

## Website Creation About Typical Indonesian Cuisine

Wardani Febrina<sup>1\*</sup>, Surya Masniari Hutagalung<sup>2</sup>  
Universitas Negeri Medan

**Corresponding Author:** Wardani Febrina [febrinawardani75@gmail.com](mailto:febrinawardani75@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Typical  
Indonesian Cuisine, Malay,  
Website

*Received :* 10, June

*Revised :* 15, July

*Accepted:* 25, August

©2024 Febrina, Hutagalung: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

The purpose of this study is to describe the process of creating a website about Indonesian cuisine and describe the results of creating the website. In this qualitative descriptive study, the investigation process uses the Thiagarajan 4D development model phase. The data in this study are based on information obtained from interviews with 4 Minang/Malay restaurants. The data collection technique used is interviews. The process of creating a website for Indonesian cuisine is a presentation of Malay recipes by adhering to Thiagarajan's 4D theory, there are 4 phases of media development carried out, namely: 1) definition, 2) planning, 3) development, 4) distribution. The result of creating a website for traditional Indonesian cuisine is a website that contains a presentation about the history of this cuisine, recipes, and step-by-step instructions on how to prepare Indonesian cuisine, especially Malay cuisine.

---

## Pembuatan Website Tentang Masakan Khas Indonesia

Wardani Febrina<sup>1\*</sup>, Surya Masniari Hutagalung<sup>2</sup>

Universitas Negeri Medan

**Corresponding Author:** Wardani Febrina

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Masakan Khas Indonesia, Melayu, Website

*Received :* 10, Juni

*Revised :* 15, Juli

*Accepted:* 25, Agustus

©2024 Febrina, Hutagalung: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](#).



### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses pembuatan website tentang kuliner khas Indonesia dan mendeskripsikan hasil dari pembuatan website tersebut. Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini proses investigasi menggunakan fase model perkembangan 4D Thiagarajan. Data dalam penelitian ini didasarkan pada informasi yang diperoleh dari wawancara dengan 4 restoran Minang/Melayu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Proses pembuatan website untuk masakan khas Indonesia ini adalah presentasi resep masakan Melayu dengan mempedomani teori 4D Thiagarajan, ada 4 fase pengembangan media yang dilakukan, yaitu: 1) definisi, 2) perencanaan, 3) pengembangan, 4) penyebaran. Hasil dari pembuatan website masakan tradisional Indonesia adalah website yang berisi presentasi tentang sejarah masakan ini, resep, dan petunjuk langkah demi langkah tentang cara menyiapkan masakan Indonesia, khususnya masakan Melayu.

---

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki warisan kuliner yang begitu beragam dan lezat. Dari ujung barat hingga timur, setiap daerah memiliki keunikan tersendiri dalam cita rasa, bahan baku, dan cara penyajian makanan. Pembuatan situs web ini bertujuan untuk merangkul kekayaan kuliner Indonesia, menghidarkannya secara digital, dan menjembatani kesenjangan antara tradisi kuliner lokal dan eksplorasi global.

Kota Medan sebagai kota yang masyarakatnya majemuk memiliki berbagai suku bangsa di dalamnya, masing-masing suku bangsa memiliki berbagai jenis makanan. Salah satu suku bangsa yang ada di Medan adalah Melayu Deli, yang merupakan suku bangsa penduduk asli di daerah Medan. Masing-masing suku bangsa yang tinggal di kota Medan, memiliki berbagai jenis makanan. Jenis-jenis makanan tradisional milik suatu suku bangsa, sering kali menjadi populer di kota Medan, tapi sayangnya sekarang ini berdasarkan dari survei yang peneliti dapat, bahwa makanan khas suku Melayu perlahan mulai hilang dari kota Medan. Melihat dari berbagai rumah makan yang ada di Medan, saat ini adalah Rumah Makan (RM) khas Minang. Peneliti kesulitan dalam mencari rumah makan khas Melayu Deli di daerah Medan.

Para peneliti melakukan tes observasi menggunakan teknik wawancara untuk berbagi restoran di antaranya: (1) RM Madinah Khas Minang Melayu Mandailing, Jl. H.M Joni (Ruko Primer Ruko Shop House No.1-2), (2) Miramar Indonesia Food & Seafood Restaurant, Jl. Pemuda No.11, (3) RM Zulkifli Minang/Malay Cuisine, Jl. Kota Pulo Brayan, (4) RM Karamah Minang/Masakan Melayu, Jl. Pembangunan No. 5C. Peneliti mengajukan 6 pertanyaan, antara lain: (1) Sudah berapa lama usaha RM berdiri?, (2) Apa makanan favorit yang disajikan di RM?, (3) Apakah bumbu atau resep yang dikelola di RM berubah? atau modernisasi jenis makanan?, (4) Makanan Melayu mana yang paling laku di RM?, (5) Apakah RM pernah menerima pesanan cerewet untuk acara Melayu masakan Melayu?, (6) Banyak RM di Medan adalah restoran khas Minang, Padang. Makanan khas Melayu semakin tertinggal dalam cara menanggapi pemilik bisnis atau karyawan yang bertugas karena target pasar yang menurun.

