



PERANCANGAN VISUAL WEBSITE DOLAN KREASI INDONESIA SEBAGI MEDIA PROMOSI

Anlika Putri Handayani
anlika.ptr02@gmail.com
Evelyne Henny Lukitasari
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta

Ringkasan

Istilah startup saat ini bukanlah suatu hal yang asing mengingat banyaknya perusahaan-perusahaan startup yang sudah berkembang di Indonesia. Ditengah banyaknya perusahaan yang berusaha untuk mencapai valuasi yang tinggi serta mendapatkan investor yang dapat membantu perkembangan perusahaan tentu saja diperlukan berbagai macam usaha, salah satu nya adalah dengan menggunakan media website untuk memperkenalkan perusahaan tersebut ke khalayak umum. Perancangan website sebagai media promosi ini diterapkan pada PT Dolan Kreasi Indonesia yang terletak di kota Surakarta. Penelitian yang dilakukan didasari dari brand image perusahaan yang meliputi tata letak, foto, tipografi, logo, dan warna. Perancangan website PT Dolan Kreasi Indonesia sebagai media promosi ini diharapkan dapat membantu memperkenalkan perusahaan lebih luas ke masyarakat, serta meningkatkan brand image perusahaan

Kata Kunci : Startup, Website, Desain, Promosi, Brand, PT. Dolan Kreasi Indonesia

Abstract

The term start up is familiar since there are many start up companies in Indonesia. Many companies are trying to achieve high valuations and get investors so it can help the development of the company such as the using of media website in introducing the company to the general public. The website design as a promotional medium was applied to PT Dolan Kreasi Indonesia in Surakarta. This research is based on the company's brand image includes layout, photos, typography, logos, and colors. The website design of PT. Dolan Kreasi Indonesia as a promotional media is expected to help introduce company to the public and enhance the company's brand image.

Keywords : Start up, Website, Design, Promotion, Brand, PT. Dolan Kreasi Indonesia

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Startup memiliki definisi yang luas, namun pengertian yang paling singkat adalah sebuah perusahaan yang dirancang untuk tumbuh dengan cepat, perusahaan baru yang sedang berada dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. Istilah *startup* sendiri sangat identik dan kerap kali dihubungkan dengan perusahaan baru di bidang teknologi dan informasi, namun pada dasarnya *startup* memiliki jenis bisnis yang beragam, seperti bidang jasa, perdagangan, dan sebagainya.

Kota Surakarta tidak luput dari persaingan bisnis *startup* di Indonesia. Pendiri perusahaan-perusahaan *startup* di Surakarta pada umumnya adalah para mahasiswa atau *pragraduate*. PT. Dolan Kreasi Indonesia, merupakan sebuah *Start Up* yang berdiri pada tahun 2018 di kota Surakarta dan bergerak dalam bidang jasa. Dolan menawarkan sebuah ide baru yang sebelumnya tidak dapat ditemukan dalam pasar

startup Indonesia, yakni sebagai sebuah perusahaan jasa yang bertujuan untuk menciptakan sebuah *platform* yang menawarkan *experience* atau pengalaman berupa kegiatan-kegiatan di area kota maupun perdesaan yang dapat dinikmati oleh penggunanya. Peran media sosial seperti Instagram menjadi wadah informasi bagi calon pengguna, namun dengan info yang terbatas pada *platform* tersebut maka dibutuhkan media lain yang dapat lebih informatif dan luas untuk menyampaikan apa itu Dolan Kreasi Indonesia. Maka dari itu dipilihlah *website* sebagai salah satu media promosi bagi Dolan Kreasi Indonesia.

A. PEMBAHASAN

1. Tinjauan Pustaka

Studi kepustakaan mengenai permasalahan merupakan awal dari kegiatan penelitian ilmiah. Untuk memahami lebih jauh mengenai penelitian, maka pembahasan ini didukung oleh beberapa sumber tulisan ilmiah yang

bertujuan untuk mendapatkan pokok informasi sesuai dengan penelitian ini.

