

## IMPLEMENTASI WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KEDIRI TOWN SQUARE

Gilang Priambodo<sup>1</sup>, Dibyo Adi Wibowo<sup>2</sup>, Husain Hammam Arrosyid<sup>3</sup>, Moch. Sjamsul Hidajat<sup>4</sup>,  
Zudha Pratama<sup>5</sup>, Didik Hermanto<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Program Studi Teknik Infromatika (Kampus Kota Kediri), Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

---

### Artikel Info

**Kata kunci:**

Teknologi  
*Company profile*  
Internet  
Promosi  
Website

---

### ABSTRAK

Perkembangan zaman yang begitu pesat, hingga semua bidang mengalami pekembangan yang sangat besar. Perkembangan tersebut diikuti dengan adanya campur tangan manusia dan teknologi. Mulai adanya bantuan robot, program komputer yang membantu kinerja manusia, hingga program yang bisa di remote atau dikenalikan dari jarak jauh. Dampak dari adanya perkembangan teknologi, semua kegiatan produksi yang dilakukan manusia dapat berjalan dengan lebih efektif dan manusia juga akan terbantu. Dampak dari adanya perkembangan teknologi yang begitu pesat, salah satu nya adalah adanya penggunaan website dan internet sebagai media informasi dan media promosi. Bukan hanya di lingkup masyarakat, perkembangan ini juga dirasakan oleh perusahaan yang mungkin juga di tuntut untuk mengikuti perkembangan yang begitu pesat. Oleh karena itu, dengan adanya teknologi yang semakin maju, pada laporan kerja praktik kali ini akan melaporkan proyek *company profile* sebuah perusahaan berbasis website sebagai media informasi dan promosi dengan menggunakan metode pengembangan agile serta membahas bagaimana alur proses pembuatannya. Dengan menggunakan metode agile, tingkat fleksibilitas yang baik. Website ini memiliki fitur home, about us, event, dan shops. Website dingangun untuk memudahkan masyarakat dalam mencari informasi tentang Kediri Town Square.

---

*Penulis Korespondensi :*

Gilang Priambodo  
Program Studi teknik Informatika (Kampus Kota Kediri)  
Fakultas Ilmu Komputer  
Universitas Dian Nuswantoro  
611202100027@mhs.dinus.ac.id

---

### 1. PENDAHULUAN

Website merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi. Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Secara garis besar, website bisa digolongkan menjadi 2 bagian yaitu website statis dan website dinamis. [1]. Company Profile adalah sebuah aset suatu lembaga

atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya [2]. Company profile adalah identitas dari suatu Perusahaan, baik dalam bidang jasa maupun produk yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengigatkan kepada pelanggan tentang perusahaan [3]. Pada penelitian ini penulis akan menjelaskan bagaimana membuat company profile berbasis website, bagaimana membuat profil interface yang interaktif sebagai media informasi dan promosi sebuah perusahaan.



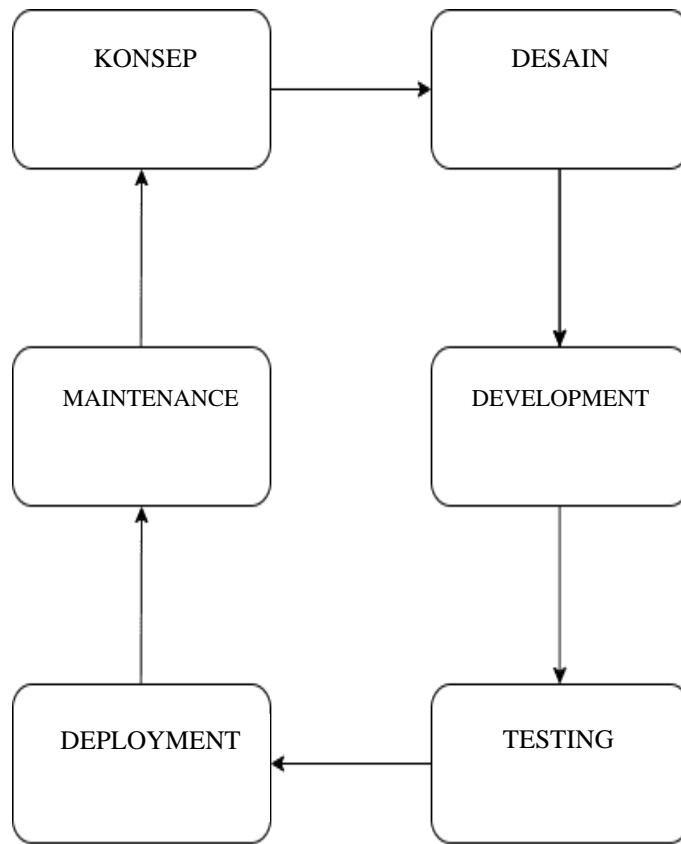
## 2. METODE

### 2.1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian survei. Peneliti melakukan survei terhadap kondisi area town square atau pusat perbelanjaan yang ada di kota Kediri yaitu Kediri, survei yang dilakukan meliputi survei sirkulasi pengunjung, media informasi yang digunakan untuk mengakses informasi tentang Kediri town square, dan tingkat kepuasan pengunjung, survei dilakukan untuk mendapatkan data sesuai fakta di lapangan.