Berdasarkan hasil wawancara yang saya dapatkan bahwa, pertanyaan (1) rata-rata ke 4 rumah makan tersebut berdiri sekitar 5-15 tahun, (2) rata-rata makanan Melayu yang sering dihidangkan pada rumah makan tersebut adalah "rendang Melayu, kepala ikan gulai, kari kambing Melayu, ikan kakap gulai". dari salah satu rumah makan menjelaskan bahwa masakan Melayu hampir sama dengan masakan Minang. Ibu Rini menjelaskan sebagai pemilik dari RM Madinah Khas Minang Melayu Mandailing yang berada di Jl. H.M Joni, yang menjadi perbedaan terletak pada nama makanan tersebut. Kemudian ada di cita rasanya. Makanan Minang memiliki cita rasa pedas sedangkan makanan Melayu memiliki cita rasa pedas dan manis. Contoh perbedaannya pada makanan "Asam Pade" rempah yang digunakan pada makanan khas Melayu yaitu "Asam Belimbing" sedangkan pada makanan khas Minang yaitu "Asam Potong". (3) menurut dari ke 4 RM tersebut tidak ada perubahan resep atau rempah yang digunakan pada masakan. Menurut salah satu rumah makan itu menjelaskan

bahwa makanan khas Indonesia harus tetap sama dari zaman dahulu sebab itulah kearifan makanan kita dengan berbagai rempah-rempahnya. (4) Makanan yang paling sering disukai oleh pembeli atau yang paling laku di beli adalah “kepala ikan Gulai, dan Rendang”, (5) berdasarkan survei ke 4 rumah makan tersebut, para pemilik mengaku bahwa jarang menerima pesanan makanan Melayu secara signifikan untuk acara pesta atau adat Melayu itu sendiri, mereka hanya sering menerima pesanan besar untuk acara kantor maupun acara wiritan. Tapi acara wiritan biasanya ada menyediakan makanan “anyang” yang merupakan makanan khas Melayu. (6) Menurut Safa Salsabila salah seorang pemilik rumah makan (RM) Zulkifli, dia mengatakan bahwa sangat disayangkan banyaknya Rumah Makan Minang yang ada di Kota Medan, menyebabkan Rumah Makan (RM) khas Melayu jarang diminati orang dan memilih untuk tutup dan tidak di kelola lagi, yang padahal penduduk asli orang Medan adalah suku Melayu. Kemudian menurut Bu Rini pemilik dari RM Madinah Khas Minang Melayu Mandailing, hal tersebut terjadi karena sudah banyak suku yang bercampur di kota Medan, maka terjadi pengenalan makanan baru dari suku-suku lain, misalnya seperti masakan Minang, sate Madura, bahkan makanan Cina dan luar negeri mendominasi di kota Medan ini. Kemudian Kak Bila seorang pekerja di RM Karamah Minang/Masakan Melayu juga membenarkan hal tersebut sesuai dengan pernyataan yang dia sampaikan selama proses wawancara.

Oleh sebab itu peneliti memilih pengembangan ini yaitu membuat website makanan khas kuliner Indonesia atau masakan nusantara, dengan fokus penelitian pada makanan khas Melayu. Yang kemudian nanti akan terus berkembang menjadi satu website dengan berbagai jenis makanan Indonesia lengkap dengan resep, cara pembuatan serta langkah-langkah pembuatannya.

Dari perspektif ini, pariwisata budaya juga dapat dianggap sebagai jenis pariwisata. Wisata budaya termasuk dalam tiga kategori, menurut Kementerian Pariwisata: wisata warisan budaya dan sejarah, wisata kuliner dan belanja, dan wisata desa dan kota. Menurut Santi Palupi (2019), hubungan antara pariwisata dan makanan telah berkembang menjadi sesuatu yang tidak hanya dibutuhkan oleh wisatawan sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga digunakan sebagai pembeda destinasi dengan menciptakan suasana yang mengesankan.

Sektor kuliner memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Dari 16 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan, tiga subsektor memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB, dengan kuliner menempati urutan pertama dengan 41%, diikuti oleh subsektor fashion dengan 17% dan subsektor kriya dengan 14,9% (Kompas, 2020). Pariwisata tumbuh dan berkembang melalui sejarah, budaya, ekonomi, dan masyarakat. Wisata kuliner merupakan komponen penting dari pengembangan pariwisata. Wisatawan memiliki pengalaman yang lebih baik karena mereka dapat berinteraksi dengan masyarakat setempat dengan lebih baik. Wisatawan sangat menyukai makanan, yang merupakan salah satu hal yang paling dicari. Wisatawan biasanya akan bertanya tentang masakan lokal, menjelajah restoran, mencicipi produk unik, dan memahami tradisi masyarakat lokal di destinasi wisata yang dikunjungi, sehingga mereka dapat mendapatkan pengalaman yang

unik dan istimewa. Berkembangnya wisata kuliner seiring dengan berkembangnya media sosial, kemajuan ekonomi, dan peningkatan kesadaran akan kekayaan budaya kuno. Negara dan masyarakat harus terus menggali dan mengembangkan keunggulan kompetitif di bidang kuliner. Dengan mengetahui keunggulan ini, semakin banyak destinasi wisata di seluruh dunia yang ingin menjadi tujuan wisata kuliner.

Makanan khas modern mulai kehilangan eksistensinya. Meskipun kita menyadari bahwa produk makanan khas harus dilestarikan, Hal-hal yang praktis dan lebih cepat saji adalah preferensi masyarakat modern karena kemajuan teknologi. Dalam hal makanan, masyarakat saat ini lebih suka makanan cepat saji. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa pelanggan yang pergi ke McDonald, Texas, dan KFC memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah dibandingkan dengan pelanggan yang menikmati masakan lokal mereka. Akibatnya, menjaga produk makanan khas sangat penting.

Promosi produk makanan adalah salah satu cara untuk memastikan bahwa produk makanan tersebut tetap khas. Sayangnya, konsumen usaha kuliner jarang melakukan promosi. Mereka percaya bahwa membuka tempat makanan akan membuat usahanya dikenal. Padahal, seiring perkembangan teknologi ini, pemasaran yang lebih baik harus dilakukan untuk mempromosikan produk, terutama makanan.