Lia Anggraini dan Kirana Nathalia (2013) dalam bukunya yang berjudul *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar panduan untuk pemula* yang diterbitkan oleh Nuansa Cendekia, Bandung. Buku ini menjelaskan secara detil mengenai dasar-dasar desain dan penerapannya. Pembahasan dalam buku ini juga memaparkan pengertian Desain Komunikasi Visual dan unsur-unsur desain yang akan digunakan sebagai dasar pembuatan website Dolan Kreasi Indonesia. Unsur desain meliputi layout, grid, warna, hingga typografi akan dijadikan acuan dalam perancangan ini

Adi Kusrianto (2007) dalam bukunya berjudul *Pengantar Desain Komunikasi Visual* yang diterbitkan oleh Andi Publisher, Yogyakarta. Buku ini menjelaskan secara rinci mengenai media promosi dan perancangannya.

Pembahasan dalam buku ini juga memaparkan unsur-unsur dalam media promosi serta pengaplikasiannya yang akan digunakan sebagai salah satu acuan dalam memilih bahasa visual yang tepat untuk pembuatan media promosi website Dolan Kreasi Indonesia.

Surianto Rustan, S.Sn (2009) dalam bukunya yang berjudul *Layout, dasar & penerapannya* yang diterbitkan oleh PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Buku ini membahas tentang bagaimana menyusun layout yang baik. Beberapa hal pada buku ini yang dapat membantu penelitian ini diantaranya adalah tipografi dalam layout, elemen layout, prinsip layout dan penerapan layout. Pembahasan pada buku ini memberikan manfaat terutama dalam memilih desain tata letak yang sesuai dengan karakter target market, sehingga mampu menghasilkan satu kesatuan bahasa visual yang pas.

Beth Tondreau (2011) dalam bukunya yang berjudul *Layout Essentials Design Principle Using Grids* yang diterbitkan oleh Rockport Publisher, Beverly, Amerika. Buku ini menjelaskan secara lengkap mengenai prinsip dasar mengenai layout dan grid yang digunakan dalam berbagai desain termasuk website. Selain itu terdapat pula berbagai referensi mengenai bagaimana menemukan typeface yang sesuai dengan kebutuhan desain dan dalam hal ini dianggap akan sangat membantu dalam proses perancangan website Dolan Kreasi Indonesia.

Saka Adipratama Nimpuno Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Yogyakarta (2015) dalam Jurnal tugas akhir yang berjudul *Perancangan Desain Website sebagai media promosi sanggar Eltico Clay & Drawing Class*, Sleman, Yogyakarta. Adapun tujuan utama perancangan tugas akhir ini adalah untuk memperkenalkan

dan mempromosikan sanggar Eltico Clay & Drawing class sebagai salah satu alternatif bermain dan berkarya bagi anak-anak. Selain itu, website ini diharapkan dapat menjangkat tidak hanya peminat dari dalam negeri tetapi juga dari luar negeri demi untuk meningkatkan pemasaran dari sanggar Eltico Clay & Drawing class. Jurnal ini membantu penulis untuk memahami unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam perancangan sebuah media promosi khususnya perancangan website.

Muhammad Hasbi Aziz Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta (2017) dalam tugas akhir yang berjudul *Perancangan Desain Website sebagai salah satu media promosi*.

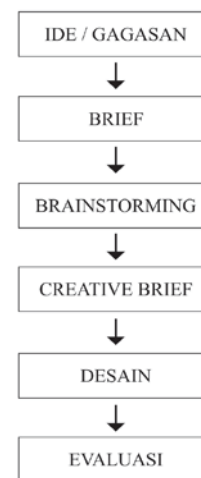
The Cobbler Yogyakarta. Tujuan utama perancangan tugas akhir ini adalah agar konsumen the Cobbler lebih mudah mengenali harga produk dan menentukan pilihan jasa

yang ditawarkan serta untuk menarik minat konsumen untuk menumbuhkan rasa percaya dan kepuasan pelanggan terhadap The Cobbler. Tugas Akhir ini membantu penulis untuk memahami unsur-unsur desain yang digunakan dalam sebuah website, khususnya dalam layout, grid, warna dan typografi yang berpengaruh pada desain akhir karya.

