PERANCANGAN DESAIN *WEBSITE* SEBAGAI SALAH SATU MEDIA PROMOSI THE COBBLER YOGYAKARTA

PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Mokhamad Hasbi Aziz
NIM 1112177024

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

PERANCANGAN DESAIN *WEBSITE* SEBAGAI SALAH SATU MEDIA PROMOSI THE COBBLER YOGYAKARTA

Mokhamad Hasbi Aziz
NIM 1112177024

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
2017

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.
NIP : 19770315 200212 1 002

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:
PERANCANGAN DESAIN *WEBSITE* SEBAGAI SALAH SATU MEDIA PROMOSI THE COBBLER YOGYAKARTA diajukan oleh Mokhamad Hasbi Aziz, NIM 1112177024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung jawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 22 November 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I

Dr. IT. Sumbo Tinarbuko, MSn.
NIP : 19660404 199203 1 002

Pembimbing II

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.
NIP : 19821113 201404 1 001

Cognate/Anggota

Andi Haryanto, M.Sn.
NIP : 19801125 200812 1 003

Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual

Indiria Maharsi, M.Sn.
NIP : 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan Desain

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.
NIP : 19770315 200212 1 002

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP : 19590802 198803 2 002

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mokhamad Hasbi Aziz

NIM : 111 2177 024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Disain

Program Studi : Disain Komunikasi Visual

Judul : Perancangan desain website sebagai salah satu media promosi The Cobbler Yogyakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh perancangan desain yang ada dalam laporan tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan oleh pihak lain di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh pertanggungjawaban dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 01 November 2017

Mokhamad Hasbi Aziz

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanallahu Wa Ta'ala, atas segala karunia-NYA yang telah diberikan dan Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi Wa Sallam atas agama dan ajaran yang dibawanya maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.

Perancangan tugas akhir desain *website* sebagai salah satu media promosi The Cobbler Yogyakarta ini merupakan sebuah bentuk tugas karya penciptaan penulis untuk mempromosikan dan mengkomunikasikan tentang jasa yang ditawarkan oleh The Cobbler Yogyakarta kepada para calon konsumennya.

The Cobbler merupakan salah satu diantara penyedia jasa perawatan sepatu yang ada di kota Yogyakarta, The Cobbler berfokus pada jasa kustom sepatu yang berfokus pada tingkat kreatifitas dan keunikan yang dapat dihasilkan dari sepasang sepatu yang biasa dipakai dalam kehidupan keseharian masyarakat. Bergerak dari salah satu penyedia jasa, The Cobbler ingin mempromosikan jasa mereka kepada publik secara luas dengan menggunakan media promosi berupa *website.*

Agar perancangan desain website ini sampai kepada publik dan target *audience*nya maka peran ilmu Desain Komunikasi Visual sangat diperlukan dalam hal mempromosikan jasa dan tampilan yang akan digunakan dalam perancangan ini. Semoga dengan diciptakannya perancangan ini penulis berharap bahwa sepatu bukan hanya sepasang alas kaki saja namun sebagai simbol akan kreatifitas dan keunikan yang dihasilkan dari sepasang sepatu.

Yogyakarta, 01 November 2017

Mokhamad Hasbi Aziz

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur kehadirat Allah Subhanallahu Wa Ta'ala atas segala nikmat dan hidayahNYA. Tidak lupa junjungan besar Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi Wa Sallam, sehingga perancangan tugas akhir ini dapat terwujud dan terselesaikan dengan baik. Hal ini tidak lepas dari dukungan semua pihak yang telah membantu. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orangtua saya tercinta yang selalu ada di samping dan tanpa letih untuk mendukung dan mendoakan saya dari berbagai aspek, Bapak Adib Syaefudin dan Ibu Tety Rokhmaningsih.
2. Adik saya tercinta dan satu-satunya Fitria Tahta Maula yang selalu memberikan dukungan, senyuman dan inspirasi dalam hal kedewasaan.
3. Teruntuk kakek saya tercinta Alm. H. Soemartoto yang selalu menyayangi kami para cucunya sampai diakhir hayatnya.
4. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Dr. Suastiwi, M.Des, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M,A. selaku ketua Jurusan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn. selaku ketua Prodi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Bapak Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn. selaku sekretaris Prodi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Bapak Dr. Sumbo Tinarbuko, M.Sn, S.Sn selaku Dosen Pembimbing I yang selalu sabar memberikan masukan dan koreksi sehingga perancangan ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Bapak Andika Indrayana S,Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan saran dan solusi sehingga perancangan ini dapat menjadi karya Tugas Akhir yang baik.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

