

PERANCANGAN IKLAN DIGITAL PRODUK AYUKA FLOWER BERBASIS MOBILE

Rafika Ulfah Rahmaningtyas¹, Anung Rachman²

^{1,2} Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institusi Seni Indonesia Surakarta

e-mail : fikarafika4183@gmail.com¹, anung@isi-ska.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRACT
Received : Juni, 2021 Accepted : Agustus, 2021 Publish online : Oktober, 2021	<i>Technological developments are becoming increasingly rapid, especially with the internet facility that makes it easy for the public to obtain information anytime and anywhere. The development of media applications has also improved the way a company advertises. Nowadays, product advertising can be done through the website. Design sprint method is used in designing digital advertisements for ayuka flower products. Design sprint method has 5 stages, understand, diverge, decide, prototype, and validate. This research produced a mobile-based digital advertisement using Google Web Designer.</i> <i>Key words : Digital advertisement, Google web designer, Design sprint</i>
	ABSTRAK Perkembangan teknologi menjadi semakin pesat, terutama dengan adanya sarana internet yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk memperoleh informasi kapanpun dan dimanapun. Perkembangan aplikasi media turut menyempurnakan cara beriklan suatu perusahaan. Di zaman sekarang ini, iklan produk dapat dilakukan melalui website. Metode design sprint digunakan dalam perancangan iklan digital produk ayuka flower. Metode design sprint memiliki 5 tahapan, yaitu understand, diverge, decide, prototype, dan validate. Penelitian ini menghasilkan sebuah iklan digital berbasis mobile menggunakan Google Web Designer. Kata Kunci: Analisis Visual, Form, Konteks, Konten, Logo BKKBN

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini menjadi semakin pesat, terutama dengan adanya sarana internet yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk memperoleh informasi kapanpun dan dimanapun. Penggunaan internet yang terus meningkat tersebut dimanfaatkan masyarakat tidak hanya untuk bisa memperoleh informasi, tetapi juga dapat memperoleh hiburan, pengetahuan, hingga berbelanja online (Supriyono, 2019).

Penjualan secara online menjadi salah satu alternatif untuk memperluas jangkauan audiens. Banyak perusahaan besar maupun kecil yang telah memanfaatkan system penjualan berbasis website. Perdagangan menggunakan teknologi internet dapat memberikan peluang besar bagi pelaku usaha, sehingga sayang dilewatkan terutama bagi pelaku UMKM (Irawan, 2019).

Seperti yang dilansir dalam datareportal, penetrasi pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2021 mencapai 73,7%. Jumlah pengguna internet di Indonesia juga mengalami peningkatan sebesar 16%, yaitu 202,6 juta pengguna internet pada Januari 2020. Dalam data tersebut juga dinyatakan bahwa jumlah transaksi online di Indonesia mencapai 87.1% (www.datareportal.com).

Perkembangan aplikasi media berperan dalam menyempurnakan cara beriklan sebuah perusahaan. Cara beriklan yang dipilih akan berpengaruh terhadap strategi perusahaan dalam memilih media yang digunakan dalam melakukan pemasaran maupun promosi (Lasmary RM Girsang, 2017).

Kondisi pasar yang telah berkembang membawa pengaruh besar terhadap strategi pemasaran yang harus diterapkan perusahaan untuk menawarkan dan memasarkan produk dan jasanya. Penyampaian iklan akan sangat membantu perusahaan dalam mengenalkan produk maupun jasanya. Di zaman modern ini menyampaikan produk / jasa dapat dilakukan melalui website. Iklan melalui website dapat memudahkan konsumen dalam mengakses produk, selain itu juga dapat menghemat biaya produksi dibandingkan dengan menggunakan media lainnya (Wahyuni & Susanto, 2018).

Ayuka Flower merupakan produk usaha yang bergerak di bidang kerajinan tangan. Ayuka Flower didirikan pada tahun 2020. Produk utama dari Ayuka Flower adalah mini bouquet frame. Produk

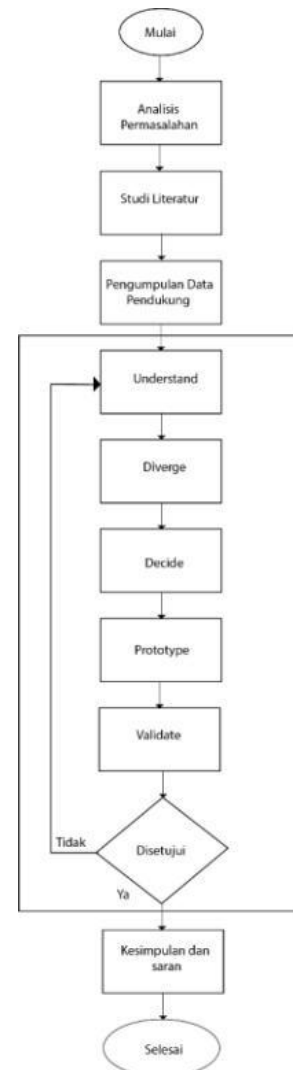
ini merupakan produk frame yang dihiasi dengan dried flower mini bouquet didalamnya.