Fatlina Aulina Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang (2014) dalam jurnal tugas akhir yang berjudul Perancangan Tampilan Web Design Toko Grand Central Bukittinggi. Tujuan utama perancangan tugas akhir ini adalah untuk mempromosikan Toko Grand Central ke khalayak yang lebih luas dan dengan metode yang lebih modern, sehingga dipilihlah media promosi website yang dapat diakses lebih mudah dan memungkinkan konsumen untuk melangsungkan proses belanja melalui website yang tentunya menghemat lebih menghemat

waktu. Jurnal ini membantu penulis untuk memahami media promosi dan cara mengangkat branding sebuah perusahaan kedalam media promosi tersebut.

2. Metode Perancangan



1. Ide/ Gagasan

Ide adalah gagasan ataupun rancangan yang masih dalam pemikiran (KBBI, 2008). Konsep awal pada perancangan ini adalah merancang website Dolan Kreasi Indonesia sesuai dengan *target market* nya, yaitu masyarakat lokal maupun internasional.

2. Brief

Brief adalah kumpulan data data yang didapat dari

tahapan observasi yang kemudian diolah dan dianalisa sehingga didapatkan data yang lebih ringkas, sesuai dan akurat mengenai latar belakang permasalahan. Hal ini berkaitan dengan data yang diperoleh dari beberapa narasumber akan mempengaruhi hasil perancangan itu sendiri. Perancangan ini dilakukan dengan memilih jenis penelitian kualitatif dengan pemilihan kota Surakarta sebagai lokasi penelitian. Adapun beberapa sumber data yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

- a) Narasumber atau pihak yang dianggap memiliki kompetensi yang berkaitan dengan perancangan. Bahan pustaka yang dapat berupa : buku-buku, otobiografi, dokumen pemerintah maupun swasta,

memorial, skripsi, jurnal ilmiah, disertasi, majalah, artikel dan atau sumber online dari internet

- c) Dokumentasi foto atau dokumentasi visual yang dapat digunakan sebagai sumber data Brainstorming

3. *Brainstorming* adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan ide ide kreatif mengenai penyelesaian masalah. Dalam perancangan ini, brainstorming dilakukan dengan dosen pembimbing Tugas Akhir dan teman mahasiswa lainnya serta pihak Dolan Kreasi Indonesia untuk memberikan kontribusi langsung terhadap desain yang dirancang.

4. Creative Brief

Creative brief merupakan hal yang perlu dipersiapkan untuk melakukan langkah kreatif dalam menghasilkan

perancangan yang sesuai dengan permasalahan. Dalam hal ini creative brief mencakup strategi kreatif, hasil riset dan media plan yang digunakan dalam perancangan Website Dolan Kreasi Indonesia.

5. Desain

Merupakan proses pewujudan ide-ide kreatif ataupun strategi visual yang telah ditentukan sebelumnya

6. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk memberikan penilaian mengenai hasil perancangan apakah sudah sesuai atau belum, proses ini dilakukan secara langsung sehingga mampu memberikan kesimpulan terhadap hasil sebuah perancangan.

B. ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN

1. Segmentasi

a. Geografis

Website nantinya dapat diakses dengan bebas dari berbagai tempat, maka secara geografis mencakup semua negara termasuk Indonesia.

b. Demografis

Umur :20–60 tahun;
Anak muda dan juga orang tua yang memiliki keinginan untuk berlibur atau mengunjungi desa wisata.

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Pendidikan : Semua strata pendidikan; pengguna dengan semua strata sosial yang tertarik dan dapat mengoperasikan *website*

Kelas Sosial : Kalangan menengah keatas

Agama : Semua Agama

c. Psikografis

Target Audience dalam perancangan ini adalah wisatawan lokal maupun mancanegara yang

memiliki kegemaran berlibur di Indonesia dengan destinasi wisata yang bertema alam dan jauh dari kota.

d. **Behaviour**

Behaviour merupakan tingkah laku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya, pada segmentasi ini adalah wisatawan lokal maupun mancanegara yang gemar berlibur ke destinasi wisata bertema alam serta sekaligus aktif mengikuti kegiatan-kegiatan selama berlibur.

