

# PERANCANGAN MEDIA INTERAKTIF PONDOK TACTICAL MARKETPLACE PRODUK TACTICAL

Levi Agustin, Ratih Pertiwi

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul  
Jalan Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510  
livi.agustin17@gmail.com

## Abstract

*Marketplace is a website or online application that facilitates the buying and selling process carried out through the internet or online media so that sellers do not have to think about rent and shop money. So the marketplace provides a place for sellers who want to sell and also helps them find customers and make transactions easily and easily. PT SISCO is a company that sells tactical products in E-Commerce (tokopedia and shoppe). Therefore, the author designed a design and made a special application for tactical products using a horizontal marketplace in the form of selling one type of product. Because there are no applications that sell tactical products, only in the form of shops and websites. The purpose of the author in making this application is to have the product application and it can make it easier for buyers to be more interested and comfortable shopping in the application.*

**Keywords:** horizontal marketplace, android based application, tactical products

## Abstrak

*Marketplace adalah sebuah website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli yang dilakukan melalui internet atau media online sehingga penjual tidak perlu memikirkan uang sewa dan toko. Maka marketplace menyediakan tempat bagi penjual yang ingin berjualan juga membantu mereka mencari pelanggan dan melakukan transaksi dengan gampang dan mudah. PT SISCO adalah perusahaan yang menjual produk-produk tactical pada E-Commerce (tokopedia dan shoppe). Oleh karena itu penulis merancang sebuah desain dan membuat aplikasi khusus untuk produk tactical dengan menggunakan marketplace horizontal yang berupa penjualan jenis produk dengan satu jenis. Karena belum ada aplikasi yang menjual produk tactical, hanya ada berupa toko dan website saja. Tujuan penulis membuat aplikasi ini adalah agar memiliki aplikasi produk tersebut dan dapat memudahkan pembeli menjadi lebih berminat dan nyaman berbelanja di aplikasi tersebut.*

**Kata kunci :** marketplace horizontal, aplikasi berbasis android, produk tactical

## Pendahuluan

Perusahaan banyak jenis-jenis salah satunya adalah perusahaan perdagangan perusahaan yang bergerak di bidang jual beli barang, membeli barang yang sudah jadi tanpa diolah lagi, lalu menjual kembali barang-barang dagang untuk mencari keuntungan tanpa memberikan nilai tambah pada barang-barang tersebut.

*Tactical* merupakan bahasa Inggris yang apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi taktis. Penggunaan kata taktis ini banyak dilakukan oleh instansi militer misal mobil taktis, tas taktis, rompi taktis dan lain sebagainya. Peralatan atau barang *tactical* yang impor dari luar negeri adalah tas, seragam (celana / baju), topi, rompi, sepatu dan lain sebagainya.

*Marketplace* adalah sebuah sistem informasi yang melalui website atau aplikasi yang dibuat untuk memfasilitasi proses jual beli antara penjual dan pembeli pada satu tempat. mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi

elektronik. Dengan melalui internet para penjual dimudahkan dalam melakukan promosi dan memasarkan produknya dalam jangkauan yang lebih luas.

Media interaktif merupakan metode komunikasi di mana output dari media berasal dari masukan dari pengguna. Media masih memiliki tujuan yang sama dengan masukan pengguna menambahkan interaksi dan membawa fitur-fitur menarik untuk sistem untuk kenikmatan yang lebih baik. Berdasarkan penjelasan pada jenis-jenis media pembelajaran, bahwa Seels & Glasgow (dalam Arsyad, 2002:33) mengelompokkan media interaktif merupakan kelompok pilihan media teknologi mutakhir. merupakan suatu hal krusial yang ikut menentukan kesuksesan bagi perusahaan karena dari sinilah suatu perusahaan dikenal luas oleh masyarakat. Permasalahan yang menimpa masih belum adanya *marketplace* aplikasi pada *smartphone* yang menjual produk *tactical* hanya ada melalui toko langsung, *E-commerce* (tokopedia dan shoppe), dan web. Dalam *E-commerce* yang

memiliki banyak saingan dan pembeli hanya taunya *E-commerce* saja tidak mengenal tokonya. Maka konsep karya yang di ambil ini adalah membangun media interaktif berupa aplikasi *marketplace* yang melakukan penjualan barang kepada konsumen perorangan Agar memberikan *brand* sendiri dengan media interaktif yang menarik dan komunikatif. Dalam penelitian ini, penulis mengangkat dengan judul “Perancangan Media Interaktif Pondok Tactical Marketplace Produk Tactical”. Aplikasi *smartphone* banyak digunakan sebagian masyarakat Indonesia.