Ayuka Flower baru memasarkan produknya melalui sosial media seperti Instagram. Pemasaran produk melalui media sosial instagram saja dirasa tidak menimbulkan hasil yang maksimal. Ayuka Flower belum mempunyai web sendiri untuk memasarkan produknya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik membuat iklan web untuk produk Ayuka Flower berbasis mobile. Dengan adanya iklan web diharapkan dapat menjadi solusi yang dapat mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi mengenai produk – produk Ayuka.

METODE PENELITIAN

Langkah – langkah dalam pembuatan iklan web ayuka flower disajikan dalam Gambar 1.1



Gambar 1. 1 Diagram alir pembuatan iklan web ayuka flower

Dalam perancangan iklan web produk *ayuka* ini, menggunakan metode *design sprint*. Metode *design Sprint* adalah metode tahap awal pengembangan aplikasi dengan pengumpulan serta pengujian ide berdasarkan kebutuhan, permasalahan, dan solusi terbaik yang mampu ditawarkan kepada pengguna dan dilakukan melalui pengujian *prototyping design*.

Metode *design sprint* memiliki 5 tahapan yang sangat komunikatif dan interaktif untuk mengeluarkan ide, inspirasi dan solusi yang kemudian diwujudkan dalam *prototype* (Rahmad & Pribadi, 2020). Ke-lima tahapan tersebut adalah :

1. *Understand*

Tahap awal ini dilakukan dengan memahami permasalahan, yaitu melalui *user interviews* kepada calon pengguna untuk mengetahui kebutuhan pengguna berdasarkan permasalahan tersebut dan teknologi yang cocok untuk diimplementasikan.

2. *Diverge*

Pada tahap ini, dilakukan peninjauan kembali terhadap apa yang telah didapatkan pada tahap pertama untuk kemudian dipresentasikan dalam bentuk sketsa mengenai solusi dari permasalahan tersebut. Di tahap ini dikembangkan lebih dalam dari solusi yang dibuat untuk memprediksi masalah yang akan muncul dari solusi yang dibuat.

3. *Decide*

Pada tahap ini ditentukan solusi yang tepat dari permasalahan yang dilakukan melalui voting. Setiap orang menjelaskan hasil dari ide yang dituangkan dalam *crazy eight*, kemudian dilakukan pengumungutan suara ide besar yang dipandu oleh *Sprint Master*.

4. *Prototype*

Selanjutnya, developer akan membuat *ptotype* berdasarkan desain yang telah disetujui. *Prototype* dibuat dengan cepat untuk menampilkan *usabilitas* produk yang akan diluncurkan.

5. *Validate*

Pada tahap ini dilakukan pengujian oleh beberapa calon pengguna untuk menanggapi *prototype* yang telah dibuat menggunakan heuristic evaluation. Proses pengujian dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada calon pengguna untuk mengoperasikan desain aplikasi yang telah dibuat. Selain ditunjukkan untuk pengguna, pengujian dapat ditunjukkan untuk stakeholder atau seseorang yang ahli pada bidang tertentu.

Hasil dari ke-lima tahapan tersebut nantinya akan diimplementasikan pada tahap – tahap pengembangan dan dilakukan pengujian untuk menguji apakah terjadi kegagalan saat iklan dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah iklan digital berbasis *mobile* menggunakan *Google Web Designer*. Hasil dan pembahasan dari penelitian ini, yaitu :

Understand, dengan melakukan wawancara dengan owner Ayuka Flower mengenai permasalahan pemasaran produk Ayuka Flower yang masih belum maksimal. Selain itu, penting untuk memahami bagaimana membuat iklan yang menarik agar audiens tertarik pada produk yang diiklankan.

Diverge, pada tahap ini dilakukan peninjauan kembali terhadap permasalahan pada tahap pertama untuk kemudian dibuat solusi yang diwujudkan dalam bentuk sketsa. Berikut adalah sketsa iklan digital Ayuka Flower berbasis *mobile*:



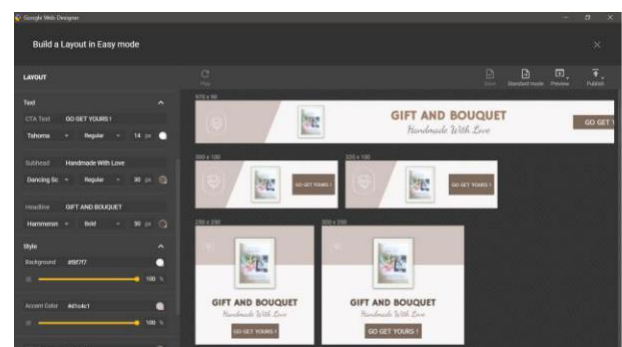
Gambar 1.2 Sketsa iklan digital Ayuka Flower

