
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MENGOPTIMALKAN PEMASARAN WEBSITE KALCARE SEBAGAI E-COMMERCE DI INDONESIA

Dedy Yusuf¹, Henry Bastian²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro
Email: 96dedyyusuf@gmail.com, henry@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 4 Februari 2022

Disetujui : 17 April 2022

Kata Kunci :

Kalcare, User Interface, Website

ABSTRAK

Kalcare merupakan situs e-commerce yang menyediakan kebutuhan belanja bidang kesehatan dan telah hadir di Jakarta Utara sejak tahun 2020. Sejak perubahan Kalbestore menjadi Kalcare, website Kalcare mengalami minimnya pemesanan karena konsumen belum terbiasa berbelanja di website dengan user interface yang baru. Perancangan website berupa rancangan purwarupa user interface ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis 5W+1H dan Design Thinking. Teori yang digunakan meliputi prinsip desain User Interface, prinsip desain, komunikasi tata letak, dan teori warna. Hasil dari perancangan ini terdiri dari (1) Prototipe perancangan User Interface pada media Website, (2) Perancangan User Interface Aplikasi, dan (3) Media Publikasi. Diharapkan perancangan ini dapat diimplementasikan ke dalam aplikasi nyata untuk mengoptimalkan pemasaran website Kalcare.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : February 4, 2022

Accepted : Aril 17, 2022

Keywords:

Kalcare, User Interface, Website

ABSTRACT

Kalcare is an e-commerce site that provides shopping needs in the health sector and has been present in North Jakarta since 2020. Since the change of Kalbestore to Kalcare, the Kalcare website has experienced a lack of orders because consumers are not used to shopping on websites with the new user interface. The user interface prototype design of the website is taken using the 5W+1H analysis method and Design Thinking. The utilized theory includes user interface design principles, layout, communication, and color theory. The results of this design consist of (1) User Interface design prototype of the website, (2) Application User Interface design, and (3) Publication Media. This design is hoped can be implemented into a real application to optimize Kalcare's website marketing.

1. PENDAHULUAN

Kalcare merupakan anak perusahaan dari Kalbe salah satu e-commerce di bidang kesehatan, kalcare sendiri tergolong pemain baru mulai ada sejak tahun 2020 karena sebelumnya dikenal Kalbestore. Kampanye yang pernah dilakukan Kalcare yaitu tahun 2019 dan 2020 untuk meningkatkan pemasaran website, namun hasil dari kampanye tersebut website Kalcare masih terlihat sepi atau masih minim pesanan berdasarkan data wawancara dari klien. Kemudian didukung dari data user yang diperoleh, secara garis besar pengguna masih belum percaya membeli produk tanpa adanya ulasan dan masih belum familiar dengan tampilan baru website Kalcare, hal tersebut menunjukkan website Kalcare mengalami minimnya pemesanan karena konsumen belum terbiasa berbelanja di website dengan user interface yang baru.

Website Kalcare memiliki interface yang tergolong masih baru dari sisi user interface diperlukan prinsip desain User Interface, prinsip desain, komunikasi tata letak, dan teori warna (Thornsby, 2016). Teori tersebut digunakan dalam perancangan untuk menghadirkan user interface yang baik dan familiar serta analisa pengguna dalam menentukan konten yang akan ditampilkan sesuai kebutuhan pengguna.

Dalam menghadirkan interface yang familiar penulis akan mengangkat perancangan user interface berjudul “Perancangan Komunikasi Visual Untuk Mengoptimalkan Pemasaran Website Kalcare Sebagai E-Commerce Di Indonesia” dengan tujuan untuk menciptakan user interface yang lebih familiar dalam berbelanja dan meningkatkan pemasaran website dalam menjangkau konsumen.

2. METODE

Pada perancangan interface ini dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan dalam proses analisa masalah, pengumpulan data yang dilakukan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dengan memperoleh secara langsung di lapangan dengan cara sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara yang dilakukan bersama narasumber sebagai salah satu karyawan dari Kalcare dan wawancara user, dari wawancara tersebut dilakukan pendalaman data terkait perkembangan dan kondisi website serta pengalaman dari pengguna dari kendala yang dialami dalam melakukan belanja di Kalcare.

b. Observasi

Pada pengumpulan data penulis juga melakukan observasi mencoba untuk menggunakan secara langsung website Kalcare dengan mengakses kalcare.com. pada pengamatan ini penulis mencoba fitur yang ada pada interface kalcare dalam melakukan belanja produk di website Kalcare.

Kemudian dari data sekunder didapatkan secara tidak langsung di lapangan, dengan menjadikan sebagai data pendukung dari data primer dengan memperoleh dari studi pustaka berdasarkan sumber yang sudah ada seperti jurnal dan laporan. Setelah memperoleh data dari primer dan sekunder dilakukan analisis data melalui 5W+1H (What, Who, Why, When, Where dan How), analisis ini dilakukan untuk menjabarkan masalah yang terjadi di website Kalcare.