Selain masuk kedalam mempromosikan kuliner indonesia, secara tidak langsung pembuatan website ini, mencakup tentang pengembangan media promosi kuliner indonesia, juga dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan melalui wisata kuliner. Yang dimana website ini dapat di lihat dilihat oleh siapa saja dari berbagai dunia. Pembuatan website ini juga ditujukan untuk umum, siapa saja bisa melihat website tersebut, tapi karena website ini menggunakan bahasa Jerman. Maka yang menjadi tujuan utama pembaca website ini di buat untuk mahasiswa, orang orang jerman, ataupun orang indonesia yag tinggal di jerman.

Website memiliki berbagai fungsi yang dapat mendukung berbagai keperluan dan tujuan, baik untuk keperluan pribadi, bisnis, maupun institusi. Pembuatan website kuliner ini memiliki manfaat antara lain sebagai pengenalan dan informasi, serta pemasaran dan promosi.

Melalui pembuatan website ini, peneliti ingin memberikan pengalaman virtual yang memikat, memandu para pengunjung situs untuk menjelajahi ragam kuliner Indonesia dengan mudah. Keberadaan situs web ini menjadi semacam jendela virtual yang mengundang orang-orang dari berbagai penjuru dunia untuk menjelajahi dan mencicipi keberagaman kuliner Indonesia. Dalam setiap halaman, pengunjung akan menemukan informasi mendalam tentang resep-resep autentik, panduan langkah demi langkah dalam memasak, dan keunikan setiap hidangan beserta asal-usulnya. Seiring dengan itu, situs ini juga bertujuan untuk menjadi wadah bagi para penikmat kuliner dalam berinteraksi, berbagi pengalaman, dan memperkuat pecinta makanan Indonesia di dunia maya.

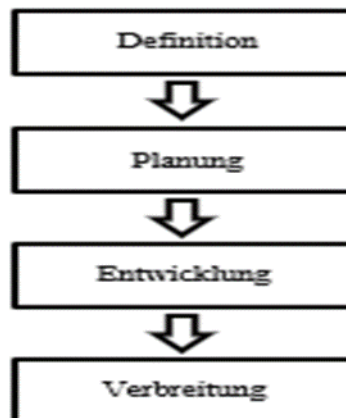
## TINJAUAN PUSTAKA

### **Model Pengembangan**

Model pengembangan dalam penelitian ini menggunakan model prosedural, sehingga dalam penelitian ini digunakan model pengembangan 4D Thiagarajan yang terdiri dari empat tahap pengembangan. Fase pertama adalah fase definisi atau sering disebut sebagai analisis kebutuhan, fase kedua adalah desain, di mana kerangka konseptual untuk model dan alat pembelajaran dibuat, kemudian fase ketiga adalah fase pengembangan, yang meliputi uji validasi atau evaluasi kelayakan media, dan terakhir fase diseminasi, yang merupakan implementasi menuju tujuan aktual, yakni, subjek penelitian, terkonsentrasi. Terdiri. Dalam penelitian ini, produk yang dihasilkan adalah "website" yang akan menjadi subjek penelitian.

Alasan memilih model pengembangan 4D adalah karena sesuai dengan media yang dikembangkan. Berikut ini dijelaskan fungsi "website" sebagai media promosi masakan Indonesia dan sebagai media pembelajaran seperti bagi siswa dengan bahasa Jerman berbahasa Jerman dalam bisnis perhotelan. Selain itu, keuntungan dari model 4D adalah bahwa mereka tidak mengambil waktu yang lama secara realistis, karena tahapannya relatif tidak terlalu rumit. Kelemahan dari model 4D adalah bahwa model 4D hanya mencapai tahap penyebaran dan tidak ada evaluasi yang semuanya tentang mengukur kualitas produk yang diuji, tes kualitas produk dilakukan untuk mendapatkan hasil sebelum dan sesudah menggunakan produk.

Sedangkan untuk model pengembangan perangkat lunak, situs web menggunakan model pengembangan air terjun, yang sering disebut sebagai model sekuensial linier atau siklus hidup klasik. Model air terjun menyediakan pendekatan berurutan atau berurutan ke garis hidup perangkat lunak, dimulai dengan analisis desain, pengkodean, pengujian, dan fase dukungan.



Gambar 1. Langkah-langkah pembuatan model 4D Thiagarajan

### **Website**

Elgamar (2020) berpendapat bahwa halaman web adalah media yang terdiri dari beberapa halaman yang saling berhubungan dan berfungsi sebagai media penyajian informasi berupa gambar, video, teks, suara, atau kombinasi dari semua elemen tersebut. Situs web ini *lintas platform, mis.* itu dapat dibuka dari perangkat apa pun yang terhubung ke jaringan Internet.

Halaman web adalah kumpulan halaman web yang berisi berbagai informasi yang dapat diakses melalui Internet menggunakan browser web. Menurut Farniawati & Huzain (2020), media iklan dalam bentuk halaman web lebih hemat biaya dibandingkan dengan media iklan lain seperti media cetak dan media massa. Halaman web memiliki fungsi yang lebih luas, namun perlu dilakukan optimalisasi penggunaan web dengan memperhatikan isi atau isi web; Artikel yang diunggah dapat menarik minat pembaca dan memberikan kesan yang baik.

Menurut Abdulloh (2018), dijelaskan bahwa halaman web secara umum dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

- a. Halaman web statis adalah jenis halaman web yang kontennya tidak diperbarui secara berkala, sehingga konten tidak berubah seiring waktu. Website jenis ini hanya menampilkan profil perusahaan atau organisasi.
- b. Situs web dinamis adalah jenis situs web yang kontennya terus diperbarui oleh pengelola web atau pemilik situs web. Website jenis ini sering digunakan oleh para pelaku bisnis dalam bentuk blog dan website berita.
- c. Website interaktif, website jenis ini mirip dengan website dinamis. Namun, isi informasi tidak hanya diubah oleh operator website, tetapi biasanya juga oleh pengguna website itu sendiri. Contoh halaman web interaktif antara lain situs jejaring sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*, atau situs marketplace seperti *Bukalapak*, *Shopee*, *Tokopedia*, dan lain-lain.