3. USP

Dolan Kreasi adalah sebagai sebuah sarana bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin berlibur ke Indonesia dengan spesifikasi lokasi perdesaan atau wisata alam. Dolan Kreasi memiliki beberapa produk dan fitur yang belum pernah ada di kompetitor

sebelumnya. Dolan Kreasi menawarkan akomodasi tempat, kuliner, online shop dan yang terpenting *experience* atau pengalaman yang bisa dirasakan oleh masing-masing wisatawan di desa wisata tujuan. Tentunya satu desa dengan desa yang lain memiliki perbedaan dan keunikan masing-masing

sehingga menjadikan pilihan konten yang ditawarkan tak terbatas

4. POSITIONING

Positioning dari perancangan visual website Dolan Kreasi Indonesia agar sesuai dengan USP dan segmentasi yang diangkat adalah dengan menggunakan desain Metro Desain atau yang lebih dikenal dengan Metro UI. Metro Desain adalah sebuah istilah baru yang dikenal setelah kemunculan sistem operasi

Windows 8. Desain yang tidak dapat ditemukan pada versi Windows 7 ini memiliki keunikan berupa UI Modern dan tipografi yang belum pernah ditemukan sebelumnya.

C. STRATEGI KREATIF

Hasil akhir perancangan ini berbentuk visual website PT. Dolan Kreasi Indonesia yang memuat konten mengenai perusahaan dan produk-produk yang ditawarkan bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara. Karena itu perlu adanya konsep estetis dan strategi kreatif yang sesuai dengan target audience dan pokok permasalahannya

1. Visual

a. Layout ; Penggunaan jenis layout *fluid* pada perancangan website ini karena Layout *fluid* memiliki kemampuan untuk menyesuaikan lebar layout sesuai dengan resolusi browser. Layout Fluid dan Metro Desain memiliki kesamaan yaitu

mengutamakan kemudahan navigasi dan desain yang minimalis

- b. **Warna** ; warna-warna yang digunakan dalam metro desain adalah warna-warna yang cerah dan cenderung memiliki kemiripan dengan warna-warna yang biasa digunakan dalam flat desain



- c. **Font** ; Jenis font yang digunakan pada perancangan ini adalah font yang masuk kedalam kategori sans serif yaitu Adlinnaka bold dan Roboto. Pertimbangan pemilihan jenis font tersebut karena font dengan jenis sans serif memiliki karakteristik yang mudah terbaca dan sangat cocok digunakan dalam website dengan metro desain

Roboto
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

- d. **Fotografi** ; Penggunaan fotografi dalam perancangan ini sangatlah penting untuk mendukung konten yang dimuat didalam website. Selain sebagai daya tarik utama, fotografi secara visual juga dianggap lebih mampu untuk menyampaikan sebuah informasi
- e. **Ilustrasi** ; Penggunaan ilustrasi dalam perancangan ini bertujuan sebagai unsur pendukung dan bersifat dekoratif dari desain yang dirancang

2. Verbal

Headline ; Headline digunakan sebagai judul utama dan daya tarik utama dari sebuah paparan. Dalam perancangan desain website Dolan Kreasi ini, headline berupa judul perusahaan maupun konten yang dimuat di dalam website. Headline di

website Dolan Kreasi Indonesia adalah nama perusahaan yaitu “Dolan”

Tagline ; Pada perancangan ini *Tagline* merupakan slogan perusahaan yang juga dimuat sebagai salah satu *key attraction* dari perancangan ini, adapun tagline dari Dolan Kreasi Indonesia adalah “*The next great adventure*”

Bodytext ; Body Text dalam perancangan website Dolan Indonesia berisi paparan yang lebih detil dan lengkap mengenai suatu konten yang dimuat atau ditawarkan di dalam website.