Metode perancangan yang digunakan penulis yaitu Design Thinking merupakan tahapan metodologi menemukan solusi atas masalah secara kreatif, inovatif dan pemecahan masalah yang lebih efisien (Soeherman, 2019). 5 tahapan metode Design Thinking sebagai berikut:

1. Empathize (Membangun Empati)

Pada tahapan ini merupakan dasar dalam perancangan website Kalcare, di mana tahapan ini mencoba mendapatkan pemahaman tentang masalah yang terjadi pada website Kalcare. berikut kesimpulan tentang apa yang diinginkan oleh user, yaitu:

- Pengguna menginginkan website yang lebih familiar untuk lebih mudah dipahami dalam berbelanja.
 - Pengguna memerlukan ulasan produk (rating) untuk dapat meyakinkan dalam memilih produk.
 - Pengguna lebih menyukai bahasa visual yang lebih sederhana.
2. Define (Penentuan Masalah)
- Pada tahapan ini penulis akan mengumpulkan semua informasi yang didapat pada tahap Empathize, dari informasi tersebut kemudian menggolongkan masalah dan menganalisa untuk menjadikan sudut pandang, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Penentuan masalah
[Sumber : Penulis]

Permasalahan	Kategori
<i>website e-commerce</i> belum bisa memudahkan pengguna dalam berbelanja.	<i>User friendly</i>
Pembeli takut untuk memilih produk yang tidak ada rating	testimoni
Tampilan <i>website</i> masih belum efisien atau kurang simpel	Tampilan <i>interface</i>

3. Ideate (Penyusunan Ide)

Pada tahapan ini menyusun ide dari tahapan sebelumnya yang ditampung untuk mencari solusi yang dihadapi oleh pengguna. Dari fase brainstorming semua ide akan ditampung untuk mencari solusi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh pengguna. Setelah terkumpul selanjutnya ide-ide tersebut akan diuji untuk menemukan ide yang tepat yang dapat menyelesaikan masalah pengguna.

Tabel 2. Penyusunan Ide
[Sumber : Penulis]

Permasalahan	Solusi
<i>website e-commerce</i> belum bisa memudahkan pengguna dalam berbelanja.	Membuat UX yang lebih familiar yang mudah untuk dipahami pengguna
Pembeli takut untuk memilih produk yang tidak ada rating	Website memberikan ulasan (rating) pada tampilan produk
Tampilan <i>website</i> masih belum efisien atau kurang simpel	Membuat UI yang menampilkan bahasa visual yang mudah dipahami dan memaksimalkan desain layout

Konsep yang akan diusung dalam perancangan ini yaitu menggunakan konsep interface kesehatan dari karakter warna dan elemen-elemen penyusun interface menggunakan ciri khas Kalcare seperti warna hijau dan gaya yang digunakan lebih simpel dan fresh.

4. Prototype (Prototipe)

Tahapan ini untuk mengimplementasikan ide yang sudah didapat dalam tahap sebelumnya menjadi sebuah produk uji coba. Prototype dapat juga digunakan untuk mengevaluasi ide-ide baru sehingga dapat dilakukan perbaikan. Berikut ini beberapa fitur yang nantinya akan ada dalam website Kalcare yaitu:

Tabel 3. Fitur Website Kalcare
[Sumber : Penulis]

No.	Nama Fungsi	Kebutuhan Fungsionalitas
1.	Fitur Halaman Utama	<ul style="list-style-type: none"> - Memungkinkan pengguna melihat promo <i>web banner</i>, <i>flash sale</i>, produk rekomendasi. - Tampilan awal untuk memungkinkan pengguna mengakses berbagai fitur secara keseluruhan. - Memungkinkan pengguna melihat informasi penting yang ditampilkan pada halaman utama.
2.	Fitur navigasi Search	<ul style="list-style-type: none"> - Memungkinkan pengguna mencari produk lebih cepat - Pengguna bisa mencari produk maupun toko - Pengguna bisa melihat riwayat pencarian terakhir dilakukan.
3.	Fitur Halaman Detail Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Memungkinkan pengguna membeli produk yang dijual di <i>website</i>. - Memungkinkan pengguna untuk melihat informasi lebih detail produk. - Memungkinkan pengguna untuk melihat informasi ulasan (<i>ranting</i>) lebih detail produk. - Memungkinkan pengguna untuk menambahkan produk ke keranjang.
4.	Fitur halaman pengiriman	<ul style="list-style-type: none"> - Memungkinkan pengguna untuk melakukan pengisian data terkait alamat yang akan menerima produk. - Memungkinkan pengguna melakukan perintah untuk memilih alamat. - Memungkinkan pengguna untuk memilih kurir. - Memungkinkan pengguna melakukan perintah untuk pindah halaman ke pembayaran.
5.	Fitur Halaman Pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> - Memungkinkan pengguna untuk memilih metode pembayaran.

