



PERANCANGAN WEB SEBAGAI MEDIA PROMOSI BRAND ROWN DIVISION

Dimaz Triananda
Evelyne Henny Lukitasari
Arif yulianto

*Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta*

Ringkasan

Hampir semua industri, baik menengah maupun kecil, telah menggunakan teknologi untuk mempromosikan produk-produknya dengan berbagai cara termasuk menggunakan media web yang berbasis internet. Rown Division hadir di kota Solo sebagai industri pakaian dengan segmentasi remaja. Media promosi yang rutin dilakukan oleh brand ini berupa media cetak, namun kesulitan untuk mendapatkan pasar di luar kota karena tidak memiliki web yang bersifat bisa diakses dimana dan kapan saja. Perancangan website sebagai media promosi dan transaksi ini diterapkan pada brand Rown Division dengan unsur-unsur desain pada web seperti bidang, ruang, ukuran, warna akan menjadi brand image. Pemilihan tipografi, foto, ikon, dan layout yang ditampilkan pada web harus berdasarkan segmentasi. Perancangan website sebagai media promosi diharapkan akan meningkatkan konsumen brand Rown Division.

Kata kunci: *Promosi, Web, Desain, Brand*

Abstract

Almost all small and medium industries have used technology to promote their products in various ways such as internet-based web medium, Rown Division is one of a clothing industry with teenage segmentation in Solo. Promotional medium routinely carried out by this brand is printed media. However, the difficulty in getting markets out of the city is due to not having an accessible web. Website design as a promotional medium and the transaction is implemented to the Rown Division with design elements on the web such as fields, space size, and color of a brand image. The choice of typography, photos, icons, and layouts displayed on the web must be appropriate on segmentation. Website design as a promotional medium is expected to increase the consumers of Rown Division.

Keywords: *Promotion, Web, Design, Brand*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pakaian di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat. Pertumbuhan ini memunculkan beberapa industri fashion dengan konsep yang menarik, salah satunya adalah Rown Division. Rown Division adalah brand asal Solo dibidang clothing yang berdiri sejak tahun 2007. Produk yang disediakan adalah atasan, celana, topi, tas, dan aksesoris. Brand ini memiliki tiga toko di area Solo; Manahan, Penumping, dan Karanganyar.

Rown Division juga menyediakan pembelian secara online untuk melayani pembeli di luar kota. Pemesanan online dilakukan secara manual menggunakan aplikasi Whatsapp dan Line. Banyaknya order dari pembeli harian di berbagai kota membuat proses pemesanan menjadi ribet. Promosi yang sudah dilakukan brand ini dengan menggunakan jejaring sosial, melalui media cetak, dan aktif mengikuti event ataupun kegiatan sosial, namun kesulitan untuk mendapatkan pasar di luar kota karena tidak memiliki web yang bersifat bisa diakses dimana dan kapan saja.

Web adalah sekumpulan halaman yang berisi informasi baik itu teks, gambar, audio dalam bentuk digital yang diakses melalui media menggunakan jaringan internet. Perancangan web adalah istilah

umum yang digunakan untuk mencakup bagaimana konten web ditampilkan yang kemudian dapat diakses pengguna melalui browser. Kemudahan web yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun serta dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dalam mewakili sebuah brand.

Perancangan web merupakan cara yang efektif untuk brand Rown Division sebagai media promosi sekaligus melayani pesanan secara online. Penggunaan web sebagai media promosi brand Rown Division dinilai efektif untuk saat ini. Web selain menjadi media untuk memberikan informasi dan alat untuk melakukan transaksi juga dapat menjadi brand image bagi Rown Division. Brand image yang dimaksud adalah unsur design yang terdapat pada web, seperti layout, foto, jenis teks, dan paduan warna. Tampilan web dan kemudahan saat diakses dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana konsep web sebagai media promosi brand Rown Division?
2. Bagaimana perancangan web brand Rown Division?

C. TUJUAN

1. Untuk membuat konsep web sebagai media promosi brand Rown Division.
2. Untuk merancang web brand Rown Division.

D. MANFAAT

1. Bagi Mahasiswa
Dapat menjadi referensi dalam merancang web sebagai media promosi sebuah brand.
2. Bagi Produsen
Perancangan web dapat menjadi brand image dan dapat mempermudah proses transaksi dalam pembelian online.
3. Bagi Konsumen
Akses informasi mengenai bran Rown Division lebih mudah dan proses pembelian secara online menjadi praktis.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Jurnal TAM (Technology Acceptance Model) Volume 9, Nomor 1, Juli 2018 Hal. 15-21 dengan judul “Perancangan Web sebagai Media Promosi dan Penjualan Produk”. Menggunakan web sebagai media promosi dengan objek café. Hal ini dilakukan untuk mengikuti perkembangan zaman di era serba internet. Promosi produk sebuah bisnis melalui web sangat menguntungkan karena pengguna internet yang semakin meningkat.