11. Bapak Fx. Widyatmoko, S.s., M.sn. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan pencerahan dan motivasi selama masa studi dan dalam perancangan tugas akhir ini.
12. Seluruh Dosen pengajar jurusan Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
13. *Tame Impala, Blacksabbath, Led Zeppelin, band Psychedelic Rock dan Stoner Rock* lainnya dalam mengiringi perancangan ini.
14. Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang menyediakan literatur dan data tentang desain, ilustrasi dan komik yang berhubungan dengan Perancangan ini.
15. Untuk teman awal kuliah, sahabat, kakak dan mentor saya Akhmad Sujarwo yang selalu memberikan nasihat, bantuan dan menemani saya sampai sekarang.
16. Sahabatku dan keluargaku Rama Prandendra, Adlinda Fierdinta, Eko Hadiwitanto, Permata Lydia, Pamega Gesa, Danang Prasajatama, Akhmad Belva, Arial Karwa, Jalu Dwi P, Anindita Julieta, Alfian Yudiantoko dan Andi Fath.
17. Semua sahabat-sahabatku, Rimba Ranu, Iwan Swastika, Charis Budi, Lingga Satya, Antonia Kusuma, Raka Rohmanditya, Hendrik Pramana, Andre Mondrian, Muhamad Iqbal, Novemia Sectio, Ika Widyawati, Adam Adley, Syaiful Fathah, Erik Kurn, Aziz Anjosu, Fajar Dwijantoro, Pandu Agung, Helmi, Nova, bang Agam, sahabat GAYO ngopi, mbak Yeni dan kak Asabo yang telah membantu dan menemani proses pelaksanaan tugas akhir ini.
18. Dan para wanita maupun mantan yang telah menemani dan mempunyai kisah dengan saya terimakasih atas hikmah arti untuk menjadi lebih dewasa, tanpa kalian saya baik-baik saja.
19. Seluruh angkatan 2011 “Akar Pohon” jurusan Desain Komunikasi Visual.
20. Terimakasih untuk The Cobbler Yogyakarta atas bantuan segala hal demi terciptanya perancangan ini.

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

LEMBAR PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta:

Nama : Mokhamad Hasbi Aziz

Nomor Mahasiswa : 1112177024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta, karya tugas akhir perancangan yang berjudul **PERANCANGAN DESAIN *WEBSITE* SEBAGAI SALAH SATU MEDIA PROMOSI THE COBBLER YOGYAKARTA**. Dengan ini demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, memdistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentigan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya maupun memberikan *royalty* kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta,

14 Desember 2017

Mokhamad Hasbi Aziz

NIM. 1112177024

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

ABSTRAK

Oleh:

Mokhammad Hasbi Aziz
111 2177 024

Website sebagai salah satu media digital yang berperan sebagai wadah dari sebuah profil pribadi, perusahaan ataupun penyedia produk dan jasa untuk menjadi salah satu media yang menggunakan adanya jaringan internet yang saat ini semakin banyak digunakan oleh masyarakat untuk menghabiskan waktu maupun mencari informasi yang sedang dicari, maka dari itu peran dari sebuah *website* bisa dikatakan menjadi salah satu media promosi yang berbentuk digital jika yang ditawarkannya adalah produk dan jasa yang ingin melebarkan target pasarnya secara luas.

The Cobbler adalah salah satu perusahaan penyedia produk dan jasa yang berada di kota Yogyakarta dimana The Cobbler berfokus pada jasa perbaikan, kustom dan perawatan sepatu, dalam hal kustom sepatu The Cobbler merupakan yang pertama di Yogyakarta dan merupakan penyedia jasa yang unik dalam hal kustom sepatunya, karena ingin memudahkan para calon konsumennya dalam menggali informasi maupun melihat lebih detail tentang jasa yang ditawarkan. Maka dari hal tersebut terciptalah perancangan desain *website* sebagai salah satu media promosi The Cobbler Yogyakarta.

Sebuah jasa kustom sepatu yang unik dan dengan adanya perancangan desain ini diharapkan para calon konsumen dan target pasarnya lebih mengerti akan inovasi yang ditawarkan berdasarkan keunikan dan pembeda dari penyedia jasa lainnya yang ada di kota Yogyakarta.

Kata Kunci : Website, Aplikasi Jasa, Media Promosi, Sepatu, The Cobbler

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

ABSTRACT

By:

Mokhamad Hasbi Aziz

111 2177 024

In this Digital Era, the function of the digital media that use the Internet network that is currently used by most of people for gathering information, website is the one of them that offered personal or company to introduce their product and services to the market, regarding from that role of a website, it could be the one of many choices that personal/company to publish an advertising in the form of digital marketing *(e - commerce)* to stakeholders and various market segmentation.

The Cobbler is the one leading providers of products and services located in the city of Yogyakarta, The Cobbler focuses on repairs, customs and grooming services, in the case of custom shoes The Cobbler is the first provider in Yogyakarta and is a unique service provider in terms of custom shoes, because The Cobbler wants to facilitate the prospective customers in digging of information and see more details about the services offered. So from it created the design of the website is the one of an advertising media The Cobbler Yogyakarta.