		<ul style="list-style-type: none"> - Memungkinkan pengguna melakukan perintah untuk menggunakan voucher. - Memungkinkan pengguna untuk melihat rincian total harga produk yang ingin di pesan. - Memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan pesanan dengan melakukan perintah proses pesanan.
6.	Fitur pesanan berhasil dibuat	<ul style="list-style-type: none"> - Memungkinkan pengguna melakukan perintah untuk berpindah halaman utama. - Memungkinkan pelanggan untuk pindah ke halaman detail pesanan berhasil diselesaikan.

5. Test (Uji Coba)

Pada tahap terakhir Pada tahapan ini prototype yang dibuat pada tahap sebelumnya akan diuji coba melihat seberapa baik prototype tersebut menyelesaikan/menangani masalah. Pada tahapan ini penulis melakukan uji coba kepada 5 pengguna (user) melalui wawancara dengan kategori responden sebelumnya belum pernah melakukan pemesanan di Kalcare, berikut ini hasil uji coba:

Tabel 4. Hasil Uji Coba
[Sumber : Penulis]

No.	Aspek uji coba kepada 5 pengguna	Berhasil	Tidak
1	Kejelasan, simpel, efisiensi, dan kenyamanan pada Desain <i>interface</i>	✓	
2	Kejelasan tampilan <i>icon</i> dan <i>button</i>	✓	
3	Kemudahan memahami bahasa visual <i>interface</i>	✓	
4	Kebutuhan penambahan testimoni ulasan dan rating	✓	
5	Kemudahan langkah-langkah melakukan pesanan (belanja)	✓	
6	Keberhasilan memvisualisasikan Karakter <i>website</i> Kalcare	✓	

Hasil yang didapatkan secara garis besar menyimpulkan pengguna (user) lebih memilih perancangan ulang daripada website yang sebelum dirancang, feedback yang didapatkan responden lebih mudah memahami langkah-langkah dalam melakukan belanja (familiar) dan tampilan bahasa visual lebih mudah untuk dipahami.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Kreatif

Pada perancangan ini bertujuan untuk melakukan mempermudah para pengguna dalam hal merancang UI yang lebih familiar, bahasa visual yang mudah dipahami dengan menekankan karakter Kalcare, serta perancangan interface yang memudahkan untuk memvisualisasikan promosi yang diadakan Kalcare dengan harapan menumbuhkan minat pengguna untuk berbelanja di Kalcare sebagai e-commerce yang melayani kebutuhan kesehatan. Pada segmentasi Kalcare memiliki target audience sebagai berikut:

1. Segmentasi geografis : masyarakat indonesia terutama di jawa daerah perkotaan
2. Segmentasi demografis : umur 17 th keatas lebih mengarah wanita dan audience secara tidak langsung yaitu balita sampai anak-anak.
3. Segmentasi psikografis : kelas sosial dari bawah ke atas, kepribadian aktif.
4. Segmentasi tingkah laku : pola hidup sehat, cinta keluarga, mengutamakan kualitas produk

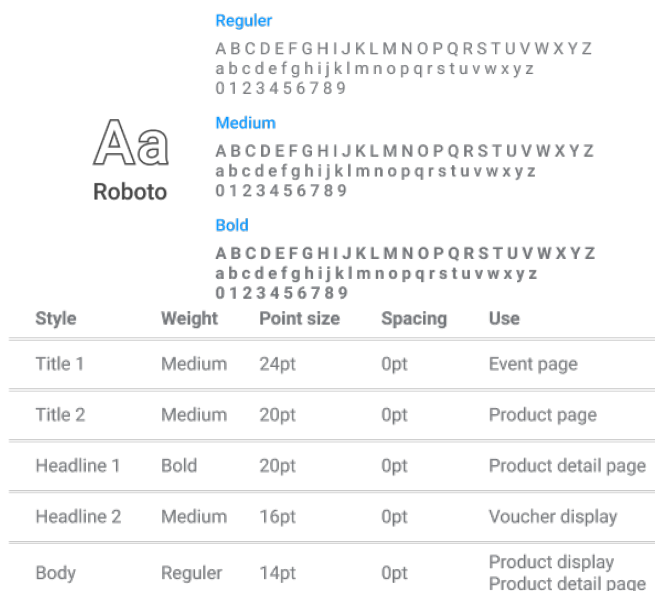
Dalam konsep perancangan ini menggunakan tema kesehatan, modern yang lebih simpel, di mana dalam konsep ini Kalcare ingin menunjukkan tampilan karakter Kalcare sebagai Omni Channel dengan berbagai produk yang ditawarkan oleh Kalcare. Secara singkat gambaran yang akan ditampilkan pada perancangan ini dimulai dari halaman utama sampai halaman pembayaran akan dilakukan penyesuaian pada interface dengan sesuai hasil analisa yang didapatkan.