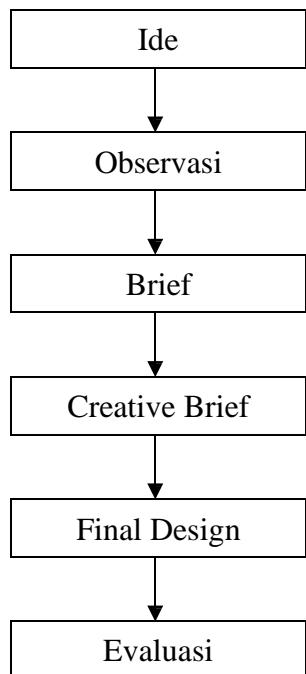
Jurnal Nirmana Vol. 3, No. 1, Januari 2001: 49 – 65 dengan judul “Potensi dan Kaidah Perancangan Situs Web sebagai Media Komunikasi Visual”. Dunia dilanda model komunikasi baru yaitu internet. Salah satu bentuknya yang sangat terkenal adalah situs-web. Perancangan web sebagai media promosi sebuah bisnis atau usaha pada era internet seperti sekarang ini

dinilai tepat. Perancangan web dikerjakan oleh desainer karena web mengandung hampir semua elemen-elemen desain komunikasi visual.

Tugas Akhir Rulia Puji Hastanti, STKIP PGRI Pacitan dengan judul “Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web (e-commerce) pada Tata Distro Kabupaten Pacitan”. Tata distro berbasis pada distro (distribution store), dimana produk yang dijual tidak memiliki batasan tema. Tata Distro juga menerima pesanan untuk sablon kaos. Berbeda dengan Rown Division yang berbasis pada brand clothing, sehingga ada batasan tema untuk produk dan promosi. Perbedaan objek ini mempengaruhi gaya desain web yang akan dibuat.

Tugas Akhir Susan Jayanti, FBS Universitas Negeri Padang dengan judul “Perancangan Web sebagai Media Promosi Koleksi Naskah Kuno Minangkabau di Museum Adityawarman Sumatera Barat”. Tujuan dari penulisan ini untuk menjelaskan perancangan web sebagai media promosi dari koleksi naskah kuno Minangkabau di Museum Adityawarman Sumatera Barat, jadi bisa diakses pengguna melalui online. Objek yang digunakan adalah museum, maka web yang digunakan sebagai media promosi hanya untuk memberikan informasi, tidak digunakan untuk transaksi penjualan produk. Hal ini mengakibatkan perbedaan desain web dan segmentasinya.

F. METODE PERANCANGAN



Gambar 01: Bagan metode perancangan (Desain: Dimaz, 2019)

1. Ide

Ide adalah rancangan yang tersusun di pikiran, sama dengan gagasan. Mengubah ide menjadi karya cipta dilakukan serangkaian proses berpikir yang logis dan seringkali realisasinya memerlukan usaha yang terus menerus. Hal ini mengakibatkan ide awal yang muncul di pikiran dan karya cipta satu sama lain saling bersesuaian sebagai kenyataan. Gagasan awal membuat desain web untuk brand Rown Division adalah untuk menciptakan identitas melalui media digital.

2. Observasi

Observasi dilakukan di lokasi Rown Division HQ yang terletak di

Jl. Willis, Manahan, Banjarsari, Solo 57139. Sumber data diambil dari staff yang bekerja disana, dokumentasi, dan artikel di internet. Teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung pada pemilik dan manager Rown Division. Foto produk diambil langsung di studio kantor dan menggunakan properti Rown Division. Semua data yang didapat dikumpulkan dalam satu folder untuk kemudian dibuat konsep.

3. Brief

Alasan utama seseorang mengunjungi alamat situs website adalah untuk memperoleh informasi yang lebih tentang perusahaan, apa yang dijual dan bagaimana profil perusahaan tersebut. Pengumpulan data-data mengenai Rown Division baik dari profil perusahaan, produk yang dijual, hingga program kedepannya untuk menunjang kelengkapan website. Informasi tersebut kemudian diolah menjadi konten kedalam situs web baik berupa gambar maupun teks.