D. PENGKARYAAN

Perancangan Wireframe Wireframe adalah kerangka atau coretan kasar untuk penataan *item-item* pada halaman website sebelum proses desain sesungguhnya dimulai

- a. Ilustrasi. Dalam perancangan ini, Ilustrasi

digunakan sebagai salah satu unsur pendukung dan dapat ditemukan dalam beberapa halaman website

b. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan ini dipilih berdasarkan analisa dan *corporate color* dari Dolan Indonesia. Adapun warna yang digunakan adalah

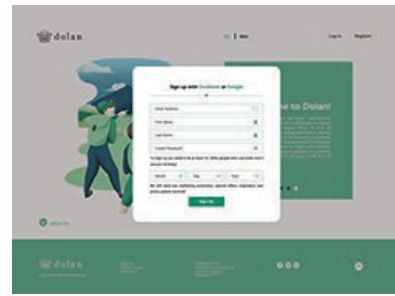
Grey (C:61, M:58, Y:69, K:48)	Forest Green (C:97, M:35, Y:16, K:0)				
Navy (C:93, M:69, Y:55, K:68)	Tosca (C:78, M:16, Y:68, K:0)				
Blue (C:86, M:43, Y:32, K:5)	White (C:0, M:0, Y:0, K:0)				
Sky Blue (C:58, M:10, Y:11, K:0)					

1. Desain Website

a) Homepage (Before Login)



b) Login Page



c) Homepage (After Login)



d) Article Page



e) Profil Desa



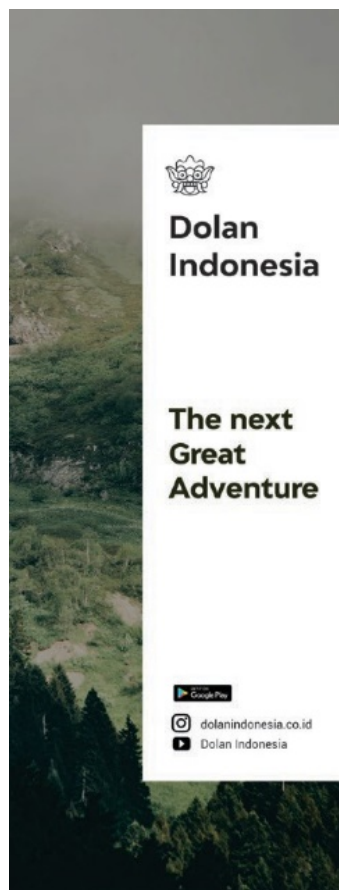
f) Sticker Pack



h) Notebook A5



g) X-Banner



i) Postcard



j) Keychain



C.PENUTUP

Desain Website Dolan Indonesia merupakan salah satu bentuk media promosi perusahaan untuk merangkul konsumen yang lebih luas dengan penggunaan *metro design*. Dari perancangan ini dapat disimpulkan bahwa Desain Website Dolan Indonesia dengan menggunakan *Metro Design* diangkat menjadi tema tugas akhir diangkat sebagai salah satu cara memperkenalkan media promosi lain ke perusahaan dan juga ke khalayak umum. Pemilihan *Metro Design* dalam perancangan website memberikan dipilih setelah melalui peneliatan dan kajian terhadap perusahaan sehingga *image* perusahaan dapat diampaikan dengan baik ke khalayak umum.

Daftar Pustaka

- Anggraini S, Lia., dan Kirana Nathalia. Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung : Nuansa Cendikia, 2013
- Aulina, Fatlina. Perancangan Tampilan Web Design Toko Grand Central Bukittinggi, Padang : Universitas Negeri Padang, 2014
- Aziz, Muhammad Hasbi. Perancangan Desain Website sebagai salah satu media promosi The Cobbler Yogyakarta, Yogyakarta : Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2017
- Garrett, J J. The Elements of User Experience : User-Centered Design for the Web and Beyond, Second Edition. Berkeley : California : New Riders, 2011
- Kusrianto, Adi. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Andi Offset, 2007
- Liliweri, Alo. Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan. Bandung : Citra Aditya Bakti, 1995
- Rustan, Sariantio Layout, Dasar dan penerapannya. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Sarrwono, Jonathan, Lubis, Hary. Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Andi Publisher, 2007
- Suharsimi, A. Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik). Jakarta : Rineka Cipta, 2006
- Supriyono, Rakhmat. Desain Kounikasi Visual Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi Publisher, 2019
- Thai Iam “6 Steps in A Common UX Design Process”. <https://blog.prototypr.io/a-common-product-ux-design-process-55af4ab5665e>