3.4 Konsep Media

Pada media utama melalui website dan media pendukung untuk aplikasi mobile Kalcare akan digunakan untuk memperluas pemasaran website dengan memperkuat karakter Kalcare yang memiliki fitur unggulan Omni Channel dalam menjangkau target khalayak luas. Kemudian juga terdapat web banner di tempatkan pada tampilan halaman utama website maupun aplikasi mobile sebagai promosi/event utama dalam menjangkau konsumen Kalcare. Sedangkan media pendukung yang lain seperti feed instagram dan Whatsapp Story sebagai promosi/event dengan target khalayak yang baik secara langsung berbelanja di outlet Kalcare maupun secara online.

3.5. Konsep Visual

a. Font Roboto



Gambar 1. Guideline Font Roboto
[Sumber : Penulis]

b. Warna

1. Primary Color

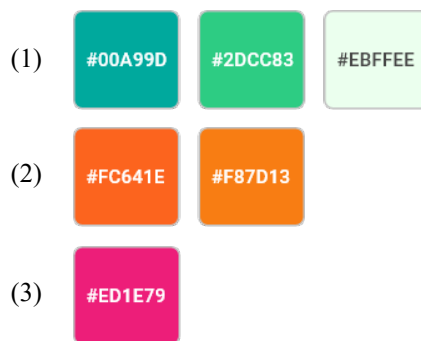
Warna analogous penyusun warna utama interface Kalcare yang terdiri 6 warna, pada warna tersebut digunakan sebagai warna karakter utama interface Kalcare.



Gambar 2. Primary Color
[Sumber: Kalcare]

2. Secondary Color

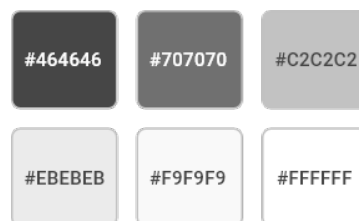
Warna aksen menggunakan 3 jenis diantaranya (1) warna toska sebagai tanda positif atau berhasil, (2) warna orange sebagai pengingat dan perangsang dan (3) warna magenta sebagai peringatan dan penting.



Gambar 3. Secondary Color
[Sumber: Kalcare]

3. Neutral Color

Pada perancangan ini warna netral digunakan untuk background, border, text icon, text title dan sebagai shadow.



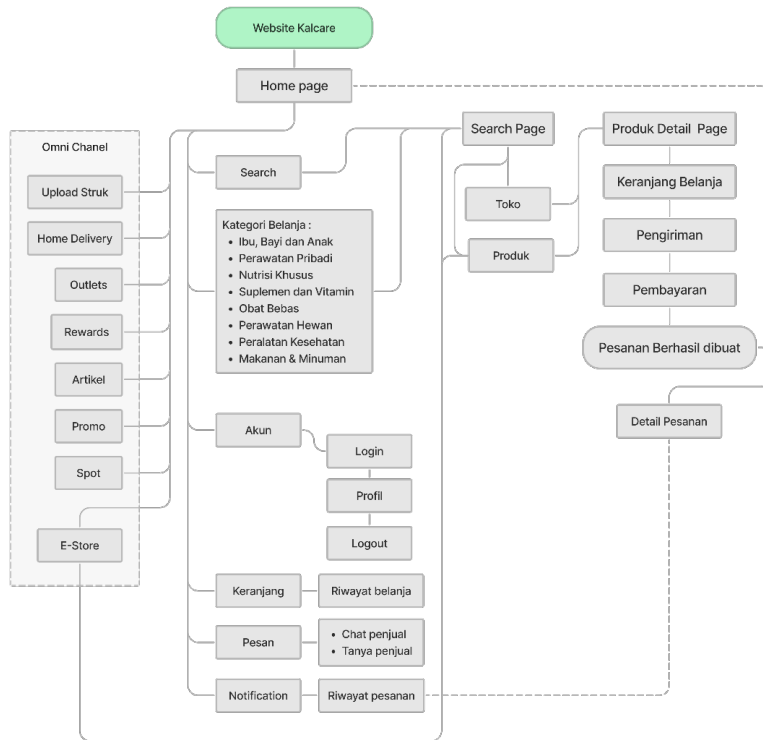
Gambar 4. Neutral Color
[Sumber: Kalcare]