### 2.2 Metode Pengembangan

Dalam proses pengembangan sistem ini menggunakan SLDC(System Development Life Circle). SLDC adalah proses logika yang digunakan oleh seorang analis sistem untuk mengembangkan sebuah sistem informasi yang melibatkan requirements, validation, training dan pemilik sistem [4].

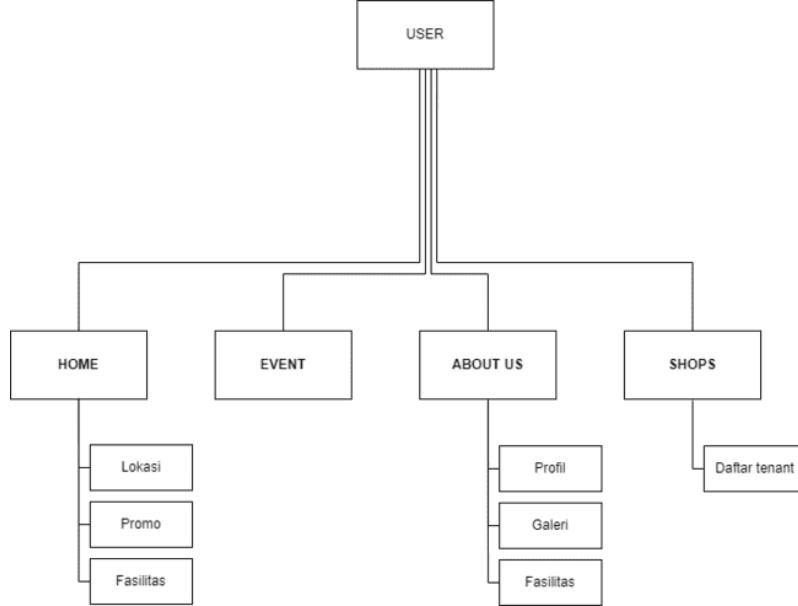


Gambar 1. Tahapan pengembangan SDLC metode agile

1. Konsep  
dalam tahapan ini penulis mengidentifikasi konsep dari aplikasi yang akan dibuat dan dikembangkan sehingga dapat mencapai sasaran yang telah ditentukan.
2. Desain  
Dalam tahapan ini penulis membuat desain dari aplikasi tersebut agar tampilan dapat diimplementasikan ke dalam desain sesuai kebutuhan dari user.
3. Development  
Dalam tahapan ini penulis mulai membuat susunan kode.
4. Testing  
Dalam tahapan testing penulis akan melakukan uji coba terhadap program yang telah dibuat agar error yang ada dapat diperbaiki sebelum tahapan selanjutnya akan dilakukan.
5. Deployment  
Dalam tahapan ini penulis melakukan deployment atau meluncurkan aplikasi yang telah dibuat.
6. Maintenance  
Dalam tahapan ini penulis melakukan maintenance untuk melakukan update dan perawatan berkala.

### 2.3 Konsep

Pada tahap ini penulis menjelaskan bagaimana konsep website dari sisi user serta alur dari proses website.

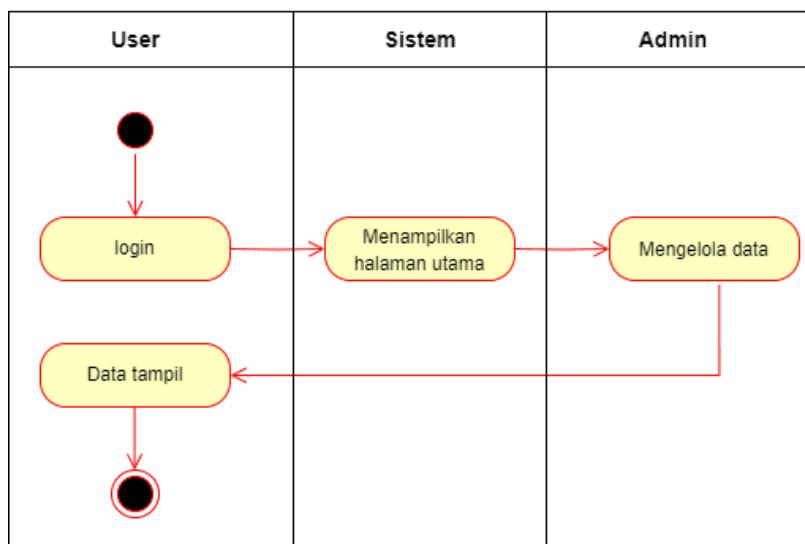


Gambar 2. Struktur tampilan user

Diagram ini menguraikan struktur konseptual suatu website dari perspektif pengguna (*user*) dan proses yang terkait dengannya. Pada sisi pengguna, website menyediakan beberapa halaman utama, yaitu HOME, EVENT, ABOUT US, dan SHOPS, yang berfungsi sebagai navigasi inti untuk mengakses informasi dan layanan. Selain itu, terdapat beberapa kategori tambahan, seperti Local, Print, Data/Instant, Proto, Oshiri, dan Fastlist, yang kemungkinan besar merupakan fitur atau layanan spesifik yang ditawarkan kepada pengguna.

