

**PERANCANGAN TAMPILAN *WEB DESIGN*
TOKO *GRAND CENTRAL* BUKITTINGGI**

JURNAL



Oleh:

**FATLINA AULIA
57796/2010**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2014**

PERSETUJUAN JURNAL

PERANCANGAN TAMPILAN *WEB DESIGN* TOKO *GRAND CENTRAL* BUKITTINGGI

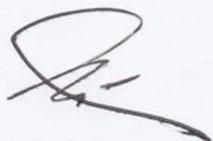
FATLINA AULIA

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir “Perancangan Tampilan *Web Design* Toko *Grand Central* Bukittinggi” untuk persyaratan wisuda periode September 2014 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, Juni 2014

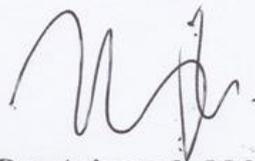
Disetujui oleh,

Pembimbing I



Dr. Budiwirman, M.Pd
NIP. 19590417.198903.1.001

Pembimbing II



Drs. Ariusmedi, M.Sn
NIP. 19620602.198903.1.003

PERANCANGAN TAMPILAN *WEB DESIGN* TOKO *GRAND CENTRAL* BUKITTINGGI

Fatlina Aulia¹, Dr. Budiwirman, M.Pd.², Drs. Ariusmedi, M.Sn.³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email : auliafatlina@yahoo.com

Abstrak

Toko *Grand Central* merupakan toko pakaian yang menjual pakaian anak-anak hingga dewasa yang berada di kota Bukittinggi. Toko *Grand Central* berdiri pada tanggal 11 juli 2012. Didirikan oleh Hj. Eli Hartati. Beralamat di Jln. ST. Syahrir No.34 Tarok Dipo Bukittinggi. Selama Toko *Grand Central* berdiri promosi yang dilakukan hanya melalui brosur dan mulut ke mulut saja. Dari hal tersebut dibuatlah perancangan tampilan *web design* Toko *Grand Central* Bukittinggi.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menginformasikan kepada *target audience* mengenai Toko *Grand Central* sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas khususnya masyarakat Bukittinggi sekitarnya.

Metode analisa data dalam perancangan yang digunakan adalah analisis SWOT yang mana metode ini menganalisis keunggulan, kelemahan peluang dan ancaman yang ada di Toko *Grand Central*.

Hasil yang dicapai yaitu merancang media promosi yang mudah dimengerti dan dipahami oleh *target audience* sehingga pesan dapat tersampaikan kepada *target audience* dan *target audience* memilih Toko *Grand Central* untuk berbelanja pakaian.

Kata Kunci : *Web Design*, promosi, Toko *Grand Central*

1Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2014

2 Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

3 Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

Abstract

Toko Grand Central is a clothing store that sells clothes from children to adult clothing, located at Bukittinggi. Grand Central store was established on 11 July 2012. The store founded by Hj. Eli Hartati. Located at Jln. ST. Syahrir 34 Tarok Dipo Bukittinggi. Since Toko Grand Central stands, campaign carried out only through flyers and word of mouth. That is way the design of web interface design Toko Grand Central Bukittinggi made.

he purpose of this design is to inform the target audience about Toko Grand Central, so it can be recognized by the public, especially Bukittinggi's people.

The method of data analysis in the design used SWOT analysis which analyzes the advantages, weaknesses opportunities and threats that exist in Toko Grand Central.

The result achieved is to design a media campaign that is easy to understand and be understood by the target audience, so that the message can be conveyed to the target audience and the target audience chose Toko Grand Central to shop..

Keywords: Web Design, Promotion, Toko Grand Central.

A. Pendahuluan

Perkembangan perekonomian Indonesia secara keseluruhan pasca krisis moneter pada tahun 1998 menunjukkan peningkatan yang cukup berarti, hal ini ditunjukkan oleh mulai maraknya berbagai usaha dagang di masyarakat. Dari yang bersifat hanya sebagai sambilan atau usaha kecil-kecilan sampai ke skala menengah dan besar sebagai penunjang perekonomian masyarakat.