c. Desain Web Banner

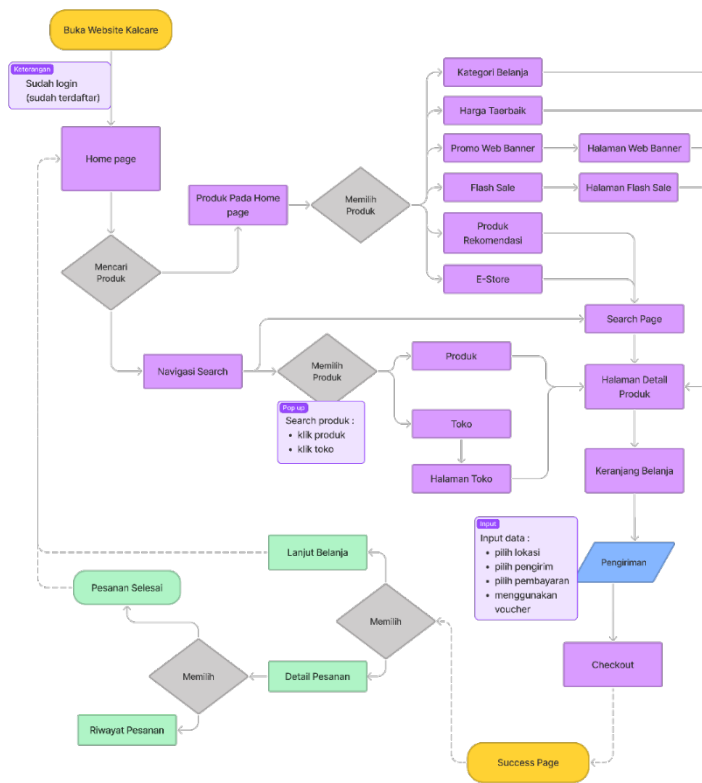


Gambar 5. Desain Web Banner (1920 x 440 px)
[Sumber: Penulis]

d. Sitemap



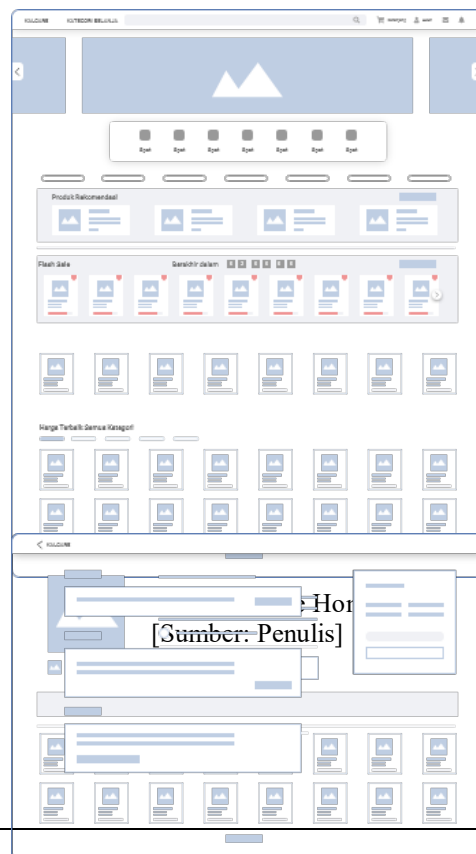
Gambar 6. Sitemap pengguna website Kalcare (kondisi sudah login)
[Sumber: Penulis]



Gambar 7. Flowchart pengguna belanja di website Kalcare
[Sumber: Penulis]

