BAB II. PERANCANGAN INFORMASI KEDAI RAMEN CEMEN MELALUI MEDIA *WEBSITE*

II.1 Mie Ramen

Jepang adalah salah satu negara yang masih melestarikan dan memelihara kebudayaan lokal dengan sungguh-sungguh. Begitupun dengan kuliner nya, sehingga kebudayaan lokalnya sangat kuat dan mampu masuk ke berbagai negara, salah satunya adalah Indonesia. Seperti halnya Indonesia, Jepang merupakan negara yang kaya akan jenis kuliner, banyak kuliner khas Jepang yang sudah tidak asing lagi bagi lidah masyarakat Indonesia, seperti ramen, sushi, udon, dan lain sebagainya. Mie ramen adalah salah satu kuliner khas Jepang yang digemari oleh banyak masyarakat Indonesia. Ini terlihat dari semakin banyaknya restoran yang menyediakan menu ramen dengan beraneka ragam keunikannya.

Satori Sanadi (2016) mengatakan bahwa:
Ramen merupakan olahan makanan khas Jepang berbahan dasar mie yang berkuah. Ciri – ciri umum mie ramen dapat dilihat dari bentuk mie nya yang tipis dan berwarna kuning. Dan mie yang digunakan biasanya memiliki diameter lebih kecil bila dibandingkan dengan mie instant yang ada di Indonesia. Mie ramen ini biasanya dipadukan dengan kuah yang terbuat dari berbagai macam kaldu, lalu diatasnya diberi pelengkap yang biasa disebut *topping.*

II.1.1 Asal Usul Ramen

Ramen merupakan makanan yang memiliki sejarah panjang Michael (2016) mengatakan bahwa menurut catatan sejarah, *Tokugawa Mitsukuni* sering disebut sebagai orang Jepang yang pertama kali mencicipi ramen. Masakan mie kuah ala Tiongkok dipersembahkan untuk *Tokugawa* oleh seorang ilmuwan dari negeri Cina yang sedang dalam pengasingan dari dinasti *Ming*. Awalnya ramen hanya disebarkan melalui pedagang-pedagang kaki lima hingga akhirnya seorang imigran dari tiongkok membangun sebuah restoran lalu memasukan ramen ke dalam menu restoran nya. Menu – menu ramen yang dimasukan diantaranya adalah *Tanmen, Miso Ramen, dan Shio ramen.* Berawal dari hal tersebut Ramen

pun semakin populer di Jepang. Bagi orang Jepang, di setiap daerah mempunyai ciri khas Ramen masing – masing sehingga menjadi daya tarik pariwisata tersendiri. Pemerintah daerah di Jepang pun lalu mulai mempromosikan keunikan ramen yang terdapat di wilayahnya untuk membangkitkan perekonomian. Promosi dilakukan lewat artikel di majalah-majalah. Salah satu promosi yang dianggap berhasil adalah promosi *Saporro* Ramen yang mengundang banyak wisatawan asing dan domestik untuk datang ke *Hokkaido*. Sampai akhirnya ramen menjadi mendunia dan masuk ke Indonesia.

II.1.2 Ramen di Indonesia

Ramen merupakan makanan khas Jepang yang baru-baru ini populer di Indonesia. Dan Kedai ramen pun mulai banyak bermunculan, terutama di kota Bandung. Awalnya ramen tidak begitu populer di Indonesia, namun seiring dengan arus globalisasi serta banyaknya konten majalah dan media lainya yang memuat kultur Jepang, juga tayangan – tayangan kartun Jepang di televisi. Melalui tayangan tersebut ramen berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia**.** Dengan masuknya tayangan-tayangan asal Jepang, ini telah mampu menarik minat para penontonnya untuk mengikuti gaya hidup mereka, yaitu mengkonsumsi ramen. Hal ini juga di didukung oleh *event* – *event* festival kebudayaan Jepang yang banyak di selenggarakan secara rutin. Berawal dari *stand* – *stand* ramen kecil yang selalu ada di dalam *event* festival Jepang hingga sekarang kedai – kedai ramen banyak bermunculan. George Solt (2014) menyatakan bahwa, "ramen merupakan makanan khas Jepang yang berhasil menembus pasar global dan menjadi fenomena di berbagai negara selama 2 dekade kebelakang karena keunggulannya. Dan berhasil mempromosikannya melalui gaya hidup seperti *anime* dan *video games"* (h.185).

