

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Tahapan pembuatan karya melibatkan beberapa langkah utama, dimulai dengan metode pengumpulan data yang mencakup wawancara dan observasi untuk mendapatkan informasi yang relevan. Selanjutnya, metode perancangan karya diterapkan untuk mengembangkan konsep dan desain berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Selain itu, penyusunan rencana anggaran dilakukan untuk mengestimasi biaya yang diperlukan dalam proses pembuatan hingga publikasi. Akhirnya, target luaran atau publikasi ditetapkan untuk memastikan karya dapat diimplementasikan atau dipublikasikan sesuai tujuan yang telah direncanakan.

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Sebagai bagian dari perancangan karya *landing page* profil *Talent coordinator* PT XYZ Streamlab, ada data yang dibutuhkan dari PT XYZ Streamlab. Metode penulis untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan ini adalah dengan observasi dan wawancara. Observasi dilakukan terhadap karya-karya terdahulu seperti laman web dari Star Media Nusantara (www.starmedianusantara.com) atau Jim Models (www.jimmodels.com) untuk mengetahui bagaimana cara *website* dari perusahaan atau agensi serupa mengkomunikasikan keunggulan roster talentanya dengan tujuan memasarkan jasa yang disediakan perusahaan tersebut dan memperkuat *bargaining power* mereka. Selain karya-karya terdahulu, penulis juga melakukan observasi terhadap tim internal PT XYZ Streamlab dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan PT XYZ Streamlab.

Selain observasi, penulis juga melakukan wawancara dengan tim *talent coordinator* dan *business development* untuk mengetahui kebutuhan dari masing-masing tim yang di mana *landing page* ini dirancang berdasarkan dari kebutuhan-kebutuhan tersebut.

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Tahapan pembuatan *website* dan aplikasi mobile dalam penelitian ini mencakup beberapa langkah kunci yang harus diikuti untuk memastikan desain yang efektif, fungsional, dan memenuhi kebutuhan pengguna. Berikut adalah penjelasan mengenai tahapan-tahapan tersebut:

a) Analisis Kebutuhan:

Langkah pertama adalah melakukan analisis kebutuhan untuk memahami tujuan dari *landing page* dan aplikasi mobile serta kebutuhan spesifik dari PT XYZ Streamlab. Dalam tahap ini, dilakukan identifikasi target audiens, tujuan bisnis, dan fitur-fitur utama yang harus ada dalam *landing page* dan aplikasi. Selain itu, pengumpulan data dari *stakeholders* seperti *Business Development Manager* dan *Talent Coordinator* juga penting untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang harapan dan kebutuhan mereka.

b) Penelitian dan Perencanaan:

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, langkah berikutnya adalah melakukan penelitian lebih lanjut tentang desain *website* dan aplikasi yang efektif. Ini mencakup studi literatur tentang praktik terbaik dalam desain UX/UI, perencanaan *software* atau *tools* yang akan digunakan, serta analisis kompetitor untuk melihat bagaimana perusahaan lain dalam industri yang sama merancang *landing page* mereka. Setelah itu, dilakukan perencanaan yang mencakup penentuan struktur navigasi, wireframe, dan sketsa awal desain.

c) Desain Prototipe:

Pada tahap ini, *wireframe* yang telah dibuat akan dikembangkan menjadi desain prototipe yang lebih detail. Prototipe ini mencakup visualisasi elemen-elemen desain seperti layout, warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya. Prototipe dapat dibuat menggunakan alat desain seperti Adobe XD atau Sketch. Proses ini melibatkan beberapa iterasi desain, di mana *feedback* dari tim PT XYZ Streamlab diintegrasikan untuk memastikan desain akhir memenuhi ekspektasi.

d) Pengembangan *Website* dan Aplikasi:

Setelah desain prototipe disetujui, langkah berikutnya adalah pengembangan *website* dan aplikasi. Ini melibatkan perancangan *website* menggunakan Google Sites, perancangan aplikasi menggunakan median.co dan implementasi fitur-fitur yang telah direncanakan menggunakan teknologi web seperti HTML, CSS, JavaScript, dan *framework front-end* seperti React atau Vue.js. Pada tahap ini, penting untuk memastikan bahwa *website* yang dikembangkan responsif dan dapat diakses dengan baik di berbagai perangkat.

e) Pengujian dan Validasi:

Sebelum *website* dan aplikasi diluncurkan, perlu dilakukan pengujian untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik dan tidak ada bug. Pengujian mencakup berbagai aspek seperti *usability testing*, *functional testing*, *performance testing*, dan *compatibility testing*. *Feedback* dari pengguna uji juga dikumpulkan dan dianalisis untuk melakukan perbaikan yang diperlukan.