Usaha dagang adalah usaha yang melakukan pembelian barang dan berusaha menjualnya dengan harga di atas harga pokok agar mendapat keuntungan. Ruang lingkup usaha dagang adalah membeli barang dagang dan menjualnya tanpa mengadakan perubahan (pengolahan) terlebih dahulu. Barang yang dijual dapat berupa bahan baku, barang setengah jadi

atau barang jadi. Salah satu usaha dagang yang mempengaruhi kehidupan manusia adalah industri pakaian.

Seiring dengan perkembangan zaman berbisnis dibidang pakaian semakin diminati contohnya saja banyaknya toko-toko yang menjual pakaian. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia disamping makanan dan tempat tinggal. Selain berfungsi menutupi tubuh, pakaian juga merupakan pernyataan lambang status seseorang dalam masyarakat. Sebab berpakaian merupakan perwujudan dari sifat dasar manusia yang mempunyai rasa malu sehingga berusaha menutupi tubuhnya.

Toko pakaian adalah toko yang menjual pakaian jadi yang berupa baju dan celana. Promosi sangatlah diperlukan karena melalui promosi orang dapat mengenal toko tersebut dan melalui promosi dapat menarik orang untuk datang ke toko tersebut karena semakin sering toko tersebut dipromosikan maka semakin banyak orang yang mengetahui toko tersebut.

Toko *Grand Central* merupakan toko pakaian yang menjual pakaian jadi yang *target audiencenya* adalah masyarakat menengah keatas yang berdiri pada tanggal 11 juli 2012. Didirikan oleh Hj. Eli Hartati. Beralamat di Jln. ST. Syahrir No.34 Tarok Dipo Bukittinggi. Toko *Grand Central* memiliki 15 orang karyawan dan satu manager yaitu Fitria Yani.

Makna dari *Grand Central* yaitu pusat yang lengkap. Ini dapat diartikan bahwa segala sesuatu yang dicari yang berhubungan dengan pakaian, baik untuk pria atau wanita dari yang kecil hingga tua tersedia di

Toko *Grand Central*. Sehingga toko ini bisa menjadi alternatif bagi masyarakat Bukittinggi dan sekitarnya yang berkelas sosial menengah keatas dapat membeli pakaian.

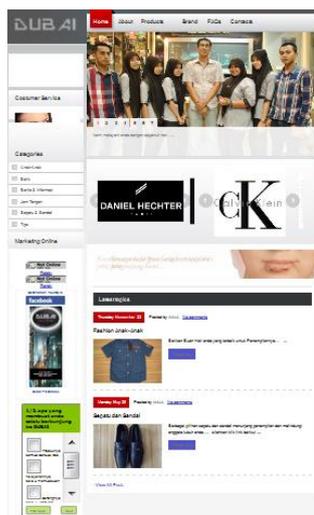
Hasil wawancara (30 April 2013) dengan *Manager Toko Grand Central* Fitria Yani, mengatakan selama ini promosi Toko *Grand Central* hanya melalui brosur dan dari mulut ke mulut saja belum ada promosi lain yang dilakukan untuk mempromosikan Toko *Grand Central* ini dan Toko *Grand Central* baru berdiri kurang lebih dua tahun dan letaknya pun tidak di pusat kota Bukittinggi sehingga masih banyak *target audience* dari Toko *Grand Central* tidak mengetahui lokasi Toko *Grand Central*.

Tidak hanya Toko *Grand Central* yang berada di Jln. ST. Syahrir Tarok Dipo Bukittinggi, ada beberapa toko yang sebagai kompetitor dari Toko *Grand Central* ini yaitu *Free n Style* dan *Container*. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik mempromosikan Toko *Grand Central* melalui media *web design*.