1. Bagaimana merancang media Interaktif aplikasi *Marketplace* PONDOK TACTICAL pada *smartphone* yang khas dengan sesuai dengan penjualan produk *tactical* dan dapat menarik perhatian?
2. Bagaimana perancangan media Interaktif aplikasi *Marketplace* PONDOK TACTICAL pada *smartphone* berdasarkan kaidah desain, art directing dan copywriting agar dapat mudah di gunakan?
3. Bagaimana mengaplikasikan perancangan media interaktif aplikasi *Marketplace* PONDOK TACTICAL yang sesuai ke dalam media promosi?

Batasan masalah pada perancangan ini adalah membangun brand dan memudahkan para pembeli dengan rancangan media Interaktif aplikasi *marketplace* PONDOK TACTICAL pada *smartphone* yang khas dengan sesuai dengan penjualan *tactical* dan dapat menarik perhatian dan dapat mudah di gunakan oleh pembeli.

Maksud dan tujuan penulis dalam perancangan media interaktif aplikasi pada *smartphone* sebagai berikut :

1. Sebagai maksud untuk membangun brand dan bekerja sama dengan PT SISCO INTERNUSA PRISMATAMA pada bagian produk agar masyarakat mengetahui penjualan produk *tactical*.
2. Untuk memudahkan dalam mengelolah penjualan dari stok barang dan memudahkan mendapatkan pelanggan.
3. Tujuan memudahkan masyarakat membeli produk *tactical* dengan melalui aplikasi khusus sehingga tidak perlu mencari produk ke toko langsung.
4. Tujuan agar dapat menarik perhatian dan meyakinkan masyarakat untuk membeli produk *tactical* dengan melakukan mempromosikan aplikasi PONDOK TACTICAL menggunakan media promosi.

## Komunikasi

Komunikasi merupakan kebutuhan yang fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari per-kataan latin “communication” istilah ini bersumber dari perkataan “communis” yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara bersama sama. Kata media berasal dari bahasa lain “medius” yang secara harfiah berarti “tengah”, “perantara” atau “pengantar”. Dalam bahasa arab media adalah perantara atau penantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan (Arsyad, 2011, P:3). Berdasarkan penjelasan pada jenis-jenis media pembelajaran , bahwa Seels & Glasgow (dalam Arsyad, 2002: 33) mengelompokkan media interaktif merupakan kelompok pilihan media teknologi mutakhir. Media teknologi muk-takhir sendiri dibedakan menjadi media berbasis telekomunikasi, milsalkan teleconference, kuliah jarak jauh, dan media berbasis mikroprosesor, milsalkan computer assisted instruction, permainan komputer, sistem tutor intelegen, inte-raktif, hypermedia, dan compact (video) disc.

Teknologi digital saat ini sudah menuju ke arah mobile (gadget), hal ini menyebabkan banyaknya pengguna smart-phone. Saat ini *smartphone* merupakan media yang efektif dalam menyampaikan pesan informasi, hal ini juga Teknologi digital tidak hanya merevolusi cara desainer bekerja, tetapi juga jenis desain yang mereka hasilkan. Perkembangan komputer sebagai lingkungan desain telah mendorong generasi baru perancang digital; ingin menjelajahi potensi kreatif unik komputer sebagai perangkat input / output. Desain Grafis Berbasis Data memperkenalkan potensi kreatif dari data komputasi dan bagaimana data itu dapat digunakan untuk memberi informasi dan membuat segala sesuatu mulai dari tipografi, cetak dan gambar bergerak hingga desain interaktif dan instalasi fisik. pengaruh pada penggunaan media interaktif yang berbasis mobile phone. Menggunakan dan mema-hami teknologi, dapat berpikir tentang keunikan lingkungan computer, kemung-kinan dan kemampuannya, membuka banyak peluang kreatif untuk menciptakan karya yang secara visual mewujudkan karakteristik dinamis, fleksibel, dan dapat beradaptasi dan lingkungan digital. Richardson, 2016,P:6-7).

User Experience (UX) merupakan bagaimana layanan atau produk bekerja ketika seseorang datang atau menggunakan-nya, bukan mengenai kinerja internalnya. User Experience (UX) bertujuan untuk menjadikan teknologi informasi tersebut mudah digunakan oleh pengguna atau

disebut user friendly. Usability mempertanyakan seberapa baik pengguna (user) menggunakan sebuah fungsi, sementara utility mempertanyakan apakah sebuah fungsi tetap dalam prinsip-prinsipnya.