Di sisi administrasi, diagram mencakup komponen Sistem dan Admin, yang mengindikasikan adanya struktur *backend* untuk pengelolaan konten, data, dan fungsionalitas website. Selain itu, terdapat beberapa status operasional, yaitu Final, Replace, Select, dan Editing, yang mungkin digunakan dalam proses pengembangan atau pemeliharaan website untuk menandai tahapan revisi, persetujuan, atau perubahan konten.

Secara keseluruhan, diagram ini memberikan kerangka kerja yang jelas mengenai arsitektur website, mencakup aspek antarmuka pengguna (*frontend*) dan manajemen sistem (*backend*), serta alur kerja yang terkait dengan pengelolaan konten. Pemahaman terhadap struktur ini penting untuk memastikan fungsionalitas, navigasi, dan efisiensi administrasi website.



Gambar 3. Diagram aktivitas

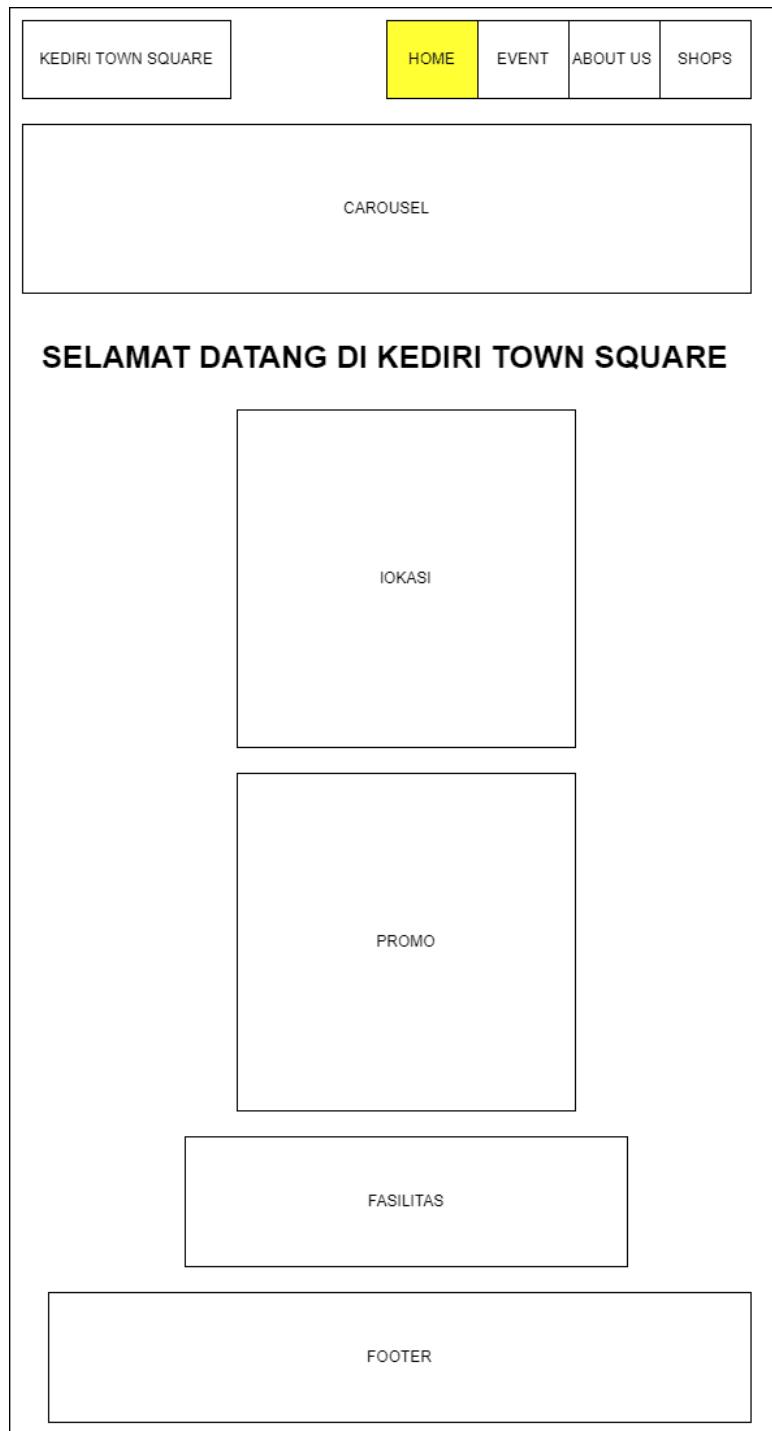
Diagram aktivitas pada Gambar 3 menjelaskan alur interaksi antara tiga komponen utama sistem, yaitu User, Sistem, dan Admin. Proses dimulai ketika User melakukan login untuk mengakses sistem, yang kemudian