The Cobbler is expected to the prospective customers to understand the innovations offered by The Cobbler is the one of shoe service provider in Yogyakarta based on their aesthetic and uniqueness.

Key Words: Website, e-commerce, digital media advertising, Stakeholders, Shoe, The Cobbler

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Perjalanan yang indah adalah perjalanan mencari visual

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

UCAPAN TERIMA KASIH ..... **iv**

ABSTRAK ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

- **A. Latar Belakang Masalah** **1**
- **B. Rumusan Masalah** **4**
- **C. Tujuan Perancangan** **4**
- **D. Manfaat Perancangan** **5**
- **E. Batasan Masalah** **6**
- **F. Metode Perancangan** **7**
- **G. Metode Analisis Data** **8**
- **H. Konsep Perancangan** **8**
- **I. Skematika Perancangan** **9**

BAB II IDENTIFIKASI DATA DAN TINJAUAN PUSTAKA **10**

- **A. Identifikasi Data** **10**
  - 1. Sejarah Kustom Sepatu 10
  - 2. Visi dan Mis The Cobbleri 11
  - 3. Produksi Kustom Sepatu The Cobbler 11
- **B. Tinjauan Pustaka** **11**
- **C. Landasan Teori** **12**

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

1. Media Interaktif 12
2. Animasi Desain *Website UI* (*User Interface*) 14
3. *Wireframe* 16
D. Teori Website 20
1. Iklan *E-commerce* 19
2. Warna 23
3. Tipografi 26
4. Grafis 28
5. Hirarki Visual 29
6. *White Space* 30
7. Komposisi Tata Letak 34
8. Teori Media Promosi 35
E. Analisis Data 36
1. *SWOT* 36
2. Kuesioner Data Responden 37
F. Analisis Media 46
1. *Strenght* (kekuatan) 46
2. *Weakness* (kelemahan) 47
3. *Opportunities* (peluang) 47
4. *Threats* (ancaman) 47
G. Kesimpulan Analisis Data 47
BAB III KONSEP PERANCANGAN 49
A. Konsep Perancangan 49
1. Tujuan Perancangan 49
2. Strategi Komunikasi 49
B. Konsep Media 50
1. Tujuan Media 50
2. Strategi Media 50
3. Seleksi Media 51

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

C. Konsep Kreatif **58**
1. Tujuan Kreatif 58
2. Strategi Kreatif 58
3. Pemilihan Media 59
D. Produksi **61**
1. Pra Produksi 61
2. Produksi 63
3. Pasca Produksi 64
4. Isi Konten 65
5. Konsep *Visual* 74
BAB IV VISUALISASI **84**
A. Visual Logo **84**
1. Logo Hitam Putih 84
2. Logo Warna 84
B. Mind Mapping ***85***
C. Data Visual **86**
D. Layout dan Sketsa Desain **88**
1. Alternatif Sketsa 1 *Layout Website* The Cobbler 88
2. Alternatif Sketsa 2 *Layout Website* The Cobbler 89
3. Sketsa Media Pendukung 90
E. Wireframe Website The Cobbler **93**
F. Final Desain Website The Cobbler **95**
1. Alternatif Final Desain Website The Cobbler 95
2. Final Desain Website The Cobbler 96
F. Media Pendukung **97**
1. Aplikasi Jasa 97
2. *Totebag* 98
3. *Dustbag* 98
4. *T-shirt* 99

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

5. *Moodboard Book* 99
6. Scene Video The Cobbler 101
BAB V PENUTUP 103
A. Kesimpulan 103
B. Saran 104
DAFTAR PUSTAKA 106

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 01. Skematika Perancangan 9
Gambar 02 Web Interaktif 13
Gambar 03 Contoh Penggunaan Animasi 15
Gambar 04 Contoh Penggunaan Animasi 16
Gambar 05 Contoh Penggunaan Animasi 16
Gambar 06 Contoh *Parallax* Animasi 17
Gambar 07 Contoh *Wireframe* 19
Gambar 08 Contoh *Wireframe* 19
Gambar 09 Contoh *Wireframe* 20
Gambar 10 Contoh Iklan *E-commerce* 22
Gambar 11 Contoh Iklan *E-commerce* 23
Gambar 12 Karakter Warna 26
Gambar 13 Contoh Pola F dan Pola Z pada Tipografi 28
Gambar 14 Contoh Karakter Grafis 29
Gambar 15 Contoh Karakter Grafis 29
Gambar 16 Contoh *Passive Space* 32
Gambar 17 Contoh *Active Space* 33
Gambar 18 Kuesioner Data Responden 38
Gambar 19 Kuesioner Data Responden 39
Gambar 20 Kuesioner Data Responden 39
Gambar 21 Kuesioner Data Responden 40
Gambar 22 Kuesioner Data Responden 41
Gambar 23 Kuesioner Data Responden 42
Gambar 24 Kuesioner Data Responden 42
Gambar 25 Kuesioner Data Responden 43
Gambar 26 Kuesioner Data Responden 44

