PERANCANGAN *INTERFACE* APLIKASI *M-COMMERCE* BERBASIS *ANDROID* PADA DENINA BAG YOGYAKARTA

KARYA DESAIN

Novika Nurul Andriana
0911845024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUTE SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

PERANCANGAN *INTERFACE* APLIKASI *M-COMMERCE* BERBASIS *ANDROID* PADA DENINA BAG YOGYAKARTA

Karya Desain

Novika Nurul Andriana
NIM 0911845024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2016

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :
Perancangan*Interface* Aplikasi *M-Commerce* Berbasis *Android* Pada Denina Bag Yogyakartadiajukan oleh Novika Nurul Andriana, NIM 0911845024,Program Studi S-1 Desain Komunikasin Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institute Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada24 Juni 2016 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing I/Anggota

M. Faizal Rochman, S.Sn., M.T.
NIP.19780221 200501 1 002

Pembimbing II/Anggota

Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19700106 200801 1 017

Cognate/Anggota

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 2008012 1 001

Ketua Program Studi/ Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/Ketua

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
NIP. 19650522 199203 1 003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 1959082 198803 2 002

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

PERANCANGAN*INTERFACE* APLIKASI *M-COMMERCE* BERBASIS *ANDROID*PADA DENINA BAG YOGYAKARTA

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni Pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institutt Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggu ataupun instansi manapun, kecuali bagian dari sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 15 Juni 2016

Novika Nurul Andriana
NIM 0911845024

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Bismillahirahmanirahim,
dengan bangga mempersembahkan kepada
Bapak, Ibu, dan kakakku tercinta..

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

“Doa dan usaha adalah kekuatan yang indah akan adanya hari esok.”

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Mengucapkan Puji syukur kepada Allah Sang Maha Kuasa yang telah memberikan sebuah kesempatan besar kepada saya untuk mewujudkan mimpi selama ini dengan terselesaikannya karya desain yang berupa perancangan *interface* aplikasi *m-commerce* pada *smartphone Android* sebagai karya Tugas Akhir yang digunakan untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 Program Study Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.

Penulis yang dibantu dan diberi masukan dalam proses penciptaan karya Tugas Akhir oleh banyak pihak, sehingga penulis merasa harus mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi kuasa-Nya dalam kesempatan, kesehatan, dan rezeki yang berlimpah.
2. Almarhum Bapakku, Wagino. Ibuku, Haryanti dan kakakku Yuan, Hendri, Krisna, Erna, Rini dan keponakanku Shelvi, Sazqqya, Syavira, Anjani, Zakki, Zaydan.
3. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
4. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarya, Ibu. Dr. Suastiwi, M.Des.
5. Ketua Jurusan Desain Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
6. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
7. Dosen Pembimbing I Bapak M. Faizal Rochman, S.Sn, M.T.
8. Dosen Pembimbing II Bapak Petrus Gogor Bangsa, S.Sn, M.Sn.
9. *Cognate* Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn atas bimbingannya.
10. Dosen Wali Bapak Drs. Umar Hadi,Ms atas bimbingannya.
11. Seluruh Dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.
12. Seluruh Karyawan di Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

13. Pimpinan dan Staff Denina Bag Yogyakarta
14. Sahabat tercinta, seperjuangan dan yang masih tersisa angakatan 2009 "Nakula Sadewa", angkatan 2010, 2011, 2012. Terimakasih.
15. Sahabatku yang selalu memberi inspirasi Diva, Ucha, Arum, Yoch, Thalita, Sekar, Sulfa, Ayu, Neni. Terimakasih.
16. "*Smillies Group*", Alex Bachmeyer, Lars Reiter yang tak henti-hentinya menyemangatiku.
17. *Chocolate* dan *Ice cream,* sebagai *moodboster* semangatku.
18. Gojes sang *programmer*.Terimakasih.
19. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam perancangan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan agar penulisan dapat terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas dan kualitas karya untuk kedepannya.