direspons oleh Sistem dengan menampilkan halaman utama beserta data yang relevan. Di sisi lain, Admin berperan dalam mengelola data, termasuk memodifikasi, menambah, atau menghapus informasi yang nantinya akan ditampilkan kepada User melalui Sistem. Diagram ini menggambarkan hubungan dinamis antar komponen, di mana setiap entitas memiliki peran spesifik namun saling terkait untuk memastikan sistem berfungsi secara optimal. Melalui ilustrasi ini, dapat dipahami bahwa kolaborasi antara User, Sistem, dan Admin merupakan fondasi penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang lancar dan efisien.

### 3. PEMBAHASAN HASIL

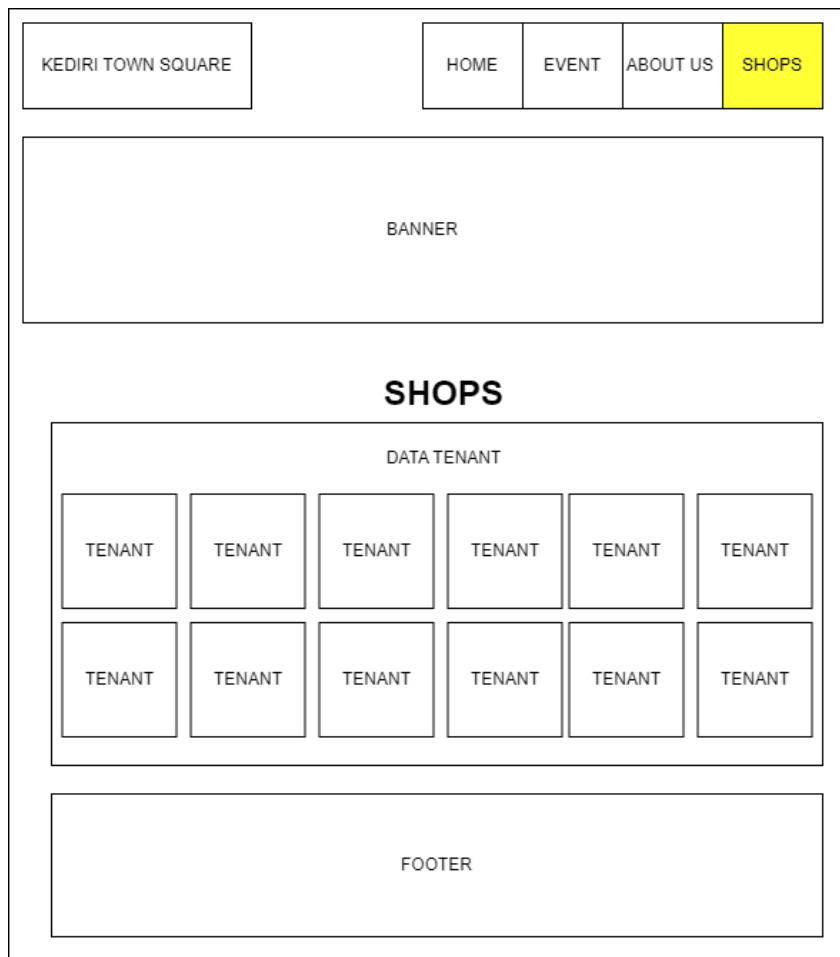
#### 3.1 Tampilan Interface



Gambar 4. Desain kerangka halaman home



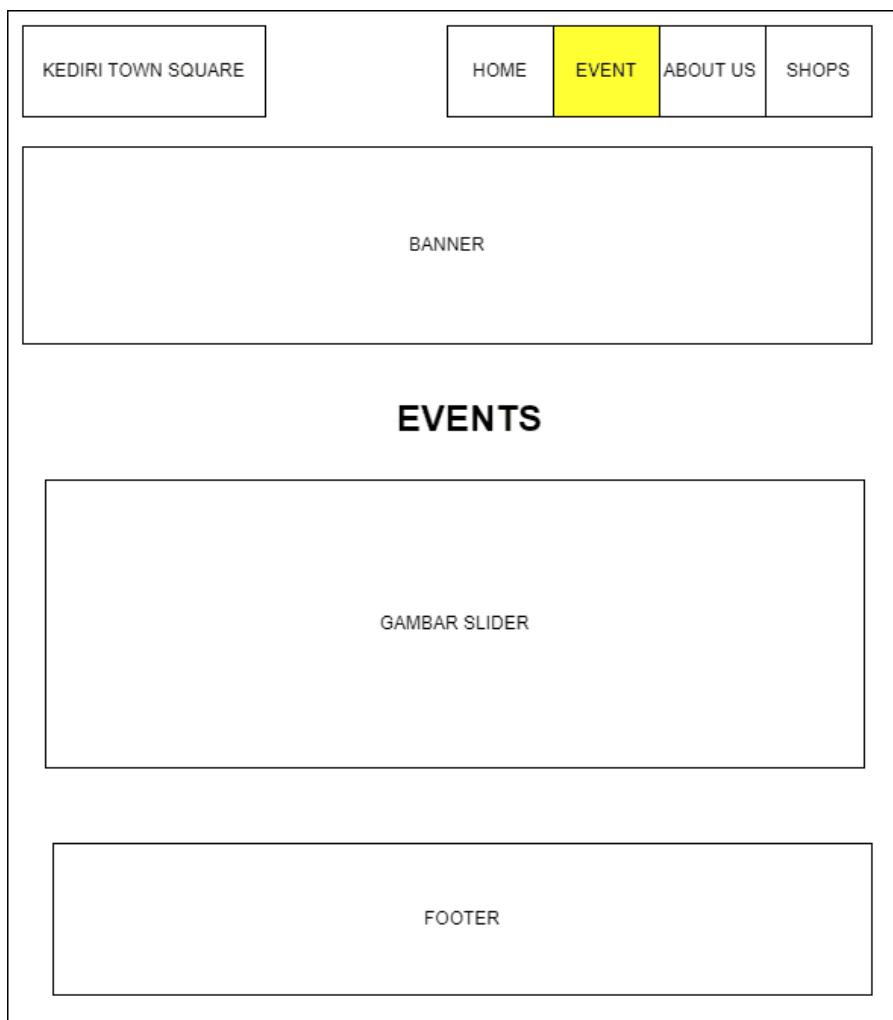
Website Kediri Town Square menampilkan struktur yang jelas dan mudah dinavigasi, dirancang untuk memberikan informasi lengkap sekaligus pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Halaman utama website ini menampilkan menu navigasi yang mencakup HOME sebagai titik awal, EVENT untuk informasi acara terkini, ABOUT US yang memperkenalkan profil mal, serta SHOPS yang menampilkan daftar toko. Elemen visual CAROUSEL menjadi daya tarik utama, biasanya menampilkan promosi atau highlight khusus dengan tampilan bergulir yang menarik. Sambutan hangat "SELAMAT DATANG DI KEDIRI TOWN SQUARE" menjadi pengantar yang ramah bagi pengunjung digital. Bagian informatif menyajikan tiga komponen penting: LOKASI untuk panduan alamat dan aksesibilitas, PROMO yang memuat berbagai penawaran menarik, serta FASILITAS yang menjelaskan kelengkapan sarana pendukung. Keseluruhan konten ditutup dengan FOOTER yang berisi informasi legal dan kontak. Desain ini mencerminkan pendekatan modern dalam tata letak website komersial, menyeimbangkan antara fungsi informasi, kemudahan navigasi, dan daya tarik visual untuk melayani kebutuhan berbagai pengguna dengan efektif.