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Gambar 27 Kuesioner Data Responden 45
Gambar 28 Kuesioner Data Responden 46
Gambar 29 Tampilan *Layout Website* 51
Gambar 30 Tampilan *Website* 52
Gambar 31 Tampilan Aplikasi pada *Smartphone* 53
Gambar 32 Contoh *Totebag* 54
Gambar 33 Contoh *T-shirt* 55
Gambar 34 Contoh Brosur 56
Gambar 35 Contoh *Dustbag* 57
Gambar 36 Contoh *Moodboard* 58
Gambar 37 Konsep Perancangan Pra Produksi 61
Gambar 38 Konsep Perancangan Produksi 63
Gambar 39 Konsep Perancangan Pasca Produksi 64
Gambar 40 Konsep Tampilan *Website* 65
Gambar 41 Contoh Gaya Desain The Cobbler 75
Gambar 42 Contoh Gaya Desain The Cobbler 75
Gambar 43 Contoh Gambar Desain The Cobbler 76
Gambar 44 Contoh *User Interface* Aplikasi Menggunakan Font *Helvetica* 77
Gambar 45 Contoh *User Interface* Aplikasi Menggunakan Font *Helvetica* 78
Gambar 46 Contoh *Web* Menggunakan Font *Roboto* 79
Gambar 47 Contoh *Web* Menggunakan Font *Roboto* 79
Gambar 48 Warna Yang Digunakan Pada *Web* The Cobbler 80
Gambar 49 *Vsiual* Logo The Cobbler Hitam Putih 84
Gambar 50 *Visual* Logo The Cobbler Warna 84
Gambar 51 *Mind Mapping* Perancangan *Website* The Cobbler 85
Gambar 52 Data Visual 86
Gambar 53 Data Visual 87
Gambar 54 *Rough Sketch Final* Desain *Website* The Cobbler 88
Gambar 55 *Rough Sktech 2 Final* Desain *Website* The Cobbler 89
Gambar 56 Sketsa Desain *Totebag* bagian depan 90
Gambar 57 Sketsa Desain *Totebag* bagian belakang 90

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Gambar 58 Sketsa Desain *Dustbag* 91
Gambar 59 Sketsa Desain *T-shirt* The Cobbler 91
Gambar 60 Sketsa *Layout Moodboard book* 92
Gambar 61 *Wireframe* 1 *Website* The Cobbler 93
Gambar 62 *Wireframe* 2 *Website* The Cobbler 94
Gambar 63 *Wireframe* 3 *Website* The Cobbler 94
Gambar 64 Alternatif *Final* Desain *Website* The Cobller 95
Gambar 65 *Final* Desain *Website* The Cobbler 96
Gambar 66 *Final* Desain *Mockup Website* The Cobbler 96
Gambar 67 *Final* Desain Aplikasi Jasa The Cobbler 97
Gambar 68 *Final* Desain *Mockup* Aplikasi Jasa The Cobbler 97
Gambar 69 *Totebag* 98
Gambar 70 *Dustbag* 98
Gambar 71 *T-shirt* 99
Gambar 72 Cover Desain *Moodboard Book* 99
Gambar 73 *Layout* Desain *Moodboard Book* 100
Gambar 74 *Final* Desain *Mockup Moodboard Book* 101
Gambar 75 *Scene Teaser* Video The Cobbler 101
Gambar 76 *Mockup* Desain Video *Teaser* The Cobbler 102

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era global saat ini tingkat konsumtivitas terhadap sebuah *brand* semakin meningkat dengan pesat, terutama terhadap *brand* yang menjual sepatu berjenis *sneakers*. Seperti halnya pada perkembangan *style* maupun *fashion* pada saat ini sepatu *sneakers* banyak diminati oleh kalangan muda namun, tidak bisa dipungkiri kalangan orang tua pun juga manaruh minat pada sepatu jenis ini. Hal ini dikarenakan sepatu jenis ini sangat cocok dipadukan dengan *style fashion* yang ada sekarang maka dari itu permintaan konsumen dan perkembangan daya beli masyarakat terhadap *sneakers* ini sangat tinggi.