Memilih media *web design* sebagai media promosi karena saat ini era globalisasi dan transformasi sistem informasi yang semakin canggih. *Web design* memiliki cakupan yang luas, melalui *web design* promosi ini lebih cepat tersampaikan dan informasi yang ingin disampaikan dapat diberikan secara rinci, lengkap dan dengan tampilan yang lebih menarik.

Media *web design* merupakan promosi yang sangat bagus untuk toko ini, karena seiring perkembangan zaman dunia maya atau internet sangat erat kaitannya dengan kehidupan masyarakat saat ini. Hampir

semua orang mengenal internet, meskipun bukan sebagai pengguna aktif. Oleh sebab itu promosi melalui *web design* penulis anggap sangat cocok untuk mempromosikan Toko *Grand Central* dan diharapkan melalui media *web design* ini *target audience* dari Toko *Grand Central* lebih banyak yang mengetahui Toko *Grand Central* sehingga konsumen dari Toko *Grand Central* bertambah. Dalam perancangan promosi Toko *Grand Central* ini juga didukung oleh media pendukung, seperti poster, stiker, pin, kalender meja, kartu nama, *shopping bag*, pulpen, *handbook*, gantungan kunci dan pembatas buku.. Dengan demikian maka terjadi rumusan masalah dipaparkan seperti hal berikut **melalui *web design* diperlihatkan atau dirancang sebuah media promosi yang berisi tentang profil dari Toko *Grand Central*, pakaian apa saja yang dijual di Toko *Grand Central*, lokasi Toko *Grand Central* dan promo apa saja yang dilakukan Toko *Grand Central*.**



Gambar 1
Tampilan Web Design *Exclusive Fashion Download internet*
Download Internet
Tahun 2013

B. *Web Design*

Agar tampil lebih menarik sebuah *website* perlu didesain terlebih dahulu yang didalamnya berisikan tulisan, gambar, animasi, lagu hingga video sehingga dapat menghasilkan *website* yang lebih menarik dan tidak membosankan jika laman *website* tersebut dikunjungi. Menurut Tim Wahana Komputer (2005:1) “Web Desain adalah sebuah ilmu yang Kompleks dalam hal merencanakan dan memproduksi situs web termasuk di dalamnya *technical development*, struktur informasi, desain visual dan penyampaian informasi didalam jaringan internet.

Website adalah halaman informasi yang bisa diakses seluruh dunia melalui jaringan internet. *Website* pertama kali ditemukan oleh Sir Timothy John, tim *Berners Lee*. Pada 1991 *website* terhubung dengan jaringan (*link*). Menurut Ardhi (2013:63) menyatakan “media *website* bisa berisi tulisan, gambar, animasi, lagu hingga video. Dengan perkembangannya yang sangat pesat saat ini, berbagai promosi bisa dilakukan dengan *website*”.

Sebuah *website* terangkum dalam sebuah domain atau subdomain *World Wide Web* (*WWW*) di dalam jaringan internet.

Raharjo (2011:2) mendefenisikan:

World Wide Web (*WWW*), sering disingkat dengan web, adalah suatu layanan didalam jaringan internet yang berupa ruang informasi. Dengan adanya web, user dapat memperoleh atau menemukan informasi yang diinginkan dengan cara mengikuti link (*hyperlink*) yang disediakan di dalam dokumen yang di tampilkan oleh aplikasi webbrowser.

Sebuah *website* agar terlihat menarik memerlukan sebuah desain yang unik dan menuntut sebuah kreativitas yang menarik.

C. Metode Analisis Data

Pada perancangan promosi Toko *Grand Central* ini penulis menggunakan metode SWOT. Metode SWOT, yaitu analisis yang membahas tentang *strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *opportinities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Sarwono dan Lubis (2007:18) menjelaskan sebagai berikut:

Analisis SWOT diperlukan untuk menilai dan menilai ulang (revaluasi) suatu hal yang ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil.

