

PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP NANAUNIQUESTORE

Agung Eko Dhananjaya

Sekolah Tinggi Desain Bali, Denpasar, Bali - Indonesia
e-mail: agungeko@std-bali.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Received : September, 2019
Accepted : Oktober, 2019
Publish online : Oktober, 2019

A B S T R A C T

*The development of technology today makes a less effort for humans in their daily activities. One of the developments that feels is the availability of information which used to rely on news through print, television or radio has now turned into a website. Website design requires a more complicated flow, the website is built like creating a physical building where all the structures that support it must be carefully calculated so that no mistakes or other things that are not desired in the future. In the creation of a work, there are various theories that can be used, Mark Boulton in his book *Designing for the Web* divides the design stages of the website into 5 stages, namely Briefing, Analysis and Inspiration (Research and Insight), Concepts (Idea Generation), Solutions (Design and Solution), and Production (Production).*

Key words : Planning, Website, Online shop

A B S T R A K

Perkembangan teknologi dewasa ini semakin memudahkan manusia dalam berkegiatan sehari harinya. Salah satu perkembangan yang terasa adalah ketersediaan informasi yang dahulu hanya mengandalkan pemberitaan melalui media cetak, televisi ataupun radio sekarang telah beralih menjadi *website*. Perancangan website membutuhkan sebuah alur yang lebih rumit, *Website* dibangun seperti membuat sebuah bangunan fisik dimana semua struktur yang menopangnya harus diperhitungkan dengan matang agar tidak terjadi kesalahan ataupun hal hal lainnya yang tidak diinginkan dikemudian hari. Dalam penciptaan sebuah karya, ada berbagai teori yang bisa digunakan, Mark Boulton dalam bukunya *Designing for the Web* membagi tahapan perancangan webiste menjadi 5 tahapan yaitu Pengarahan (*The Brief/briefing*), Analisa dan Inspirasi (*Research and Insight*), Konsep (*Idea Generation*), Solusi (*Design and Solution*), dan Produksi (*Production*).

Kata Kunci: Perancangan, *Website*, *Online Shop*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dewasa ini semakin memudahkan manusia dalam berkegiatan sehari harinya. Salah satu perkembangan yang terasa adalah ketersediaan informasi yang dahulu hanya mengandalkan pemberitaan melalui media cetak, televisi ataupun radio sekarang telah beralih menjadi *website*. *Website* sebagai media baru yang sedang naik daun tidak terlepas dari pertumbuhan penetrasi internet di Indonesia yang mencapai 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 264,16 juta, Meningkat 10,12% dari tahun sebelumnya. Sedangkan untuk daerah Bali sendiri, dari keseluruhan jumlah penduduk sebanyak 3,8 juta, 59% diantaranya adalah pengguna internet aktif dengan penetrasi umur tertinggi 15 - 19 tahun sebanyak 91% dari keseluruhan penduduk para rentang umur tersebut. Disusul rentang umur 20 - 24 tahun sebanyak 88,5%. [1].

Website sebagai kumpulan halaman web yang tersusun dan diakses melalui *browser* yang terhubung oleh internet. Hal ini tentu saja menjadi peluang bagi *online store Nanauniquestore*, *Online shop* yang menjual peralatan makan berbahan dasar kayu ini telah berdiri sejak tahun 2015 dengan Trisna Anastasia sebagai *owner* sekaligus desainernya. Sebagai salah satu *online shop*, kebutuhan akan media pemasaran yang dapat menjangkau masyarakat atau target market sangatlah penting dalam penjualan produknya.

Sebagaimana diketahui, media konvensional seperti poster, brosur, dan spanduk lebih dahulu dikenal dibandingkan dengan media online seperti *Instagram* yang kini lebih banyak digunakan. Bagi pemasar yang menggunakan strategi pemasaran konvensional seperti diatas tentu memakan biaya yang tidak sedikit, mulai dari biaya produksi hingga distribusi. Itupun belum tentu tersampaikan ke seluruh target market yang dituju akibat terbatasnya promosi yang dihasilkan [2].

Berbeda dengan pola perancangan media komunikasi visual dalam bentuk cetak, perancangan media komunikasi melalui *website* sedikit lebih kompleks, hal ini dikarenakan pola perancangan harus menyesuaikan dengan prioritas kemungkinan kelompok informasi yang dibutuhkan oleh pengguna, ataupun hal hal teknis yang memberikan kesan tertentu kepada pengguna media itu sendiri.

Untuk menciptakan sebuah media promosi melalui *website*, beberapa hal harus dipertimbangkan. Hal ini seperti yang sudah disinggung sebelumnya, menyangkut bagaimana

sebuah kelompok informasi bisa dihadirkan menyesuaikan dengan kebutuhan dari konsumen ataupun masyarakat yang membutuhkan informasi.