Demikianlah yang dapat penulis haturkan, semoga Tugas Akhir ini dapat menginspirasi banyak pihak, dan juga memberikan manfaat serta dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat banyak kekurangan dalam Perancangan Tugas Akhir ini. Terimakasih

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 15 Juni 2015

Novika Nurul Andriana
NIM 0911845024

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

ABSTRAK

Perancangan *Interface* Aplikasi *M-Commerce* Berbasis *Android* Pada Denina Bag Yogyakarta

Perusahaan Denina Bag adalah sebuah bidang usaha yang bergerak pada penjualan tas berbahan nylon, kulit sapi asli dan aksesoris tas yang telah dirintis pada tahun 2010 hingga saat ini. Dalam perjalanannyaDenina Bag menemukan banyak kendala didalam proses pendataan pada sistem penjualan *pre order* barang yang tidak terstruktur dan faktor penjualan produk tas melalui aplikasi belum banyak diminati, Denina Bag dalam melakukan bisnismulai mencoba menawarkan barang dengan penggunaan teknologi *internet*. Denina sebagai perusahan tas yang melalui *internet* dapat memberi informasi produk, harga, syarat pembelian, cara pemesanan dan pembayaran, serta pengiriman barang kepada pelanggan, calon pembeli, dan mitra usaha di seluruh dunia. Media internet berfungsi sebagai salah satu cara menjangkau pelanggan tanpa dibatasi ruang dan waktu, dan menjadi populer di dunia bisnis saat ini.

Oleh karena itu, dirumuskanlah sebuah solusi yang bertujuan untuk memudahkan pendataan serta menjadi media promosi yang berbeda untuk menarik minat belanja konsumen pada Denina Bag yakni dengan merancang sebuah *interface* aplikasi *M-Commerce* berbasis *Android* untuk Denina Bag. Perancangan ini mengedepankan media yang mengikuti perkembangan jaman dan menggunakan media berupa aplikasi pada *smartphone* yang memiliki sistem operasi *Android* sebagai media utama.

Gaya hidup masyarakat yang menggunakan *smartphone* berbasis *Android* kini sudah banyak dalam penggunaan kesehariannya dan *smartphone* ini sudah merajai pasar penjualan telepon seluler dipilih dengan harapan bahwa besarnya jumlah masyarkat yang sedang terkena demam *Android* akan menarik untuk berbelanja di Denina Bag setelah mereka mengunduh dan mengakses aplikasi belanja *online* ini.

Kata kunci : *Interface*, Aplikasi *M-Commerce*, *Android*, Denina Bag Yogyakarta

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

ABSTRACT

"The Interface Design of M-Commerce Android Aplication on Denina Bag Yogyakarta"

'Denina Bag' company is a company which isengagedin sale of bags especially with nylon material, leather from the cows and bags accessories and it began since 2010 till now. Along the journey, 'Denina Bag' face a lot of problems in the process of data collection in the unstructured pre-order sells system and the sales factor of the bag product through an aplication that hasn't been much in demand. Denina Bag is doing business by commence offer the products via online. 'Denina' as a bags company could inform through internet about the products, the prices, the purchase terms, how to order, the payments, also shipping to the customers over the world. The function of the internet as one of the method to reach all the customers without limitation the space and time, and also became more popular in the business world nowadays.

A set of objectively solution, that aims to facilitate database system as well as different media campaign to attract the spending of the Denina Bag's customers in a way to create an interface M-Commerce application based on Android, is needed. Therefore, created a design of M-Commerce applicaton interface based on Android for Denina Bag. This creation prioritize the media that keep up to date to current development in the form of the application in the smartphone with the Android operation system as a main media.

The community lifestyle that use Android smartphone in their daily life and the increase in the number of sales of Android phone is the main reason behind the creation of this application. In expectance that all customers could download and access to Denina Bag application wherever and whenever they need as simple as possible.