Gambar 5. Desain halaman shops

Halaman Shops pada website Kediri Town Square dirancang dengan tampilan yang sederhana namun informatif, terutama untuk menampilkan data tenant atau toko yang beroperasi di dalam mall. Bagian utama halaman ini didominasi oleh daftar Data Tenant yang ditampilkan secara berulang, menunjukkan fokus utama pada penyajian informasi lengkap mengenai berbagai tenant yang tersedia. Struktur yang repetitif ini mengindikasikan kemungkinan penggunaan template yang konsisten untuk setiap entri tenant, memastikan keseragaman tampilan dan kemudahan dalam memperbarui data.

Di bagian bawah halaman, terdapat Footer yang berfungsi sebagai penutup standar, biasanya berisi informasi kontak, tautan bermanfaat, atau hak cipta. Desain keseluruhan halaman ini, sebagaimana tercantum dalam Gambar 5, menekankan fungsionalitas dan kemudahan akses bagi pengguna yang ingin menjelajahi opsi belanja di Kediri Town Square. Dengan tata letak yang jelas dan tidak berlebihan, halaman ini memudahkan pengunjung untuk menemukan tenant pilihan mereka secara efisien.



Gambar 6. Desain kerangka halaman event

Halaman Event pada website Kediri Town Square dirancang untuk memberikan informasi terkini mengenai berbagai acara dan kegiatan yang diselenggarakan di mal tersebut. Tampilan halaman ini menampilkan elemen-elemen kunci yang mudah dikenali, dimulai dengan Gambar Slider sebagai visual utama yang menarik perhatian pengunjung, biasanya menampilkan foto atau poster acara terkini. Bagian Events menjadi inti dari halaman ini, berisi daftar lengkap acara yang sedang atau akan berlangsung, disajikan dengan format yang jelas dan informatif.