Perkembangan yang pesat terhadap permintaan konsumen pada sebuah *brand* dari sepatu berjenis *sneakers* pun membuat munculnya beberapa peluang usaha yang bergerak dalam dunia *sneakers*, sebagai contohnya banyak pedagang yang memperjual-belikan sepatu jenis ini secara mandiri atau dengan cara membuka toko secara *online* di sosial media. Selain itu, terdapat juga jasa yang menawarkan perawatan dan perbaikan sepatu jenis ini. Dunia kreatif yang berhubungan dengan sepatu maupun *sneakers* saat ini mulai beranjak naik, apalagi dalam sebuah kreatifitas kustom atau dengan nama lain merubah sesuatu yang asli menjadi beda yang dimulai dengan masuknya perkembangan kustom terhadap motor dan kini mulai diikuti oleh perkembangan kustom sepatu itu sendiri. The Cobbler mulai memasuki dunia kreatif kustom yang berfokus pada kustom sepatu dan sebagai yang pertama dalam memulai usaha jasa ini selain dibidang perawatan sepatu yang mulai banyak di Yogyakarta pada tahun 2016, sebelum menjadi The Cobbler yang berfokus pada kustom *sneakers* sang pemilik jasa ini mengungkapkan bahwa mereka bernama *Shoebible* yang merupakan anak cabang dari jasa yang terlebih dahulu bergerak di Ibukota Jakarta yang menyediakan jasa perawatan sepatu pada umumnya seperti pencucian sepatu dan penjualan produk perawatan sepatu, namun dikarenakan beberapa hal dan munculnya inovasi kustom *sneakers* sang pemilkpun melepas nama Shoebible dan merubah namanya menjadi The Cobbler. Di Yogyakarta sendiri pun The Cobbler sedang mencoba untuk memasuki awal rintisnya jasa mereka yang

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

berlandaskan semakin kreatifnya anak muda saat ini yang mulai terjun dalam dunia kustom sepatu. Sebuah *brand* merupakan wajah dari satu strategi bisnis (Nabi, 2014 : 3).

Pesatnya persaingan dalam dunia industri jasa perawatan sepatu di Yogyakarta membuat *brand* ini harus mempunyai sesuatu penawaran yang berbeda dari para pesaingnya agar dapat bertahan dalam dunia usaha yang bergerak di bidang penawaran jasa yang sama. Hal unik seperti kustom *sneakers* yang ditawarkan The Cobbler di dalam pasar penawaran jasa perawatan sepatu termasuk sangat jarang ditemui karena tidak semua jasa bisa melakukan proses yang ada di The Cobbler secara profesional, mulai dilihat dari alat dan proses pengerjaannya yang semua dilakukan melalui proses kontrol demi menghasilkan kepuasan pelanggan dan perawatan yang mereka lakukan layaknya seperti merawat sepatu mereka sendiri menjadi kesan aman dan terpercaya untuk konsumen sangatlah tinggi.

Mereka pun mulai mengkampanyekan "#SEPATUKUBERSIH dan *#SHOEDEFINESYOU* " sebagai langkah membangun seberapa besar kepedulian kita terhadap sepatu yang dipakai. Di sini The Cobbler ingin menggunakan pendekatan terhadap konsumen dengan membuat hubungan antara pelanggan dan penjual jasa atas keputusan pembelian, penggunaan dan loyalitas penggunaan terhadap brand mereka. Para pelanggan harus mengetahui bahwa perusahaan anda memiliki prinsip (Schultz, 2014 : 29).

The Cobbler merupakan sebuah *brand* yang dianggap aset karena dilihat dari segi perubahan yang dibuat oleh *brand* tersebut dalam mempengaruhi pasar yang bergerak dibidang jasa perawatan (Aaker, 2014 : 4) dengan muncul kesempatan untuk meningkatkan demi menaikkan pertumbuhan yang merupakan tujuan dari sebagian perusahaan, maka dari itu untuk lebih mendekatkan memudahkan pemasarannya terhadap para konsumen maka dibuatlah perancangan media promosi yang mudah diakses di era *globalisasi* ini seperti peran sebuah *website* sebagai media pemberi informasi yang lengkap dan akses yang mudah karena dapat dibuka di mana saja. Seperti yang dibawakan oleh pesaing The Cobbler yang bergerak di bidang yang sama, *Kans* dan *ShoesandCare* yang di mana kedua penyedia jasa tersebut memiliki situs *website*

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

namun konten kedua jasa tersebut lebih mengedepankan penjualan produk dan cuplikan penghargaan yang telah mereka dapatkan. *Website* akan menunjukan sebuah rasa akan sentuhan : navigasi yang kuat dan kemudahan dalam penggunaan tampilan secara *online* (Langton, 2011 : 7)

"Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih".

Yang mana jika diparafrasekan bahwa Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan sebuah konsep pemasaran yang berhasil dan efektif maka perusahaan harus lebih unggul inovasi ciptaan produk maupun jasa dari para pesaingnya dan proses pendekatan akan komunikasi yang tercipta oleh perusahaan kepada para pelanggannya agar terciptanya target pasar yang di tentukan.