Decide, pada tahap ini ditentukan solusi yang tepat dari permasalahan yang ditemukan pada tahap pertama, yaitu membuat iklan digital berbasis *mobile* yang dapat langsung terhubung dengan Instagram Ayuka Flower. Untuk itu dibuat iklan sesuai dengan sketsa yang sudah didapat pada tahap *diverge*. Iklan tersebut memerlukan beberapa komponen seperti pada gambar dibawah ini :

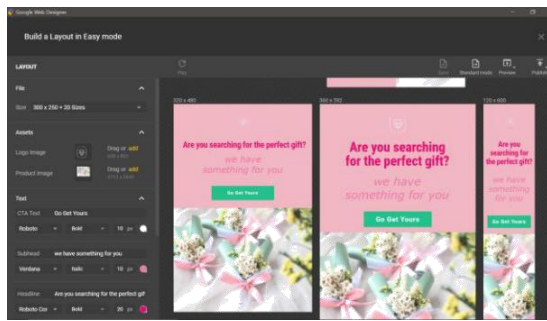


Gambar 1.3 komponen – komponen pada iklan digital Ayuka Flower

Prototype, setelah sketsa dibuat dan komponen – komponen pembuat iklan terkumpul selanjutnya pada tahap ini dibuatlah *prototype* sesuai dengan desain yang telah disetujui. Iklan yang dibuat merupakan iklan digital dengan format iklan *responsive* yang berbasis *mobile*. Proses pembuatan iklan tersebut menggunakan *Google Web Designer*. Komponen – komponen yang telah dikumpulkan kemudian disusun sedemikian rupa dan ditambahkan dengan tulisan – tulisan untuk memperjelas pesan iklan dan dapat menarik audiens, seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 1.4 Pembuatan iklan digital Ayuka Flower 1 dengan Google Web Designer



Gambar 1.5 Pembuatan iklan digital Ayuka Flower 2 dengan Google Web Designer

Validate, pada tahap ini dilakukan pengujian kepada beberapa audiens mengenai iklan digital Ayuka Flower yang telah dibuat.

Proses

pengujian dilakukan dengan membagikan *link* iklan kepada beberapa audiens untuk melihat bagaimana respons audiens terhadap iklan tersebut. Beberapa audiens merasa adanya iklan tersebut memudahkan mereka untuk melihat detail produk, karena hanya dengan sekali klik saja dapat langsung terhubung dengan Instagram Ayuka Flower.

KESIMPULAN

Periklanan digital melalui web dapat menjadi solusi untuk mengiklankan produk secara online. Dibandingkan dengan media cetak, penggunaan iklan digital dinilai lebih efektif dan dapat menjangkau audiens secara lebih luas. Iklan digital juga dapat memudahkan audiens mengakses detail produk yang diiklankan dan dapat terhubung dengan online shop hanya dengan sekali klik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Irawan Y, "Aplikasi E-Commerce Untuk Pemasaran Kerajinan Tangan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Riau Menggunakan Teknik Dropshipping". Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research.2019
- [2] Lasmary RM Girsang, "Pengukuran Efektivitas Iklan (Studi Komparasi: Iklan Media Cetak Dan Iklan Media Online)". Jurnal Komunikasi Dan Media, 1(2). 2017
- [3] Supriyono, A. H. Y, "New Media Dan Strategi Periklanan (Analisis diskursus youtubers sebagai stealth marketing)". Penelitian Sosial Dan Keagamaan, 9, 17–31. 2019
- [4] Wahyuni, T., & Susanto, M. T, "Perancangan Website Periklanan Dengan Fasilitas Reviewer Iklan Menggunakan Php Dan Mysql". INFOTECH Journal, 4(2), 1–5. 2018
- [5] Rahmad, A. N., & Pribadi, F. S, "Perancangan Aplikasi, 'Studi Al-Qur'an Intensif' Berbasis Website dengan menggunakan Pendekatan Design Sprint (Studi Kasus Studi Al-Qur'anIntensif UINSA)". Edu Komputika Journal, 7(1), 33–43 . 2020
- [6] Ramadan, R., Muslimah, A.-Z. H., & Rokhmawati, R. I, "Perancangan User Interface Aplikasi EzyPay menggunakan Metode Design Sprint (Studi Kasus PT. Arta Elektronik Indonesia)". Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK) Universitas Brawijaya, 3(9), 8831–8840. 2019
- [7] Data Reportal. Digital dara Indonesia 2021, Internet:<https://datareportal.com/report/digital-2021-indonesia> [12 Mei 2021]