Keywords : Interface, M-Commerce Application, Android, Denina Bag, Yogyakarta

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

DAFTAR ISI

Halaman Judul i
Halaman Pengesahan ii
Halaman Keaslian Karya iii
Halaman Persembahan iv
Motto v
Kata Pengantar vi
Abstrak vii
Abstrac viii
Daftar Isi x
Daftar Grafik xii
Daftar Gambar xiii
Daftar Tabel xv
Daftar Diagram xvi

BAB I PENDAHULUAN
A. LatarBelakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Perancangan 7
D. Batasan Masalah 7
E. Manfaat Perancangan 8
1. Bagi Perancang 8
2. Bagi Target Audience 8
3. Bagi Lembaga Pendidikan 9
F. Metode Perancangan 9
1. Metode Pengumpulan data 9
2. Metode Analisis Data 9
G. Sistematika Perancangan 10
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS
A. Tinjauan Pustaka 11
1. *M-Commerce* 11
2. Aplikasi *Mobile* 16
3. Android 17
4. *Interface* 19
B. Indentifikasi Data 23
1. Data Perusahaan 23
a. Nama Perusahaan 23
b. Latar belakan sejarah perusahaan 24
c. Manajemen Perusahaan 30
d. Lokasi 31
e. Website 31
f. Produk 31
g. Company positioning 32
2. Data Kompetitor 34

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

a. Nama Perusahaan 34
b. Latar belakan sejarah perusahaan..... 34
c. Lokasi 35
d. Company positioning 35
C. Analisis Data 36
1. Analisis Potensi Perusahaan Denina Bag Yogyakarta 36
2. Analisis Perusahaan PesaingDenina Bag Yogyakarta 38
D. Kesimpulan Analisis Data 39
1. Antara Perusahaan Denina Bag dan Kompetitor..... 39
2. Kesimpulan Data Denina Bag dan Kompetitor..... 40
E. Analisis Media Aplikasi Android 42
F. Kesimpulan Analisis Media 43
BAB III KONSEP PERANCANGAN
A. Tujuan Komunikasi..... 44
B. StrategiKomunikasi..... 44
C. KonsepKreatif 45
1. Tujuan Kreatif 47
2. StrategiKreatif..... 48
3. Segmentasi *Behaviour*..... 48
D. Konsep Media 80
1. Tujuan Media 80
2. Strategi Media 80
3. Program Media..... 83
E. BiayaKreatifdanBiaya Media..... 84
BAB IV PERANCANGAN
A. Sinopsis 88
B. Visualisasi 88
1. Data Visual *Interface* 88
2. Pengolahan Data Visual 92
3. Skenario..... 94
4. Tombol dan Ikon..... 96
5. Tampilan Antarmuka 117
6. Media Pendukung..... 132
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 139
B. Saran 140
DAFTAR PUSTAKA 142
LAMPIRAN 146

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. *Screenshots* 20
2. *Screenshots* 20
3. *Screenshots* 21
4. *Screenshots* 21
5. *Survei* Pengguna mobile 22
6. *Screenshots* Halaman*Interface* 23
7. *Screenshots Data* *27*
8. *Screenshots* 28
9. *Screenshoots* 28
10. *Screenshots* 29
11. Denah lokasi 31
12. *Showroom* 33
13. *Showroom* 33
14. *Data Visual Kompetitor* 36
15. Studi Tipografi 51
16. Studi Tombol *Home* 52
17. StudiTombol*Contact Us* 53
18. StudiTombol Produk 54
19. StudiTombol*My Bag* 55
20. StudiTombol*Buy Now* 56
21. StudiTombol*Confirm Payment* 57
22. StudiTombol*Back* 57
23. StudiTombol*Back* 57
24. StudiTombol*Share* 59
25. StudiTombol*Share* 59
26. StudiTombol*Share* 59
27. StudiTombol*Ask me* 60
28. StudiTombol*Ask me* 60
29. StudiTombol*Settings* 61
30. StudiTombol*Settings* 61
31. StudiTombolInfo Bank 62
32. StudiTombol*Logout* 63
33. StudiIlustrasi*Background* 63
34. StudiIlustrasi*Background* 64
35. StudiIlustrasi*Background* 64