Perancangan desain website dilakukan dengan menterjemahkan perencanaan ke dalam software desain, keahlian yang perlu di dalamnya adalah ilmu tipografi, komposisi atau tata letak halaman, pewarnaan.

4. Creative Brief

Beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam pembuatan website adalah:

a. Navigasi

Navigasi menjadi hal yang sangat penting tentang keberadaannya dalam halaman website sebagai link penjelajah antar halaman oleh pengguna (user) untuk mencari informasi yang diinginkan secara mudah. Navigasi yang bagus mencerminkan struktur website yang sangat baik. Beberapa hal yang perlu diperhatikan agar navigasi memiliki struktur tata letak yang baik seperti; Navigasi berbentuk menu-menu yang tersusun rapi dan posisi navigasi konsisten pada setiap halaman.

b. Konsep Penulisan

Teknik penulisan dalam web berbeda dengan penulisan untuk media cetak. Waktu merupakan hal yang sangat penting bagi para pengguna internet, sehingga mereka tidak akan membuang waktu untuk membaca teks yang sangat banyak dan susah dalam tingkat keterbacaannya. Kesederhanaan dalam penulisan merupakan hal penting dalam pembuatan website professional.

c. Mudah digunakan dan diakses

Website haruslah mudah dalam penggunaan dan pengaksesannya dengan mengabaikan browser, platform, hingga sistem operasi komputer. Website yang terlalu lama dalam proses loadingnya untuk menampilkan sebuah halaman akan membuat pengunjung cepat berpindah atau menutup halaman

tersebut. Hal ini perlu diperhatikan karena tidak semua lapisan masyarakat di Indonesia mengerti akan teknologi secara mendalam serta memiliki kualitas kecepatan jaringan internet yang bagus.

d. Domain dan Web Hosting

Domain dan web hosting merupakan suatu nama atau alamat dan juga tempat penyimpanan data berkas dokumen yang dipergunakan sebagai tampilan website. Domain sendiri adalah nama yang dipergunakan sebagai alamat yang akan dituju ketika user ingin mencari informasi dari sebuah perusahaan, tentunya user harus mengetikan nama alamat yang akan diakses melalui address bar pada web browser. Nama alamat/ nama domain memiliki sebuah keunikan tersendiri, hanya ada satu nama dan tidak ada yang menyamai.

5. Final Design

Desain akhir pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai macam aspek lainnya. Sumber data yang didapatkan dari riset, pemikiran, brainstorming, maupun referensi yang udah ada sebelumnya. Proses ini merupakan penggabungan dari ide, observasi, ringkasan kreatif menjadi sebuah karya yang nyata.

6. Evaluasi

Keberadaan situs website tidak akan ada gunanya jika tidak dikunjungi atau dikenal oleh pengunjung internet. Keefektifan

sebuah situs website tergantung dari jumlah pengunjung yang mengakses dan feedback yang dirasakan oleh perusahaan setelah melakukan publikasi promosi melalui situs website. Publikasi yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu adalah publikasi melalui search engine.

LANDASAN TEORI

A. Perancangan (Desain)

Desain adalah suatu kombinasi secara menyeluruh baik tulisan, gambar, grafik, foto, ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seseorang individu yang dapat menggabungkan elemen-elemen tersebut diatas, sehingga menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, dan mudah diingat.

B. Web

Web (website) adalah sekumpulan halaman yang berisi informasi baik itu teks, gambar, audio dalam bentuk digital yang diakses melalui media menggunakan jaringan internet. Pembuatan sebuah website harus memperhatikan unsur-unsur website, yaitu:

1. Karakter desain dan visualisasi produk maupun perusahaan atau orang yang ditampilkan.
2. Warna
3. Teks (keterbacaan)
4. Harmonisasi visual desain
5. Layout yang simple
6. Alur baca
7. Menu navigasi

Dunia digital pada saat ini terdapat sebuah istilah User Interface dan User Experience atau dikenal dengan singkatan UI dan UX. Beda UI dan UX adalah dari fungsinya, jika UI lebih berfungsi untuk membuat desain web menjadi lebih indah, UX merupakan desain yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan dari pengguna website melalui kesenangan dan kegunaan yang diberikan dalam interaksi antara pengguna internet atau pengunjung dan produk.

C. Media

Media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi:

1. Media Visual
Media visual adalah media yang bisa dilihat, dibaca dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan.
2. Media Audio
Media audio adalah media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya.
3. Media Audio Visual
Media audio visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Internet termasuk dalam bentuk media audio visual,

tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis format media, disebut Multimedia karena berbagai format ada dalam internet.

D. Promosi

Promosi menurut Tjiptono, pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya.

E. Brand (Merek)

Merek adalah produk atau jasa yang dimensinya mendiferensiasikan merek tersebut dengan beberapa cara dari produk atau jasa lainnya yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama. Pada intinya merek adalah penggunaan nama, logo, trade mark, serta slogan untuk membedakan perusahaan perusahaan dan individu-individu satu sama lain dalam hal apa yang mereka tawarkan.

ANALISA DATA

A. Identifikasi Data

Identifikasi data dalam desain website ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threat*). Penjabaran dari analisis SWOT sebagai berikut:

a. Strengths (Kekuatan)

Faktor-faktor yang menjadi kelebihan Rown Division yaitu:

1. Produk

Rown Division merupakan clothing line yang memproduksi semua produknya menggunakan mereknya sendiri. Produk yang dihasilkan berupa kaos, kemeja, jaket, vest, celana, boxer, topi, kacamata, tas, dompet, kaos kaki, sendal, belt, sticker, keychain, earphone, botol minum, mug, air freshener, korek, dan pin.

2. Tempat

Rown Division memiliki toko utama yang terletak di pusat kota Solo, yakni di Manahan. Lima toko lainnya juga terletak di tempat yang strategis; Penumping, Mangkunegaran, dan Karanganyar, Boyolali, dan Sragen.

b. Weakness (Kelemahan)

Faktor-faktor yang dapat menghambat perkembangan Rown Division adalah; tidak memiliki web, tidak bertahan pada satu konsep yang jelas atau krisis identitas, dan beberapa produk diproduksi oleh vendor yang berbeda sehingga

kualitas bahan serta ukuran tidak sama.

c. Opportunity (Peluang)

Faktor-faktor yang dapat mendukung perkembangan Rown Division yaitu; banyak konsumen loyal yang berada di luar kota Solo, memiliki akun Instagram dengan engagement yang tinggi, memiliki relasi dengan banyak event dan brand lain.

d. Threat (Ancaman)

Faktor-faktor yang dapat mengancam perkembangan Rown Division yaitu; bertambahnya fashion industry yang sejeni dan, semakin gencarnya promosi yang dilakukan oleh merek sejenis secara teratur.

B. Segmentasi

Dasar segmentasi Rown Division berdasarkan pada konsumen pasar sebagai berikut:

a. Demografi

Usia : 14 – 20 Tahun

Gender : Laki-laki

Agama : Semua agama

Ekonomi : Menengah kebawah

Pendidikan: SMA

b. Geografi

Solo dan sekitarnya

c. Psikografi

Antusias fashion, pengikut trend, kolektor fashion item

d. Behavior

Remaja yang suka membeli produk clothing

C. USP (Unique, Selling, Proposition)

USP adalah hal yang membedakan produk atau jasa satu sama lain. Rown Division bukan hanya industri yang bergerak di dunia fashion, tetapi juga di dunia kreatif. Rown Division memiliki akun Instagram bernama “rowndvsn.news” yang memiliki program rutin seperti; kuis/game berhadiah, tips dalam format video, trivia, info seputar event dan playlist lagu. Hal ini bertujuan untuk menjaga konsumen dengan lebih interaktif.

D. Positioning

Positioning adalah tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen. Rown Division merupakan industri yang bergerak di bidang pakaian. Rown Division juga merupakan brand yang memiliki tim untuk mendesain produknya, dan media untuk menjualnya, baik online maupun offline yang berpusat di kota Solo. Brand yang berdiri sejak tahun 2007 ini memiliki slogan Terror club, juga ada slogan lain untuk konsep produk yang rilis pada satu musim tertentu seperti The trend is dead dan Continue the domination sebagai ikon pemberontak. Desain promo berdasarkan isu yang sedang hangat cukup melekat pada segmentasi remaja. Konten yang beragam pada akun-akun Instagramnya sebagai media

pengantar antara produsen-konsumen menjadi lebih dekat.

Gaya visual yang digunakan pada web Rown Division adalah desain modern minimalis. Modern minimalis berarti hanya menggunakan kebutuhan yang paling mendasar. Gaya visual ini menekankan pada hal-hal yang bersifat esensial dan fungsional. Bentuk-bentuk yang geometris, simpel, dan tanpa dekorasi menjadi karakter modern minimalis. Penerapannya pada desain web adalah dengan penggunaan warna yang konsisten, huruf san-serif, dan layout yang sederhana. Ilustrasi foto yang digunakan tidak mengandung banyak elemen, sedangkan ikon tidak bersifat dekoratif.

E. Strategi Kreatif

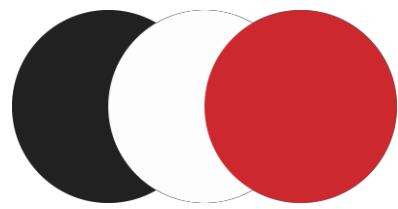
Desain website secara visual harus menarik. Mengingat desain dapat mencerminkan suatu produk, menggambarkan karakter perusahaan, maupun memvisualisasi pribadi seseorang.

1. Layout

Perencanaan desain yang baik selain berdasarkan pada kematangan konsep juga tidak lepas dari perencanaan tata letak atau layout. Layout merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel, dan lain-lain) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, dan menarik (Hendratman, 2010: 85).

2. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan website Rown Division adalah gradasi warna hitam, gradasi abu-abu tua, putih, dan merah. Warna dasar gelap dan terang dipilih untuk membuat halaman web terlihat kontras. Pemilihan warna yang sedikit ini juga untuk mengantisipasi kebutaan warna (color blindness).



Gambar 11: Modern Minimalis Color Pallete

(Desain: Pantone, 2017)

Warna merah (R: 206 G: 41 B: 46)

Warna putih (R: 254 G: 254 B: 254)

Warna hitam (R: 34 G: 34 B: 34)

3. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam desain web Rown Division akan menggunakan font jenis san serif. San serif (huruf tanpa kait) adalah jenis huruf yang tidak memiliki kait pada bagian ujung. Font san serif yang dipilih sebagai gaya teks pada desain web Rown Division ada dua; Futura dan Avenir.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

VWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Contoh font Futura

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Contoh font Avenir

4. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan di dalam desain web Rown Division adalah logo, foto model atau produk, dan ikon.

a. Logo (redesain)

Penggunaan logo pada desain web Rown Division juga berfungsi sebagai judul (title) pada tata letak dan tombol menu utama (home). Pemilihan warna merah serta latar belakang putih untuk memenuhi syarat kontras. Tujuan redesain agar merek terlihat segar dan terbarui.



Gambar 13.7: Anatomy system pada logo

(Desain: Dimaz, 2019)

b. Foto

Foto pada desain web Rown Division yang akan digunakan sebagai ilustrasi penggunaan produk sebagai bagian dari visual tata letak.

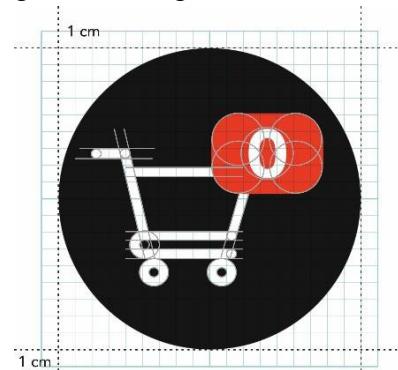


Gambar 14: Contoh ilustrasi foto
(Foto: Ikhsan, Edit: Dimaz, 2019)

c. Ikon

Ikon pada desain web Rown

Division akan berfungsi selain estetis juga untuk mempersingkat istilah dan menghemat ruang.



Gambar 19.1: Grid system ikon keranjang
(Desain: Dimaz, 2019)

Hitam: 90% Pantone 419 CP,
C: 93, M: 88, Y: 89, K: 80

Merah: 100% Pantone 711 C,
C: 17, M: 100, Y: 100, K: 0

F. Konsep Teknis

Konsep teknis ini meliputi dua tahapan, yaitu manual dan pengolahan dengan komputer.

1. Manual

Perancangan grafis dengan menggunakan keterampilan tangan dan alat-alat gambar (non mesin), meliputi pembuatan sketsa ilustrasi/gambar dengan menggunakan *drawing pen*.

2. Pengolahan dengan komputer

Setelah sketsa gambar selesai dibuat, gambar itu di scan menggunakan scanner, kemudian diolah menggunakan komputer. Tahap ini meliputi penyusunan layout, penentuan warna,

memasukkan teks (tipografi) dan ilustrasi, serta menambahkan efek-efek khusus pada desain yang dibuat.