f) Peluncuran dan Monitoring:

Setelah melalui tahap pengujian dan validasi, *website* dan aplikasi siap untuk diluncurkan. Pada tahap ini, *website* dan aplikasi dipublikasikan ke *server live* dan diumumkan kepada audiens target. Setelah peluncuran, penting untuk terus memantau kinerja *website* dan aplikasi menggunakan alat analitik seperti *Google Analytics* untuk mengukur *traffic*, interaksi pengguna, dan tingkat konversi. Data yang dikumpulkan digunakan untuk melakukan optimasi berkelanjutan.

g) Pemeliharaan dan Pengembangan Lanjutan:

Tahap terakhir adalah pemeliharaan rutin untuk memastikan *website* dan aplikasi tetap berfungsi dengan baik dan *up to date*. Selain itu, berdasarkan data dan *feedback* yang diperoleh, dilakukan pengembangan lanjutan untuk menambahkan fitur-fitur baru atau memperbaiki elemen desain yang kurang efektif.

Tahapan-tahapan di atas memastikan bahwa perancangan dan pengembangan *landing page* profil *Talent Coordinator* PT XYZ Streamlab dilakukan dengan pendekatan yang sistematis dan berfokus pada kebutuhan pengguna, sehingga dapat memberikan pengalaman yang optimal dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Dalam mendesain *website* dan aplikasi PT XYZ Streamlab, pemilihan warna juga dipertimbangkan secara teliti untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan selaras dengan branding perusahaan. Penggunaan warna biru yang dominan di seluruh *platform* menegaskan rasa keandalan dan profesionalisme, yang sangat penting bagi audiens target *enabler e-commerce* ini. Ruang putih digunakan secara strategis untuk menciptakan tampilan yang bersih dan tidak penuh sesak, mendorong *interface* yang ramah pengguna. Warna-warna ini tidak hanya mematuhi tren desain modern tetapi juga mempertimbangkan dampak psikologis terhadap pengguna, memfasilitasi lingkungan *online* yang dapat dipercaya dan efisien.

Selain warna, dalam perencanaan serta perancangan *landing page* dan aplikasi penting juga bagi perancang untuk memahami jenis-jenis dari *landing page*. Ada dua jenis utama *landing page*, yaitu sebagai berikut (Narulita et al., 2023):

a) *Lead Generation*

Jenis *landing page* ini dirancang menyerupai formulir yang berfungsi untuk mengumpulkan data calon pelanggan, seperti nama, nomor telepon, atau alamat email. *Landing page* ini biasanya digunakan dalam pemasaran B2B atau bisnis dengan produk atau layanan bernilai tinggi. Tujuan utamanya adalah mengumpulkan informasi prospek untuk diolah lebih lanjut dalam proses pemasaran atau penjualan.

b) *Click Through*

Landing page ini lebih umum digunakan dalam e-commerce atau pemasaran B2C. Fokus utama dari halaman ini adalah mendorong pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu, seperti pembelian atau

pendaftaran layanan, dengan menampilkan tombol aksi utama seperti “Beli Sekarang” atau “Shop Now.” Halaman ini cenderung sederhana dengan navigasi yang terbatas, sehingga dapat meminimalkan distraksi dan memfokuskan perhatian pengguna pada tindakan yang diinginkan.

Dalam konteks perancangan dan pengembangan landing page profil *Talent Coordinator* PT XYZ Streamlab, jenis *landing page* yang digunakan adalah *click-through*. Walaupun PT XYZ Streamlab dan *landing page* ini digunakan untuk bisnis yang berkecimpung di B2B, peran *landing page* ini bukan untuk menghasilkan lebih banyak *leads*, melainkan memperkuat posisi negosiasi dengan calon klien PT XYZ Streamlab yang sudah ada.

Implementasi jenis *landing page click through* di *landing page* profil *Talent Coordinator* PT XYZ Streamlab berada di *headline* “*Maximize Your Brand's Potential in E-commerce with SIRCLO Hosts and Talents*” yang berupa CTA di laman *home*. CTA ini mengajak audiens untuk *browsing*. Setelah audiens menelusur lebih lanjut, ada CTA “*Browse Through Our Hosts and Talents*” yang mengajak audiens untuk meng-klik tombol yang mengarahkan audiens ke laman “*male hosts*”, “*female hosts*”, dan “*video talents*”. Di dalam laman-laman tersebut, audiens akan disambut dengan CTA “*Found your match? Contact us here for further details*” yang dapat memotivasi audiens untuk mengkontak e-mail dari PT XYZ Streamlab yang tautannya ditanamkan di kata “*here*”. Fitur tautan ini juga diimplementasikan ke aplikasi mobile untuk memastikan semua fitur di *website* direfleksikan di aplikasi. Tautan yang ditanamkan di kata “*here*” adalah sebuah tautan yang disebut sebagai tautan “*mailto*”.

Skema URL *mailto* adalah standar yang digunakan untuk membuat tautan yang mengarahkan pengguna untuk mengirimkan email pada situs web. Tautan ini memungkinkan pengguna untuk langsung membuka aplikasi email utama mereka dengan alamat tujuan dan subjek yang telah terisi otomatis, tanpa perlu menyalin atau memasukkan informasi secara manual (Duerst et al., 2010). Standar ini pertama kali ditetapkan dalam Request for Comments (RFC) 1738 pada Desember 1994. RFC sendiri merupakan dokumen informasi dan standar internet berangkaian

yang banyak digunakan oleh perangkat lunak dalam jaringan, Internet, dan beberapa sistem operasi jaringan, seperti Unix, Windows, dan Novell NetWare. RFC diterbitkan di bawah arahan Internet Society (ISOC) serta badan penyusun standar teknisnya, seperti Internet Engineering Task Force (IETF) atau Internet Research Task Force (IRTF). Tidak semua RFC mendefinisikan standar internet; beberapa hanya berisi informasi, eksperimen, atau catatan sejarah (Hoffman & Flanagan, 2025).

Pada Juli 1998, standar *mailto* kemudian diperluas dengan dukungan untuk header dan isi tambahan melalui RFC 2368. Terakhir, pada Oktober 2010, RFC 6068 memperbarui skema ini dengan menambahkan dukungan untuk karakter non-Latin (Duerst et al., 2010).

3.1.2.1 Pra Produksi

Pra Produksi adalah tahap persiapan sebelum memulai proses pengembangan *website* dan aplikasi. Pada tahap ini, berbagai aspek perencanaan dan penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa pengembangan *website* maupun aplikasi berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Berikut adalah langkah-langkah yang biasanya dilakukan dalam tahap pra produksi.

1. Analisis Kebutuhan:

- Mengidentifikasi tujuan dari *website* maupun aplikasi dan kebutuhan spesifik dari pengguna.
- Mengumpulkan data dari *stakeholders* untuk memahami ekspektasi dan kebutuhan mereka.
- Mengidentifikasi target audiens dan menentukan fitur-fitur utama yang harus ada di dalam *website* dan aplikasi.

2. Penelitian dan Perencanaan:

- Melakukan penelitian tentang desain *website* dan aplikasi yang efektif dan praktik terbaik dalam desain UX/UI.
- Melakukan analisis kompetitor untuk memahami bagaimana perusahaan lain dalam industri yang sama merancang *website* dan aplikasi mereka.

- Menyusun struktur navigasi, *wireframe*, dan sketsa awal desain.

3. Desain Prototipe:

- Mengembangkan *wireframe* menjadi desain prototipe yang lebih detail menggunakan alat desain seperti Adobe XD atau Sketch.
- Mengintegrasikan umpan balik dari tim internal untuk memastikan desain akhir memenuhi ekspektasi.

4. Timeline Produksi

- Linimasa atau *timeline* disusun untuk memastikan proses produksi *landing page* berjalan lancar dan dapat diselesaikan sesuai jadwal.

Tabel 3. 1 *Timeline* Produksi Tugas Akhir

| No | Kegiatan | February 2023 | | | | March 2023 | | | | April 2023 | | | | May 2023 | | | |
|----|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pengajuan izin pembuatan karya | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Merumuskan ide | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Pra-produksi (penelitian, perencanaan) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Produksi (<i>designing</i> web, <i>editing</i> web, perancangan aplikasi <i>mobile</i>) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Pasca-produksi (penerbitan <i>landing page</i>) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Evaluasi | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Olahan Penulis (2024)

3.1.2.2 Produksi

Produksi adalah tahap di mana desain yang telah direncanakan dan dipersiapkan pada tahap pra produksi diimplementasikan menjadi *website* yang berfungsi. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap produksi:

1. Pengembangan *Website*:

- Melakukan penyusunan *website* dan implementasi fitur-fitur yang telah direncanakan menggunakan *Google Sites*.

- Menggunakan *framework front-end* yang sudah disediakan di Google Site untuk mengembangkan *website* yang responsif dan dapat diakses di berbagai perangkat.
2. Perancangan aplikasi *mobile*:
 - Membuat aplikasi *mobile* yang mencerminkan *website* ini lengkap dengan fitur-fiturnya menggunakan Median.co.
 3. Pengujian dan Validasi:
 - Melakukan berbagai jenis pengujian seperti *usability testing*, *functional testing*, *performance testing*, dan *compatibility testing* untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik dan tidak ada bug untuk *website* maupun aplikasi *mobile*.
 - Mengumpulkan umpan balik dari pengguna uji dan melakukan perbaikan yang diperlukan.