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

36. StudiIllustrasi*Background* 65
37. StudiIllustrasi*Background* 65
38. StudiIllustrasi*Background* 65
39. StudiIllustrasi*Background* 66
40. StudiIllustrasi*Background* 66
41. StudiIllustrasi*Background* 66
42. Studi Warna 67
43. Studi Warna 68
44. Studi Font 69
45. *Keyword* 89
46. *Brandstroaming* 89
47. StudiIllustrasi*Background* 90
48. StudiIllustrasi*Background* 90
49. StudiIllustrasi*Background* 91
50. StudiIllustrasi*Background* 91
51. StudiIllustrasi*Background* 92
52. Sketsa Kasar *Background* 93
53. Sketsa Terpilih *Background* 93
54. Studi Ikon *Home* 97
55. Sketsa Kasar Ikon *Home* 97
56. Studi Ikon *Contact Us* 98
57. Sketsa Kasar Ikon *Contact Us* 98
58. Studi Ikon Produk 99
59. Sketsa Kasar Ikon Produk 100
60. Sketsa Ikon Produk 100
61. Studi Ikon *My Bag* 101
62. Sketsa Ikon *My Bag* 102
63. Studi Ikon*Buy Now* 102
64. Sketsa*Buy Now* 103
65. Studi *Confirm Payment* 103
66. Sketsa *Confirm Payment* 104
67. Studi Ikon *Back* 104
68. StudiIkon*Back* 105
69. Sketsa Ikon *Back* 105
70. Studi Ikon *Share* 106
71. Studi Ikon*Share* 106
72. Studi Ikon *Share* 107
73. Sketsa Ikon *Share* 107
74. Studi Ikon *Ask Me* 108
75. Studi Ikon *Ask Me* 108

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

76. Sketsa Ikon *Ask Me*..... 109
77. StudiIkon*Settings*..... 109
78. Studi Ikon *Settings*..... 110
79. Sketsa Ikon *Settings*..... 110
80. Studi Ikon *Info Account Bank*..... 111
81. Sketsa Ikon *Info Account Bank*..... 111
82. Studi Ikon *Logout*..... 112
83. Sketsa Ikon *Logout*..... 112
84. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *Home*..... 113
85. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih*Registrasi*..... 113
86. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *Pre Order*..... 113
87. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih*NewArrivals*..... 114
88. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *MyBag*..... 114
89. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *InfoAccountBank*..... 114
90. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *Contact Us*..... 114
91. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *BuyNow*..... 115
92. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *Back*atau*Next*..... 115
93. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *ConfrimPayment*..... 115
94. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *Settings*..... 115
95. Final Desain Tombol dan Ikon Terpilih *logout*..... 116
96. *Layout* Sketsa Tampilan Antar Muka..... 117
97. *Screenshots*FinalDesainTampilanAntarmuka..... 118
98. *Screenshots* Final Desain Tampilan Antarmuka *Splash*..... 119
99. *Screenshots* Final Desain Tampilan Antarmuka*Opening*..... 120
100. *Screenshots*FinalDesainTampilanAntarmuka*Sale*..... 121
101. *Screenshots*Final Desain Tampilan Antarmuka *NewArrivals*..... 122
102. *Screenshots* Final Desain Tampilan Antarmuka *Pre Order*..... 123
103. *Screenshots* Final Desain Tampilan Antarmuka *My Bag*..... 125
104. *Screenshots*Final Desain Tampilan Antarmuka *Payment Confirmation* 127
105. *Screenshots*Final Desain Tampilan Antarmuka *Info Account Bank*..... 128
106. *Screenshots*Final Desain Tampilan Antarmuka *Ask Me*..... 129
107. *Screenshots*Final Desain Tampilan Antarmuka *Contact Us*.....130
108. *Screenshots* Final Desain Tampilan Antarmuka*Settings*..... 130
109. Sketsa*Cover Facebook*..... 132
110. Sketsa Poster Iklan *Facebook* dan *Instagram*..... 132
111. Sketsa*Ads Banner* 300x250px..... 132
112. Sketsa *Ads Banner* 120x600px..... 133
113. Sketsa *Ads Banner* 160x600px..... 133
114. Sketsa *X-banner*.....134
115. Sketsa S*ticker*.....134