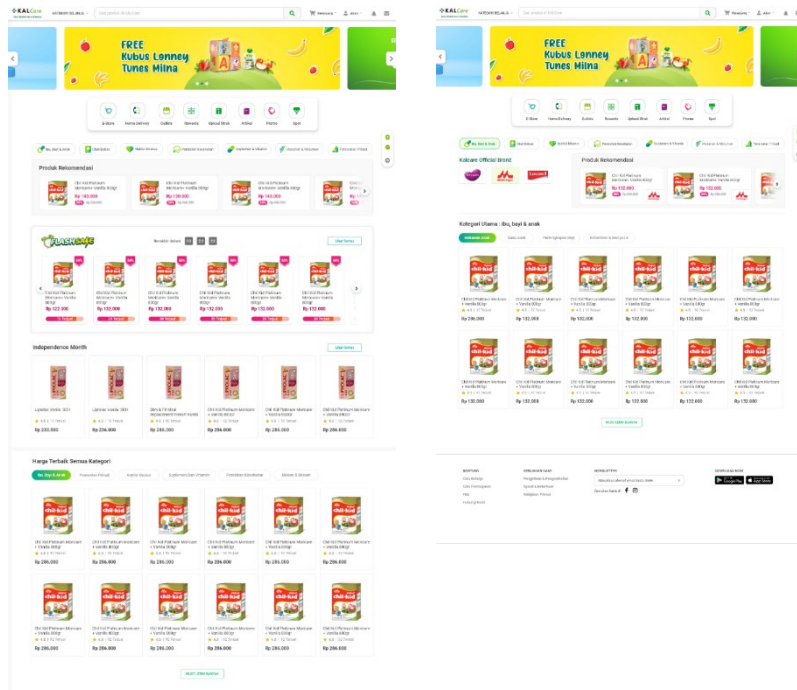
e. Flowchart

3.6. Visualisasi Layout

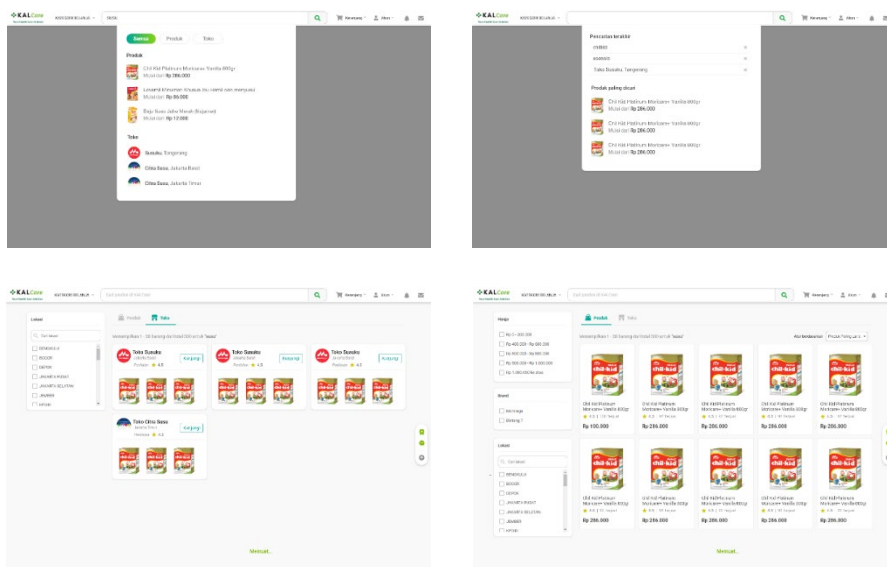


Gambar 9. Wireframe Halaman Pembayaran
[Sumber: Penulis]

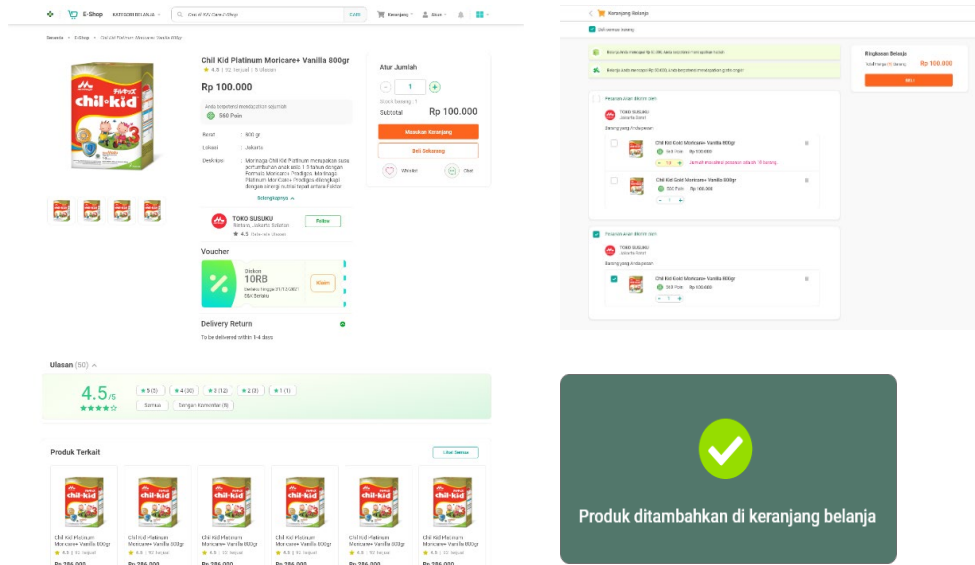
3.7. Visualisasi Interface



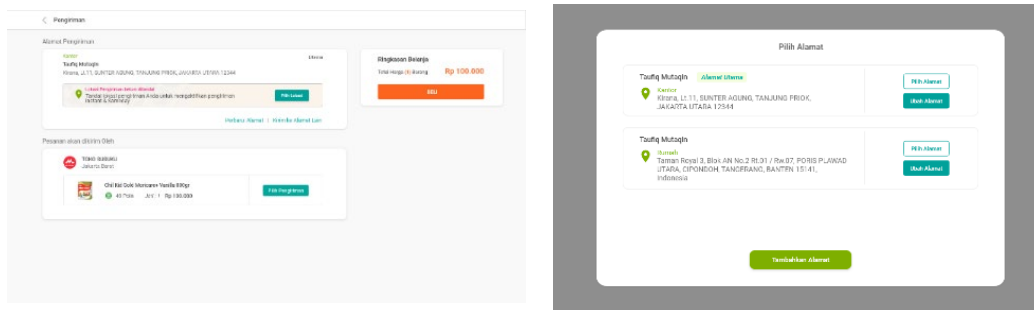
Gambar 11. Hasil Rancangan Tampilan Halaman Utama (Home Page)
[Sumber: Penulis]