II.2 Macam – macam Ramen

Kuah ramen mempunyai banyak sekali variasi rasa yang ditentukan oleh jenis-jenis kaldu yang digunakan, bumbu dan lauk yang ditambahkan di atas mie. Bahan-bahan produksi lokal dari berbagai daerah sering digunakan untuk menghasilkan rasa lokal yang khas dan disukai oleh penduduk Jepang. Tidak

hanya di Jepang, kedai ramen di Indonesia pun sekarang menyajikan beberapa kuah khas Jepang tersebut. Kaldu untuk kuah bisa diambil dari campuran berbagai bahan seperti tulang babi, tulang sapi, tulang ayam, *katsuobushi*, *sababushi*, *niboshi, konbu*, kacang kedelai, jamur shiitake, bawang bombay atau daun bawang. Dion (2014) menyatakan bahwa, Ramen bisa digolongkan berdasarkan jenis-jenis kuah. berikut jenis-jenis kuah ramen yang populer di Jepang ataupun di Indonesia yakni, kuah rasa kecap asin, kuah rasa *tonkotsu*, kuah rasa *shio* (garam) dan kuah rasa miso.

- Kuah *shoyu* (kecap asin Jepang)

Shoyu dalam bahasa indonesia berarti saus kecap. Jenis ramen ini bercita rasa asin, hampir sama seperti *shio* ramen, namun rasa asin yang dihasilkan dari kuah ini bukan berasal dari garam tetapi berasal dari saus kecap.



Gambar II.1 Kuah Shoyu
(Sumber:http://www.tastyislandhawaii.com/images12/ramen/myojo_shoyu_broth.jpg)

Ciri-ciri dari ramen jenis ini adalah kuahnya yang bening, namun di beberapa kedai ramen, kuah ini berwarna hitam kecoklatan cerah karena sudah ditambah rempah – rempah lain. Mie yang digunakan adalah jenis mie tipis yang bergelombang, tidak setebal mie jenis ramen *shio*. Lauk tambahan paling umum

yang disajikan bersama *shoyu* ramen diantaranya rebung, nori, *fishcake* (sejenis pempek), telur rebus, daun bawang dan juga tauge.

- Kuah *tonkotsu* (tulang babi)

Tonkotsu dalam bahasa Indonesia berarti tulang babi, maka dari itu ramen *tonkotsu* adalah ramen yang menggunakan kaldu dari tulang babi. Ramen jenis ini masih jarang ditemui di Indonesia karena mayoritas warga Negara Indonesia adalah muslim. Ciri – ciri dari kuah jenis ini adalah kuah nya berwarna putih pekat dan teksturnya yang kental.



Gambar II.2 Kuah Tonkotsu
(Sumber: https://2.bp.blogspot.com/-MvmZo9n8w-8/VwQdMQHp5WI/AAAAAAAAAII/etT-ad_H1E04-MLWi_-kkHVpKtSA012Tg/s640/18618.jpg)

- Kuah *shio* (garam)

Shio dalam bahasa Indonesia berarti garam. *Shio* merupakan jenis ramen tertua, juga menjadi kuah favorit di beberapa daerah di Jepang. Ciri-ciri dari Kuah *shio* yaitu kuah nya yang berwarna kekuningan dengan rasa yang lebih asin dari jenis ramen lainnya. Mie yang digunakan untuk disajikan bersama kuah *shio* umumnya adalah mie tebal yang bentuknya lurus memanjang.



Gambar II.3 kuah Shio
(Sumber: http://blog-imgs-42.fc2.com/t/o/k/tokyofood/2011120111591518e.jpg)

Lauk pelengkap yang digunakan dalam penyajian *shio* ramen ini biasanya adalah potongan daging ayam, daun bawang, beberapa sayuran dan *nori*. (rumput laut).