Program komputer grafik (software) yang digunakan dalam melakukan pengolahan ini adalah Adobe Photoshop dan Corel Draw. Adobe Photoshop yang digunakan adalah edisi CS6, untuk mengedit foto hasil kamera. Corel Draw edisi X7 digunakan untuk membuat skala dan penyusunan tata letak.

G. Media Plan

Beberapa media yang digunakan antara lain:

1. Iklan (Motion Graphic)
2. Mousepad
3. Sticker Pack
4. Kaus
5. Poster
6. Roll Banner
7. Tote Bag
8. Mug
9. Packaging
10. Pin

PERWUJUDAN KARYA

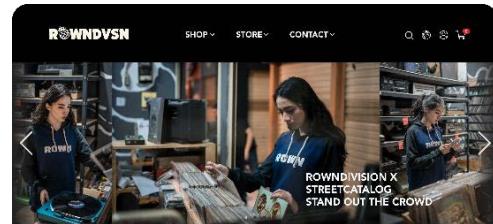
A. Visualisasi dan Pembahasan Web

Tata letak pada web Rown Division memiliki tiga bagian utama, yakni *header* (bagian atas), *content* (bagian isi), dan *footer* (bagian bawah).

1. Header (Bagian Atas)

Keberadaan header tidak akan berubah meskipun halaman berganti. Header berfungsi untuk

menampilkan identitas utama dari sebuah situs. Header pada web Rown Division berisi; judul, navigasi, ikon menu, dan berita utama.



Gambar 28: Ilustrasi header pada web Rown Division
(Desain: Dimaz, 2019)

a. Judul

Judul (title) pada web merupakan nama domain dan bisa mencerminkan identitas pada web. Judul diatas juga bisa digunakan sebagai tombol beranda (home), jika di klik maka akan kembali ke halaman awal web.

b. Navigasi

Navigasi ibarat denah atau petunjuk jalan yang memudahkan pembaca untuk mencari kategori konten atau produk apa pun yang diinginkan. Navigasi terletak di header agar memudahkan pengunjung. Navigasi juga bertujuan seperti sistem kearsipan yang mudah menyimpan dan menemukan data. Navigasi pada web Rown Division terdiri dari; shop (belanja), store (toko), dan contact (kontak).

c. Menu Bar

Menu bar adalah sebuah garis horizontal yang berisi daftar menu yang tersedia pada web untuk

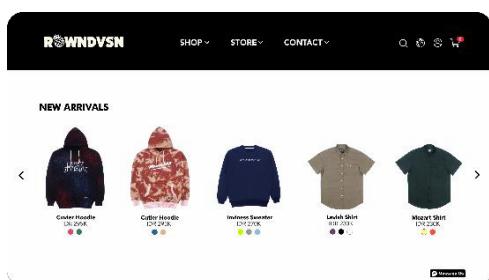
program tertentu. Web Rown Division memiliki empat menu bar; search (pencarian), language (bahasa), account (profil), dan cart (keranjang).

d. Headline

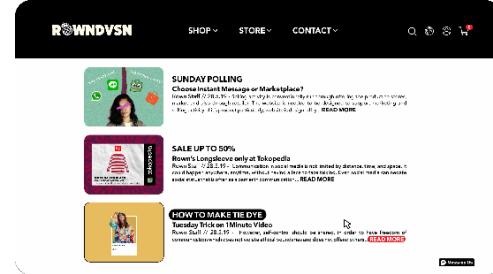
Berita utama (headline) mengarahkan pengunjung situs ke konten, informasi produk, atau layanan. Web Rown Division memiliki tiga slide berita utama yang berganti setiap lima detik. Konten pada berita utama bergantung pada isu yang sedang diangkat. Berita utama dilengkapi dengan ikon back dan next.

2. Content (Isi)

Konten atau isi sebuah situs berupa informasi dan artikel yang biasanya terletak dibagian tengah. Konten adalah bagian terpenting dari sebuah blog maupun website. Konten di halaman utama sebuah web berisi poin atau informasi utama dari penyedia. Isi pada web Rown Division adalah daftar produk baru. Gulir selanjutnya adalah informasi umum yang masih berkaitan dengan Rown.