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

116. Final Desain Poster *Instagram* dan *Facebook*..... 135
117. Final Desain *cover Facebook*..... 135
118.*Screenshots*Final Desain *Cove*r dan Poster *Facebook*..... 136
119.*Screenshots* Final Dsain Poster *Instagram*.....136
120. Final Desain *Ads Banner*.....137
121.Final Desain *X-Banner*.....138
122.Final Desain*Sticker*.....138

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

DAFTAR TABEL

Tabel

1. Tabel jadwal media 84

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

DAFTAR DIAGRAM

Diagram

1. Manajemen Perusahaan Denina Bag..... 30
2. Struktur Navigasi 79

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan Denina Bag adalah sebuah bidang usaha yang bergerak pada penjualan tas berbahan nylon, kulit sapi asli dan aksesoris tasyang telah dirintis pada tahun 2010 hingga saat ini. Denina Bag terletak di Jl. Imogiri Barat km 7,5 Yogyakarta. Denina Bag merupakan perusahaan yang sedang dalam proses pengembangan pasar, pada awal berdirinya Denina Bag dikenal sebagai sebuah bidang usaha yang bergerak dibidang tas natural dan kulit, namun pada saat itu tas natural dan kulit kurang diminati konsumen. Pada tahun 2011 Denina Bag mencoba untuk mengembangkan pasar dan mencari alternatif produk yang diminati konsumen tas yang pada saat itu sedang tren untuk mencuri perhatian konsumen dengan mengenalkan produk tas Denina, memulai bisnis tas rajut yang menjadi pilihan.

Denina untuk mengembangkan produknya sebagai alternatif penjualan, dengan segmen pasar mulai dari menengah dan menengah ke atas Denina Bag dikenal luas sebagai perusahaan tas rajut, dan seiring berkembangnya serta peminat tas handmade adalah konsumen pecinta sebuah produk *handmade* namun kenyataanya sekarang ini sebuah tas *handmade* mampu menjadi tas *fashion* yang digemari oleh kalangan luas. Hal ini mendapat sambutan baik untuk produk Denina lain yang semula tidak diminati menjadi diminati kembali khususnya tas kulit. Denina mencoba mengembangkan usahanya ke tas berbahan rajut dengan

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

penjualan barang yang *ready stock* dimana sistem penjualan dilakukan dengan sistem eceran, reseller dan grosir, dan untuk tas kulit dilakukan dengan sistem *pre order*.

*PreOrder*dalam Denina mempunyai sistem penjualan dimana seorang penjual menerima orderdari konsumen, setelah mencapai kuota minimal pemesanan terpenuhi barulah dilakukan produksi. Penjual akan meminta pemesan untuk melakukan pembayaran produk secara *downpayment* 50% dari harga barangyang dilakukan pada awal pemesanan dan pada akhirnya pemesan akan membayar 50% setelah tas tersebut jadi atau siap untuk dikirim ke pembeli. Jumlah minimal pemesanan dilakukan karena untuk mengetahui kesanggupan kapasitas produksi dari Denina Bag, dan untuk menghemat biaya produksi sehingga harga tas dapat terjangkau karena harga yang diberikan jauh dari harga retail. Hal inidilakukan karena antusias peminat tas kulit yang semakin besar dan persaingan harga yang ketatkarena melihat kualitas Denina Bag yang bagus serta konsumen menyadari bahwa tas kulit menjadi tas yang sepanjang masa, serta tenaga penjahit dan perajin yang terbatas tentunya membuat sistem produksi pun ikut terbatas. Tahun 2015 dan sampai saat ini Denina Bag hanya terfokus pada produksi tas kulit sebagai utama penjualan dengan sistem *pre order*, serta tas rajut menjadi pilihan atau alternatif lainnya untuk pelanggan Denina Bag. Pelanggan Denina Bag merata mulai dari pengguna sampai dengan penjual.Area penjualan Denina Bag saat ini telah sampai ke berbagai daerah di Indonesia bahkan luar negeri dengan memulai memasarkan melalui*website* dan media sosial seperti :*Facebook, Instagram.*