- Kuah *miso*

Miso ramen adalah sajian ramen dengan kuah yang di campur dengan pasta *miso* dan kaldu ayam ataupun babi. *Miso* ramen cukup populer di Indonesia, namun kaldu yang digunakan umumnya adalah kaldu ayam.



Gambar II.4 Kuah Miso
(Sumber: https://ryurhuneey.files.wordpress.com/2012/03/sup-miso.jpg?w=593)

Ciri khas dari ramen ini memiliki kuah yang lebih kental berwarna kuning kecoklatan, karena terbuat dari pasta *miso* yang dicampur dengan kaldu ayam atau ikan terkadang kaldu daging babi. Rasa gurihnya lebih kuat dari ramen lainnya. Mie yang digunakan pun biasanya tebal, keriting dan tidak terlalu kenyal bila dibandingkan dengan mie yang digunakan oleh kuah ramen lain. Di Indonesia sendiri sudah banyak rumah makan Jepang yang menyediakan berbagai macam menu ramen. Tentu ramen yang disajikan di Indonesia telah disesuaikan dengan budaya lokal sehingga tidak menggunakan unsur babi dalam pengolahanya.

II.3 *Fusion Cuisine*

Setiap negara memiliki masakan khas nya masing-masing, Jepang dengan masakan Jepang, Thailand dengan masakan Thai, dan Korea dengan masakan Korean. Masing-masing Negara memiliki ciri khas tersendiri, beberapa jenis makanan yang cukup mempresentasikan ciri Negara Jepang seperti sashimi, tempura, sushi, shabu-shabu dan sukiyaki. *Fusion cuisine* memang sedang populer baru-baru ini, menggabungkan 2 tipe kuliner yang berbeda menjadi satu, tentunya kuliner ini menawarkan sensasi baru di lidah masyarakat. Pada dasarnya, pengolahan dan penyajian *fusion food* difokuskan pada unsur penataan yang artistik serta kombinasi antara bahan dan teknik memasak yang unik. memasak secara *fusion* adalah praktik menggabungkan makanan dan gaya memasak dari berbagai daerah untuk menciptakan hidangan dengan rasa baru. Yunita (2012) menyatakan bahwa, Masakan *fusion* ini populer mulai tahun 1970 – an *fusion food* ini memadukan rempah – rempah dari berbagai daerah, menjadikan nya satu untuk menciptakan rasa baru yang unik. Teknik memasak ini biasanya dijauhi oleh orang-orang yang kental akan budaya nya. *Fusion cuisine* adalah perpaduan masakan yang mengabungkan unsur bahan-bahan makanan dan juga teknik memasak yang berbeda secara regional. Sedangkan menurut Chef Findex Tengker (2012) "*fusion cuisine* adalah perpaduan masakan yang mengabungkan unsur bahan-bahan makanan dan juga teknik memasak yang berbeda secara regional".

David Farbacher (2014) mengatakan bahwa, *Fusion food* ini di bagi menjadi 3 jenis, yang pertama adalah mengkombinasikan satu jenis makanan yang berasal dari suatu negara dengan gaya penyajian dari negara lain. Contoh pada fusion

kategori ini adalah, masakan Cina yang dikombinasikan dengan sentuhan akhir bergaya Jepang atau Korea. Sehingga menciptakan suasana baru yang berbeda dari masakan aslinya. Kedua adalah mengkombinasikan 2 jenis masakan dari 2 negara dengan cita rasa budaya yang berbeda untuk menghasilkan menu baru. Contohnya masakan asli Jawa Barat yang diolah menggunakan teknik memasak dari Negara lain. Jenis Fusion ketiga adalah menkombinasikan makanan dari 2 negara yang berbeda dalam satu sajian secara bersamaan, contohnya bermacam - macam jenis makanan dari berbagai daerah disajikan dalam satu wadah yang sama. Masakan fusion pada intinya menerapkan pendekatan pengembangan hidangan tradisional dengan mengganti bahan – bahan dan atau bumbu yang sama sekali berbeda dari gaya hidangan asal atau aslinya, untuk menghasilkan satu hal yang baru.