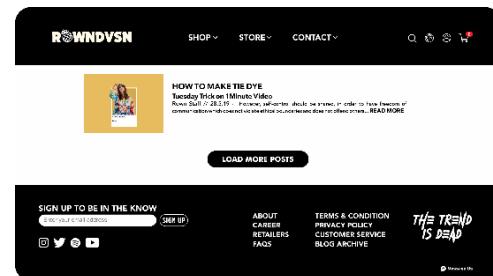
Gambar 44: Konten gulir pertama
(Desain: Dimaz, 2019)



Gambar 47: Konten gulir kedua
(Desain: Dimaz, 2019)

3. Footer (Bagian Bawah)

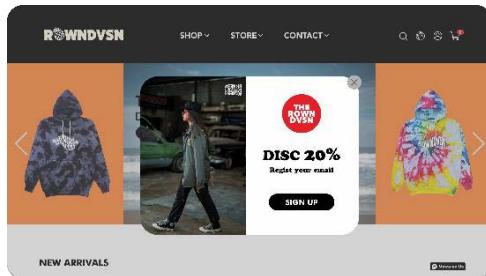
Footer adalah bagian dasar atau paling bawah dari sebuah website. Fungsi utamanya adalah sebagai kaki dan berisi informasi hak cipta, kepemilikan, link tambahan, sumber daya, sponsor dan kredit sebuah website. Footer juga bisa dijadikan sebagai tempat untuk menampilkan widget.



Gambar 52: Footer
(Desain: Dimaz, 2019)

4. Pop Up

Pop up adalah bagian dari situs web yang berupa jendela yang muncul secara otomatis dan tiba-tiba di depan layar media yang digunakan untuk mengakses web. Fungsi jendela pop up adalah untuk menyampaikan pesan yang berada di web sebelum pengunjung membuka halaman-halaman lain.

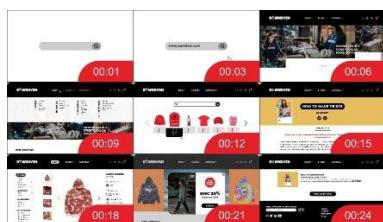


Gambar 54: Jendela pop up pertama
(Desain: Dimaz, 2019)

B. Karya Pendukung

Desain web Rown Division ini juga menggunakan karya pendukung sebagai media penunjang. Karya tersebut antara lain:

1. Iklan Motion Graphic



Gambar 58: Iklan motion graphic
(Desain: Dimaz, 2019)

Format	: Video (MP4)
Resolusi	: 1920 x 1080 px
Durasi	: 45 detik
Ilustrasi	: UX pada web
Tipografi	: Avenir dan Futura
Teknis	: Adobe AE CS6
Realisasi	: Unggah Digital

2. Mousepad



Gambar 59: Mousepad
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran	: 24 x 30 cm
Bahan	: Katun
Ilustrasi	: Logo web
Tipografi	: Avenir
Teknis	: Corel Draw X7
Realisasi	: Produksi fisik

3. Sticker Pack



Gambar 60: Sticker Pack
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran Stiker	: 6 x 6 cm
Ukuran Packaging	: 8 x 8 x 1 cm
Jumlah	: @6 pcs
Bahan Stiker	: Vinyl
Bahan Packaging	: Art Carton
Ilustrasi	: Logo
Tipografi	: Futura
Teknis	: Corel Draw
Realisasi	: Cetak

4. Kaus



Gambar 61: Kaus
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran Kaus	: L (53 x 72) cm
Bahan Kaus	: Katun
Ukuran Sablon	: 12 cm (Depan), 6 cm (Belakang)
Bahan Sablon	: Polyflex
Ilustrasi	: Logo web Rown
Tipografi	: Avenir

Teknis : Corel Draw X7
Realisasi : Produksi fisik

5. Poster

**SHOP WHEREVER
YOU ARE**



WWW.ROWNDVSN.COM
We believe in making your everyday as easy as possible. We offer you the best products from the best brands at the best prices.

Gambar 62: Poster
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran : A3 (42 x 30 cm)
Bahan : Art Carton
Ilustrasi : Foto dan tipografi
Tipografi : Avenir dan Futura
Teknis : Corel Draw X7
Realisasi : Cetak

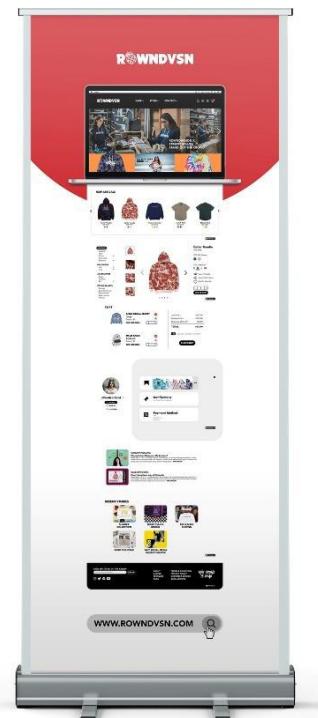
6. Tote Bag



Gambar 64: Tote Bag
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran : 39 x 28 cm
Bahan : Kanvas
Ilustrasi : Logo dan komik
Tipografi : Avenir
Teknis : Corel Draw X7
Realisasi : Produksi fisik

