

# PERANCANGAN VISUAL WEBSITE E-COMMERCE USE CLOTHING SEBAGAI MEDIA TRANSAKSI, INFORMASI DAN PROMOSI

**Ade Putra Yuda Tama<sup>1</sup>;**

<sup>1</sup>Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

<sup>1</sup>crossice@gmail.com

## ABSTRAK

*Perkembangan dan inovasi dalam fashion yang begitu cepat membuat gaya hidup untuk tampil menarik menjadi sebuah kewajiban, terlebih di kalangan anak muda. Chino pants adalah salah satu magnet fashion yang kini sedang tren di kalangan anak muda. Situasi ini dimanfaatkan oleh Use Clothing sebagai pembuat chino pants yang memiliki produk andalan custom chino pants yaitu celana chino yang bisa disesuaikan sesuai keinginan konsumen.*

*Beberapa masalah yang dialami use clothing antara lain promosi yang hanya mengandalkan media sosial, minimnya awareness masyarakat terhadap brand use clothing dan belum tersedianya media promosi yang kaya informasi dan minimnya pemanfaatan e-commerce untuk mempermudah konsumen dalam berbelanja.*

*Untuk itu perlu di buat sebuah solusi untuk menyelesaikan permasalahan diatas yaitu dalam bentuk website e-commerce yang mampu menjadi media promosi, informasi dan transaksi. Dalam pembuatan website e-commerce diperlukan data data yang bersumber dari observasi, wawancara, studi pustaka dan kuisioner.*

*Diharapkan dengan adanya website e-commerce use clothing dapat memaksimalkan promosi produknya, bertambahnya awareness masyarakat dengan brand use clothing, menjadi media informasi sekaligus media transaksi yang mempermudah konsumen dalam berbelanja.*

*Kata kunci : Website, E-commerce, Fashion*

## Pendahuluan

Berpakaian atau berhias sesuai dengan tren *fashion* terkini juga merupakan salah satu bagian dari cara berperilaku dan gaya hidup masyarakat saat ini, khususnya anak muda. Berpakaian lebih dari sekedar untuk cara untuk menjaga kesehatan jasmani dan mematuhi norma-norma kesucilaan, namun berpakaian juga memiliki sebagai cara untuk mengekspresikan identitas diri si pemakai baik lewat pilihan bentuk, corak, maupun warna bahan pakaian yang digunakan. Dahulu, orang lebih banyak memvariasikan pakaian atas dengan berbagai macam warna. Namun kini, pakaian bawah atau celana juga menjadi sandang yang dapat divariasikan dengan berbagai macam bentuk dan warna. Salah satu jenis celana yang populer di variasi di kalangan anak muda adalah *chino pants*.

*Chino pants* adalah adalah jenis celana katun ringan yang terbuat dari kain chino dengan tenunan twill. *Chino pants* pada umumnya tersedia yang siap pakai maupun *custom chino pants*.

Use Clothing adalah sebuah clothing line spesialis *chino pants* milik Rifky Mulki Akbar. Use Clothing menyediakan produk *chino pants* dengan berbagai macam warna dan jenis potongan. Mulai dari Slim fit, Skinny fit dan regular fit.

## Permasalahan

Permasalahan yang ditemukan antara lain: Kurangnya pemanfaatan *e-commerce* untuk mempermudah transaksi konsumen, promosi produk *Use Clothing* hanya mengandalkan media sosial, minimnya pengetahuan kaum muda Kota Bandung tentang adanya penyedia *custom chino pants Use Clothing*, belum tersedianya media promosi untuk *Use Clothing* yang kaya informasi, sekaligus menjadi media persuasi dan kredibel dimata konsumen

## Rumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah media promosi dalam bentuk website *e-commerce* untuk *Use Clothing* sebagai media transaksi, promosi dan informasi .

## Pengumpulan Data

Sumber Data Primer yaitu Observasi, Wawancara dan Angket

Observasi dibutuhkan penulis sebagai acuan apakah website yang di buat sudah tepat sesuai dengan selera target market :

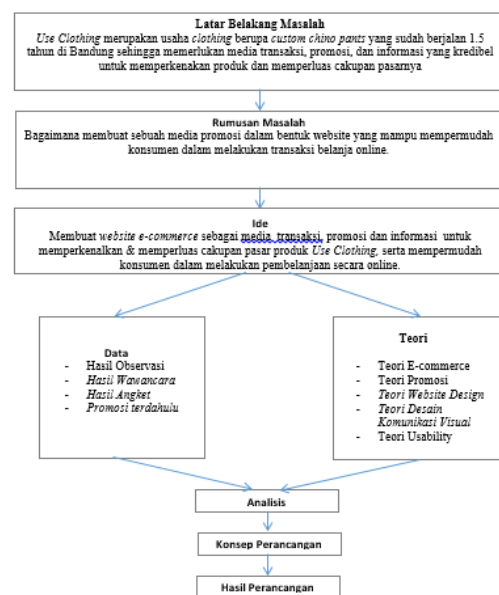
1. Website *e-commerce* sejenis
2. Observasi pengguna website secara langsung

Selain sumber data primer diatas, disertakan pula sumber data sekunder yaitu studi pustaka.