II.4 Ramen Cemen

Ramen Cemen adalah kedai Ramen yang mengangkat *fusion food* sebagai menu utamanya. Ramen Cemen memulai usaha kedai ramen pada bulan November Tahun 2011 dengan kedai pertamanya di Bandung. Sekarang, di tahun 2016 Ramen Cemen telah membuka kedai di beberapa daerah untuk memperluas jangkauan pasarnya, Juga untuk memperkenalkan *fusion* ramen kepada masyarakat. Ramen cemen memiliki 12 kedai yang tersebar di daerah Bandung, Jakarta, Bekasi, Cirebon dan Indramayu.



Gambar II.5 Logo Ramen Cemen
(sumber : *Stock* Ramen Cemen)

Ramen Cemen menyediakan berbagai menu ramen yang tentunya sudah disesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Menu ramen yang disediakan

oleh Ramen Cemen ini diantaranya adalah, Ramen Ayam (*Tori Karage Ramen*), Ramen Seafood (*Gyoka Rui Ramen*), *Wakame* Ramen (omelet rumput laut) dan lain-lain. Menu yang disediakan pun akan selalu diperbaharui menyesuaikan dengan tren yang sedang berlangsung. Ramen Cemen juga selalu memperhatikan kualitas makanan dan pelayanannya agar konsumen merasa puas.

Selain mie ramen, Ramen Cemen juga menyediakan menu *dessert pancake* durian yang memiliki berbagai jenis rasa, diantaranya yaitu rasa original, matcha (teh hijau), durian, dan taro. Ramen Cemen sudah bergerak di bidang usaha restoran selama kurang lebih 5 tahun, dengan berlatar belakang pendidikan kuliner, berasal dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Nama Ramen Cemen sendiri merupakan singkatan dari Ceritanya Ramen, nama ini diambil karena ramen cemen ini tidak sepenuhnya mengambil 100% konsep ramen dari Jepang, akan tetapi ramen ini telah dimodifikasi dan telah disesuaikan dengan cita rasa Indonesia. Maka dari itu diputuskanlah nama Cemen sebagai nama ramen khas Indonesia ini. Bahan baku yang digunakan pun sebagian besar merupakan bahan baku yang berasal dari Indonesia sedangkan sisanya menggunakan bahan baku impor.



Gambar II.6 Kedai Ramen Cemen
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2016)

Gambar di atas merupakan salah satu kedai ramen cemen yang berlokasi di jalan Singaperbangsa no.49 Bandung. Kedai ini menyediakan 8 meja dengan kapasitas 2 orang per meja, dan sebuah ramen bar yang berkapasitas untuk 3 orang. Suasana

Jepang diciptakan melalui dekorasi dan ornamen-ornamen khas Jepang, warna cat dan material dari meja dan kursi yang digunakan.

II.4.1 Produk

Ramen Cemen ini menawarkan berbagai macam jenis menu ramen dengan kuah yang bisa dipilih sesuai dengan selera konsumennya. Kuah yang disediakan pun diracik dengan bumbu-bumbu dasar Indonesia yang dipadukan dengan bumbu-bumbu khas Jepang. Harga yang ditawarkan pun relatif terjangkau untuk kalangan menengah, yakni berkisar antara Rp.14.000 – Rp. 30.000 per porsinya. Selain ramen, kedai ini juga menambah variasi menu tambahan melalui menu udon, yakni salah satu jenis mie yang berasal dari Jepang. Mi udon memiliki ukuran lebih besar dan tebal dari mie biasanya. Teksturnya pun lebih kenyal dibandingkan dengan mie ramen.

- Ramen Cemen



Gambar II.7 Ramen Cemen
(Sumber : *Stock* Ramen Cemen)

Perpaduan antara mie ramen cemen, *Naruto Maki*, telur sayuran dan rumput laut, di tambah dengan kuah ramen yang di sesuaikan dengan selera konsumen. Menu ini merupakan menu original dari ramen cemen, tanpa menggunakan tambahan atau *topping* apapun. Namun biasanya ramen ini dapat ditambah *topping* tambahan sesuai dengan selera konsumen.