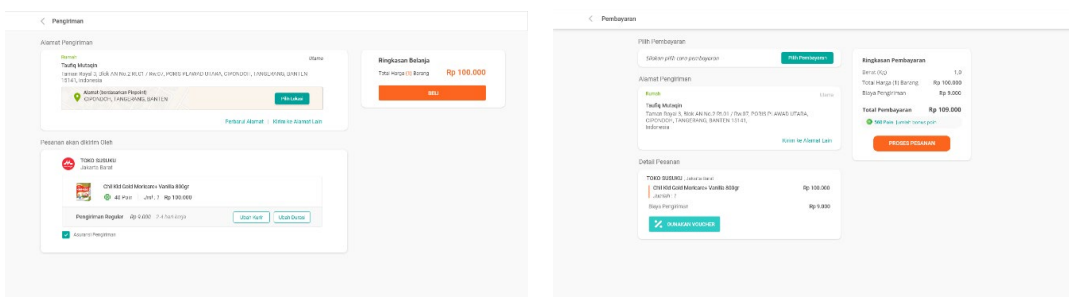
Gambar 12. Hasil Rancangan Tampilan Halaman Pencarian
[Sumber: Penulis]



Gambar 14. Hasil Rancangan Tampilan Halaman Detail Produk (PDP),
Halaman Keranjang dan Notifikasi
[Sumber: Penulis]



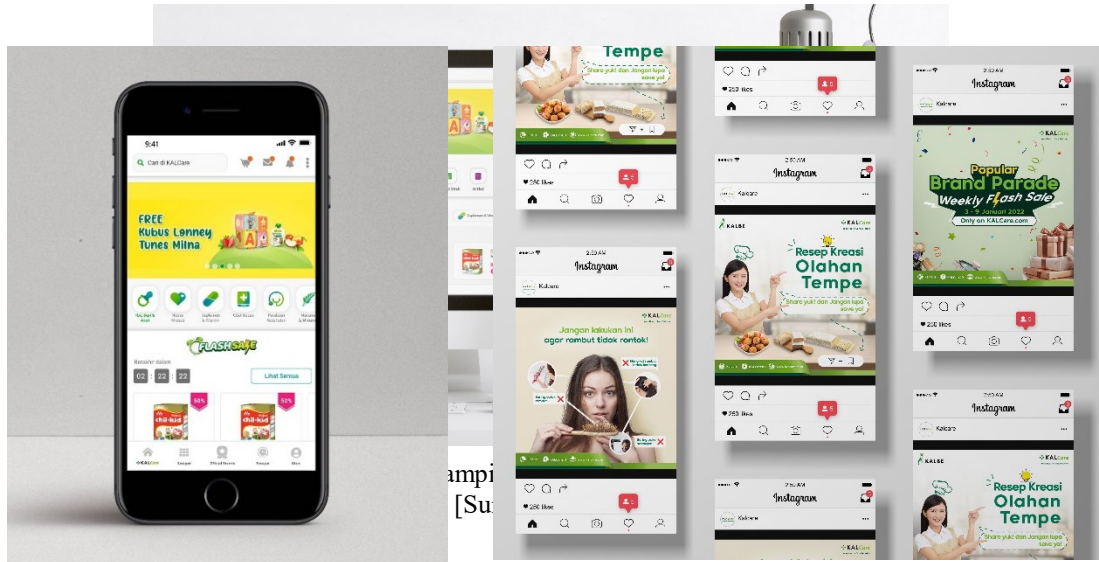
Gambar 13. Hasil Rancangan Tampilan Pengiriman dan Pemilihan Alamat
[Sumber: Penulis]



Gambar 15. Hasil Rancangan Tampilan Pengiriman Memilih Kurir dan Pembayaran
[Sumber: Penulis]

3.8. Pengaplikasian pada Media

a. Media Utama



Gambar 17. Tampilan Mock up Aplikasi mobile dan feed instagram Kalcare [Sumber: Penulis]

b. Media Pendukung



Gambar 18. Tampilan Mock up story whatsapp Kalcare [Sumber: Penulis]

3.9. Pengaplikasian pada Media

Pada pengujian black box sendiri merupakan tahapan testing guna melakukan pengujian pada perangkat lunak pada sisi fungsionalitas, dengan melakukan pengujian ini harapan website bisa sesuai dengan harapan dan layak untuk digunakan. Berikut ini hasil pengujian website Kalcare yang sudah dirancang :