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Pada awalnya Denina Bag memulai pemasarannya dengan *Facebook* akan tetapi dengan sistem penjualan *pre order* tas kulit yang telah dilakukan Denina Bag tidak akan praktis karena dilihat dari segi pendataan calon pembeli sering terjadi kendala. Kendala yang terjadi dalam proses *preorder* pada*Facebook*Denina, pembelidiharuskanmembuat identitas *account Facebook*atau sudahmemiliki identitas *accountFacebook*. Setelah itu, pembelidapat melakukan pembelian produk Denina dengan beberapa peraturan yang sudah dibuat oleh Denina sendiri. Peraturan yang diberikan pada Denina adalah pembeli wajib untuk berkomentar pada postingan yang dibuat Denina melalui *accountFacebook*-nya.

Denina menetapkan *pre order* dibuka pada jam yang telah ditentukan dan jumlah kuota tas yang dibatasi, serta warna pilihan tas yang terinfokan kepada calon pembeli, lalu pembeli wajib komentar dengan menyebutkan angka atau nama warnatas yang sudah disebutkan, dan penutupan *pre order* dilakukan setelah kuota tas yang akan di *pre order*-kan sudah terpenuhi sesuai dengan yang disebutkan pada postingan dan peserta yang sudah berkomentar dan sudah mendapat like dari *adminFacebok*Denina di *account Facebook*-nya. Dikarenakan sistem pendataan yang masih manual inilah yang sering kali menyebabkan terjadinya kesalahan, dimana peserta *pre order* harus komentar pada postingan dengan sistem “siapa cepat dia dapat” maka hal yang sering kali terjadi adalah adanya sistem pendataan pembeli yang*double order*, pembatalan order yang sepihak tanpa adanya pemberitahuan kepada pihak Denina terlebih dahulu. *Double order* yang dimaksud adalah para pembeli menghapus komentar mereka

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

yang sudah terlanjur didata, dan mereka sering kali mengubah tulisan warna yang sudah didata oleh *admin* Denina, dalam hal ini menyulitkan admin karena harus melakukan pengecakan ulang.

Tidak berhenti disitu saja, hal lainnya yang terjadi adalah jika peserta *pre order* sudah mengirimkan data pribadi, berarti Denina secara resmi menganggap peserta *pre order*diwajibkan mengikuti peraturan *pre order* yang lebih lanjut, yaitu dengan membayarkan *downpayment* atau DP sebagai syarat mutlak untuk mengikuti *pre order*. Namun hal yang sering terjadi adalah peserta sering mengulur waktu untuk melakukan pembayara DP tersebut, dan ketika dikonfirmasi oleh*admin* Denina sering kali *admin*tidak mendapat respon dan hal ini yang menyebabkan pembatalan order secara sepihak dan tanpa adanya konfirmasi.

*Facebook*menjaring pembeli untuk melihat foto dan produk secara jelas, namun sering kali sesaat setelah memposting foto produk, foto tersebut akan tenggelam oleh postingan lain. Begitu juga dengan *website,* Denina sudah pernah mencoba untuk mempromosikan produknya akan tetapi dampaknya tidak banyak, banyak banyak konsumen yang mengeluhkan website sangat berat untuk dibuka jika diakses melalui ponsel dan gaya masyarakat Indonesia yang tidak biasa menggunakan *website*untuk berbelanja, budaya masyarakat Indonesia yang lebih suka untuk memakai *Facebook* sebagai sarana belanja *online*yang masih menjadi primadona, dan itu disadarioleh Denina. Sedangkan untuk *Instagram* adalah aplikasi handphone yang berbasis *Android* atau *IOS* yang digunakan untuk mengambil foto, mengelola foto, mengedit foto, memberi efek filter pada foto dan

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

membagikan foto tersebut kesemua orang, namun juga tidak banyak berdampak karena tidak ada kategori yang akan memudahkan pembeli untuk melihat katalog tas saat akan berbelanja sebagai tampilan awal, karena dalam *Instagram*semua foto hanya dapat dilihat dengan *scrooling* postingan foto sampai terbawah dan sering kali postingan foto tersebut sering tertumpuk.