Dari ketiga jenis halaman web tersebut, halaman web dinamis adalah yang paling cocok untuk penelitian ini. Situs web ini mampu memberikan layanan informasi yang baik, dan dengan jenis situs web ini, informasi baru diperbarui setiap saat oleh operator web.

### ***Makanan Khas Melayu Deli Medan Sumatera Utara***

Produk makanan merupakan hasil dari pengolahan bahan mentah menjadi makanan siap saji. Sejarah kuliner berkaitan erat dengan kebudayaan yang ada pada daerah itu sendiri, setiap daerah mempunyai ciri khas yang berbeda. Kuliner melayu memiliki ciri khas utama yaitu dalam penggunaan bumbu, rempah-rempah, dan santan untuk menghasilkan makanan yang berlemak dan pekat. Seiring berkembangnya zaman kuliner khas daerah semakin tergeser, oleh karena itu sebagai penerus bangsa kita perlu mengenal dan melestarikan kuliner khas Indonesia. Tujuan dari penelitian pengembangan ini adalah untuk memberikan informasi dan promosi mengenai masakan melayu sebagai pengetahuan bagi masyarakat dan wisatawan melalui pembuatan website.

- a. Makanan Sehari hari : Gulai Ikan Tongkol, Kari Terong, Gulai Masam Ikan, Sambal Kerak Kelapa, Gulai Kemune, Gulai Rebung Bambu, Masak Sayur Manis daun Nasi-Nasi, Batok Melayu, Pongat / Bubur Kacang hijau dan Nangka
- b. Makanan Pokok untuk Pesta : Ayam Dimasak Putih (Opor Melayu), Kari Ayam, Jelantah Timun, Anyang, Soto Melayu
- c. Makanan Tambahan lainnya : Roti Canai, Kolak Pisang, Roti Jala, Nasi Lemak, Pajri Nanas, Pulut Kuning Berinti, Ayam Masak Bulat, Kue

Rasidah, Kue Malaka, Kue Agar Agar, Manisan Glugur, Manisan Kulang Kaling

## **METODOLOGI**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, proses investigasi menggunakan fase model perkembangan 4D Thiagarajan, data untuk penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan 4 restoran atau (RM) Minang, Melayu, Untuk data pendukung isi website, informasi masakan tradisional Melatu diambil dari buku "Makanan Tradisional Melayu Sumatera Utara. Buku ini ditulis pada tahun 2008 oleh Agus Sutrisno, Nurman Ahmad dan Nurdiani. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara terstruktur.

Penelitian ini terdiri dari empat tahap pengembangan. (1) Tahap pertama adalah tahap definisi atau sering disebut sebagai penilaian kebutuhan, (2) tahap kedua adalah desain, di mana kerangka konseptual untuk model dan perangkat pembelajaran disiapkan, kemudian (3) tahap ketiga adalah tahap pengembangan, yang meliputi pengujian validasi atau evaluasi kelayakan media, dan yang terakhir (4) tahap diseminasi, yang melibatkan implementasi tujuan aktual, yaitu, pokok bahasan penelitian.

## **HASIL PENELITIAN**

### ***Proses Pembuatan Website Tentang Masakan Khas Indonesia***

Dalam penyelidikan ini, model pengembangan 4D menggunakan thiagarajan, yang terdiri dari tiga tahap, seperti: (1) definisi, (2) perencanaan, (3) pengembangan, dan (4) diseminasi. Dalam bab ini, setiap fase dijelaskan dengan hasilnya.

#### **1. Definisi**

Analisis kebutuhan untuk membuat website tentang masakan khas Indonesia dengan fokus penelitian pada masakan Melayu, terdiri dari 3 aspek. Diantaranya:

##### **a. Mendapatkan ide**

Penulis Mendapatkan ide pengembangan membuat website makanan khas Indonesia tersebut. Berawal dari penulis memiliki hobi yaitu memasak, selain itu penulis juga mempunyai usaha kuliner tentang masakan Indonesia. Usaha kuliner tersebut milik orang tua. Maka dari itu penulis ingin mengembangkan usaha kuliner tersebut membuat media promosi dengan sosial media. Kemudian penulis mendapatkan ide untuk membuat website tentang masakan khas Indonesia dengan bahasa Jerman dengan fokus penelitian pada masakan Melayu.

##### **b. Bagaimana proses analisis**

Proses analisis dilakukan dengan melihat pengalaman dari masyarakat kota Medan. Pengalaman tersebut yang dimiliki oleh penulis juga sebagai penduduk kota Medan.

Alasan penulis memilih masakan Melayu adalah penulis melihat bahwa makanan Melayu sudah mulai memudar dari kota Medan. . Bukti bahwa banyak nya restaurant khas Minang dari pada restaurant khas Melayu. Kota Medan yaitu kota dengan penduduk asli orang

Melayu. Makanan melayu di pakai hanya untuk kegiatan pesta atau adat bagi orang melayu. Tapi untuk makanan sehari hari masyarakat kota Medan jarang melestarikan makanan melayu. Opini ini di dapat berdasarkan hasil wawancara penulis dengan sejumlah pemilik restoran Minang / Melayu dan masyarakat kota Medan.

c. Pengumpulan informasi pengembangan

Penulis melakukan observasi langsung dengan studi wawancara pada beberapa pemilik restaurant. informasi yang di dapat tidak cukup hanya dengan teknik wawancara, maka penulis mendapatkan informasi tambahan dengan buku "Makanan Tradisional Melayu Sumatera Utara" entnommen. Buku ini ditulis pada tahun 2008 oleh Agus Sutrisno, Nurman Ahmad dan Nurdiani.

## Perencanaan

Tahap kedua perencanaan pembuatan website masakan Indonesia adalah "Pengembangan Konten dan Desain". Berikut adalah isi dari tahap ini:

a. Identifikasi Target Pengguna

- Menentukan target pengguna seperti usia, lokasi, preferensi kuliner, dan minat.
- Identifikasi kebutuhan dan keinginan pengguna terkait informasi masakan Indonesia, seperti resep, teknik memasak, dan cerita budaya.

b. Pengumpulan dan Pembuatan Konten

- Resep: Kumpulkan berbagai resep masakan Indonesia dari berbagai daerah. Pastikan setiap resep mencakup bahan, instruksi langkah demi langkah, dan gambar hasil akhir.
- Artikel: Tulis artikel informatif tentang sejarah, budaya, dan keunikan masakan Indonesia.
- Tutorial Video: Membuat video tutorial memasak yang menarik dan mudah diikuti.
- Gambar dan Foto: Ambil foto berkualitas tinggi dari setiap masakan, proses memasak, dan bahan-bahan.

c. Perencanaan Struktur dan Navigasi Website

- Peta Situs: Buat peta situs yang jelas, termasuk halaman utama, halaman kategori, halaman resep, blog, dan halaman kontak.
- Navigasi: Desain navigasi yang intuitif dan mudah digunakan, sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka cari.

d. Desain Visual dan UX/UI

- Tema dan Warna: Pilih tema dan skema warna yang mencerminkan budaya Indonesia dan menggugah selera.
- Tipografi: Pilih font yang mudah dibaca dan sesuai dengan tema keseluruhan.
- Layout: Desain layout yang responsif dan mobile-friendly, memastikan tampilan yang baik di berbagai perangkat.

- User Experience (UX): Fokus pada pengalaman pengguna yang mulus dengan interaksi yang mudah dan cepat.
- e. Pengembangan Fitur dan Fungsi
  - Search Functionality: Implementasikan fitur pencarian yang efektif untuk memudahkan pengguna menemukan resep atau artikel.
  - Social Media Integration: Integrasikan dengan platform media sosial untuk berbagi resep dan artikel.
  - Feedback Mechanism: Sediakan formulir umpan balik bagi pengguna untuk memberikan saran dan komentar.

### ***Pengembangan***

Fase ketiga ini adalah penjelasan rinci dari fase kedua. Pada fase ini, fase desain situs web disusun. Website disajikan dengan penjelasan lengkap, foto, dan video untuk membuat halaman web yang menarik. Konsep website diimplementasikan dalam website yang ada. Ini adalah situs web yang sudah terdaftar.

#### **a. Konsep desain situs web**

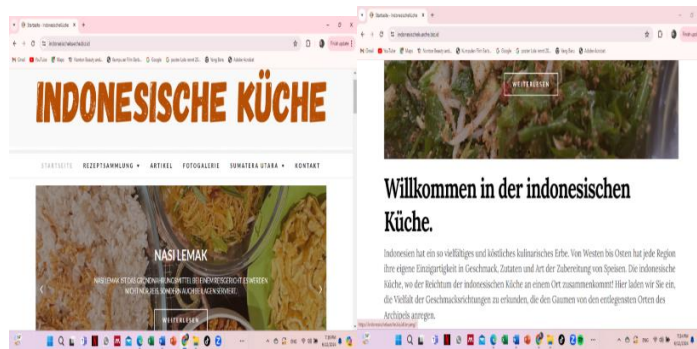
Desain situs webnya menarik dan bervariasi. Setiap halaman dirancang semenarik mungkin. Semua bagian situs web dirancang dengan tiga bahasa untuk dipilih. Konsep desain yang diinginkan untuk situs web ini adalah:

##### **1). Menu**

Menu adalah bagian terpenting dari situs web. Menu merupakan bagian yang sangat penting dalam pengembangan sebuah website. Dengan rangkaian menu yang ada di website, pengunjung bisa mengetahui fitur apa saja yang disediakan di web tersebut. Selain itu, untuk tujuan informasi web, menu dibagi sesuai dengan kategori pesan yang dikandungnya. Pembagian menu disebut submenu. Submenu adalah bagian dari menu utama yang dijelaskan dari masing-masing kategori.

Menu ini terdiri dari beberapa bagian, seperti Beranda, Rezeptsammlung, Artikel, Fotogalerie, Sumatera Utara, dan Kontak person. pada bagian Sumatera Utara menjelaskan tentang budaya Melayu. Di menu Rezeptsammlung, ada 3 submenu. Yaitu Alltagsküche, Speisen für Feste, Ander Beilagen. Ini adalah jenis jenis makanan melayu. Startseite (Beranda)

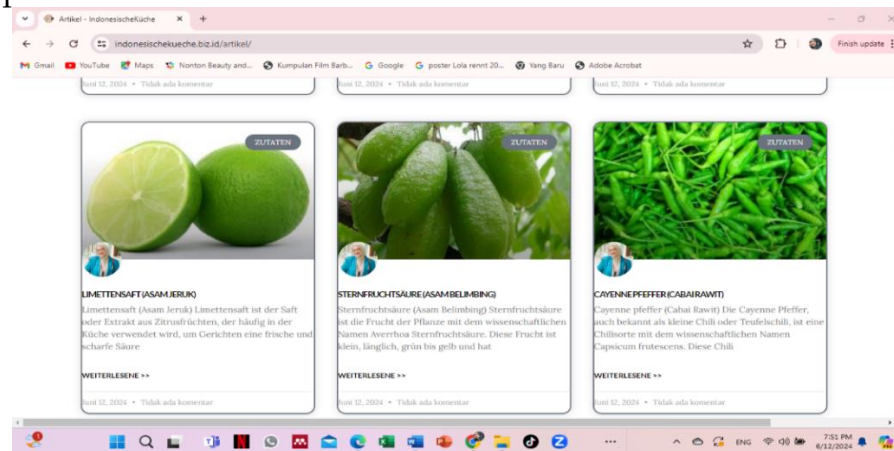
Halaman beranda adalah halaman pertama dari halaman utama. Di beranda terdapat foto menarik makanan khas Melayu. Judul halaman ini berisi judul halaman web dan beberapa informasi serta menggunakan kata-kata yang baik dan menarik. Di halaman beranda, Anda juga akan menemukan kalimat “ Was finden Sie in der webseite indonesischen Küche?”. Di kalimat itu menjelaskan tentang Rezeptsammlung, Artikel, Fotogalerie. Pada ke tiga kata tersebut dapat diklik dan langsung beralih ke sub menu yang ada di website tersebut.