Studi Pustaka Menurut Nazir (1998 : 112) : “Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari : buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll)”.

## Kerangka Perancangan

Kerangka perancangan ini dibuat untuk menjaga agar dalam proses penggarapan TA tetap sesuai prosedur. Dengan topik TA yaitu website maka kerangka ini juga yang menjadi pembeda antara perancangan sebuah website yang menekankan pada ITnya (untuk jurusan engineering) atau yang menekankan pada visualnya (untuk jurusan DKV).



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

## Analisis Hasil Wawancara

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, penulis mendapatkan bahwa sebaiknya dibuat sebuah media untuk meningkatkan promosi *Use Clothing* yaitu dalam bentuk website sebagai media promosi dan informasi produk. Dengan adanya website, *Use Clothing* bisa bersaing dengan kompetitor lain sekaligus meningkatkan kredibilitas dari brand yang telah dibangun. Pengunjung pun akan mendapatkan informasi produk yang lengkap,

gambaran produk serta promo-promo terbaru. Desain website akan mengacu kepada Rifki selaku pemilik brand Use Clothing serta akan mempertimbangan hasil dari analisis kuisioner.

### Analisis Hasil Kuisioner

Berdasarkan data yang didapat dari kuisioner tersebut, penulis menarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Metode pembayaran yang digunakan adalah Bank Transfer.
2. Penggunaan web sebaiknya di optimalkan untuk pengguna desktop/pc mengingat masih sedikitnya pengguna yang mengakses lewat smartphone.
3. Memaksimalkan media sosial sebagai corong untuk memperkenalkan website kepada pengguna.
4. Metode konfirmasi yang digunakan adalah sms. Konfirmasi melalui website dipertimbangkan.
5. Visualisasi produk harus menarik untuk menarik minat beli konsumen.

Dari hasil kesimpulan ini akan digunakan untuk penambahan fitur-fitur dalam website.

### Analisis Matriks

Dalam analisis menggunakan matriks ini akan diperbandingkan dua website clothing yang sudah memiliki nama dan memiliki fasilitas e-commerce didalamnya yaitu Screamous ([www.screamous.com](http://www.screamous.com)) dan 3second ([www.3second-clothing](http://www.3second-clothing)). Dalam analisis ini dua website tersebut akan dibandingkan dengan beberapa parameter yang sebelumnya telah di paparkan di BAB II. Hasil dari analisis ini akan menjadi pertimbangan dalam perancangan visual website use clothing.

### Konsep Pesan

Perancangan Tugas Akhir ini ditujukan untuk menjadi media penyampaian mengenai perusahaan melingkupi informasi tentang produk *chino pants* Use Clothing dan juga sebagai media promosi untuk perusahaan yang mudah dijangkau oleh masyarakat atau konsumen. Konsep pesan yang ingin disampaikan melalui media *website e-commerce* Use Clothing ini adalah menyampaikan tujuan dari tagline perusahaan yaitu *Customize your style as you wish*. Tagline *Customize your style as you wish* mempunyai arti bahwa produk ini memfasilitasi konsumen untuk memiliki *chino pants* sesuai dengan ukuran yang diinginkan mereka. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka di tambahkan fitur untuk

memasukkan ukuran personal pada halaman pemesanan *chino pants*.

### Tujuan Komunikasi

Penulis bertujuan untuk mempromosikan *brand use clothing* sekaligus mengenalkan produk-produk use clothing kepada calon konsumen melalui *website e-commerce use clothing*. Konsep yang digunakan penulis adalah “ Mempersuasi pelanggan dengan menggunakan desain visual yang menarik dengan memberikan wawasan tentang produk dan produksi produknya”. Selain itu penulis juga menambahkan elemen fotografi sebagai nilai tambah sekaligus menjadi alat bantu konsumen untuk mencocokkan pakaian apa yang pas dikenakan saat menggunakan *chino pants* ini. Diharapkan dari konsep yang diusung penulis, antara use clothing dengan calon konsumen timbul kepercayaan satu sama lain sehingga bisa meningkatkan *brand awareness use clothing*.

