sumber : *Data diolah ,2013)*

Berdasarkan hasil kuesioner diatas sebesar 29% media transaksi dan promosi *website* www.cvmaroonwedding.com dengan pemakai sudah sangat baik, 29% menyatakan baik, dan 14 % menyatakan cukup baik tetapi 14% menyatakan tidak baik dan 14% Menyatakan sangat tidak baik. Oleh sebab itu akan dilakukan perbaikan mengenai media transaksi dan promosi. Dari hasil evaluasi diketahui bahwa judul penulisan nama Bank dari Bank BNI menjadi Bank BRI. Setelah melakukan siklus kedua penulis mengganti nama Bank dari BNI menjadi Bank BRI

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Pembuatan program aplikasi CMS *Wordpress* untuk merancang *website* sebagai pengembangan media promosi pada *Maroon Wedding* Malang dapat dikatakan sebagai situs *website* yang baik karena konteks, isi, komunitas, kustomisasi, komunikasi, hubungan, perdagangan ini dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi secara mendetail, memudahkan untuk menghubungkan dengan pihak perusahaan dan dapat menarik perhatian untuk melakukan kunjungan ulang pada *website* perusahaan. Hal ini telah dibuktikan dengan melakukan pengujian dari para ahli marketing dan komputer. Dari hasil penelitian tersebut web ini bisa di katakan layak untuk dijadikan media promosi.

5.2 Saran

Saran ini diberikan penulis untuk mendukung program aplikasi CMS *Wordpress* yang telah dirancang dan saran untuk pengembangan usaha *Maroon Wedding* Malang ke depan agar berkembang dengan baik.

1. Isi *website* tentang adanya perubahan harga maupun jenis produk agar supaya selalu di-*update*.
2. Proses pelayanan penjualan secara *online* lebih ditingkatkan supaya dapat memenuhi kebutuhan pesanan dengan baik.
3. Mengikuti perkembangan CMS *Wordpress* sehingga dapat menambah komponen yang diperlukan sebagai pelengkap *website* supaya *website* lebih interaktif dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Balebengong, 2007, *Pengertian Website dan Unsur-unsurnya.html*. (<http://www.balebengong.net/topik/teknologi> Diakses 27 Maret 2013)
- Balebengong, 2007. *Pengertian Website website webhosting dan domainname*. (<http://www.baliorange.web.id/pengertian-website-webhosting-domainname> Diakses 27 Maret 2013)
- Budiarto, Raden. 2010. *Wordpress, Not just A blog!*. Yogyakarta: Andi
- Daimler, Yohanes Christomas, 2012. *Pengenalan cPanel yang terdapat dalam html* (<http://anes73.blogspot.com/2012/03/pengenalan-cpanel-yg-terdapat-dalam.html> Diakses 27 Maret 2013)
- Eko, Heri Eko, 2012. *Aplikasi Cms Wordpress Versi 3.0 Untuk Merancang Website Sebagai Media Promosi Online Di Ndiko*
- Fathoni, Muhammad, 2012. *Aplikasi CMS Wordpress untuk Merancang Webside Sebagai Pengembangan Media Promosi Pada Praja Warnet dan Aksesoris Gresik*
- Hadi, Sunaryo, 2013. *Fungsi Website sebagai Alat Pendukung Promosi*. (<http://www.sunaryohadi.info> Diakses 27 Maret 2013)
- Jayanti, Susan 2012. *Perancangan Web Sebagai Media Promosi Koleksi Naskah Kuno Minangkabau Di Museum Adityawarman Sumatera Barat. Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan Vol 1* (<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&ved=0C> DwQFjAC&url=http%3A%2F%2Fportalgaruda.org Diakses 15 Mei 2013)
- Joko Susilo, 2010. *5 Strategi Promosi Online untuk Pebisnis Online Pemula*. (<http://www.jokosusilo.com/2010/02/02/5-strategi-promosi-online-untuk-pebisnis-online-pemula> Diakses 27 Maret 2013)
- Kadir, Abdul. 2003. *Pemograman WEB Mencakup: HTML, CSS, JavaScript & PHP*. Yogyakarta: Andi
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- MADCOMS. 2011. *Sukses Membangun Toko Online dengan E-Commerce*. Yogyakarta: Andi
- Pernando, Herry, 2013. *XAMPP* (<http://herrypernando.blogspot.com/2013/04/xampp.html> Diakses 27 Maret 2013)
- Ridwan, Adriani, 2013. *Definisi dan karakteristik HTML* (<http://adriyani-ridwan.blogspot.com/2013/04/definisi-dan-karakteristik-html-http.html> Diakses 27 Maret 2013)
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA
- Sukarsa, I Made. 2010. *Pengembangan Plugin Untuk Reservasi Hotel Pada Mesin Cms Wordpress, Pengembangan Plugin Vol 9* (<http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CDYQFjAC&url> Diakses 15 Mei 2013)
- Utami, Anisa. 2011. *Analisis Strategi Promosi Online Pt. Pusat Media Indonesia*.
- Wahana Komputer. 2003. *Promosi Efektif dengan Web*. Yogyakarta: Andi