Gambar 2. Tampilan Beranda

2). Artikel

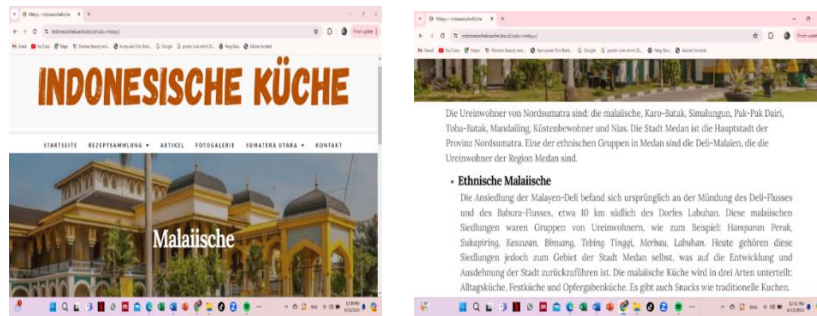
Pada bagian sub menu artikel ini di buat untuk pemahaman lebih lanjut dari rempah atau bahan yang digunakan selama proses memasak. Tujuan di buat sub menu artikel ini adalah untuk mempermudah sejumlah orang yang tidak tau rempah atau bahan makanan yang di pakai. Karena mungkin bagi orang Jerman itu sendiri jarang di gunakan sebagai bahan makanan. Contoh bahan yang jarang di gunakan di Jerman adalah tempe, sayur pakis, tauge, teri dan lain lain. Sedangkan contoh pada rempah adalah cabai rawit, asam belimbing, daun kunyit, dan lain lain. Pada bagian sub menu artikel ini terdiri dari 24 penjelasan lebih lanjut tentang rempah dan bahan makanan.



Gambar 3. Sub Menu

3). Sumatera Utara

Pada bagian sub menu Sumatera Utara ini menjelaskan tentang sejarah suku melayu. Tentang berasal dari mana saja suku melayu yang ada di sumatera Utara. Di bagian daerah mana yang banyak penduduk Melayu di Medan. Kemudian sedikit penjelasan mengenai etnis yang ada di Sumatera Utara.