### Sasaran Komunikasi

Setelah berkunjung ke *website e-commerce use clothing*, calon konsumen diharapkan tertarik dan bisa segera membeli produk *chino pants use clothing* dengan memanfaatkan fitur *e-commerce* yang ada.

### Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan agar perancangan website e-commerce use clothing ini bisa tercapai yaitu melalui beberapa tahapan antara lain :

1. Tahap 1 : Konsumen dapat mengetahui keberadaan *website ecommerce Use Clothing* sehingga produk *chino pants use clothing* dapat diingat oleh konsumen.
2. Tahap 2 : Konsumen mengurangi tertarik untuk membeli produk use clothing.
3. Tahap 3: Konsumen memutuskan untuk membeli produk use clothing

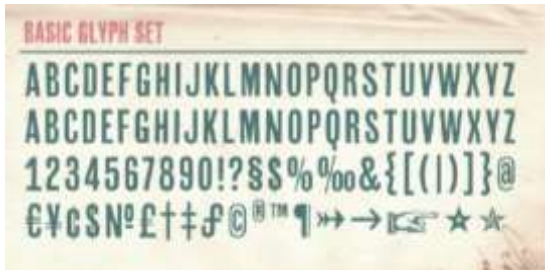
Untuk mencapai tahap ke 3 dibutuhkan konten website yang menarik. Konten yang menarik bisa dari isi website yang bermanfaat bagi konsumen maupun foto produk yang menarik. Foto ini menjadi penting karena ketika foto produk tidak menarik, tentu saja pengunjung tidak akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

### Konsep Kreatif

Dari warna, konsep yang dipilih adalah *Double-complementary* yaitu palet warna yang terdiri dari 3 warna utama dan warna komplemen dari warna-warna utama.

## Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam buku ini menggunakan jenis huruf Cheap pine untuk judul dan subjudul, dan jenis huruf Arial untuk isi konten.



Tipografi untuk judul (*Cheap Pine*)

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZÀ  
ÁÊËÌŒabcdefghijklmn  
opqrstuvwxyzàáêëì&  
1234567890(\$£.,!?)

Tipografi pada konten (*Arial*)

## Konsep Media

Dalam website ini akan ditampilkan informasi informasi yang disajikan secara interaktif untuk menarik minat pengunjung dalam mengeksplorasi website ini.

*Optimal Resolution* : 1360 x 768 pixel  
*Layout type* : Fixed Width  
*CMS* : Custom (dibuat dengan CSS3, HTML4)



Gambar 1.2 Desain homepage use clothing

Kerangka website (*sitemap*) terdiri dari: Homepage, Tentang Use clothing, Cara pemesanan, Kontak, *Shop*, Syarat dan kondisi, Metode Pembayaran, *Lookbook* Testimonial, Karir, Produk

Skema Belanja di *website e-commerce use clothing* :

## Budgeting Media

Berikut adalah rancangan biaya untuk media *website* dan beberapa media pendukung promosi yang dirancang oleh penulis. Informasi biaya *website* berdasarkan harga dari penyedia hosting dan domain, [www.JagoanHosting.com](http://www.JagoanHosting.com), dan untuk biaya Promosi Cetak (Kartu Nama, Poster, Stiker) berdasarkan Perusahaan percetakan Tirta Anugrah dan untuk biaya *X-Banner* berdasarkan harga perusahaan percetakan Solution Buahbatu.

### 1. Website E-commerce Use Clothing

*Domain* : Rp 132.000 / tahun

*Web Hosting* : Rp 132.000 (100Mb)

**Total : RP 132.000 + Rp 132.000 = Rp 264.000**

### 2. Kartu Nama Use Clothing

Ukuran : 5.8cm x 9cm

Jenis Kertas : Art Paper 260 Gsm (dua sisi dan terlaminasi)

Jumlah : 1 pak (100 kartu nama)

**Biaya : Rp 60.000**

### 3. X-Banner Use Clothing

Ukuran : 60 cm x 160 cm

Jenis kertas : Flexy

Jumlah : 2 buah (tipe rolling, hi-grade)

Harga Satuan : Rp. 200.000

**Total : 2 x Rp 200.000 = Rp. 400.000**

### 4. Poster Use Clothing

Ukuran : A3 (29,7 cm x 42 cm)

Jenis kertas : Art Paper 93 Gsm

Jumlah : 100 lembar

Harga Satuan : Rp. 5.000

**Total : 100 x Rp 5.000 = Rp. 500.000**

## Konsep Visual

Untuk mencapai konsep yang telah dijabarkan sebelumnya, dibutuhkan elemen-elemen yang memperkuat konsep tersebut. Elemen yang ditambahkan seperti frame pada beberapa bagian di website.