Navigasi halaman tetap konsisten dengan menu utama seperti HOME, EVENT, ABOUT US, dan SHOPS, memastikan pengguna dapat dengan mudah beralih ke bagian lain website. Selain itu, kehadiran menu Banker (yang mungkin merujuk pada layanan perbankan atau partner finansial) menunjukkan integrasi layanan tambahan yang terkait dengan acara-acara tertentu. Halaman ini ditutup dengan Footer standar yang berisi informasi kontak dan tautan penting.

Desain keseluruhan halaman Event, seperti terlihat pada Gambar 6, menggabungkan elemen visual yang menarik dengan tata letak yang fungsional, sehingga pengunjung dapat dengan cepat menemukan informasi acara tanpa kesulitan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna tetapi juga mendukung promosi efektif berbagai kegiatan yang diselenggarakan di Kediri Town Square.

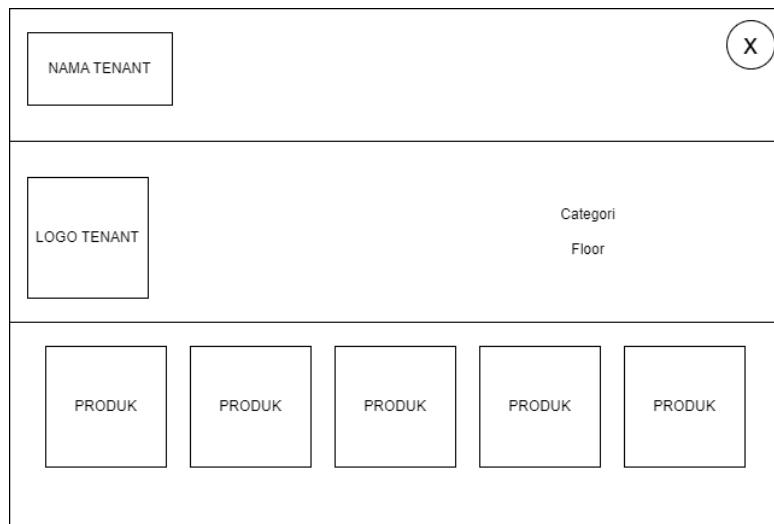


Gambar 7. Desain struktur halaman about us

Halaman About Us/Tentang Kami pada website Kediri Town Square menyajikan profil lengkap dan identitas mal secara terstruktur. Bagian ini diawali dengan Carousel visual yang kemungkinan menampilkan gambar-gambar representatif tentang fasilitas, suasana, atau pencapaian mal. Konten utama dibuka dengan judul Tentang Kami yang diikuti oleh Deskripsi Kediri Town Square - berisi narasi informatif mengenai sejarah, visi-misi, keunggulan, atau nilai-nilai yang diusung oleh pengelola mal.

Elemen Galeri menjadi penyajian visual pendukung, menampilkan koleksi foto atau video yang memperkuat citra mal. Sementara bagian Fasilitas menjelaskan secara rinci berbagai sarana pendukung yang tersedia untuk pengunjung, seperti area parkir, toilet, musala, atau layanan khusus.

Seperti halaman lainnya, navigasi tetap konsisten dengan menu utama (HOME, EVENT, ABOUT US, SHOPS) dan diakhiri dengan Footer standar. Desain halaman ini menggabungkan teks informatif dengan elemen visual yang menarik, menciptakan keseimbangan antara penyampaian identitas brand dan pengalaman browsing yang menyenangkan bagi pengunjung website.



Gambar 8. Desain kerangka profil tenant

Halaman Profil Tenant pada website Kediri Town Square menampilkan tampilan khusus untuk memperkenalkan masing-masing toko atau tenant secara detail. Bagian atas halaman menonjolkan Logo Tenant sebagai identitas visual utama, diikuti dengan informasi Kategori yang mengelompokkan tenant berdasarkan jenis usaha, serta opsi Filter untuk memudahkan pengunjung menyaring produk atau layanan tertentu.

Bagian utama halaman didominasi oleh daftar Produk yang ditampilkan secara berulang, menunjukkan beragam item yang ditawarkan oleh tenant tersebut. Penyajian produk dalam format yang konsisten ini memungkinkan pengunjung untuk dengan mudah membandingkan dan memilih item yang diinginkan.

Desain halaman ini, seperti terlihat pada Gambar 8, mengutamakan fungsionalitas dan kemudahan navigasi, dengan tata letak yang bersih dan terorganisir. Kombinasi antara elemen visual (logo) dan informasi terstruktur (kategori, filter, daftar produk) menciptakan pengalaman berbelanja digital yang informatif dan efisien bagi pengunjung. Halaman ini tidak hanya memperkenalkan tenant secara komprehensif tetapi juga mendorong interaksi pengguna melalui penyajian produk yang menarik.