Penulis menggunakan metode analisis data dengan teori SWOT dalam perancangan tampilan *web design* Toko *Grand Central* karena melalui metode analisa data ini dapat membuka segala kelebihan, menutupi segala kekurangandan mencari peluang dalam menutupi segala ancaman. Analisis SWOT dari Toko *Grand Central* yaitu::

1. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan dari Toko *Grand Central* yaitu Toko *Grand Central* menyediakan pakaian dan sepatu anaka-anak hingga dewasa, pria maupun wanita dan Toko *Grand Central* juga menyediakan aksesoris berupa tas, jam tangan, kaca mata, parfum dan lain-alin.

2. *Weakness* (**Kelemahan**)

Kelemahan dari Toko *Grand Central* yaitu lokasi Toko *Grand Central* tidak berada dipusat kota Bukittinggi sehingga banyak *target audience* yang tidak mengetahui keberadaan dari Toko *Grand Central*.

3. *Oppurtunity* (**Peluang**)

Peluang dari Toko *Grand Central* yaitu selain menyediakan pakaian, sepatu dan aksesoris Toko *Grand Central* juga melayani pembayaran melalui *credit card* dan Toko *Grand Central* termasuk toko yang nyaman untuk berbelanja karena Toko *Grand Central* memiliki 15 orang karyawan yang siap melayani konsumen yang datang ke Toko *Grand Central*.

4. *Threats* (**Ancaman**)

Ancaman yang dihadapi Toko *Grand Central* yaitu adanya beberapa toko disekitar Toko *Grand Central* yang sebagai kompetitor dari Toko *Grand Central*.

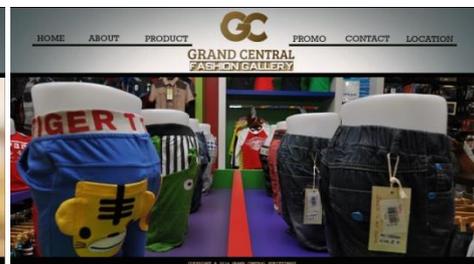
D. Pembahasan

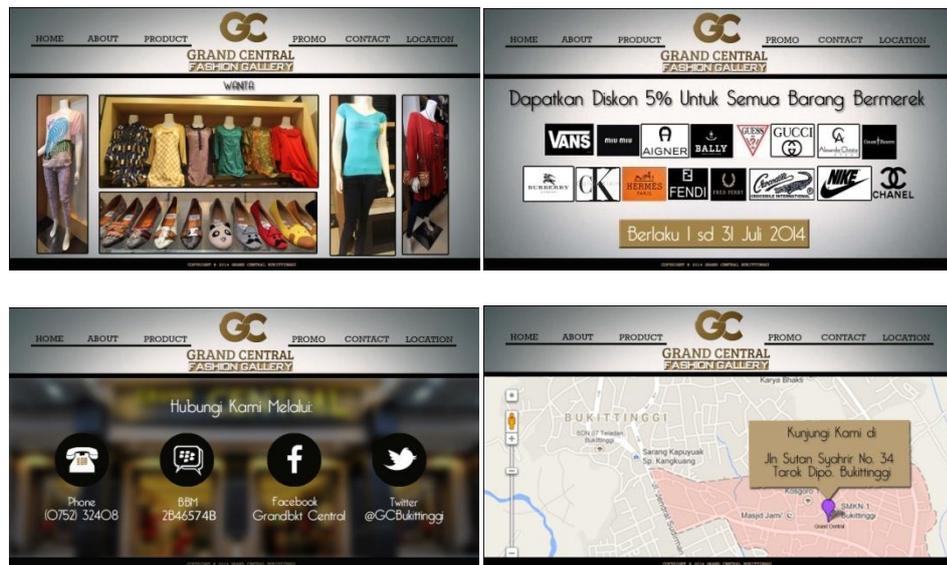
1. Media Utama

a. *Web Design*

Media utama promosi Toko *Grand Central* adalah *web design*. *Web design* merupakan salah satu penunjang sebagai media informasi dan promosi di internet. dalam promosi Toko *Grand Central* melalui media *web design* ini berisikan informasi tentang

produk yang dijual dari Toko *Grand Central* dan alamat serta *contact* dari Toko *Grand Central*





Gambar 2
Tampilan *Web Design* Toko *Grand Central* Bukittinggi
Oleh Fatlina Aulia
Tahun 2014

Pada media utama *web design* Toko *Grand Central* Bukittinggi berisikan tentang produk yang dijual, kontak dan lokasi dari Toko *Grand Central*.