Membuat suatu *brand* lebih disukai di antara pilihan-pilihan yang dipertimbangkan para pelanggan dalam sub-kategori yang terdefinisi, yang bertujuan berkompetisi dalam menggunakan inovasi yang membuat *brand* lebih menarik dan lebih murah, maka dari itu pentingnya peran sosial media maupun *internet* sangat berpengaruh dalam membantu mudahnya promosi sebuah *brand* itu sendiri, maka dari hal tersebut The Cobbler ingin menjadikan *website* sebagai salah satu media promosi mereka selain penggunaan media sosial seperti *Instagram* dan menjadi wadah informasi bagi calon konsumennya. Dengan perolehan data kuantitatif yang dikumpulkan oleh penulis sebanyak 70 responden dan berdasarkan teori sebelumnya, maka sebanyak 98.7% responden (sebanyak 69 responden dari 70 jumlah responden) menjawab setuju akan adanya sebuah website The Cobbler sebagai media promosi jasa yang mereka tawarkan dan adanya aplikasi jasa untuk memudahkan keperluan para konsumen untuk menggunakan jasa tanpa perlu bersusah payah untuk mengunjungi toko di mana The Cobbler berada.

Jika dalam tampilan komputer maupun laptop (*desktop*) terdapat *website* yang membahas UI (*Users Interface*) pengguna maupun calon konsumen akan merasakan tampilan yang lebih luas dan rapi bahkan bisa menikmati fitur yang

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

lebih pada mode *desktop* ini. Hal ini karena mode "*desktop*" mempunyai satu fungsi tujuan yaitu memberi informasi dan kemudahan dalam memilih opsi yang ada jika memilih halaman yang lain, bahkan dengan tambahan animasi gerak objek maupun teks pada *website* itu sendiri dan perubahan warna latar belakang pada setiap halaman yang dipilih. Desain *website UI (User Inteface)* kadang dianggap keliru sebagaimana *website* tersebut terlihat. Desain antarmuka bukan hanya tentang warna dan bentuk, melainkan tentang penyajian terhadap pengguna terhadap alat yang tepat untuk tercapainya tujuan mereka (Bank, 2015 : 6)

Sebuah promosi akan semakin terlihat dan tersampaikan jika menggunakan media yang tepat terhadap *target audience*nya, maka dari itu dengan adanya perancangan *website* dan media pendukung lainnya diharapkan mampu menjadi media promosi The Cobbler dalam aspek penjualan, informasi maupun kedekatan terhadap para konsumen, bahkan kemudahan konsumen untuk mencari suatu informasi dan dalam menentukan pilihannya. Sebuah desain *website* sangat berhubungan dengan apa yang ada ilmu Desain Komunikasi Visual terutama dalam perkembangan media promosi yang saat ini peran media promosi sangat berkembang mengikuti majunya teknologi dan mengharuskan para desainer mulai beralih dari media konvensional ke media digital yang semakin banyak para *target audience* beraktifitas dengan perangkat digitalnya seperti ponsel dan tablet digital.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang desain *website* sebagai media promosi The Cobbler Yogyakarta agar memudahkan calon konsumen dalam menentukan pilihan jasa yang ditawarkan?

C. Tujuan Perancangan

Untuk perancangan komunikasi visual desain *website* sebagai media promosi The Cobbler Yogyakarta agar konsumen dapat lebih mudah dalam mengenali harga produk dan menentukan pilihan jasa yang ditawarkan lebih terperinci serta untuk menarik minat konsumen untuk menumbuhkan rasa percaya dan kepuasan jasa ini dalam menangani sepatu mereka dengan membuat berbagai media promosi yang mendukung untuk pengenalan tentang

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

jasa apa yang di tawarkan oleh The Cobbler serta peran testimoni yang di berikan oleh beberapa komunitas dan masyarakat umum.

D. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

   Dengan adanya perancangan desain *website* ini diharapkan bisa menjadi referensi atau masukan bagi ilmu Desain Komunikasi Visual yang berfokus pada visual desain *layout (user interface)* sebagai salah satu desain yang menyuguhkan kenyamanan tampilan pada media digital (*dekstop* dan *smartphone*) agar sesuai dengan target pasar maupun target audiencenya yang diterapkan pada sebuah penawaran jasa.