- Ribu Yaki Ramen



Gambar II.8 Ribuyaki Ramen
(Sumber : *Stock* Ramen Cemen)

Perpaduan antara mie ramen cemen, iga Bakar, *Naruto Maki*, telur sayuran dan rumput laut, di tambah dengan kuah ramen yang di sesuaikan dengan selera konsumen. Menurut beberapa pelayan restoran, menu ini adalah menu yang paling banyak peminatnya jika dibandingkan dengan menu yang lainya. Karena menu ini merupakan menu khas dari kedai ramen cemen, sebuah menu yang memadukan cita rasa asia timur dan asia tenggara dalam satu sajian.

- Gyokarui Ramen



Gambar II.9 Gyokarui Ramen
(Sumber : *Stock* Ramen Cemen)

Perpaduan antara mie ramen cemen, makanan laut (*seafood)*, *Naruto Maki*, telur sayuran dan rumput laut, di tambah dengan kuah ramen yang di sesuaikan dengan selera konsumen.

- Tori Karage Ramen



Gambar II.10 Tori Karage Ramen
(Sumber : *Stock* Ramen Cemen)

Perpaduan antara mie ramen cemen, ayam, *Naruto Maki*, telur sayuran dan rumput laut, di tambah dengan kuah ramen yang di sesuaikan dengan selera konsumen.

- Gyuuniku Ramen



Gambar II.11 Gyuuniku Ramen
(Sumber : *Stock* Ramen Cemen)

Perpaduan antara mie ramen cemen, potongan daging sirloin, *Naruto Maki*, telur sayuran dan rumput laut, di tambah dengan kuah ramen yang di sesuaikan dengan selera konsumen.

Selain menu ramen yang beraneka ragam, ramen cemen juga menyediakan berbagai macam kuah, mulai dari kuah rempah – rempah asli Indonesia hingga kuah khas dari Jepang. Pelanggan pun bebas memilih kuah ramen sesuai selera, sehingga pelanggan bisa memadukan rasa sesuai keinginannya. Kuah yang disediakan antara lain adalah:

- Kare (kuah gurih dengan cita rasa Indonesia)
- *Miso* (tauco Jepang)
- *TomYum* (kuah khas dari Thailand)
- Original (kuah asin dengan cita rasa udang)

II.5 Analisis 5W + 1H

What

Kedai Ramen Cemen merupakan sebuah kedai ramen yang menggunakan konsep *fusion food* sebagai hidangan utamanya, kedai ini berkreasi dengan cara memadukan cita rasa Asia Timur, dengan cita rasa Asia Tenggara melalui rempah-rempah yang digunakan, yang merupakan rempah-rempah yang berasal dari Indonesia

Who

Ramen Cemen merupakan sebuah kedai atau objek wisata kuliner yang mengangkat konsep *fusion food* sebagai nilai jualnya, sehingga mampu membedakan kedai ini dengan kedai-kedai ramen lain di kota Bandung. Konsep fusion food dipilih karena menyesuaikan dengan tren kuliner yang sedang berlangsung, juga masih jarang kedai ramen lain di kota Bandung yang mengadaptasi konsep makanan yang serupa. Sehingga bisa menjadi nilai jual tersendiri bagi perusahaan.ini. Maka dari itu penting bagi perusahaan untuk menginformasikan tentang keunggulan ataupun informasi umum pada khalayak sasaran.

When

Ramen Cemen pertama kali dibuka untuk bisnis pada bulan November 2011 dengan kedai pertamanya yang didirikan di kota Bandung. Dan, di tahun 2016 ini ramen cemen telah memiliki cabang di beberapa kota, diantaranya yaitu di kota Bandung, Bekasi, Indramayu, dan Cirebon. Jam operasional dari kedai ini yaitu mulai dari jam 12 Siang, sampai jam 10 malam.

Why

Pelanggan bisa merasakan sensasi rasa makanan yang berbeda dengan kedai-kedai lainnya di kota Bandung, khusunya untuk kuliner mie ramen. Disini pelanggan pun bisa mencicipi bagaimana perpaduan rasa dari 2 jenis makanan berbeda yang dijadikan satu hidangan yang baru, sehingga mampu memberikan pengalaman tersendiri dalam mengkonsumsi kuliner mie ramen. Dekorasi tempat nya pun disesuaikan dengan tema makanan yang diangkat, yaitu tema tradisional Jepang.