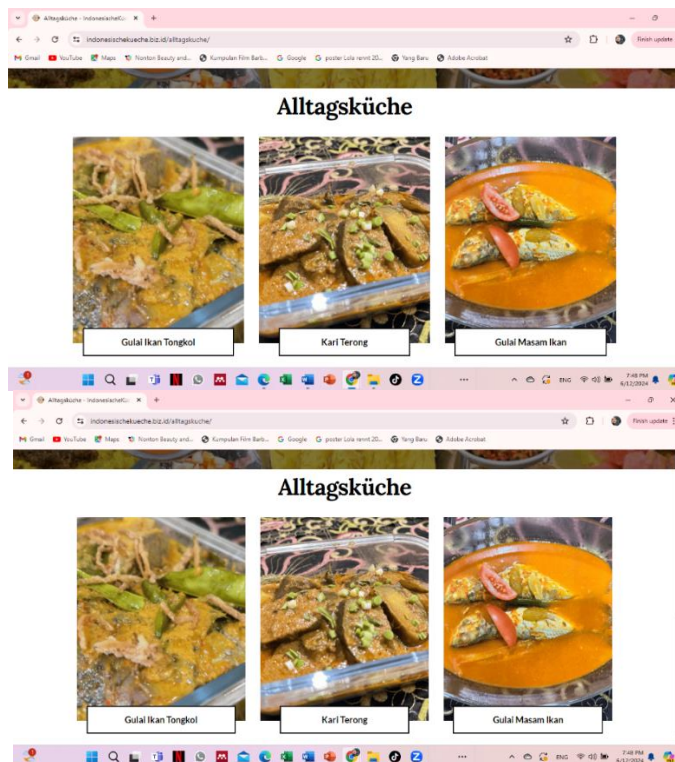


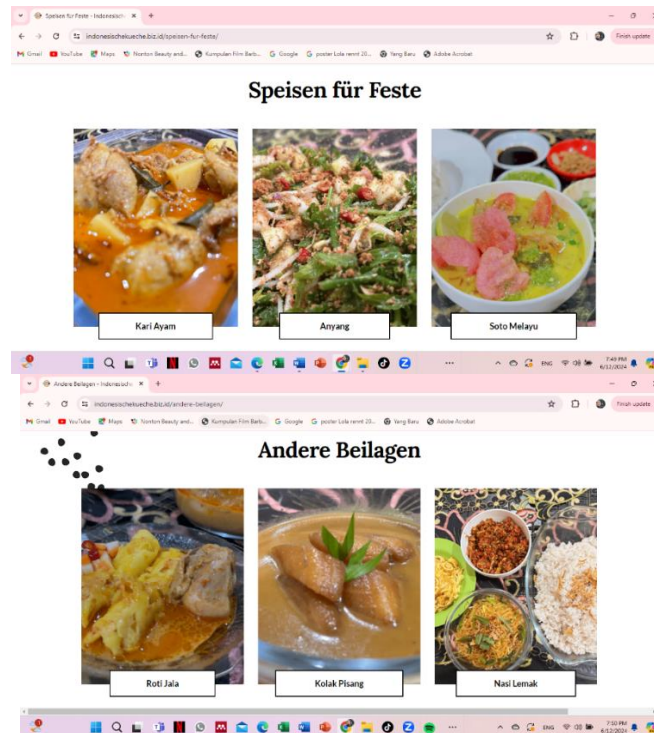
Gambar 4. Sub Menu Sumatera Utara

#### 4). Rezeptsammlung (Resep makanan)

Pada bagian sub menu ini merupakan point penting dalam website tersebut. Karena disini akan menjelaskan tentang makanan melayu Deli Sumatera Utara. Ada 10 makanan yang akan di jelaskan. Diantaranya (a) Makanan Sehari hari; 1) *Gulai Ikan Tongkol*, 2) *Kari Terong*, 3) *Gulai Masam Ikan*; (b) makanan untuk pesta; 4) *Kari Ayam*, 5) *Anyang*, 6) *Soto Melayu*; (c) Andere Spezialitäten; 7) *Roti Jala*, 8) *Kolak Pisang*, 9) *Nasi Lemak*, 10) *Pulut Kuning Berinti*.

Masing masing makanan ini di jelaskan mulai dari bahan, bumbu dan langkah langkah memasak. Selain itu pada bagian ini anda dapat melihat video tutorial singkat yang akan di sambungkan dengan media sosial "Tiktok". Video ini juga dapat membantu untuk melakukan cara memasak, sesuai dengan langkah langkah memasak pada deskripsi video.

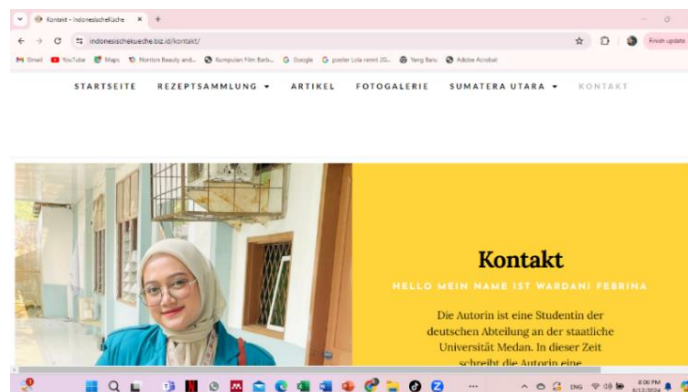




Gambar 5. Tampilan Resep Makanan

#### 5). Kontak

Menu ini berisi informasi tentang penulis website dan media sosial penulis. Pembaca dapat berlangganan melalui media sosial penulis atau melalui email, yang dapat ditemukan di bawah. kolom informasi, kirim komentar atau ulasan tentang situs web ini.



Gambar 6. Tampilan Kontak

#### 6). Galeri Foto

Galeri Foto adalah kumpulan foto-foto masakan Indonesia, khususnya masakan Melayu.



Gambar 7. Tampilan Galeri Foto

## PEMBAHASAN

Hasil dari pembuatan website makanan khas Indonesia adalah website yang berisi presentasi tentang resep makanan Melayu. Investigasi ini menggunakan teori 4D Thiagarajan, yang terdiri dari empat fase, seperti: 1) Definition, 2) Planung, 3) Enwicklung, 4) Verbreitung. Pada tahap pertama Berdasarkan analisis kebutuhan, penulis telah menentukan bahwa hampir tidak ada restoran Melayu yang tersisa di kota Medan. Data ini diperoleh melalui survei di mana penulis mencari restoran Melayu di Medan. Hanya 4 restoran yang ditemukan, tetapi mereka bukan masakan khas Melayu, tetapi restoran Minang / Malayu. Pada tahap kedua perencanaan, observasi dan wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data. Wawancara dilakukan dengan empat pemilik restoran minang/melayu. Dan data pendukung berasal dari buku "*Makanan Tradisional Melayu Sumatera Utara*" entnommen. Dieses Buch wurde im Jahr 2008 von Agus Sutrisno, Nurman Ahmad und Nurdiani verfasst. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 Februari 2024. Penulis membuat beberapa daftar pertanyaan untuk melakukan wawancara dengan pemilik restoran. Pada tahap ketiga, pembuatan website makanan khas Indonesia pertama kali disusun, dan kemudian website dibuat dengan memasukkan data yang dikumpulkan dalam bentuk teks, gambar dan video. Pengujian dan evaluasi kemudian dilakukan dalam tahap evaluasi. Ada beberapa aspek yang dievaluasi oleh para ahli, seperti kelengkapan artikel website, konsistensi konten website dengan topik, kualitas gambar dan video, desain website dan kualitas layanan website. Dari penelitian ini, jelas bahwa keempat fase tersebut cukup untuk pembuatan website makanan khas Indonesia. Kelebihan dari website ini adalah banyak fungsi, banyak tema dan juga Mudah dipasang, fleksibel, aman dan mudah digunakan.. hanya saja pembuatan website dengan Wordpress dan menggunakan hosting itu berbayar.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil dari pembuatan website masakan tradisional Indonesia adalah website yang berisi presentasi tentang sejarah masakan ini, resep, dan petunjuk langkah demi langkah tentang cara menyiapkan masakan Indonesia, khususnya masakan Melayu. Domain atau alamat web <https://indonesischekueche.biz.id/>. Situs web ini telah dikembangkan dan divalidasi oleh pakar media. Ahli adalah orang yang berpengetahuan luas di bidang desain web. Kualitas situs web dinilai

berdasarkan kriteria evaluasi ahli dengan sepuluh aspek. Dari sepuluh kategori evaluasi, ahli menilai delapan aspek sangat baik dan dua aspek baik. Evaluasi ahli terhadap tes menghasilkan skor 95. Ulasan menunjukkan bahwa situs web ini sangat bagus. Oleh karena itu, situs web ini akan dapat digunakan.