2. Media Pendukung

a. Poster



Gambar 3

b. Stiker



Gambar 4

c. Pin



Gambar 5

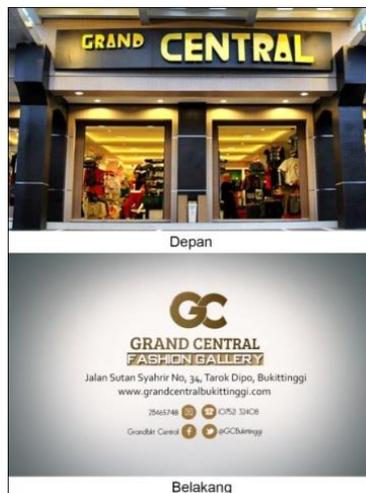
d. Kalender Meja





Gambar 6

e. Kartu Nama



Gambar 7

f. Shopping Bag



Gambar 8

g. Pulpen



Gambar 9

h. Handbook



Gambar 10

i. Gantungan Kunci



Gambar 11

j. Pembatas Buku



Gambar 12

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan promosi Toko *Grand Central* melalui media *website*, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Dalam perancangan promosi Toko *Grand Central* melalui media *website* ini diharapkan dapat mempromosikan Toko *Grand Central* lebih luas lagi dan dapat menjangkau *target audience*.

Promosi melalui media *website* ini dapat memberikan informasi tentang Toko *Grand Central* kepada *target audience* tanpa harus datang langsung ke Toko *Grand Central*. Menggunakan media *website* untuk promosi Toko *Grand Central* karena gaya hidup masyarakat sekarang yang sangat akrab dengan dunia internet dan informasi dapat disampaikan lebih detail. Dalam perancangan promosi Toko *Grand Central* melalui media *website* ini informasi yang disampaikan berupa produk apa saja yang dijual di Toko *Grand Central*, alamat dari Toko *Grand Central*, *contact* Toko *Grand Central* dan promo yang ada di Toko *Grand Central*.

Promosi yang dilakukan selain menggunakan media utama *website*, juga menggunakan media pendukung seperti poster, stiker, pin, kalender meja, kartu nama, *shopping bag*, pulpen, *handbook*, gantungan kunci dan pembatas buku. Pemakaian media ini sebagai pendukung promosi diharapkan dapat memberikan informasi tentang Toko *Grand Central*.

2. Saran

Melalui perancangan promosi Toko *Grand Central* dengan menggunakan desain *website* terdapat beberapa saran sebagai berikut:

- a. Terhadap pihak Toko *Grand Central* agar dapat memperluas promosi kepada *target audience* karena promosi sangatlah diperlukan agar *target audience* lebih mengetahui tentang Toko *Grand Central*.

- b. Kepada *target audience* untuk mengunjungi Toko *Grand Central* karena Toko *Grand Central* menyediakan semua pakaian dari anak-anak hingga dewasa dan juga menjual aksesoris.

Catatan: Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan Pembimbing I Dr. Budiwirman, M.Pd, dan Pembimbing II Drs. Ariusmedi, M.Sn

Daftar Rujukan

- Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi Unik Dan Menarik*. Yogyakarta : Taka Publisher.
- Raharjo, Budi. 2011. *Belajar Pemrograman Web*. Jakarta: CV Andi Offset.\
- Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi.
- Tim Wahana Komputer. 2005. *Menjadi seorang Desainer Web*. Yogyakarta: Andi.