Perancangan promosi melalui media ini membutuhkan sebuah alur yang lebih rumit, *Website* dibangun seperti membuat sebuah bangunan fisik dimana semua struktur yang menopangnya harus diperhitungkan dengan matang agar tidak terjadi kesalahan ataupun hal hal lainnya yang tidak diinginkan dikemudian hari. Proses perancangan ini meliputi penentuan konsep yang sesuai dengan tujuan perancangan, jenis media dan aplikasinya, dan nilai estetis menyangkut bagaimana sebuah desain dapat menggugah dan memberikan sebuah kesan tertentu kepada masyarakat. Dalam hal ini, perancang karya harus berpedoman pada teori estetika dan teori desain. Sehingga menghasilkan karya penciptaan yang sesuai dan tepat guna. Oleh karenanya, perlu ada sebuah pedoman umum untuk menghasilkan sebuah promosi dalam bentuk *website* dan konten media sosial yang jelas dan mudah dipahami agar kesalahan dalam perancangan bisa diminimalisir.

METODE PENELITIAN

Materi penciptaan yang diusung merupakan penciptaan media *website* dan konten media sosial dengan metode kualitatif yang meliputi pengumpulan data mengenai materi penciptaan dan literatur yang berkaitan dengan materi penelitian, dan pembahasan mengenai materi penelitian dan kesesuaian terhadap teori pada literatur yang berkaitan dengan materi penelitian. Dalam penciptaan sebuah karya, ada berbagai teori yang bisa digunakan, Mark Boulton dalam bukunya *Designing for the Web* [3] membagi tahapan perancangan *website* menjadi 5 tahapan yaitu Pengarahan (*The Brief/briefing*), Analisa dan Inspirasi (*Research and Insight*), Konsep (*Idea Generation*), Solusi (*Design and Solution*), dan Produksi (*Production*). Merancang sebuah desain *website* dan promosi media sosial berbeda dengan merancang sebuah media promosi berbasis cetak. Sebuah *website* memiliki alur yang lebih rumit layaknya proses membangun sebuah bangunan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penciptaan media *website* menggunakan teori tersebut terbagi menjadi beberapa bagian yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Pengarahan (*The Brief/briefing*)

Berbeda dengan penciptaan karya seni pada umumnya, proses penciptaan karya dalam bidang desain komunikasi visual dimulai dari kebutuhan ataupun masalah yang dihadapi oleh *Nanauniquestore*. Pada dasarnya permasalahan selalu berhubungan dengan kegiatan promosi yang dilakukan oleh konsumen. Tahapan ini lebih banyak berupa mendengarkan kebutuhan pasar dan mereka-reka jenis *website* dan media promosi apa yang akan dibuat. Pada tahapan ini, untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan perancangan dapat dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa Observasi, Wawancara, Kepustakaan dan Dokumentasi

2. Analisa dan Inspirasi (*Research and Insight*)

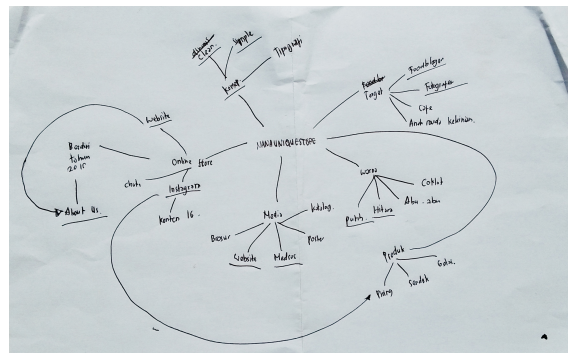
Pada tahapan kedua ini, pencipta atau perancang karya desain mengumpulkan informasi sebanyak mungkin, untuk mempelajari apa saja yang diinginkan dan tidak inginkan bagi situs web. Dalam perancangan ini seorang pencipta harus dapat menentukan beberapa hal yang mendasar, seperti tujuan penggunaan *website*, sasaran pengunjung, target pengunjung, dan konten apa saja yang ingin ditampilkan. Hal hal ini sangat berpengaruh dalam proses perancangan layout dan penempatan konten vital yang mempermudah pengguna *website* menemukan informasi yang ingin diperoleh.

Informasi yang sudah terhimpun melalui tahapan pertama dilanjutkan dengan proses analisa dan pencarian sumber inspirasi karya. Pada tahapan ini referensi, kajian dan riset yang ada dirangkum untuk mengukuhkan bagaimana impresi halaman terhadap pengguna, bagaimana susunan informasi yang ingin ditampilkan, berapa banyak target akses halaman per periode hingga bagaimana bentuk sistem yang digunakan dalam pengolahan data *website*.