Where

Kedai Ramen Cemen terdapat di beberapa kota, diantaranya Bandung, Bekasi, Indramayu, Purwakarta, untuk di kota Bandung sendiri berlokasi di Jalan Singaperbangsa No.49 Bandung, Jawa Barat.

How

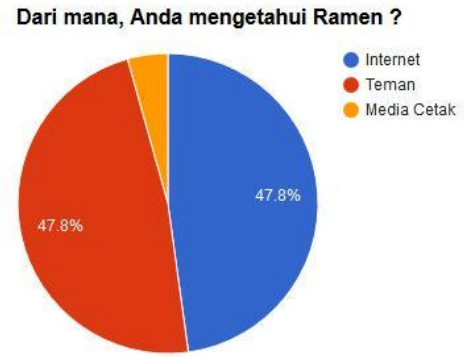
Ramen Cemen memposisikan perusahaanya sebagai kedai yang masuk kedalam level menengah, sesuai dengan harga produk yang ditawarkannya yakni berkisar antara Rp. 14.000 – Rp. 30.000. tema makanan utama yang diangkat pun terbilang cukup unik bagi sebuah kedai ramen, sehingga mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Namun media informasi yang dimiliki oleh kedai ini masih terbatas dan cenderung belum mengikuti dengan perkembangan teknologi. adapun sosial media yang dimiliki oleh kedai ini yaitu facebook dan twitter, namun sosial media tersebut belum mampu memuat informasi secara lengkap secara statis. Konsumen bisa saja bertanya melalui sosial media mengenai informasi dari kedai ini, namun hal ini akan mengakibatkan spam.

II.6 Opini Masyarakat Terhadap Ramen Cemen



Gambar II.12 Diagram 1
(sumber: Pribadi)

Dilihat dari diagram hasil kuisioner diatas, dapat disimpulkan bahwa 100% responden pernah mengkonsumsi ramen. Ini menandakan bahwa pada usia remaja sampai dengan dewasa awal, responden pernah mencicipi kuliner mie ramen minimal 1 kali.



Gambar II.13 Diagram 2
(sumber: Pribadi)

Dilihat dari data diagram diatas, sebagian besar responden mengetahui tentang ramen melalui internet dan rekomendasi teman. Dan hanya sebagian kecil yang mengetahui ramen dari media cetak. Maka dapat disimpulkan bahwa internet dan rekomendasi teman berperan penting dalam penyebaran informasi tentang ramen.



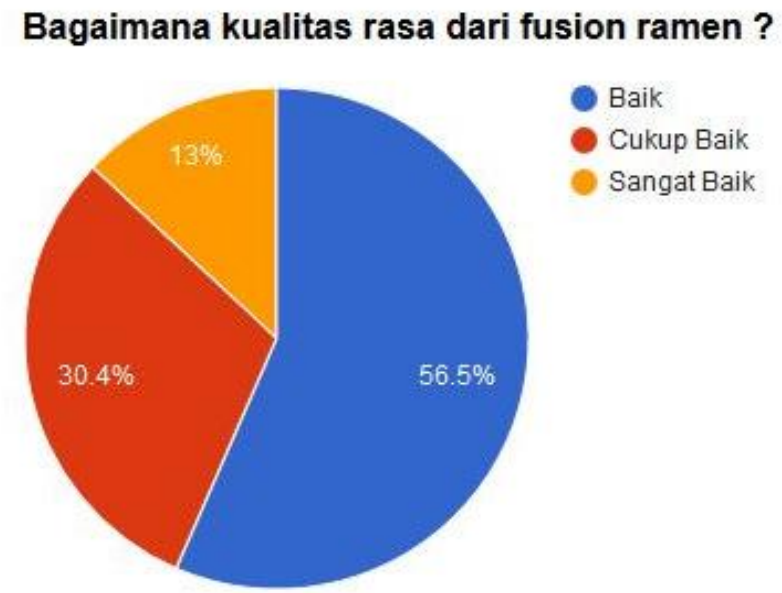
Gambar II.14 Diagram 3
(sumber: Pribadi)

Dari diagram diatas, dapat dilihat alasan mengapa responden mengkonsumsi ramen. 47,8% karena ketertarikan terhadap makanan ramen, dan 47,8% responden menjawab karena rasa dari ramen itu sendiri.