### **PENELITIAN LANJUTAN**

Dalam penulisan makalah ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan, maupun bentuk penyajian mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti sendiri. Oleh karena itu, demi kesempurnaan makalah ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Abdulloh, R. (2018). *7 IN 1 PEMOGRAMAN WEB UNTUK PEMULA*. Jakarta: PT

Elex Media Komputindo.

<https://books.google.co.id/books?id=21FwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Budi Kurniawan, M. R. (2021). Perancangan Sistem Pemesanan Makanan Berbasis Web menggunakan PHP dan MySQL. *Jurnal Informatika dan Komputer VOL. 12, No.1, Juni 2021*, 1-9.

<https://journal.unmaha.ac.id/index.php/jik/article/view/49/43>

Deni Warawardhana, Y. M. (2014). INDONESIA CULINARY CENTER. *Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain*, 1-6.

<https://www.neliti.com/id/publications/245226/indonesia-culinary-center>

Desi Wibawati, A. P. (2021). Upaya Indonesia Dalam Mempromosikan Wisata Kuliner Sebagai Warisan Budaya Dunia. *Journal of Tourism and Creativity Volume 5, Nomor 1, Januari 2021*, 36-44.

<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/21108>

Farida, E., & Setyowibowo, S. (2018). Sistem Informasi Wisata Kuliner Berbasis Web Sebagai Media Promosi Kuliner Di Kota Malang. *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(1), 63-71.

<https://doi.org/10.36382/jti-tki.v9i1.311>

Febriyanti, C. N., Puspita, D., Ryan Badruzzaman, M., Al Fatar, M. F., & Gusnanda Ruba, M. (2023). Pembuatan Website Katalog Produk Kuliner Sebagai Media Promosi dan Pemasaran UMKM Sate Ayam Ponorogo Pak Ici. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 582–588. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>

Fridiarty, L., Putri, Y. E., Anugerah, A. I., Azizah, M., & Waruwu, S. (2022). International Journal for Educational and Vocational Studies, Vol. 4, No. 3(2022): 221-227Fridiartyet alDOI: <https://doi.org/10.29103/ijevs.v4i3.9337>

Godara, K., & Dev, N. (2021). The Growth of Culinary and Food Related Content on Visual and Social Media. *International Journal of Research in Engineering*, 4(12), 2–4. <https://www.researchgate.net/publication/357167196>

*Indonesische Küche und "indische keuken"*. (2010 - 2023). Retrieved from EINTOPFHEIMAT Koch dich durch Holland und die Welt: <https://eintopfheimat.com/indonesien-kulinarisch/>

Khairus Suhada, D. F. (2017). Aplikasi web promosi kuliner dan rumah makan online. *Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Digital Zone*, Volume 8, Nomor1, Mei 2017, 25-34. <https://doi.org/10.31849/digitalzone.v8i1.618>

Maulam, Z. A., Munthe, I. R., & Mutia, M. (2021). Pembuatan Media Informasi Kuliner Kota Medan Berbasis Web Sebagai Sarana Promosi Menggunakan Metode Ucd (User Center Design). *Jurnal Teknik Informatika UNIKA Santo Thomas*, 06, 126–132.

<https://doi.org/10.54367/jtiust.v6i1.1282>

Mayring, P. (2007). Designs in qualitativ orientierter Forschung. *Journal für Psychologie*, 15(2), 1-10.

<https://journal-fuer-psychologie.de/article/view/127/111>

Palupi, S. (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

e-ISSN: 2548-7930

Ritonga, devitaasari, O. S. (2023). Makanan Tradisional Halua Suku Melayu Sebagai Daya Taya Tarik Wisata Kuliner Di Kabupaten Langkat. *Jipsi (Jurnal Ilmiah Pariwisata Imelda)*, 1(2), 25-31.

<https://jurnal.uimedan.ac.id/index.php/JIPSI>

Schumacher, M. (2015 - 2023). *Die indonesische Küche: 30 indonesische Gerichte*. Retrieved from Indojunkie:

<https://indojunkie.com/essen-in-indonesien-indonesische-kueche/>

Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk. *TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15-21.

p-ISSN : 2339-1103 e-ISSN : 2579-4221

Sugeng Santoso, J. K. (2019). The Information System Of Name Card Sales Based On Digital Marketing To Improve Creativepreneur On College E-Commerce Website. *ATT, Vol 1, No. 1, March 2019*, 64-72.

p-ISSN: 1548847305

Sugiono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.

[https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=1879&keywords=](https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=)

Supandi, S. (2019). Upaya Meningkatkan Keterampilan Proses Sains Siswa Pada Konsep Pertumbuhan Dan Perkembangan Tumbuhan Melalui Model Pembelajaran Guided Inquiri. *Biodidaktika, Jurnal Biologi Dan Pembelajarannya*, 14 (1), 14-21.

<https://doi.org/10.30870/biodidaktika.v14i1.4839>

Suryaningrat, I. G. (2016). Perancangan Sistem Informasi Wisata Kuliner Berbasis Web Dengan Menggunakan Ajax dan Code Igniter. *JURNAL SISTEM DAN INFORMATIKA Vol. 10, No. 2, Mei 2016, 10(2)*, 1-8.

<https://jsi.stikom-bali.ac.id/index.php/jsi/article/view/52>

Thielsch, M., & Hirschfeld, G. (2018). Expertise Website-Evaluation: Übersicht über bestehende Evaluationsmethoden und Entscheidungshilfe für die Evaluation bestehender sowie neu geschaffener Websites. *BZgA*, 84. [https://www.bzga.de/fileadmin/user\\_upload/forschung/cahpot/BZgA\\_Expertise\\_Internet-final.pdf](https://www.bzga.de/fileadmin/user_upload/forschung/cahpot/BZgA_Expertise_Internet-final.pdf)

Wijayanti, A. (2020, Maret). Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta,. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 74-82.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/7998/3976>