User interface adalah bagian dari computer dan perangkat lunak yang orang bisa melihat, mendengar, menyentuh, berbicara atau dimengerti. UI pada intinya memiliki dua komponen yaitu input dan output. Input adalah cara seseorang menyampaikan kebutuhannya atau keinginannya kepada komputer. Perangkat input yang umum adalah keyboard dan mouse. Output adalah cara komputer menyatakan hasil dari perhitungan dan kebutuhan pengguna (Galizt, 2002).

Menurut artikel uxbooth.com yang berjudul "Complete Beginner's Guide to information Architecture" mengatakan Arsitektur informasi adalah tentang membantu orang memahami lingkungan mereka dan menemukan apa yang mereka cari, di dunia nyata maupun online. Dengan kata lain information Architecture adalah sebuah informasi yang diwujudkan dalam bentuk berupa bagan, kolom, atau desain terstruktur untuk web atau aplikasi yang saling berkaitan. Agar lebih mudah dimengerti oleh orang lain.

Mobile berasal dari bahasa inggris yang artinya berpindah. Mobile dapat diartikan sebagai perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain. Mobile lebih cenderung dengan aplikasi yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan perangkat mobile seperti telepon seluler, pager, PDA (Portable Digital Assistant), smartphone dan sejenisnya.

Marketplace merupakan media online berbasis internet (web based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Setiap produk yang terdapat dalam marketplace tersebut telah diberikan spesifikasi dan penjelasan kondisi produknya, sehingga pembeli dapat langsung mengklik tombol "beli" kemudian melakukan transfer sejumlah harga yang tercantum.

Marketplace dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu: Marketplace Vertikal, Marketplace Horizontal, Marketplace Global.

Berdasarkan analisa data, gambaran institusi yang digunakan adalah PT Sisco Internusa Prismatama adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang import Tactical Equipment Supplies. Menjual barang seperti barang sepatu, baju, celana, tas, topi, tali pinggang, sarung tangan, dan aksesoris tactical. memiliki visi menjadi perusahaan terbesar di Indonesia dengan penyediaan dan pelayanan prima di bidang keselamatan, militer, tactical dan misi Menyediakan kebutuhan dan perlengkapan keselamatan kerja sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar Indonesia.

Berdasarkan analisa data, data competitor dari perancangan desain aplikasi saat ini masih belum adanya aplikasi yang khusus untuk penjualan produk tactical yang hanya ada berupa web saja. Yaitu TOKO Tactical.com merupakan web yang menjual produk-produk tactical yang juga memiliki tempat toko sehingga memiliki 2 alternatif.

Berdasarkan analisa data, SWOT pada aplikasi Pondok tactical yang diawali Strength (Kekuatan) aplikasi ini merupakan pertama kali yang menjual produk-produk tactical sehingga mendapatkan kepercayaan pembeli dan bisa membuat promosi sendiri dengan adanya gratis ongkir dan diskon dengan S&K, Weakness (Kelemahan) kelemahan pada aplikasi ini masih belum adanya pengiriman langsung seperti mengantarnya langsung. Sehingga para pembeli tidak bisa menerima barang dalam sehari, Opportunities (Kesempatan) sekarang ini banyak menggunakan smartphone yang bisa di bawa kapan saja dan juga lagi banyak yang menggunakan fashion tactical maka dengan adanya aplikasi memudahkan untuk membeli produk tactical terpercaya, threat (ancaman) banyak penjualan yang hampir sama yang dengan E-commerce (penjualan online) yang harganya lebih murah dan menarik sehingga pembeli beralih ke E-commerce.

## Metode Penelitian

Dalam pembuatan karya, diperlukan data dan informasi dari sumber untuk memperkuat keakuratan data yang diperoleh. Penulis menggunakan metode pengumpulan data primer dan data sekunder.

## Metode Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung seperti kelompok fokus, wawancara, kuisioner dan lain-lain.

### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan bertanya langsung pada responden. Penulis melakukan wawancara dengan pemilik perusahaan PT SISCO Internusa Prismatam, Ibu Wulansari Siddharta Lee untuk mengetahui tentang produk-produk tactical dan juga harga produk *tactical*.

### 2. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek. Penulis melakukan observasi dengan mengunjungi E-commerce yang berhubungan dengan penjualan produk *tactical*.