Gambar II.15 Diagram 4
(sumber: Pribadi)

Dari data diagram diatas dapat dilihat 56.5% responden tertarik untuk mengkonsumsi *fusion food*, dan tidak ada responden yang menjawab tidak tertarik.



Gambar II.16 Diagram 5
(sumber: Pribadi)

Pertanyaan ini ditujukan khusus untuk responden yang pernah mencicipi fusion ramen. dilihat dari data diagram diatas, diketahui bahwa 56.5% responden menjawab kualitas rasa dari *fusion* ramen baik.



Gambar II.17 Diagram 6
(sumber: Pribadi)

Dari data diagram diatas dapat diketahui bahwa 69.6% setuju dengan perpaduan rasa *fusion food*, Khusunya perpaduan rasa Asia Timur dan Asia Tenggara.

Opini masyarakat sangat dibutuhkan guna meningkatkan kualitas produk dan pelayanan dari suatu perusahaan. Berdasarkan hasil kuisioner yang telah dilakukan kepada masyarakat umum, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar dari responden tersebut pernah mengkonsumsi mie ramen. Rata-rata dari responden mengkonsumsi ramen lebih dari satu kali setiap bulan nya. Dan alasan mengapa tertarik untuk mengkonsumsi ramen adalah karena 47.8% responden menyatakan tertarik untuk mencoba hal yang baru, 47,8% responden lainya menyatakan karena dari rasa ramen itu sendiri. Menurutnya perpaduan antara masakan Jepang dan Indonesia cocok untuk lidah masyarakat Indonesia. Diketahui juga bahwa sebagian besar responden, mengenal ramen melalui media internet dan responden lainya mengetahui ramen karena rekomendasi dari teman dan media-media lainya.

Respon masyarakat terhadap konsep *fusion food* yang diangkat oleh kedai Ramen Cemen ini pun cukup baik. 56% tertarik dan 8,7% responden sangat tertarik untuk mencoba konsep *fusion food* yang ditawarkan oleh kedai Ramen Cemen. Ini membuktikan bahwa konsep *fusion food* yang diangkat oleh Ramen Cemen ini mampu menarik perhatian masyarakat untuk mencicipi kuliner tersebut. Menurut sebagian besar responden menyatakan bahwa *fusion food* cocok untuk dikembangkan di Indonesia. Maka dari itu konsep *fusion food* ini berpotensi untuk berkembang ke arah yang lebih baik, terlebih lagi jika didukung oleh promosi yang memadai melalui media yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini.

II.7 Resume dan Usulan Perancangan

Berdasarkan analisa yang telah dipaparkan di atas dapat disimpulkan bahwa tema menu andalan yang diangkat, Ramen Cemen ini berpotensi untuk berkembang bila melihat respon dari masyarakat, namun media informasi yang dimiliki ramen cemen masih terbatas. Ramen cemen belum memiliki sebuah media yang mampu memuat semua informasi mengenai perusahaan dan produk secara lengkap berbasis online, yang salah satunya adalah *website*.

Maka dari itu media halaman *web* dipilih sebagai usulan perancangan informasi dari Ramen Cemen ini. Melalui sebuah *website*, masyarakat pun akan lebih mudah unuk mencari informasi mengenai Ramen Cemen ini, karena *website* adalah sebuah media yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun, media ini pun relatif lebih fleksibel jika dibandingkan dengan media lainya. *Website* mampu memuat berbagai macam element grafis, baik teks, gambar, video ataupun yang lainya. Nicole Leinbach (2014) mengatakan bahwa sekarang ini manusia hidup di mana orang – orang menggunakan mesin pencari google sebelum memutuskan untuk membeli sebuah barang ataupun mengunjungi sebuah tempat. Maka dari itu dengan dirancangnya sebuah *website* masyarakat pun akan lebih mudah untuk menemukan Ramen Cemen ini.