Tabel 5. Hasil Pengujian Black Box [Sumber: Penulis]

No.	Fungsi	Hasil Pengujian & <i>Feedback</i>
1.	Fitur Halaman Utama	- Pada tampilan utama <i>web banner</i> , bisa melakukan geser dengan menekan tombol

		<p>geser.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pada saat melakukan klik <i>web banner</i> bisa melakukan perintah untuk berpindah ke halaman <i>web banner</i>. - Pada tampilan tombol “Kategori Belanja” bisa berpindah halaman pada produk yang yang sesuai kategori. - Pada halaman Kategori Belanja kategori ibu, anak bisa melakukan perintah menampilkan produk berdasarkan brand. - Pada tampilan “Harga Terbaik Semua Kategori” tombol bisa melakukan perintah untuk berpindah sesuai kategori produk.
2.	Fitur navigasi <i>Search</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bisa muncul ketika diklik dengan menampilkan riwayat pencarian. - Tombol pada <i>search</i> bisa melakukan perintah untuk melakukan filter menampilkan sesuai kategori produk / toko / lihat semua - Tombol <i>search</i> bisa melakukan perintah untuk berpindah ke halaman pencarian. - Pada halaman pencarian tombol “toko” dan “produk” bisa melakukan perintah untuk menampilkan produk atau toko.
3.	Fitur Halaman Detail Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Halaman detail produk bisa melakukan perintah untuk kembali ke halaman utama dengan mengklik logo Kalcare. - Tombol masukan keranjang bisa melakukan perintah untuk menambahkan produk ke keranjang. - Tombol follow pada toko bisa melakukan perintah untuk mengikuti toko produk. - <i>Pop up</i> masukan keranjang berhasil tampil ketika tombol “masukan keranjang” diklik. - Tombol “beli sekarang ” bisa melakukan perintah untuk pindah ke halaman pengiriman.
4.	Fitur halaman pengiriman	<ul style="list-style-type: none"> - Tombol pilih lokasi bisa melakukan perintah untuk menandai lokasi. - Perbaharui alamat bisa melakukan perintah untuk mengedit alamat. - Kirim ke alamat lain berhasil melakukan perintah untuk memilih alamat. - Pilih pengiriman berhasil untuk menampilkan pop up untuk memilih kurir. - Tombol beli berhasil melakukan perintah untuk pindah halaman ke pembayaran.
5.	Fitur Halaman Pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> - Tombol pilih pembayaran bisa melakukan perintah untuk menampilkan pop up untuk memilih metode pembayaran. - Tombol voucher bisa melakukan perintah

		untuk menggunakan voucher. - Tombol batalkan voucher bisa melakukan perintah untuk membatalkan menggunakan potongan harga. - Tombol proses pesanan bisa melakukan perintah untuk pindah ke pop up pemberitahuan.
6.	Fitur pesanan berhasil dibuat	- Tombol lanjut belanja berhasil melakukan perintah untuk berpindah halaman. - Tombol lihat detail pesanan berhasil melakukan perintah untuk berpindah halaman.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan perancangan “Perancangan Komunikasi Visual Untuk Mengoptimalkan Pemasaran Website Kalcare Sebagai E-Commerce Di Indonesia” menghasilkan user interface lebih mudah memahami langkah-langkah dalam melakukan belanja (familiar) dan tampilan bahasa visual lebih mudah untuk dipahami. Diharapkan dapat mengoptimalkan pemasaran website Kalcare dengan mampu memberikan minat untuk berbelanja di Kalcare.

4.2. Saran

Diharapkan pihak Kalcare atau PT karya Hasta Dinamika meningkatkan website salah satunya dari segi UI/UX dalam mempermudah pengguna melakukan belanja, dengan didukung meningkatkan dari SDM yang terpenuhi untuk mampu memberikan produk yang sesuai diinginkan pengguna.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Garrett, J., 2002. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web*. s.l.:Peachpit Pr.
- iPrice Group Sdn Bhd, 2021. *Peta E-Commerce Indonesia*, Indonesia: [https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/..](https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/)
- Railean, . E. A., 2017. *User Interface Design of Digital Textbooks: How Screens Affect Learning*. s.l.:Springer Nature.
- Rustan, S., 2011. Huruf Font Tipografi. Dalam: Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, S. E. & Widada, R., 2009. Nirmana: elemen-elemen seni dan desain. Dalam: Yogyakarta: Jalasutra.
- Similarweb LTD, 2021. *Analyze Kalcare.com*, 35 East 21st Street, 9th Floor, New York, NY 10010: s.n.
- Soeherman, B., 2019. *Fun Research*. Jakarta: Elex media komputindo.
- Thornsby, J., 2016. *Android UI Design*. s.l.: Packt Publishing.