### 3.2 Implementasi

#### 1. Tampilan Home

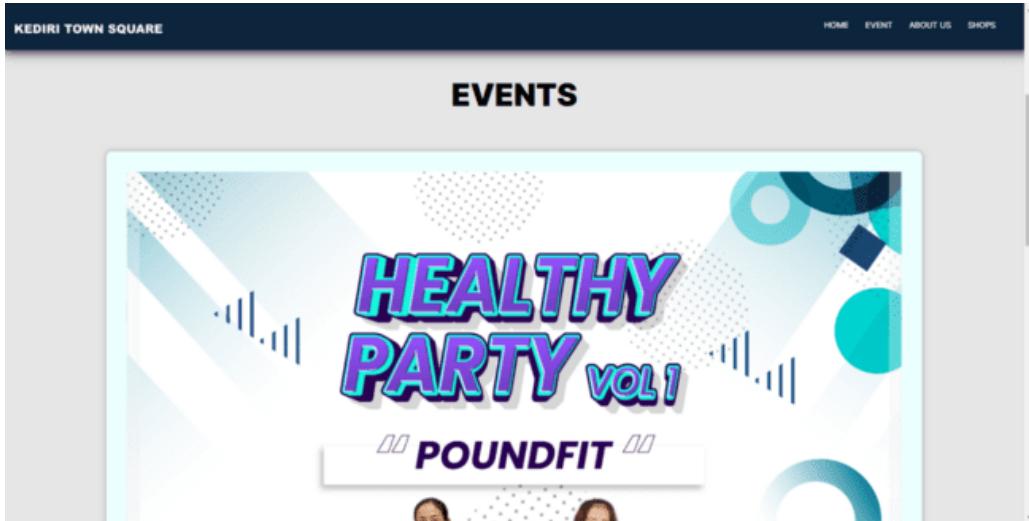


Gambar 9. Tampilan halaman home

Pada bagian Home terdapat beberapa blok menu yang tersedia. Menu yang ditampilkan mulai dari lokasi Kediri Town Square, promo, dan fasilitas yang tersedia. Pada saat user membuka website Kediri Town Square, user akan melihat tampilan awal Home.



## 2. Tampilan Event



Gambar 10. Tampilan halaman event

Pada page event user bisa melihat update event terbaru yang akan diselenggarakan oleh Kediri Town Square. Pada page ini, user hanya bisa melihat.

## 3. Tampilan About Us

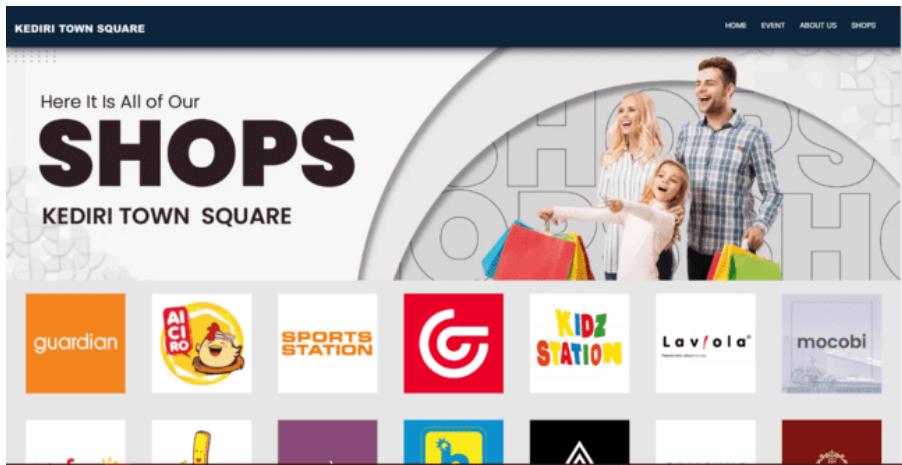
Kediri Town Square adalah pusat perbelanjaan keempat di Kota Kediri, Jawa Timur, Indonesia. Mall ini didirikan pada tahun 2011 dan terdiri dari 2 lantai dengan lahan yang luas. Kediri Town Square menjadi salah satu pusat perbelanjaan favorit masyarakat Kediri dan sekitarnya. Mall ini berdiri dibawah naungan PT. Panca Permata Pejaten. Kediri Town Square bukan hanya tempat untuk berbelanja, tetapi juga menjadi pusat kegiatan dan acara. Mall ini sering menjadi tempat penyelenggaraan berbagai event seperti pameran, bazaar, dan festival. Kediri Town Square juga menjadi tempat bagi para pelaku usaha kecil dan menengah untuk mempromosikan produk mereka melalui pameran UMKM. Kediri Town Square memiliki aksesibilitas yang baik dan mudah dijangkau dari berbagai daerah di Jawa Timur. Mall ini menjadi salah satu destinasi belanja dan rekreasi yang populer di Kota Kediri dan sekitarnya. Selamat berkunjung ke Kediri Town Square

Gambar 11. Tampilan about us

Halaman *about us* yang akan menampilkan deskripsi tentang Kediri Town Square dan pada galeri terdapat beberapa dokumentasi, isi atau tenant serta event yang ada di Kediri Town Square. Saat user menggeser ke bawah, maka akan ada tampilan galeri yang isinya beberapa dokumentasi kegiatan dan produk yang ada di Kediri Town Square.