## Metode Pengumpulan Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, dalam hal ini penelitian meneliti menggunakan dokumen, caatatan, laporan pemerintah, data yang diperoleh dari majalah, dan lain sebagainya.

1. Buku  
Penulis menggunakan sumber dan teori dari buku-buku yang berhubungan dengan judul mediainteraktif yang sesuai judul penulis.
2. Data Elektronik  
Penulis menggunakan sumber dan teori dari internet yang terpercaya yang berkaitan dengan judul media interaktif yang sesuai yang penulis ambil.



Gambar 3.  
Desain halaman produk Aplikasi PONDOK TACTICAL

## Hasil Dan Pembahasan

Setelah proses pengumpulan data, lamdasan teori dan konsep media. Maka didapatkan hasil dan pembahasan dari media utama yang terbagi menjadi beberapa subbab.

### Media Utama

Media utama dalam perancangan karya ini adalah media interaktif aplikasi Pondok Tactical markerplace produk *tactical*.

1. Aplikasi



Gambar 1.

Desain Aplikasi PondokTactical pada logo

Desain aplikasi ini dibuat dengan minimalis agar mudah pada saat berbelanja di aplikasi pondok tactical. Pada desain aplikasi ini memiliki mulai dari pemilihan produk sampaidengan barang sampai pada pembeli.



Gambar 2.

Desain Layout Aplikasi PONDOK TACTICAL



Gambar 4.

Desain Halaman Pembelian Aplikasi PONDOK TACTICAL



Gambar 5.

Halaman Cara Order PONDOKTACTICAL

2. Logo

Logo digunakan untuk menggambarkan citra dan karakter perusahaan atau lembaga. Logo yang diperguna-kan dalam aplikasi Pondok Tactical ini menggunakan logogram dan logotype.



Gambar 6.  
Logo Pondok Tactical



Gambar 7.  
Logo Gram



Gambar 8.  
Logo Type



Gambar 10. Brosur

## Media Pendukung

Media pendukung pada karya ini adalah media promosi.

### 1. Poster

Dalam Perancangan aplikasi PONDOK TACTICAL terdapat poster media pendukung dan poster cara order pada aplikasinya. Untuk bertujuan mempromosikan aplikasi PONDOK TACTICAL ke khalayak luas.



Gambar 9.  
Poster

### 2. Brosur

Brosur merupakan sebuah media promosi yang bisa dibawa dengan ber-bentuk cetakan dan berisikan informasi mengenai produk dan informasi tentang aplikasi PONDOK TACTICAL.

### 3. Label Stiker

Label Stiker merupakan lembaran kecil yang ditempelkan pada sebuah barang. label stiker di buat dengan gambar identitas visual berupa logo aplikasi PONDOK TACTICAL dengan bahan stiker pada umumnya.



Gambar 11.  
Label Stiker

### 4. Packaging

Packaging merupakan sebuah wadah atau tempat yang untuk menyimpan. Dalam rancangan ini Packaging dibuat dengan gambar identitas visual berupa dan di samping terdapat media sosial.



Gambar 12.  
Packaging

### 5. Iklan Digital

Iklan digital menjadi salah satu media promosi yang sekarang ini berkembang pesat. Penggunaan media digital untuk melakukan promosi ini menggunakan sosial media instagram.



Gambar 13.  
Iklan Digital

#### 6. Company Profile

Pada promosi aplikasi PONDOK TACTICAL yaitu bentuk *Company Profile* yang berupa video *motion graphic* yang durasi 1 menit 11 detik dengan pengenalan aplikasi, isi visi misi, produk, cara order, dan kontak media sosial.



Gambar 14.  
*Company Profile*

#### 7. Baju Karyawan

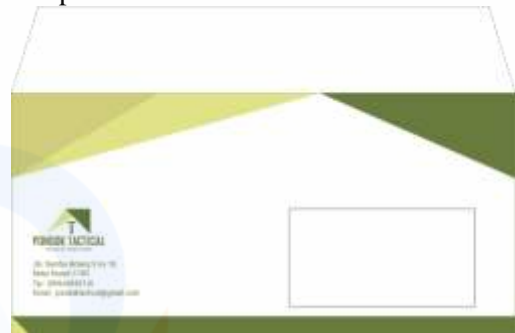
Pada aplikasi penjual pasti memiliki karyawan dari admin hingga pengurusan barang produk maka pada aplikasi PONDOK TACTICAL memiliki seragam untuk karyawan.