Elemen pada website e-commerce seperti yang telah dijelaskan dalam teori website anatomy ada beberapa buah. Dalam penerapannya pada website e-commerce use clothing ini, penulis menggunakan 5 elemen dasar yaitu *Header*, *Footer*, *Content*, *logo* dan *navigation*. Penjelasan dari fungsi dan pemempatan masing-masing elemen akan dibahas pada penjelasan hasil perancangan tiap halaman website ecommerce use clothing. Selain elemen dasar diatas, penulis juga menambahkan elemen pendukung atau asset dalam bentuk potongan frame, foto, tombol, garis, logo (logo perusahaan, logo media sosial dan logo messenger) dll. Untuk memudahkan dalam perancangan website, maka penulis mengelompokkan asset yang ada berdasarkan halaman dan disatukan dalam format PNG. Format PNG dipilih karena yang mendukung transparansi pada gambar sehingga memudahkan penulis saat membutuhkan elemen tertentu untuk *dicrop*. Berikut ini adalah beberapa contoh visualisasi asset yang digunakan pada website use clothing.

### Hasil Perancangan Media Utama

#### Homepage

*Homepage* adalah halaman pertama dari suatu *website / situs web*, *Homepage* merupakan halaman yang paling penting karena mampu memberikan kesan pertama pada konsumen saat berkunjung. Dalam pembuatan homepage use clothing, penulis membuat tiga alternatif desain dan pada akhirnya dipilihlah desain ke 3 sebagai desain homepage use clothing.



Gambar 1.3 Desain alternatif 1 Homepage Use Clothing



Gambar 1.4 Desain alternatif 2 Homepage Use Clothing



Gambar 1.5 Desain akhir Homepage Use Clothing dengan Photoshop

#### Tentang Use Clothing



Gambar 1.6 desain halaman tentang Use Clothing dengan Photoshop

#### Cara Pemesanan



Gambar 1.7 desain halaman Cara Pemesanan dengan Photoshop

Kontak Kami



Gambar 1.8 desain halaman Kontak kami dengan Photoshop

Shop



Metode Pembayaran



Gambar 1.12 desain halaman metode pembayaran dengan Photoshop

Gambar 1.9 desain halaman Shop dengan Photoshop



Gambar 1.10 desain halaman detail product dengan Photoshop

Syarat dan kondisi



Gambar 1.11 desain halaman syarat & kondisi dengan Photoshop

Lookbook



Gambar 1.13 desain halaman lookbook dengan Photoshop

Produk



Gambar 1.16 desain halaman product bagian atas dengan Photoshop

Testimonial



Gambar 1.14 desain halaman testimonial dengan Photoshop

Hasil Perancangan Media Pendukung

Kartu Nama



Gambar 1.16 Visualisasi kartu nama dalam 3 dimensi.

Karir



Gambar 1.15 desain halaman karir dengan Photoshop

Poster



Gambar 1.18 Poster promosi Use Clothing

Fedeyef, Dimitri dan Cattaneo, Allesandro. (2010) *Smashing Book #1*. Berlin : Smashing Press GmBH.

Prihatna, Henky (2005). *Struktur Navigasi*. Elex Media Komputindo: Jakarta

Suyanto, Asep Herman. (2009). *Step by Step Web Design Theory and Practices*. Yogyakarta : Andy.

Rustan, Surianto.(2010). *Huruf Font Tipografi*, Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama.

[www.960.gs](http://www.960.gs)

X-Banner



Gambar 1.19 X-Banner versi *Simply Irresistible* (kiri) dan versi *Cool & Stylish* (kanan)

### Konsep Transaksi E-commerce

Dalam sebuah website e-commerce tentu saja dibutuhkan sebuah konsep transaksi e-commerce. Konsep ini adalah gambaran perjalanan konsumen mulai dari membuka website e-commerce hingga menerima barang yang dibeli. Adapun konsep transaksinya yaitu :



Gambar 4.30 Alur transaksi utama

### DAFTAR PUSTAKA

Beaird, Jason. (2010). *The Principles of Beautiful Web Design*. London : SitePoint

Dewanto, I. Joko. 2006. *Web Desain : Metode Aplikasi dan Implementasi*. Yogyakarta :