3.1.2.3 Pasca Produksi

Post Produksi adalah tahap setelah *website* dan aplikasi selesai dikembangkan dan diluncurkan. Pada tahap ini, fokus utama adalah pemeliharaan dan pengembangan lanjutan untuk memastikan *website* maupun aplikasi tetap berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna. Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap post produksi:

1. Peluncuran dan Monitoring:
 - Mempublikasikan *website* dan aplikasi ke *server live* dan mengumumkannya kepada audiens target.
 - Menggunakan alat analitik seperti *Google Analytics* untuk memantau kinerja *website*, mengukur *traffic*, interaksi pengguna, dan tingkat konversi.
 - Mengumpulkan data dan menggunakan informasi ini untuk melakukan optimasi berkelanjutan.
2. Pemeliharaan dan Pengembangan Lanjutan:

- Melakukan pemeliharaan rutin untuk memastikan *website* dan aplikasi tetap berfungsi dengan baik dan *up-to-date*.
- Berdasarkan data dan umpan balik yang diperoleh, melakukan pengembangan lanjutan untuk menambahkan fitur-fitur baru atau memperbaiki elemen desain yang kurang efektif.
- Terus memantau dan menguji desain berdasarkan umpan balik pengguna untuk memastikan *platform* tetap relevan dan efektif.

3.2. Rencana Anggaran

Semua aktivitas dan proses yang tercakup dalam bab ini tidak memerlukan biaya tambahan atau pengeluaran keuangan dari anggaran proyek.

3.3. Target Luaran/Publikasi

Dalam penelitian "Perancangan *Landing Page* Profil *Talent Coordinator* PT XYZ" target luaran dan publikasi yang diharapkan dari proyek ini mencakup beberapa aspek yang penting bagi keberhasilan implementasi dan dampak penelitian. Berikut adalah rincian target luaran dan publikasi yang diharapkan:

a) *Landing page* yang Fungsional dan Menarik:

Hasil utama dari penelitian ini adalah pengembangan sebuah *landing page* yang fungsional, menarik, dan mudah digunakan. *Landing page* ini harus memenuhi semua kebutuhan dan preferensi yang telah diidentifikasi selama tahap analisis dan penelitian. Halaman ini akan menampilkan profil *Talent Coordinator* dan berbagai host yang bekerja sama dengan PT XYZ Streamlab, dilengkapi dengan fitur-fitur interaktif yang meningkatkan keterlibatan pengguna.

b) Aplikasi *mobile*

Sebagai bagian luaran dari karya ini, penulis membuat aplikasi *mobile* yang akan mencerminkan *website* ini lengkap dengan semua fitur-fiturnya. Aplikasi ini akan dibuat untuk *operating system* Android. Tujuan dari dibuatnya aplikasi *mobile* ini adalah untuk memudahkan pengguna untuk mengakses *website* ini.

c) Dokumentasi Teknis dan Panduan Penggunaan:

Sebagai bagian dari luaran proyek, akan disusun dokumentasi teknis yang mendetail. Dokumentasi ini mencakup spesifikasi teknis, arsitektur sistem, serta panduan penggunaan untuk tim internal PT XYZ Streamlab. Panduan ini akan memudahkan tim dalam mengelola dan memperbarui *landing page* di masa mendatang.

d) Laporan Penelitian:

Penelitian ini akan menghasilkan laporan penelitian lengkap yang mencakup semua tahapan proyek, mulai dari analisis kebutuhan hingga implementasi dan pengujian. Laporan ini akan memuat latar belakang, metodologi, hasil, dan kesimpulan penelitian. Laporan ini dapat digunakan sebagai referensi akademis dan praktis bagi pihak lain yang tertarik dalam perancangan *landing page* serupa.

e) Artikel Jurnal dan Konferensi:

Hasil penelitian ini akan disusun dalam bentuk artikel ilmiah yang dapat dipublikasikan di jurnal-jurnal terakreditasi nasional maupun internasional. Selain itu, hasil penelitian juga dapat dipresentasikan dalam konferensi-konferensi terkait bidang komunikasi dan teknologi informasi. Publikasi ini bertujuan untuk berbagi temuan penelitian dengan komunitas akademik dan profesional yang lebih luas.

Dengan target luaran dan publikasi ini, penelitian "Perancangan *Landing Page* Profil *Talent Coordinator* PT XYZ Streamlab" diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan baik dari segi akademis maupun praktis, serta mendukung pengembangan lebih lanjut dalam bidang komunikasi digital dan pemasaran.