Ketiga media sosial tersebut sangat bagus khusunya *Facebook* sebagai media promosi, namun jika hal yang diinginkan Denina untuk memudahkan pendataan data konsumen secara berurutan dan terstruktur rapi, *Facebook* dan *Instagram* bukan menjadi salah satu solusi. Diharapkan aplikasi *M-Commerce*berbasis *Android* inidapat menjadi salah satu solusi.*M-Commerce*adalah sebuah teknologi, produk dan layanan untuk E-Commerce berbasis perangkat mobile dan koneski internet wireless. (Pratama. 2015:108).

Sedangkan *Android*sendiri adalah sebuah sistem operasi untuk perangkat *mobile* yang mencakup sistem operasi, *middleware*, dan aplikasi. (Safaat 2011 : 1). Banyak merek telepon seluler yang memproduksi *smartphone* berbasis *Android* ini seperti : HTC, Sony, Samsung, Motorola, Philips, LG, Nexia, IMO, MITO, Cross, OPPO dan masih banyak lainnya. Sehingga timbul keuntungan yang didapat dalam menggunakan sistem operasi*Android* karena para pengguna sudah paham dengan telepon seluler ini. Aplikasi belanja berbasis *Android* sebelumnya sebagai pendahulu adalah Lazada, Zalora, Tokopedia dan masih banyak lainya. Ketiga contoh tersebut adalah toko online yang berskala besar atau bisa disebut dengan *mall online*karena menyediakan tempat belanja dari berbagai macam suplier produk-produk yang ditawarkan dan aplikasi belanja pada

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

*Android,*dan ketiganya sudah adadi *Google Play* atau *Pay Store* dengan sistem pengunduhan yang gratis. Oleh karena itu, dengan adanya pendahulu yang sudah memakai aplikasi tersebut membuat Denina terinspirasi untuk membuat aplikasi serupa, hanya saja. Seperti toko *online* namun hanya menyediakan produk Denina saja, dan bukan produk dari penjual lain. Toko online adalah tempat terjadinya aktivitas perdagangan atau jual beli barang yang terhubung ke dalam suatu jaringan. (Sarwandi. 2016 :4)

Seiring dengan niat pemilik untuk mengembangkan usaha Denina Bag ini, untuk menghasilkan media atau visual promosi yang baik maka dibutuhkan konsep visual yang matang untuk mengindari kesalahan dalam menyampaikan pesan dari yang komunikatif serta persuasif. Konsep visual adalah awal dari sebuah ide yang didapat melalui sebuah proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan. Konsep visual yang telah didapat harus di eksplorasi ke dalam sebuah bentuk promosi yang bisa memberikan pesan visual kepada target konsumen.

Dengan menggunakan perancang konsep visual desain aplikasi *M-Commerse* berbasis *Android* pada Denina Bag diharapkan mempermudah seorang *Programmer*untuk meneruskan konsep visul ini sebagai panduan yang akan menjadi sebuah aplikasi, serta konsep visual yang dibuat dapat menarik pelanggan untuk bertransaksi sekaligus berbagi informasi seputar produk melalui *smartphone* dengan desain yang menarik dan dapat diterima oleh konsumen, sehingga konsumen akan terbantuuntuk mendapatkan informasi serta

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

memudahkan untuk mengakses pada toko Denina Bag secara praktis, mudah dan aman.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah bagaimana merancang *interface*aplikasi *M-Commerce* berbasis Android pada Denina Bag?