Informasi yang sudah dimiliki kemudian dijabarkan ke dalam pola pikir yang disebut dengan brainstorming dan menghasilkan kata kunci sebagai pedoman dalam penciptaan karya atau desain. Proses ini hampir sama dengan proses perancangan media cetak, hanya saja pada tahapan ini proses *brainstorming* yang dilakukan lebih luas dan mencakup semua hal yang ingin dan tidak ingin ditampilkan dalam *website*

3. Konsep (*Idea Generation*)

Tahapan *Idea generation* secara garis besar merupakan tahapan merancang aspek estetis dari perancangan yang akan diwujudkan. Pemahaman mengenai permasalahan yang menjadi dasar penciptaan serta menentukan tujuan dan target sasaran sangatlah penting dalam merumuskan karya yang mampu menjawab permasalahan yang ada. Untuk mencapai hal tersebut diawali dengan proses *brainstorming* atau *mind mapping* yang berarti proses penggunaan *brain to storm* permasalahan kreatif yang menempatkan bagian bagiannya mengarah ke obyek yang sama [4]. fungsi utama dalam *brainstorming* adalah menemukan kata kunci yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam perancangan media dan konsep dalam desain. Kata kunci yang dihasilkan tidak selalu berdasarkan penjabaran kata satu per satu. Kata kunci dapat berupa pemahaman secara umum dari keseluruhan kata dengan tujuan yang sama. Seperti pada *brainstorming* di bawah. Kata clean tidak secara langsung diperoleh dari penjabaran visual. Tetapi lebih kepada keseluruhan maksud penggunaan *visual icon, flat* dan minimalis sebagai elemen grafis.



Gambar. 2.1 Brainstorming Nanauniquestore
[Sumber: Dokumentasi pribadi]

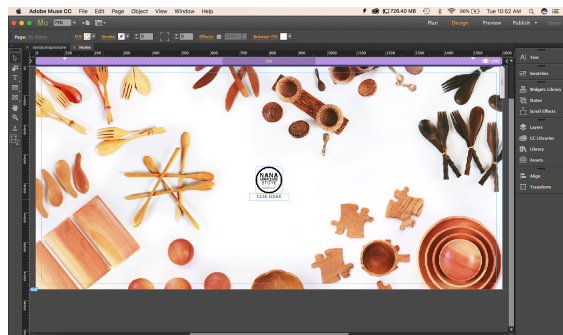
Pada tahapan ini perancang karya harus menggunakan teori Desain Komunikasi Visual sebagai bahan acuan dalam pengolahan data yang akan dituangkan ke dalam unsur visual. Adapun teori tersebut meliputi pengaplikasian teori ilustrasi fotografi pada informasi visual produk yang ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai produk yang dijual, teori dan psikologi warna sebagai pembangun *mood* dengan menggunakan warna coklat yang memiliki kesan hangat, nyaman dan melambangkan kekuatan hidup dan dapat diandalkan [5].

4. Solusi (*Design and Solution*)

Tahapan ini merupakan lanjutan yang diperoleh melalui tahapan ide. Pada tahapan ini, bersama dengan hasil olah instruksi dan data, proses dilanjutkan dengan menuangkan konsep baik berupa konsep artistik, tata kelola penempatan elemen grafis, perwujudan karya secara menyeluruh dan finalisasi karya sebelum diluncurkan kepada masyarakat. Proses ini penting dilakukan untuk menghasilkan karya yang sesuai dengan konsep karya awal dan melihat apakah sebuah perwujudan karya sudah mampu memberikan jawaban atas masalah masalah kenapa karya tersebut tercipta. Dalam tahapan ini juga, seorang perancang karya akan menilai apakah bagian bagian karya yang dibuat sudah bisa diluncurkan ataupun diproduksi baik dari kualitas, nilai dan fungsi karya. Tahapan solution dalam penciptaan ini perancang membagi menjadi 2 bagian.

4.1 Desain

Tahapan ini merupakan tahapan realisasi sketsa yang telah dibuat dalam tahapan konsepsi. Pada tahapan ini digunakan aplikasi grafis untuk menyusun letak elemen grafis berupa teks, ilustrasi, warna dan lain sebagainya. Kajian visual yang telah dibahas pada pembahasan sebelumnya menjadi titik ukur dalam merumuskan tata letak yang sesuai dengan informasi pada masing masing halaman.



Gambar. 4.1 Tahapan Desain *website Nanauniquestore*
[Sumber: Dokumentasi pribadi]

Pada dasarnya, mendesain sebuah situs web menggabungkan desain dengan berbagai aspek baik itu teknologi informasi pemrograman, sastra, hingga psikologi. Teori desain digunakan dalam merumuskan bagaimana pola dan alur informasi yang seharusnya disertakan dalam *website* sehingga masyarakat mendapatkan kemudahan akses dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Penyusunan daftar menu, sub menu, pengelompokan artikel dan hal hal kecil

lainnya dapat berpengaruh pada sistem pencarian data yang nantinya juga akan berpengaruh pada ketersediaan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Penggunaan prinsip desain menjadi panduan dalam penyusunan desain web. Misalnya dalam suatu halaman, ditentukan titik fokus dari pembahasan dengan menempatkan warna atau ilustrasi yang mencolok, begitupun prinsip desain keseimbangan digunakan untuk menentukan posisi elemen grafis agar tidak timpang atau berat sebelah. Prinsip desain ini yang akan menentukan pola sebaran elemen grafis dalam setiap halaman. Dalam tahapan ini pula dinilai apakah desain yang ditampilkan sudah mampu memberikan informasi yang diinginkan sesuai dengan halaman atau bagian bagian *website* dan konten media sosial. Tahapan ini juga lebih banyak menilai aspek estetis dari penyusunan elemen elemen desain berupa teks, ilustrasi, warna dan lainnya.

4.2 Coding

Tahapan ini merupakan kelanjutan dari tahapan desain. Dimana desain yang sudah selesai dan tidak mengalami perubahan kemudian direalisasikan kedalam bentuk bahasa HTML (*Hyper Text Markup Language*) yaitu bahasa programing dalam internet yang tersusun atas bantuan *CSS (Cascade Style Sheet)* dengan bantuan aplikasi penulisan code seperti *adobe dreamweaver*.



Gambar. 4.2 Tahapan *coding website Nanauniquestore*
[Sumber: Dokumentasi pribadi]

Pada dasarnya tahapan ini merupakan tahapan menyusun kembali data grafis pada tahapan desain ke dalam bentuk tulisan atau teks html yang kemudian divisualkan kembali oleh browser sebagai bentuk grafis. Penulisan code ini juga meliputi penambahan animasi gerak pada elemen grafis yang digunakan dalam desain. Misalnya saja untuk menu, agar dapat tetap

terakses meskipun halaman web dalam posisi *scroll* ke bawah, posisi menu ditempatkan secara absolut dengan menggunakan bahasa code tertentu.

5. Produksi (*Production*)

Tahapan ini sebagai tahapan akhir penciptaan sebuah karya merupakan tahapan dimana karya tersebut ditampilkan kepada masyarakat luas. Dalam Desain Komunikasi Visual, proses ini merupakan proses penyajian karya dalam bentuk fisik yang kemudian didistribusi sesuai dengan target yang diinginkan. Pada penciptaan ini, desain web yang sudah dibuat kemudian diupload ke dalam penyimpanan online yang disebut dengan *Hosting*. Dan kemudian oleh hosting dikaitkan dengan *domain* atau alamat *website*. Namun proses ini tidak berhenti sampai pada tahapan realisasi. Tahapan selanjutnya dalam produksi ada pada tahapan pemeliharaan atau *maintenance*. Tahapan ini dilakukan untuk menanggulangi kerusakan *website* berupa bug atau serangan *hacker*. Pada konten media, tahapan produksi dilakukan dengan mengupload desain yang sudah dibuat sesuai media sosial yang dituju dengan tambahan *hashtag*. Yaitu susunan kata kunci yang digunakan untuk mencari atau mengelompokkan suatu konten dengan konten lainnya yang seragam. Sedangkan pada media pendukung dalam bentuk cetak, produksi dilakukan dengan menyerahkan data file kepada bagian publikasi atau printing untuk kemudian dicetak sesuai ukuran dan penempatannya.

KESIMPULAN

Promosi melalui internet dalam media *website* dan merupakan salah satu jawaban yang dihadirkan oleh bidang ilmu desain komunikasi visual. Berbeda dengan penggunaan media komunikasi visual lainnya dalam bentuk cetak, penggunaan media *website* dan media sosial memiliki keunggulan dari kemudahan akses informasi, target market yang lebih luas hingga biaya yang lebih terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII. Hasil survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia 2018, Internet : <http://apjii.or.id/> [9 Agustus 2019].
- [2] Ika. Iklan Digital vs Iklan Konvensional Internet: <https://www.herosoftmedia.co.id/iklan-digital-vs-iklan-konvensional/>

- [3] Mark Bourton. "*Designing for Web*". Creative Commons Attribution – NonCommercial -International Licence, 2014.
- [4] Alex Osborn., *Applied Imagination*, Read Books, 1953.
- [5] P Zharandont. *Pengaruh Warna Bagi Produk dan Psikologis Manusia*. Universitas Telkom, bandung 2015