7. Roll Banner



Gambar 63: Roll Banner
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran : 160 x 60 cm
Bahan : MMT
Ilustrasi : Layout web
Tipografi : Avenir
Teknis : Corel Draw X7
Realisasi : Cetak

8. Mug



Gambar 65: Mug
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran	: 8 x 9.5 cm
Bahan	: Keramik
Ilustrasi	: Tipografi
Tipografi	: Avenir dan Futura
Teknis	: Corel Draw X7
Realisasi	: Produksi fisik

9. Packaging



Gambar 66: Packaging
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran	: 18 x 3 x 18 cm
Bahan	: Art Carton
Ilustrasi	: Logo web
Tipografi	: Avenir dan Futura
Teknis	: Corel Draw X7
Realisasi	: Produksi fisik

10. Pin



Gambar 67: Pin dan Packaging
(Desain: Dimaz, 2019)

Ukuran Pin	: 5 x 5 cm
Bahan Pin	: Plastik
Ukuran Packaging	: 8 x 15 cm
Bahan Packaging	: Art Carton
Ilustrasi	: Logotype
Tipografi	: Futura
Teknis	: Corel Draw
Realisasi	: Produksi

C. PENUTUP

Berdasarkan uraian pada empat bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa hampir semua industri, baik menengah maupun kecil, telah menggunakan teknologi untuk mempromosikan produk-produknya dengan berbagai cara termasuk menggunakan media web yang berbasis internet. Rown Division hadir di kota Solo sebagai industri pakaian dengan segmentasi remaja. Media promosi yang rutin dilakukan oleh brand ini berupa media cetak, namun kesulitan untuk mendapatkan pasar di luar kota karena tidak

memiliki web yang bersifat bisa diakses dimana dan kapan saja.

Perancangan website sebagai media promosi dan transaksi ini diterapkan pada brand Rown Division dengan unsur-unsur desain pada web seperti bidang, ruang, ukuran, warna akan menjadi brand image. Pemilihan tipografi, foto, ikon, dan layout yang ditampilkan pada web harus berdasarkan segmentasi. Perancangan website sebagai media promosi dengan menggunakan gaya visual modern minimalis ini diharapkan dapat meningkatkan konsumen brand Rown Division.

Daftar Pustaka

- Arrington, Jay. 2004. *How to Effectively Sell Your Clothing Line to Retailers*. Harper-Arrington Publishing.
- Asep Herman Suyanto. 2013. *Step by Step Web Design Theory and Practices*. Jakarta: ANDI.
- Brand, Raccoon. 2018. *How to Create a Clothing Line: Automate Ecommerce Fashion Startups and Make Money While You Sleep*. Independent Published.
- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Elemen-elemen Dalam Desain Komunikasi Visual*, Nirmana Jurnal Desain Komunikasi Visual. UK Petra, Surabaya.
- Fauzan Sahri Ramadhan. 2012.

Perancangan Website Tonijack's sebagai Media Promosi. Surakarta: UNS.

Freddy H. Istanto. 2015. *Potensi dan Kaidah Perancangan Situs-Web sebagai Meda Komunikasi Visual*.

Surabaya: FSRD Petra.

Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.

Rulia Puji Hastanti. 2015. *Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) pada Tata Distro Kabupaten Pacitan*. Pacitan: STKIP PGRI.

Yuhefizar. 2008. *Sepuluh jam mengenal internet teknologi dan aplikasinya*. Jakarta: PT Elex Media Koputindo.

SUMBER ONLINE

<https://hiduptreda.com/knowledge/berbagai-macam-layout-desain-web/>

(diunduh tanggal 11 Mei 2019 9:17 WIB)

<https://www.dewaweb.com/blog/10-elemen-penting-desain-web/amp/>

(diunduh tanggal 11 Mei 2019 13:54 WIB)

<https://www.proxisgroup.com/articles/konsep-dasar-web-design/>

(diunduh tanggal 17 Mei 2019 7:04 WIB)