#### 4. Tampilan shops



Gambar 12. Tampilan shops

Pada page Shop, user bisa melihat apa saja tenant atau stand yang ada di Kediri Town Square. Pada saat user membuka page Shops pada menu navbar , maka website akan memuat data tenant yang ada di Kediri Town Square.



Gambar 13. Tampilan profil tenant

Pada saat gambar sudah termuat, user dapat membuka produk yang ada di tenant, didalam daftar terdapat beberapa tampilan isi dari tenant. User dapat berinteraksi dengan gambar, jika gambar diklik maka akan menampilkan produk-produk yang disediakan dari tenant tersebut. Pada gambar 4.21 adalah tampilan website Kediri Town Square dari layar gadget.

#### 4. KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan dan saran antara lain:

- Mampu menciptakan *company profile* berbasis website sebagai media informasi dan promosi yang dapat diimplementasikan oleh Kediri Town Square.
- Dengan adanya *company profile* berbasis website ini akan mempermudah Kediri Town Square dalam menyampaikan informasi dan promosi kepada seluruh masyarakat dan mudah untuk digunakan.
- Diharapkan, setelah website telah launching akan ada update fitur seperti adanya *online shops*, informasi pendaftaran karyawan, serta layanan konsultasi untuk tenant baru.
- Diharapkan admin/petugas dapat mengupdate terus isi dari website tersebut secara berkala dan teratur.



## REFERENCES

- [1] A. Adelheid, Website No, 1 Cara Mudah Bikin Website Dan Promosi, Yogyakarta: Mediakom, 2015.
- [2] L. N. D. & A. F. Sunarya, "VIDEO PROFILE SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI STUDIO SATU PT. MEDIA TELEVISI INDONESIA," *Creative Education of Research in Information Technology and Artificial Informatics*, pp. 1-17, 2017.
- [3] a. A. O. P. D. K. K. Dewo, "CHOOL LIBRARY VIDEO COMPANY PROFILE BERBASIS MULTIMEDIA DALAM UPAYA KONSTRUKSI CITRA PERPUSTAKAAN," *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, pp. 31-40, 2019.
- [4] M. Sri, Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah, Bandung: ABDI SISTEMATIKA, 2016.
- [5] Alom, S. S., & Satu, N. S. (2022). Digital Customer Experience in Shopping Malls: A UX Design Perspective. *Journal of Retail and Consumer Services*, 64, 102829. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102829>
- [6] Chen, Y., & Wang, R. (2021). Optimizing E-Commerce Navigation: The Role of Carousel Design in User Engagement. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(8), 732-745.
- [7] Fadhilah, A., & Putra, P. H. (2023). Website Design for Shopping Malls: Case Study of Kediri Town Square. *Indonesian Journal of Information Systems*, 5(2), 112-128.
- [8] Google. (2023). Mobile UX Design Principles for Retail Websites. *Google Web Fundamentals*. <https://developers.google.com/web/fundamentals/design-and-ux>
- [9] Harrell, F. (2020). Navigation Systems in Commercial Websites: Best Practices. *UX Collective*. <https://uxdesign.cc/navigation-systems-best-practices>
- [10] Kurniawan, D., & Lee, J. (2022). Tenant Profiling Systems in Digital Mall Platforms. *Journal of Property Management*, 41(3), 45-60.
- [11] Nielsen, J. (2019). Usability Heuristics for Web Design. Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
- [12] Pradana, R., et al. (2023). The Impact of Visual Hierarchy on User Retention in Indonesian E-Commerce. *International Conference on Digital Design*.
- [13] Sari, M., & Thompson, E. (2021). Footer Design Effectiveness in Information Retrieval. *Journal of Web Engineering*, 19(4), 301-320.
- [14] Smith, A. (2022). Filtering Systems in Online Shopping: A UX Case Study. *Smashing Magazine*. <https://www.smashingmagazine.com/2022/05/filtering-systems-ux/>
- [15] Tanuwijaya, S., et al. (2020). Digital Transformation of Shopping Malls in Southeast Asia. *SpringerBriefs in Business*.
- [16] UX Planet. (2023). The Psychology Behind Carousel Design. <https://uxplanet.org/carousel-design-psychology>
- [17] W3C. (2022). Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2. <https://www.w3.org/TR/WCAG22/>
- [18] Wijaya, B., & Zhang, L. (2021). Tenant-Centric Design for Mall Websites. *Proceedings of the 14th International Retail Conference*.
- [19] Yusuf, M., & Kim, H. (2023). Mobile-First Design for Retail Spaces: Lessons from Indonesian Markets. *Journal of Digital Commerce*, 12(1), 78-95.