Gambar 15.  
Baju Karyawan

#### 8. Stationary

Stationary merupakan peralatan kantor yang dicetak dengan menggunakan desain yang sesuai dengan gambaran pada Pondok Tactical untuk identitas perusahaan.



Gambar 16.  
Amplop



Gambar 17.  
Kop Surat



Gambar 18.  
ID Card



Gambar 19.  
Kartu Nama



Gambar 20.  
Stample

3. Pin



Gambar 23.  
Pin

4. Gantungan Kunci



Gambar 24.  
Gantungan Kunci

### Merchandise

Merchandise adalah bermacam-macam produk yang untuk dijadikan hadiah. *Merchan-dise* yang disediakan aplikasi PONDOK TACTICAL akan diberikan kepada konsumen yang membeli diaplikasi PONDOK TACTICAL. Berikut ini beberapa *merchandise* yang disediakan untuk pembelian produk Tactical diaplikasi PONDOK TACTICAL diantaranya kalender, baju, pin, gantungan kunci, totebag.

5. Tote bag



Gambar 25.  
Totebag

1. Kalender



Gambar 21.  
Kalender

2. Baju



Gambar 22.  
Baju

### Kesimpulan

Dari hasil analisa data dari hasil survey dan juga wawancara, maka didapat konsep Perancangan Desain Interaktif pada Aplikasi PONDOK TACTICAL Marketplace Produk Tactical, dengan melalui khusus *smartphone* yang saat ini masih belum ada aplikasi yang menjual produk khusus *tactical* maka penulis ingin membuat aplikasi khusus untuk penjualan produk-produk *tactical*. Dalam proses perancangan ini identitas visual juga sangat berperan penting dengan ciri khas perusahaan. Logo yang digunakan sesuai antara makna dengan aplikasi dan produk yang diharapkan.

Proses perancangan ini dimulai dari survey, penulis melakukan survey dengan mengunjungi yang ada di *E-Commerce* dengan mengunjungi pada penjualan yang menjual produk tactical. Setelah itu melakukan survey dan juga wawancara di perusahaan PT SISCO INTERNUSA PRISMATAMA bersama pemilik perusahaan yaitu Ibu Wulansari Siddharta Lee mengenai data-data produk. Setelah pencarian data selesai, penulis mulai merancang desain *User Experience* dan *User Interface* aplikasi.

Media promosi juga berperan penting dalam mempublikasi aplikasi PONDOK TACTICAL. Agar masyarakat mengetahui bahwa ini merupakan aplikasi yang menjual produk-produk Tactical. Penerapan media promosi menggunakan promosi online. Dengan penerapan menggunakan Copywriting dan Art directing pada media promosi juga berpengaruh dalam promosi sesuai dengan fungsi masing-masing. Pengaplikasian desain ke media aplikasi yang efektif, efisien, dan komunikatif untuk mempromosikan aplikasi PONDOK TACTICAL dengan publikasi media terpilih ini agar dapat memasarkan ke masyarakat yang menyampaikan pesan secara tepat dan tepat sasaran.

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang harus diperhatikan untuk merubah menjadi lebih baik.

1. Bagi perusahaan  
Diharapkan aplikasi ini bisa dapat dijadikan dan bisa bekerja sama dengan perusahaan PT SISCO INTERNUSA PRISMATAMA. Sehingga desain interaktif aplikasi ini dapat berguna dan bisa lebih ber-kembang untuk kedepannya.
2. Bagi Lembaga Pendidikan  
Pelaksanaan tugas akhir ini dilaksanakan sebagai syarat untuk memenuhi mata kuliah Tugas Akhir Jurusan Desain Komunikasi Visual agar dapat mengikuti sidang dan lulus dengan nilai yang baik. Untuk itu, lembaga pendidikan memberikan bimbingan dan arahan kepada mahasiswa dan tugas akhir.
3. Bagi Mahasiswa dan Masyarakat  
Bagi penulis, karya penulis ini sudah melakukan semaksimal mungkin, karena harapan penulis lulus sangat besar. Untuk kedepannya, penulis akan memberikan yang terbaik pada saat masuk ke dunia kerja. Penulis juga berharap karya tugas akhir ini dapat berguna bagi masyarakat dan mahasiswa yang sebagai acuan dan referensi.

## Daftar Pustaka

- Arsyad, Azhar. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong. (2000). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Indrajani. (2015). *Database Design (Case Study All in One)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kusmiati R, Artini. Pudjiastuti, Sri. Suptandar, Pamudji. (1999). *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djembatan.
- Pujiriyanto. (2005). *Desain grafis computer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual : Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.