2. Manfaat Praktis

   a. Mahasiswa, agar dapat lebih menjadi tantangan tentang desain *website* bahwa peran media *online* sebagai salah satu media promosi yang berpengaruh dengan target *audience*nya yang sekarang semua mulai beralih pada sesuatu yang berhubungan dengan dunia digital dan *online*.

   b. Akademis

      Menambahkan salah satu referensi karya desain komunikasi visual berupa desain *website* sebagai media promosi maupun penerapan ilmu komunikasi visual yang lebih mudah untuk dimengerti. Dalam perancangan desain *website* the cobbler Yogyakarta ini diharapkan dapat menjadi bagian dalam ilmu desain komunikasi visual khususnya desain *layout* dengan media digital seperti *website* yang menyuguhkan sebuah informasi jasa dalam industri kreatif yang sesuai dengan target pasar dan *audience*nya.

   c. Masyarakat

      Yaitu dengan mempermudah akses mayarakat dalam mencari informasi yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan menjadi salah satu gambaran bahwa adanya sebuah jasa yang menawarkan sesuatu yang berbeda dari apa yang telah beredar di pasaran dan dengan ditambahnya media pendukungan seperti aplikasi untuk transaksi pelayanan pilihan jasa yang di tawarkan diharapkan lebih memudahkan para konsumen The

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Cobbler dalam menggunakan jasanya tanpa perlu membuang waktu dan tenaganya untuk mengantar sepatunya ketika akan melakukan perawatan dan kustom ataupun mengambil sepatunya ketika telah selesai pengerjaan, dengan ini kegunaan aplikasi lebih efisien dalam segala hal bagi para konsumennya saat dimanapun dan kapanpun.

d. Institusi

Sebagai salah satu rancangan desain yang mengangkat media promosi *digital* dan *online* khususnya penawaran jasa yang menjadi salah satu bagian tugas dari desain komunikasi visual dalam hal penyampaian pesan menggunakan sebuah desain.

E. Batasan Masalah

Perancangan ini di fokuskan kepada segala hal yang ada dan berkaitan dengan apa yang di tawarkan oleh The Cobbler Yogyakarta

1. Dengan menggunakan media utama sebagai *website* interaktif dan media pendukung lainnya seperti *prototype* aplikasi smartphone, promosi media sosial, dan *merchandise* pada member. Dengan adanya *website* sebagai salah satu media utama yang diharapkan akan mempermudah calon konsumen dalam mengakses untuk mengenali produk dan jasa yang ditawarkan.
2. Target *audience* dalam perancangan ini website ini di identifikasi dalam beberapa hal berikut:

   a. Demografis

   Target *audience* secara demografis dalam perancangan *website* dan aplikasi ini melingkupi rentang umur yang berada di antara 16 sampai 35 tahun, laki-laki maupun perempuan.

   b. Geografis

   Pengelompokan secara geografis mencangkup seluruh Indonesia yang lebih di titikberatkan di kota Yogyakarta.

   c. Psikologis

   Psikologis pasar yang di tuju adalah orang-orang yang sadar akan nilai

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

dari sebuah sepatu itu sendiri dan seberapa mahalnya hasil kreatif dan keunikan yang akan di hasilkan.

F. Metode Perancangan

1. Buku

   Buku tentang pembahasan sebuah *brand*, marketing pemasaran dan juga tentang pembahasan desain *website* maupun aplikasi untuk mendukung perancangan *website* THE COBBLER YOGYAKARTA agar dapat diaplikasikan dengan baik dan benar.

2. Dokumentasi

   Pengambilan gambar beberapa jenis produk, proses saat pengerjaan dari jasa yang di tawarkan dan promosi visual lainnya sebagai media pendukung untuk *website* THE COBBLER YOGYAKARTA.

3. Kuesioner / Angket

   Angket diberikan kepada para Target *Audience*/konsumen akan jawaban mereka tentang manfaat akan adanya *website* sebagai salah satu media promosi yang terdapat pada THE COBBLER YOGYAKARTA.

Agar terciptanya perancangan yang sesuai dan dapat dimengerti maupun di terima oleh calon konsumen atau target *audience* dengan menggunakan panduan pemilihan metode perancangan yang menggunakan buku, dokumentasi data, dan angket karena dengan teori-teori yang di dapatkan dari buku tentang pembahasan sebuah *website* yang baik dan agar sebuah desain *website* yang diciptakan dapat dimengerti oleh target *audience* tentang apa yang ditawarkan dari *website* itu sendiri, panduan buku tentang pemasaran dan branding sangat dibutuhkan juga untuk membentuk nilai jasa ini agar semakin menjual. Dokumentasi disini digunakan untuk memberikan visualisasi terhadap pengguna *website* agar *website* tidak terkesan membosankan dan dapat dimengerti apa yang mereka tawarkan dan hasilkan dari jasanya, dengan penggunaan angketpun untuk mengukur apakah pentingnya sebuah *website* tercipta untuk sebuah media promosi jasa yang bergerak di dalam bidang perawatan sepatu dan menilai minat akan target *audience* terhadap jasa dan

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

perancangan desain *website* ini.

G. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk konsep perancangan ini demi mendapatkan *brand awareness* dengan hasil analisis sumber data dari buku dan hasil wawancara terhadap konsumen yang telah dilakukan. Analisis data di lakukan dengan metode SWOT *(Strength, weakness, opportunities, Threat)*

1. *Strenght* (kekuatan) – Memiliki karakter yang lebih dari pesaing.
2. *Weakness* (kelemahan) – Kurangnya minat, kepercayaan, dan kesadaran terhadap konsumen .
3. *Opportunities* (kesempatan) – Peran media sosial dan dukungan *website* sebagai media promosi.
4. *Threat* (ancaman) - Semakin banyaknya muncul jasa *treatment* sepatu yang sama.

Dengan pemilihan metode perancangan di atas diharapkan hasil dari karya perancangan yang di buat ini sesuai dengan target pasar dan target *audience* yang dituju dan tidak keluar dari pokok permasalahan yang ada sehingga melihat keuntungan dari jasa ini terhadap calon konsumennya dalam menentukan pilihan dapat terbentuk dan cara mengatasi dari ancaman persaingan dari jasa yang bergerak di bidang yang sama yaitu perawatan sepatu.

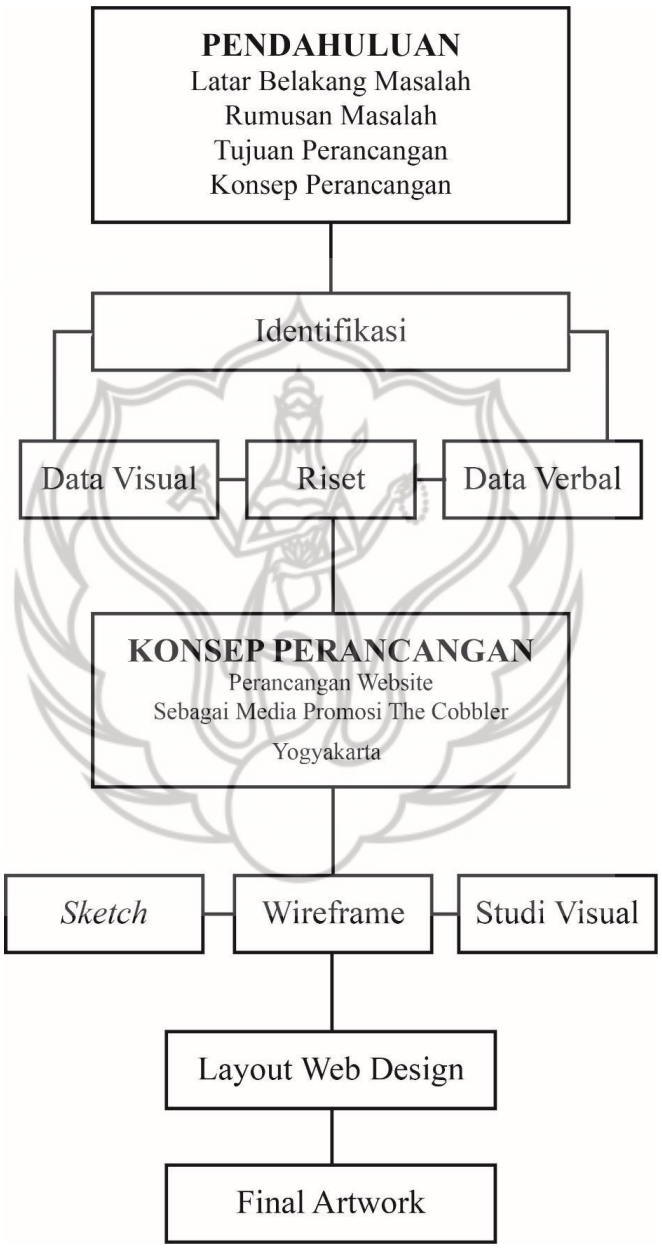
H. Konsep Perancangan

Konsep perancangan *website* ini dengan menggunakan gaya desain atau *layout* pada *website* yang lebih mengarah kenapa harus menggunakan jasa dari The Cobbler dengan fokus kepada komunikasi visualnya yang berapa foto, video, warna, tata letak medua yang ada dalam *website* itu sendiri, pendambahan media pendukung berupa aplikasi pada handphone yang menggunakan gaya desain berupa material desain karena sangat menarik dan simple untuk memudahkan target *audience* dalam mengoprasikan aplikasi tersebut di dalam aplikasi tersebut lebih difokuskan pada penjualan produk dan jasa. Dengan kolom atau *thumbnail* gambar dan ilustrasi produk dan jasa yang

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

ditawarkan sehingga target *audience* dapat lebih mudah dalam mengambil keputusan dalam memilih.

I. Skematika Perancangan



Gambar 01. Skematika Perancangan
(Sumber: Mokhamad Hasbi Aziz 2017)

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta