Misterius : Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual
Volume. 1, No.1 Maret 2024
e- ISSN : 3032-1654 p- ISSN : 3032-2057, Hal. 01-12

Website Wrapped By Gea Jual Beli Thrift Dan Preloved

Nur Hafizha
Universitas Negeri Padang

Dini Faisal
Universitas Negeri Padang

Alamat : Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang Sumatera Barat 25171
Korespondensi : gearenzza@gmail.com

Abstract .*The purpose of designing the Wrapped by Gea Website is to create a media that is more informative, effective in promotion and increases consumer trust and also to reach a wider market but also makes it easier for owners to convey information on marketed goods to prospective buyers and provide an attractive website page display. The Glass Box method is the method used in this study where this method always tries to determine the facts and the factual causes or reasons that underlie the design of the Wrapped By Gea website. In the process of data analysis in the design of the Wrapped By Gea website using 5W + 1H analysis which aims to determine and solve the problems encountered and find solutions to these problems. In the process of designing the user experience website, observations have been made on the habits and desires of the users, as well as the results of observations and studies are compiled and made with a simple layout that is easy to understand. The design that is made produces a main media for web design Wrapped by Gea. This web design is designed in a simple way with a simple, good, and easy to understand layout and flow, so that users do not find it difficult when running the website. In addition to the main media for the Wrapped by Gea web design, a supporting media was also created to support the main media, namely Promotional Videos, Social Media, Paper Bags, Stickers, X-Banners, Posters, and Lanyards.*

Keywords: *Web Design, Wrapped by Gea, Main Media, Supporting Media*

Abstrak. Video promosi digunakan sebagai proses pembentukan citra pribadi maupun suatu perusahaan. Tujuan dari perancangan ini adalah menghasilkan suatu media promosi yang mampu mengingkatkan tingkat kesadaran masyarakat mengenai Agen46 BNI dan membantu mengedukasi masyarakat tentang manfaat dan kelebihan dari Agen46 BNI dengan konsep drama musikal. Metode perancangan yang digunakan adalah metode 4-D yang memiliki tahapan *Define* (pendefnisian), *Design* (perancangan), *Develop* (pengembangan), *Dissemenate* (penyebaran). Metode analisis data menggunakan 5W+1H untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sesuai kebutuhan perancangan. Video Promosi Agen46 BNI Wilayah Padang Dalam Bentuk Drama Musikal ini melalui program kreatif dengan tahap praproduksi, produksi, dan pasca produksi. Hasil perancangan berupa video promosi yang dikemas dalam bentuk video drama musikal merupakan hasil perancangan merupakan media utama. Media pendukung sebagai penguat media utama adalah berupa *t-shirt*, kalender, poster, buku catatan, *stand qris* dan *x-banner*. serta meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat mengenai Agen46 BNI dan membantu mengedukasi masyarakat tentang manfaat dan kelebihan dari Agen46 BNI

Kata Kunci : Web Design, *Wrapped by* Gea, Media Utama, Media Pendukung

PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi informasi dalam pemasaran *online* semakin mempengaruhi kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Kemudahan akses dengan jangkauan yang luasmembuat setiap orang dapat menelusuri berbagai situs dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* (Aziz & Yanto, 2018).

Dengan internet yang begitu luas saat ini *website* dan media sosial juga sedang menjadi trend dikalangan masyarakat salah satunya Instagram. “Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi

Received: Januari 20, 2024; Accepted: Februari 02, 2024; Published: Maret 30, 2024
* Nur Hafizha , gearenzza@gmail.com

dari Web 2.0, dan memungkinkan terbentuknya kreasi dan pertukaran isi informasi dari pengguna internet" (Kaplan & Haenlein, 2016).

Website merupakan salah satu media teknologi informasi yang memakai internet yang digunakan di berbagai bidang, mulai dari bidang ekonomi, pendidikan, teknologi, hingga sosial Media sosial Instagram merupakan salah media sosial yang sekarang ini dimana terhitung cukup banyak pengguna walaupun masih dibawah skala pengguna *facebook*. Maka dari itu, kebanyakan pelaku usaha baik itu perseorangan maupun perusahaan mengambil kesempatan untuk memanfaatkan *website* dan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produknya secara online (bisinis online) guna menunjang kegiatan usaha bisnis dimasa yang akan dating, salah satunya di bidang *Thrift* dan *Preloved*.

Dalam bahasa Inggris *Thrift* adalah hemat atau penghematan, jika dalam artian besar berarti *Thrift* merupakan suatu pengeluaran uang untuk membeli sebuah barang secara berhati-hati dalam pengeluaran uang tersebut (tidak boros). Sehingga Thrifting adalah kumpulan barang yang dimiliki seseorang dan sudah tidak terpakai (bekas). Barang tersebut dapat dijual dan dibeli oleh orang lain dalam harga yang relatif terjangkau/murah (Kurniawan, 2022).

Beda halnya dengan *Preloved* itu sendiri menurut *Oxford Dictionaries* yaitu barang yang sebelumnya pernah dimiliki dan akan berpindah tangan, atau istilah lainnya adalah secondhand. Selain itu ada juga yang mengatakan bahwa barang preloved itu haruslah barang yang bermerek. Padahal, definisi dari preloved itu sendiri sangatlah memiliki makna yang luas, barang yang dimaksud tidak harus barang yang bermerek (Permatasari dkk, 2021).

Terdapat sebuah riset sebelumnya mengenai penggunaan *website* untuk bisnis *online*, yaitu *website* dari Crsl.store yang memiliki usaha di bidang *fashion*. Pada riset ini si pemilik usaha Crsl.store memanfaatkan teknologi informasi berupa *website* untuk meningkatkan kualitas kegiatan bisnisnya dengan memberikan rancangan/desain yang menarik pada *website* yang dia buat sehingga dapat menarik perhatian pengunjung untuk melihat produk ditawarkan.

Dan sekarang salah satu pelaksanaan bisnis *online* yang menggunakan *website* tersebut adalah pada "*Wrapped By* Gea". *Wrapped by* Gea adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan pakaian bekas yang sering di sebut juga dengan barang *thrift* dan *preloved* yang kualitasnya masih sangat bagus yang berasal dari salah satu daerah Nagari Batu Taba Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam. Usaha ini didirikan pada Desember 2019 oleh Elsa Fahira.

Menurut hasil penelitian melewati wawancara langsung dengan Elsa Fahira (Pemilik *Wrapped By* Gea) mengatakan alasan berdirinya usaha *Wrapped By* Gea ini adalah berdasarkan tingginya minat masyarakat terutama anak muda yang mengenakan pakaian *thrift*

karena *trend fashion* 80-an dan 90an yang kembali di gemari oleh kalangan anak muda serta pandemi membuat *online thrifting* makin bertumbuh meninggalkan *offline thrifting* dari situlah pemilik melihat peluang usaha untuk mendirikan *Wrapped by* Gea guna memenuhi kebutuhan para pecinta thrift yang tidak perlu lagi langsung terjun ke pasar thrift untuk mencari barang yang sesuai dengan keinginan mereka.

Menurut pernyataan dari pemilik *Wrapped By* Gea, mengatakan bahwa dia hanya memasarkan barang *thrift*-nya melalui media sosial yakni Instagram, namun selang berjalannya waktu pemilik menyadari bahwa terdapat beberapa kekurangan/kelemahan dari penggunaan media sosial ini diantaranya terjadinya miskomunikasi antara owner dengan calon pembeli seperti hal nya barang yang telah terjual sering disalah artikan oleh calon pembeli sebagai barang yang masih tersedia.

Banyaknya *spam* melalui pesan instagram serta akun-akun robot dengan *auto-comments* yang mengganggu kenyamanan dalam melayani calon pembeli. Kemudian kekurangan lainnya adalah banyaknya tampilan barang yang dimasukkan (di *upload*) ke dalam media sosial membuat calon pembeli enggan untuk melihat tampilan barang yang sudah di *upload* dalam waktu yang lama sehingga barang tersebut tidak diminati oleh calon pembeli untuk membeli barang tersebut dan hal itu juga membuat efektifitas promosi/penjualan kurang berjalan baik.

Setelah mengetahui penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi adalah penggunaan media penjualan online yang kurang efisien sehingga membuat konsumen sulit untuk berbelanja serta mendapatkan informasi tentang barang yang ditawarkan oleh *Wrapped by* Gea.

Sehingga dengan fenomena tersebut menjadi alasan bagi penulis untuk merancang *website* dimana dimasa kedepannya *website* tersebut akan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pembeli atau pengunjung ketika mereka tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh *Wrapped by* Gea.

Website mempermudah kerja seorang pemilik karna calon pembeli mendapatkan informasi yang mereka butuhkan yang membuat pemilik toko tidak perlu harus menjelaskan barang satu persatu kepada calon pembeli karena telah tersedia di *Website Wrapped by* Gea yang nantinya mengarahkan calon pembeli dari media sosial ke *website* supaya semua transaksi terjadi pada *website*. Peran *website* juga memudahkan calon pembeli berbelanja dan memudahkan pembeli mendapatkan informasi produk. Maka dari itu penulis pada masalah ini merancang sebuah desain *website* Wrapped by Gea yang menarik, informatif, nyaman dan mudah dimengerti oleh calon pembeli.

Website memilik banyak sekali fungsi semua tergantung tujuan dan keinginan yang ingin dicapai, banyak orang menggunakan *website* untuk menjalankan bisnis dengan menjual produk atau jasa mereka di *website*, lalu ada juga yang menggunakan *website* untuk memberikan informasi dan menjelaskan profil seseorang atau perusahaan. (Rebecca, 2017)

Tujuan perancangan *Website Wrapped by* Gea ini adalah menciptakan media yang lebih informatif, efektif dalam promosi serta meningkatkan kepercayaan dari konsumen dan juga untuk menjangkau pasar lebih luas namun juga mempermudah pemilik dalam menyampaikan informasi barang yang dipasarkan kepada calon pembeli serta memberikan tampilan halaman *website* yang menarik.

METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah Metode *Glass Box*. Metode *Glass Box* adalah metode yang selalu berusaha untuk menentukan fakta-fakta dan sebab atau alasan faktual yang melandasi terjadinya suatu hal atau kejadian dan kemudian berusaha menentukan alternatif solusi atas masalah yang timbul. (Raharja, 2008). Dalam mengumpulkan data, penulis melakukan observasi serta wawancara langsung dengan pemilik usaha serta didukung oleh dokumentasi dan penelitian pustaka.

Setelah mengolah data yang dikumpulkan, penulis melakukan analisis data dalam perancangan *website Wrapped By* Gea dengan menggunakan analisa 5W+1H yang bertujuan adalah untuk menentukan dan memecahkan masalah yang ada pada latar belakang serta mencarikan solusi dari masalah tersebut yaitu

1. ***What* (Apa) :** Apa masalah yang terjadi?

   Masalah yang terjadi yaitu seringnya terjadi misskomunikasi antara calon pembeli dan owner mengenai status produk, serta banyaknya *spam* melalui pesan instagram serta akun-akun robot dengan *auto-comments* yang sangat mengganggu kenyamanan dalam melayani pembeli.
2. ***Who* (Siapa)** : Siapa yang mengalami masalah tersebut?

   Masalah tersebut dialami oleh owner Wrapped by Gea yang kesulitan menjelaskan dengan rinci produk Wrapped by Gea serta memfilter pesan spam dengan calon pembeli serta calon pembeli yang kesulitan dalam mendapatkan informasi produk.
3. ***Where* (Dimana)** : Dimana masalah tersebut cenderung terjadi?

   Masalah tersebut cenderung terjadi pada akses penjualan secara online ketika owner harus menjelaskan produk secara rinci pada aplikasi media sosial Instagram.
4. ***When* (Kapan)** : Pada waktu seperti apa masalah tersebut dialami?

Ketika pelaku bisnis Wrapped by Gea memposting produk terbaru biasanya banyak pesan spam melalui Instagram serta ketika owner harus menjelaskan dengan manual secara detail produk kepada calon pembeli dan ketika pembeli produk harus bertanya berulang kali mengenai detail produk.

5. ***Why*** **(Kenapa)** : Kenapa masalah tersebut dapat terjadi?

   Masalah tersebut terjadi karena belum adanya media khusus bagi Wrapped by Gea dalam menjelaskan detail produk secara langsung dan pemilihan media yang dirasa kurang efesien seperti media Instagram yang memang bukan dirancang khusus sebagai media jual beli.

6. ***How*** **(Bagaimana)** : Bagaimana cara pemecahan masalah tersebut?

   Masalah tersebut dipecahkan dengan cara dilakukannya perancangan design web Wrapped by Gea agar mempermudah dalam menjelaskan produk secara detail dan pembeli dapat melakukan transaksi dengan lebih cepat, nyaman dan aman

PEMBAHASAN

1. Tujuan Audience

Target Audience dalam perancangan ini adalah memperhatikan segi geografis, demografis, Psikologis, dan Behaviour sehingga dapat meningkatkan kinerja *website* yang akan dibuat.

2. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif perancangan web design Wrapped by Gea adalah agar terciptanya media yang lebih efektif dari pada media sebelumya, yaitu *web design* untuk mempermudah *Wrapped by* Gea dalam menjelaskan produk secara detail serta mempermudah dalam memperluas jangkauan pasar yang lebih besar secara *online*.

3. Strategi Kreatif

Konsep strategi kreatif yang digunakan dalam merancang *web design Wrapped by* Gea ini menggunakan strategi AIDA, yaitu :

a. ***Attention*** (perhatian)

Membuat rancangan media utama yaitu *web design* sebagai daya tarik konsumen dalam mempermudah pembelian produk *Wrapped by* Gea dan membuat rancangan pendukung yang dapat digunakan pada saat tertentu sebagai daya tarik untuk mendapat perhatian dari pembeli.

b. ***Interest*** (ketertarikan)

Hal yang akan menjadi daya tarik dari *web design Wrapped by* Gea adalah dengan memberi kepraktisan kepada pembeli dengan menampilkan tampilan produk yang menarik, dan pembelian produk yang dapat dilakukan secara *online* kapan saja.

c. ***Desire*** (keinginan)

Rancangan *web design* yang dibuat menampilkan produk-produk yang berkualitas dari Wrapped by Gea dengan tujuan agar memudahkan pembeli dalam menentukan produk yang diinginkan dan pembeli merasa yakin akan produk yang ditawarkan serta munculnya keinginan membeli produk tersebut. dan souvenir seperti stiker yang di dapatkan melalui pembelian produk. Selain agar konsumen melakukan pembelian ulang pemberian souvenir dilakukan dengan harapan konsumen semakin loyal terhadap toko *online Wrapped by* Gea.

d. ***Action*** (aksi)

Tujuan akhir adalah pembeli melakukan transaksi/membeli produk *Wrapped by* Gea dengan yakin karena beberapa keuntungan, kemudahan dan kelebihan yang ditawarkan oleh *web design Wrapped by Gea*

Untuk mendapatkan perhatian pembeli dan membuat pembeli merasa betah ketika ingin membeli produk melalui *web*, *web* harus dirancang dengan tampilan yang menarik namun tetap *user friendly* sehingga tidak membuat bingung *user* ketika hendak membeli produk *Wrapped by* Gea. *Layout* dan pemilihan warna ketika mendesain *web Wrapped by* Gea juga harus menggunakan warna yang nyaman dipandang mata dan sesuai dengan citra dari *Wrapped by* Gea memberikan kesan *fun* yang *classic*.

4. Program Kreatif

a. Pra Desain

Proses pra desain merupakan sebuah proses penentuan elemen-lemen apa saja yang akan digunakan pada saat merancang *Website Wrapped by* Gea. Dalam proses pra desain merupakan proses pembangunan desain sistem serta asset digital yang akan digunakan pada saaat proses perancangan *Wrapped by* Gea.

b. Proses Desain

Proses desain UI/UX Wrapped by Gea merupakan sebuah proses dimana seluruh item yang sudah disiapkan pada proses pra desain ditata sedemikian rupa dengan menggunakan prinsip layout dengan mengedepankan kemudahan dalam pencarian informasi.

c. Proses eksekusi High fidelity Desain (Hi-Fi Desain)

High Fidelity adalah design yang tingkat presisinya tinggi. Sudah memiliki warna, ukuran, jarak dan bentuk elemennya juga sudah dibuat dengan tingkat presisi dan akurasi yang detail. Pada proses hi-fi desain mulai memasukkan elemen-elemen desain seperti warna, font, foto dan lain-lain.

Berikut bentuk hi-fi desain *Website Wrapped by* Gea:

Gambar 1. High Fidelity home page Wrapped by Gea

Font yang digunakan pada halaman *website* yaitu font Segoe Ul Bold pada headline dan Segoe Ul regular sebagai deskripsi informasi.

Tabel 1. Warna format hexadecimal dan RGB

Warna Hexadesimal	R	G	B
#FFFFFF	255	255	255
#0B2754	11	39	84
#FF0000	150	51	51
#FFDD00	255	221	0

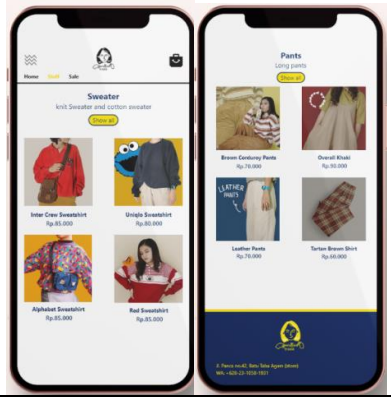
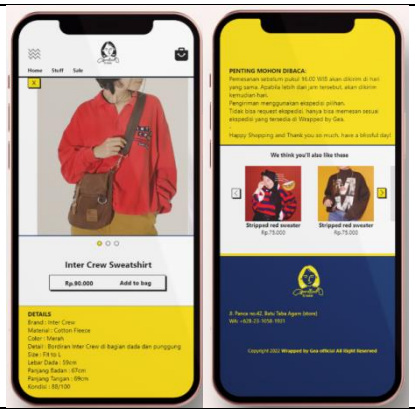
Web design Wrapped by Gea menggunakan empat warna utama yaitu warna putih, biru merah dan kuning. Pemilihan warna putih dikarenakan warna putih memberikan kesan bersih atau clean yang bertujuan agar mata user nyaman ketika menggunakannya. Warna biru dipilih karna menyesuaikan warna citra brand Wrapped by Gea serta warna biru juga memberikan kesan cerah namun tetap memiliki tingkat keterbacaan yang baik agar tidak mempersulit *user* ketika menjalankan *Website.* Warna kuning dipakai pada beberapa tombol pada halaman yang memiliki latar belakang berwarna putih, dan warna merah digunakan pada notifikasi atau pemberitahuan.

d. Final Desain

1) Media Utama

Hasil final desain Halaman *Website* berawal dari *home page*, hingga halaman *about.* Dan juga perancangan halaman *website Wrapped by* Gea di perlukan elemen-elemen untuk

menciptakan dan menentukan kualitas *user interface* yang baik, seperti *clarity*, *concision*, *familiar*, *responsive*, *consistency*, *aesthetic*, *efficiency*, dan *forgiveness*.

a)	**Halaman *Home Page***	
		Gambar 2. Tampilan *home page website*
b)	**Halaman Kategori Produk**	
		Gambar 3. Tampilan shop website
c)	**Halaman Produk**	
		Gambar 4. Tampilan produk website
d)	**Halaman Detail Produk**	

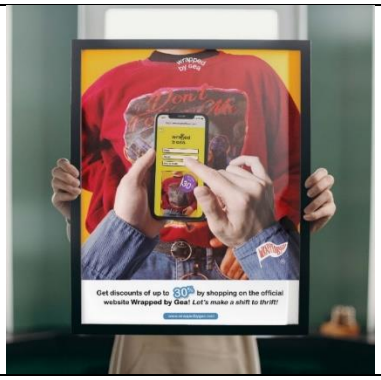
		Gambar 5.Tampilan halaman detail produk
e)	**Halaman Belanja Produk**	
		Gambar 6.Tampilan halaman shopping bag
f)	**Halaman Burger**	
		Gambar 7. Tampilan halaman burger
g)	**Halaman About**	
		Gambar 8. Tampilan halaman about us dan contact us

2) Media Pendukung

Beberapa media pendukung yang digunakan Wrapped by Gea memiliki fungsi tersendiri antara lain :

a.	**Video Promosi, berupa screen shoot**	
		Gambar 9 : Screenshot Video Promosi

b.	**Social Media**	
		Gambar 10 : Final desain instastory
c.	***Paper Bag***	
		Gambar 11 : Final desain paperbag
d.	***Sticker***	
		Gambar 12 : Final desain sticker
e.	***X-Banner***	
		Gambar 13 : Final desain x-banner

f.	***Poster***	
		*Gambar 14 : Final desain poster*
g.	***Lanyard***	
		Gambar 15 : Final desain lanyard

e. Uji Kelayakan

Uji kelayakan dilakukan pada *Website Wrapped by* Gea dengan tujuan untuk mengetahui apakah desain *Website* yang dirancang menyampaikan informasi dengan baik dan efektif, serta kenyamanan pengguna dalam mencari informasi.

Tabel 2. Uji Kelayakan *User interface* 1

No.	Penilai	Jumlah	*User interface*				
			Skala				
			Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
1	Mahasiswa Desain	3				✓	✓✓
2	*Owner*	1			✓		
3	Umum	4			✓	✓	✓✓
4	*Designer*	1				✓	

Tabel 3. Uji Kelayakan *User experience* 1

No.	Penilai	Jumlah	*User experience*				
			Skala				
			Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
1	Mahasiswa Desain	3			✓✓	✓✓	
2	*Owner*	1		✓	✓✓		
3	Umum	4			✓	✓✓✓	
4	*Designer*	1			✓		

Dari uji kelayakan yang dilakukan, Berdasarkan hasil uji kelayakan sembilan sampel dalam pengujian kemudahan dan kenyamanan dalam berinteraksi dengan *Website*

mengatakan bahwa interaksi yang dilakukan saat menjalankan *Website* sudah sangat baik dan jelas.

Kesimpulan

Pelaku bisnis *Wrapped by* Gea memasarkan produknya melalui media sosial Instagram namun pemilik menyadari bahwa terdapat kekurangan/kelemahan dari penggunaaan media sosial Instagram dalam menjalani usaha *online thrift*-nya salah satunya seperti sering terjadinya miskomunikasi antara calon pembeli dan penjual mengenai produk. Maka untuk mengatasi masalah tersebut dirancanglah *web design Wrapped by* Gea agar para calon pembeli mendapatkan media yang lebih informatif dengan memiliki tampilan dan kenyamanan dalam menjalankan *Website Wrapped by* Gea.

Saran

Berdasarkan perancangan *web design gift shop* Thuku dapat disimpulkan beberapa saran yaitu :

1. Bagi *Wrapped by* Gea agar selalu memberikan pelayanan terbaik mereka, baik dalam bentuk produk yang dijual dan juga pelayanan yang diberikan, serta memberikan promo-promo menarik pada *Website Wrapped by* Gea gar selalu menarik perhatian pelanggan untuk melakukan pembelian produk melalui *Website Wrapped by* Gea.
2. Bagi perancang yang ingin melakukan promosi *web design Wrapped by* Gea diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang terjadi dengan media *Website* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Kurniawan, R. R. (2022). Implementasi Majamen Operasional Pada Bisnis Thrift Shop dan Cafe Metius Fransiskus Sinaga. *Articles on Operations and Supply Chain Management (OSCM)*.

Permatasari, A. S., Ramadhan, S., Firdausy, W. J., & Meidianti, H. L. (2021). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN THRIFT SHOP TERHADAP TINGKAT KONSUMSI FASHION DI MASA PANDEMI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 93-107.

Rebecca. (2017). Apa Saja Fungsi *Website* Yang Sebenarnya?. Progresstech.Co.Id.

Aziz, E. S., & Yanto, H. (2018). Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis Web Pada Branded Thrift Shop Pontianak . *Jurnal ENTER*, 492-53.0

Raharja, I Mugi. 2008. Metode Penelitian Desain. Denpasar: FSRD ISI Denpasar.