C. Tujuan Perancangan

Merancang *interface* aplikasi *M-Commerce* berbasis Android untuk Denina Bagyang menarik pelanggan untuk bertransaksi sekaligus berbagi informasi seputar produk melalui *smartphoneAndroid* yang dapat ditangkap jelas oleh konsumen sehingga memudahkan konsumen dalam bertransaksi dan menginformasikan produk bagi konsumen dalam mengikutiproduk.

D. Batasan Masalah

Perancangan berupadesain *interface*aplikasi pada perangkat *smartphone* dengan OS Android terbatas hanya perancangan *interfacenya* sajayang dapatmenarik, mempermudah konsumen atau pelanggan bertransaksi dan mengetahui informasi produk Denina Bag melalui foto dan informasi yang terpajang didalam aplikasi dan terbatas hanya pada perancangan konsep visualnya

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

saja bukan pada bentuk jadi aplikasinya dan pada konsep ini mempunyai waktu 3 bulan dalam konsep serta desain, dengan target audicence :

a. Segmentasi Demografis

Jenis kelamin : Pria dan wanita

Umur : 20-40 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa dan Umum

Etnis : Semua golongan

Kelas Sosial : Menengah ke atas

b. Segmentas Geografis

Primer : Dalam dan Luar Negeri

Sekunder : Dalam dan Luar Negeri

c. Segmentasi Psikografi

Kelas sosial menengah ke atas yang mempunyai gaya hidup masyarakat dinamis, menyukai hal-hal baru, praktis, terbuka terhadap teknologi dan senang berbelanja.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Perancang

Diharapkan perancang mampu mengasah kreatifitas untuk mendesain sebuah konsep visual media komunikasi visual dan menggabungkannya dengan teknologi modern yang sedang berkembang menjadi trend.

2. Bagi *Target Audience*

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Diharapkanperancangan konsep visual ini mampu memudahkan dan menarik minat konsumen untuk membeli produk Denina Bag dengan konsep visual yang menarik serta menghadirkan pilihan baru dalam berbelanja yang praktis, tidak terbatas waktu.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Diharapkan memberikan alternatif model pemecahan masalah karya Tugas Akhir (TA) dan perancangan ini mampu memberikan sebuah inovasi baru pada dunia desain yang memang seharusnya terus diminati dalam mengikuti perkembangan teknologi.

F. Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan pada perancangan ini adalah

1. Metode Pengumpulan data

Data verbal yang digunakan data yang menyangkut hal-hal produk terkait, data verbal diambil dari berbagai kajian pustaka dan studi literatur dari berbagai media baik media konvesional cetak maupun media online seperti artkel dari interner yang terkait dengan produkserta wawancara langsung dengan narasumber yang akan dituju dan narasumber ahli, yang sangat membantu penulis dalam mengarahkan tentang konsep visual yang akan dibuat dan referensi pustaka lainnya

2. Metode Analisis Data

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Menggunakan metode SWOT untuk analisis media dan analis obyek perancangan yaitu metode analisis data berdasarkan*strength, weakness, oppotunities, threat.*

G. SISTEMATIKA PERANCANGAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

B. Rumusan Masalah

C.Tujuan Perancangan

D. Batasan Masalah

E. Manfaat Perancangan

F.Metode Perancangan

1. Metode pengumpulan data
2. Metode analisis data

G.Sistematika Perancangan

H.Skema Perancangan

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi Data

B. Teori *M-Commerce*

C. Analasis Data

BAB III KONSEP PERANCANGAN

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

A. Tujuan Komunikasi Konsep Kreatif

B. Strategi Komunikasi

C. Konsep Kreatif

D. Tujuan Kreatif

E. Konsep Media

BAB IV PERANCANGAN

A. Kesimpulan

B. Saran

C. Alternatif *Layout*

D. Evaluasi dan Seleksi Desain

E. *Final Design/Final Artwork*

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA & LAMPIRAN

A. Buku/Literatur

B. Jurnal

C. Penelitian yg tidak diterbitkan

D. Media Massa

E. Pertautan

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta