

Bab 4

Strategi Kreatif

4.1 Strategi Komunikasi

4.1.1 Tujuan Komunikasi

1. Menampilkan keunggulan dan kredibilitas Inline Craft sebagai penyedia kemasan eksklusif.
2. Meningkatkan brand awareness dan engagement dengan target pasar B2B.
3. Mengarahkan pengunjung untuk melakukan pemesanan atau konsultasi.
4. Memperkuat positioning sebagai UMKM kreatif dan profesional.

4.1.2 Target Audiens

1. Perusahaan besar dan menengah.
2. Instansi pemerintah / lembaga.
3. *Event organizer* & agensi kreatif.
4. Brand fashion, kosmetik, souvenir, dan luxury product.
5. Calon mitra atau reseller.

4.1.3 Pesan Utama (Key Message)

Inline Craft menghadirkan solusi *custom hard cover packaging* yang eksklusif, profesional, dan dirancang khusus untuk meningkatkan nilai dan kesan dari setiap produk atau acara.

4.1.4 Pendekatan Komunikasi Visual & UI

4.1.4.1 Gaya Visual

1. Minimalis elegan (putih, hitam, gold/abu).
2. Layout bersih dan mudah dibaca.

3. Fokus pada produk nyata.

4.1.4.2 Struktur Navigasi yang Jelas

1. Menu utama: *Home, Produk, Gallery, About Us, Contact Us*

4.1.4.3 Copywriting yang Persuasif

1. Gunakan nada profesional, hangat, dan solutif.
2. Hindari bahasa teknis berlebihan, fokus pada manfaat dan kesan produk.

4.1.5 Kanal Pendukung Website

1. Integrasikan dengan:
 - Media sosial (Instagram, LinkedIn, TikTok).
 - WhatsApp *Business*.

4.2 Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning

4.2.1 Segmenting (Segmentasi Pasar)

Inline Craft membagi pasar berdasarkan kebutuhan kemasan premium yang bersifat eksklusif dan dapat dipersonalisasi. Segmentasi pasar difokuskan pada:

1. Jenis pelanggan: Perusahaan besar, instansi pemerintah, *event organizer*, dan brand premium.
2. Jenis kebutuhan: *Packaging* untuk corporate gift, dokumentasi perusahaan, kit presentasi, kemasan launching produk, dan undangan eksklusif.
3. Karakteristik pelanggan: Mengutamakan kualitas, citra brand, dan kesan profesional pada klien atau mitra bisnis.

4.2.2 Targeting (Penargetan Pasar)

Inline Craft menargetkan:

1. Perusahaan menengah hingga besar yang membutuhkan kemasan eksklusif dalam jumlah kecil hingga besar, namun tetap mengedepankan kualitas dan personalisasi
2. Instansi atau brand yang ingin meningkatkan persepsi nilai produk/jasa melalui kemasan
3. Pelanggan yang menghargai sentuhan personal, kreativitas desain, dan kesan elegan pada kemasan

Melalui pendekatan B2B, Inline Craft menjalin hubungan jangka panjang dengan klien yang membutuhkan kemasan *hardcover* berkualitas sebagai bagian dari *branding* dan presentasi perusahaan.

4.2.3 Positioning (Posisi di Pasar)

Inline Craft memosisikan diri sebagai UMKM kreatif yang spesialis dalam produk *custom hard cover packaging* eksklusif, dengan layanan personal, kualitas setara industri besar, namun fleksibel dalam desain, dan waktu pengerjaan.

4.3 Analisis Swot

Analisis SWOT adalah yang paling penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. karena analisis ini akan memberikan beberapa poin berdasarkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman dari dalam dan luar perusahaan). Dalam hal ini peneliti akan membuat analisis SWOT terhadap UMKM yang diteliti untuk mengetahui seberapa penting analisis SWOT terhadap perancangan website:

1. Strengths (Kekuatan)
 - Produk eksklusif dan bisa disesuaikan 100% sesuai permintaan.
 - Portofolio produk sudah banyak dan berkualitas tinggi.
 - Bahan baku dan hasil akhir yang memuaskan, cocok untuk *branding* high-end.

2. Weakness (Kelemahan)

- Belum memiliki sistem kalkulasi harga otomatis pada produk custom.
- *Branding* yang belum kuat

3. Opportunities (Peluang)

- Tren packaging eksklusif yang meningkat di kalangan UMKM dan corporate gifting.
- Potensi ekspansi pasar ke yang lebih besar dari sebelumnya dengan tampilan website yang profesional.
- Adanya digital ads untuk mendongkrak traffic web.

4. Threats (Ancaman)

- Banyak kompetitor yang sudah memulai duluan dengan website.
- Keterbatasan tempat pengerjaan sehingga memengaruhi timeline pengerjaan.

4.4 Analisa Model 5W+1H

4.4.1 1. What (Apa yang akan dibuat?)

Sebuah website resmi dengan desain UI yang profesional, responsif, dan menarik, untuk menampilkan:

1. Produk custom hard cover packaging
2. Deskripsi layanan dan portofolio
3. Informasi pemesanan dan kontak
4. Profil usaha Inline Craft sebagai UMKM kreatif

4.4.2 2. Why (Mengapa website ini penting?)

1. Meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas usaha di mata perusahaan besar.
2. Menjadi etalase digital produk & layanan.

3. Mempermudah calon klien dalam melihat portofolio dan melakukan pemesanan
4. Memperluas jangkauan pasar secara nasional maupun internasional.
5. Mendukung *branding* Inline Craft sebagai UMKM premium di bidang packaging eksklusif.

4.4.3 3. Who (Siapa yang menjadi target penggunanya?)

1. Perusahaan-perusahaan besar yang memerlukan packaging eksklusif.
2. *Event organizer*, agensi *branding*, dan desainer grafis.
3. Instansi pemerintah atau organisasi swasta yang memerlukan kit presentasi/dokumentasi.
4. Calon pelanggan umum yang mencari undangan eksklusif, box custom, atau souvenir packaging

4.4.4 4. Where (Di mana website ini akan digunakan?)

1. Diakses secara online melalui desktop.
2. Dihubungkan ke media sosial, marketplace, dan Google Business Profile.
3. Digunakan sebagai referensi saat pitching ke klien, presentasi, atau pameran UMKM.

4.4.5 5. When (Kapan harus mulai dan selesai?)

1. Segera dibangun untuk mendukung perluasan pasar dan promosi digital.
2. Target peluncuran: 1–2 bulan setelah perencanaan konten dan desain UI selesai.
3. Dipelihara dan diperbarui secara berkala (minimal tiap kuartal).

4.4.6 6. How (Bagaimana website ini akan dirancang dan dikembangkan?)

1. Menggunakan desain minimalis-modern dengan palet warna elegan (hitam, putih, emas/abu premium).
2. Struktur halaman:

- Beranda (Highlight produk & layanan).
- Tentang Kami (Profil & visi misi UMKM).
- Produk & Portofolio (Galeri dengan deskripsi).
- Cara Pemesanan (Langkah-langkah jelas & interaktif).
- Kontak & Formulir.

4.5 Proses Tahapan Perancangan Media Interaktif UI

4.5.1 Moodboard

Dalam proses perancangan UI website untuk Inline Craft, moodboard berperan penting sebagai landasan visual yang merepresentasikan identitas dan nilai dari brand kami. Moodboard ini tidak hanya menggambarkan arah estetika, namun juga menekankan pesan yang ingin kami sampaikan kepada segmen pasar B2B — yaitu kualitas, presisi, dan profesionalisme.

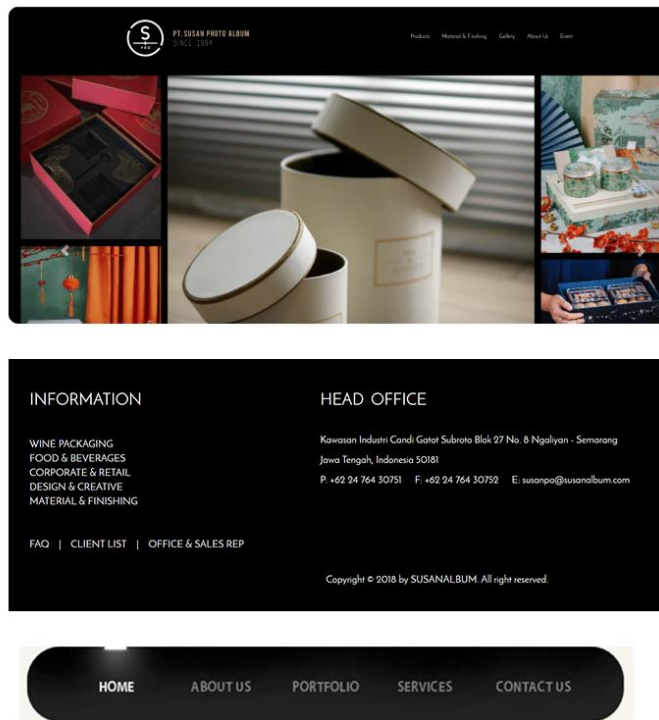
4.5.1.1 Konsep Visual

Gaya yang diusung adalah minimalis dan modern, mencerminkan kesan bersih, tegas, dan elegan. Warna dominan hitam, putih, dan abu-abu dipilih untuk menegaskan karakter premium serta netralitas yang fleksibel untuk berbagai sektor industri klien kami.

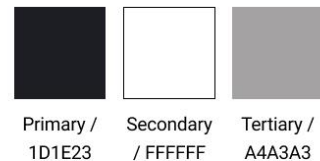
4.5.1.2 Elemen Moodboard

1. **Warna:** Palet greyscale (hitam, putih, abu) untuk memberikan kesan profesional, stabil, dan eksklusif.

2. **Tipografi:** Roboto dengan proporsi seimbang, menunjukkan kesan kontemporer dan keterbacaan tinggi.
3. **Mood:** Tenang, presisi, eksklusif — merepresentasikan kepercayaan dan dedikasi kami terhadap kualitas produk.



ROBOTO
ROBOTO
ROBOTO



ANGUNAN

Gambar 2.9 Moodboard

4.5.2 Konsep Perancangan

Website Inline Craft dirancang sebagai media promosi digital yang mampu merepresentasikan nilai, kualitas, dan identitas perusahaan yang bergerak di bidang custom hard cover packaging. Konsep perancangan ini berfokus pada perpaduan antara fungsi komunikasi visual yang efektif dengan fitur *back* pada setiap halaman untuk kembali ke menu *homepage*, dengan menampilkan menu seperti Home, Produk, Gallery, About Us, dan Contact Us dengan struktur navigasi yang jelas.

1. Menampilkan produk dan layanan secara premium dan informatif.

2. Membangun kredibilitas sebagai penyedia kemasan hard cover berkualitas tinggi.
3. Mendorong konversi melalui permintaan penawaran dan interaksi langsung.

4.5.2.1 **Konsep Visual**

Website mengusung gaya visual minimalis dan modern dengan palet warna monokrom (hitam, putih, dan abu-abu) untuk menonjolkan kesan:

1. Eksklusif.
2. Presisi
3. Profesional

Tipografi yang bersih dan tataletak yang teratur akan memperkuat pesan bahwa setiap kemasan atau pesanan yang diproduksi oleh Inline Craft adalah hasil kerja yang detail dan kompeten.

4.5.2.2 **Struktur dan Navigasi**

Struktur website dirancang dengan pendekatan user-first:

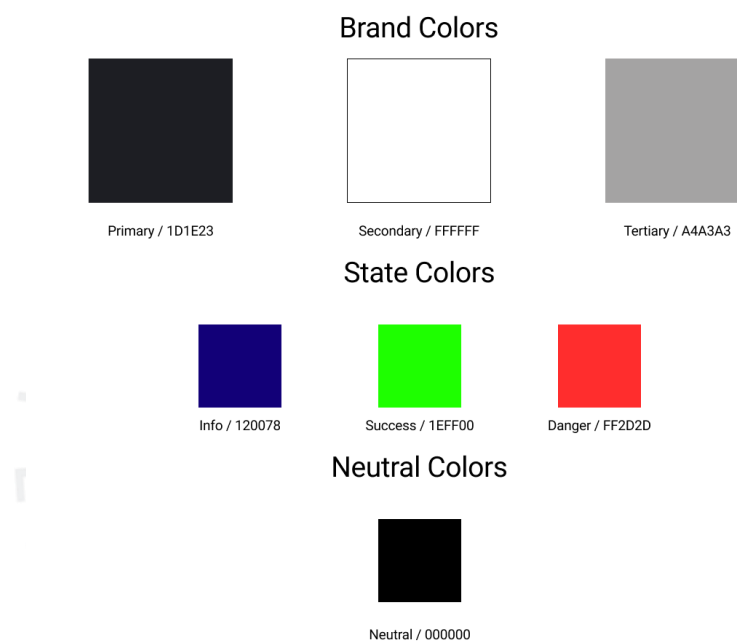
1. Hero Section menampilkan headline kuat dan visual produk yang menonjol.
2. Halaman Produk menyajikan variasi jasa apa saja yang ditawarkan oleh Inline Craft dan dokumentasi proyek.
3. Halaman Tentang Kami mengangkat filosofi dan nilai craftsmanship yang menjadi inti dari setiap produk Inline Craft.
4. Formulir Kontak & CTA Strategis memudahkan klien potensial untuk menghubungi atau meminta penawaran.

4.5.3 **Color Pallete**

Dalam perancangan UI website Inline Craft, pemilihan warna menjadi elemen krusial yang merefleksikan karakter brand dan memperkuat kesan profesionalisme kepada audiens B2B. Peneliti menggunakan warna primary, secondary yang tercermin dari logo, Warna bukan sekadar elemen estetika, tetapi juga medium komunikasi visual yang menyampaikan nilai, emosi, dan kualitas dari produk custom hard cover packaging yang ditawarkan oleh INLINE CRAFT.

Warna hitam pada website mencerminkan nilai elegan dan tegas, Dimana point ini mencerminkan nilai dari Perusahaan, sementara warna putih menghadirkan Kesan bersih, netral dan damai, desain warna dalam perancangan UI UX website INLINE CRAFT dirancang secara cermat untuk memastikan keselarasan antara tampilan visual dan identitas merk secara keseluruhan.

Warna



Gambar 2.10 Warna

4.5.3.1 Psikologi Warna Untuk Branding B2B

Kombinasi warna hitam, putih, dan abu akan menciptakan tampilan yang modern, timeless, menekankan nilai craftsmanship tanpa distraksi warna yang mencolok.

4.5.4 Font

Dalam perancangan UI website Inline Craft, pemilihan tipografi menjadi elemen penting yang menunjang karakter visual dan pengalaman pengguna. Font bukan hanya sarana untuk menyampaikan informasi, tetapi juga medium untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan profesional. Untuk itu, peneliti memilih Roboto sebagai font utama dalam keseluruhan tampilan website.



Gambar 2.11 Roboto Font

4.5.4.1 Mengapa Roboto?

Roboto adalah font sans-serif modern yang dikembangkan oleh Google. Dengan struktur huruf yang bersih, proporsional, dan sangat terbaca, Roboto menghadirkan keseimbangan sempurna antara fungsi dan estetika — dua nilai inti yang juga menjadi prinsip desain produk Inline Craft. Karakter Roboto yang mendukung *branding* Inline Craft juga menjadi alasan kenapa peneliti memilih font ini antara lain:

1. Minimalis & Modern.

Roboto memiliki tampilan yang netral namun tegas, sejalan dengan konsep visual website yang mengusung gaya minimalis modern berpalet warna hitam, putih, dan abu-abu.

2. Fungsional untuk B2B.

Tipografi yang bersih dan profesional sangat penting untuk menyasar segmen bisnis-ke-bisnis, di mana kejelasan informasi, struktur, dan kesan serius menjadi prioritas.

3. Responsif & Konsisten.

Roboto dirancang untuk multi-platform dan multi-device, memastikan tampilan teks tetap rapi dan mudah dibaca di desktop maupun mobile.

4.5.4.2 Penggunaan Font Roboto dalam UI Website.

1. Heading menggunakan varian Roboto Bold atau Medium untuk menampilkan informasi penting seperti judul produk, section headline, dan call-to-action.
2. Body Text menggunakan Roboto Regular untuk menjaga kenyamanan membaca dalam deskripsi produk, artikel, atau formulir pemesanan.
3. Kombinasi Ukuran dan Spasi diatur agar setiap elemen teks memiliki hirarki visual yang jelas, mendukung navigasi pengguna yang intuitif dan nyaman.

4.5.5 Persona



NAMA: Dian Prasetyo
UMUR : 27
POSISI : Manager Marketing

Tujuan/Goals

- Mencari penyedia jasa packaging berkualitas tinggi untuk proyek limited edition box.
- Membutuhkan kemasan yang terlihat premium, unik, dan mampu mewakili nilai brand.
- Ingin menemukan penyedia jasa yang bisa bekerja sama dalam skala besar dan memahami kebutuhan branding B2B.

Pain Points

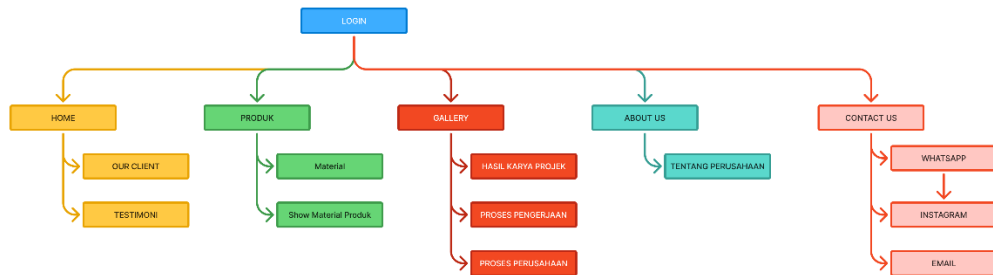
- Sulitnya mencari vendor kustom packaging yang kompeten dan konsisten.
- keterbatasannya dalam pemilihan bahan yang ditawarkan.
- Sulitnya mencari tau portofolio perusahaan atau client yang pernah bekerja sama dengan vendor.

Perilaku

- Sering menggunakan laptop atau komputer untuk website karena akses lebih mudah karena dimensi yang luas

Gambar 2.12 User Persona

4.5.6 Sitemap



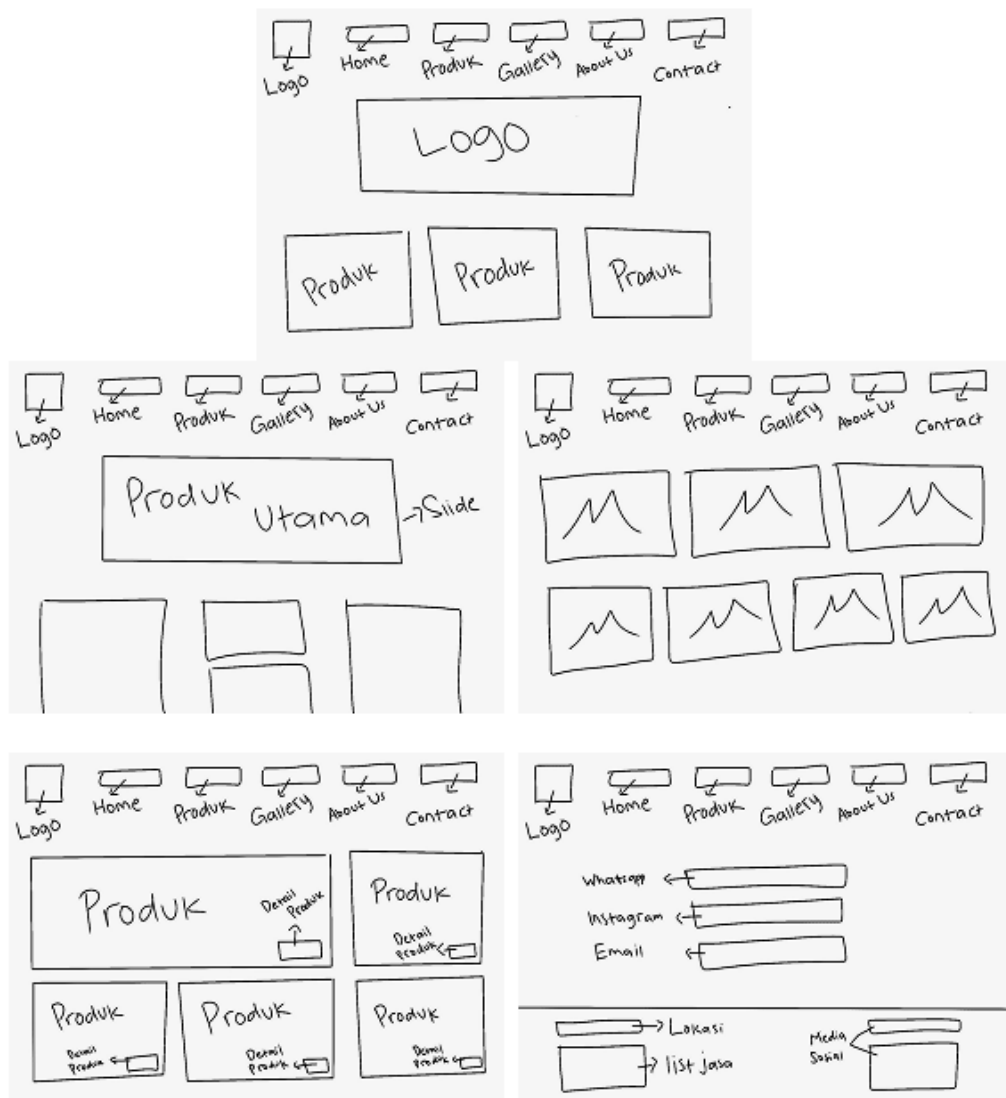
Gambar 2.13 Sitemap

4.5.7 App Name

Nama dari website yang akan dirancang adalah Inline Craft sendiri, website yang dirancang dengan tujuan untuk menjadi media promosi dan mendukung kredibilitas perusahaan, dengan penggunaan warna hitam, putih, dan abu menjadikan website ini terkesan minimalis dan elegan, website ini dilengkapi juga dengan homepage, about us, portfolio, dan order, agar calon konsumen dapat melihat history dari perusahaan ini, apa saja jasa yang ditawarkan oleh perusahaan ini, serta dapat melihat hasil proyek yang selama ini dikerjakan oleh Inline Craft.

4.5.8 Sketch

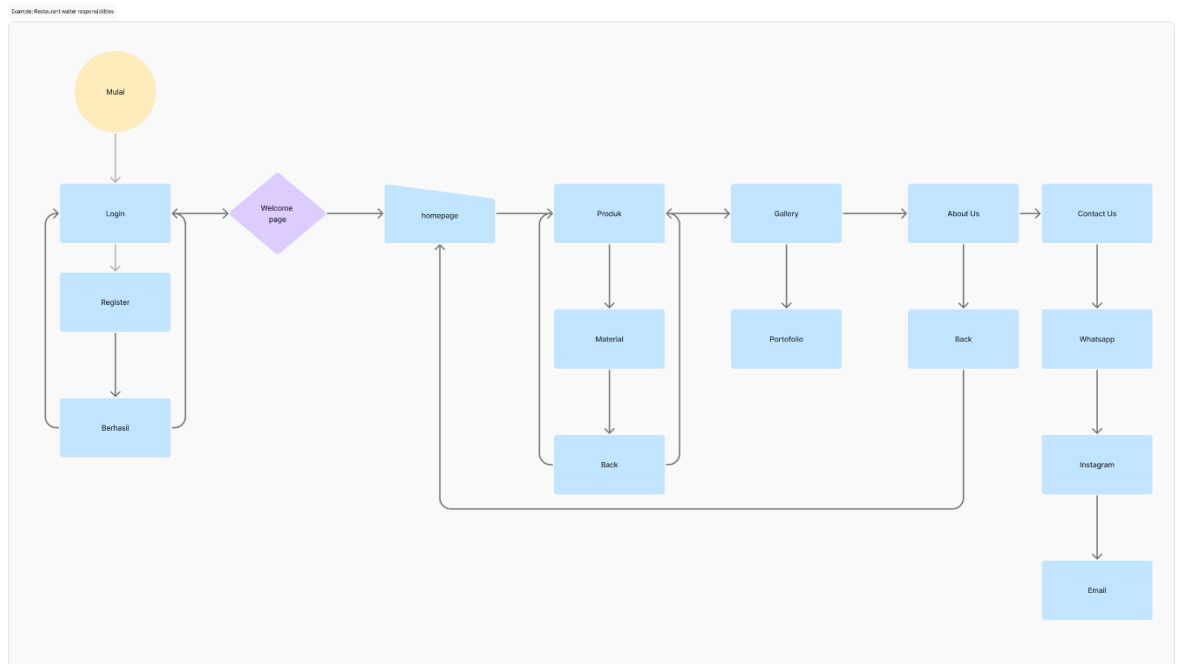
Dalam proses perancangan UI website Inline Craft, tahapan awal yang sangat penting adalah pembuatan sketch. Sketch merupakan rancangan visual kasar yang menggambarkan struktur dasar tampilan website. Meskipun bersifat sederhana, sketch menjadi fondasi awal dalam membangun desain antarmuka yang fungsional, estetik, dan sesuai dengan tujuan promosi brand.



Gambar 2.14 Sketch Website

4.5.9 Flowchart

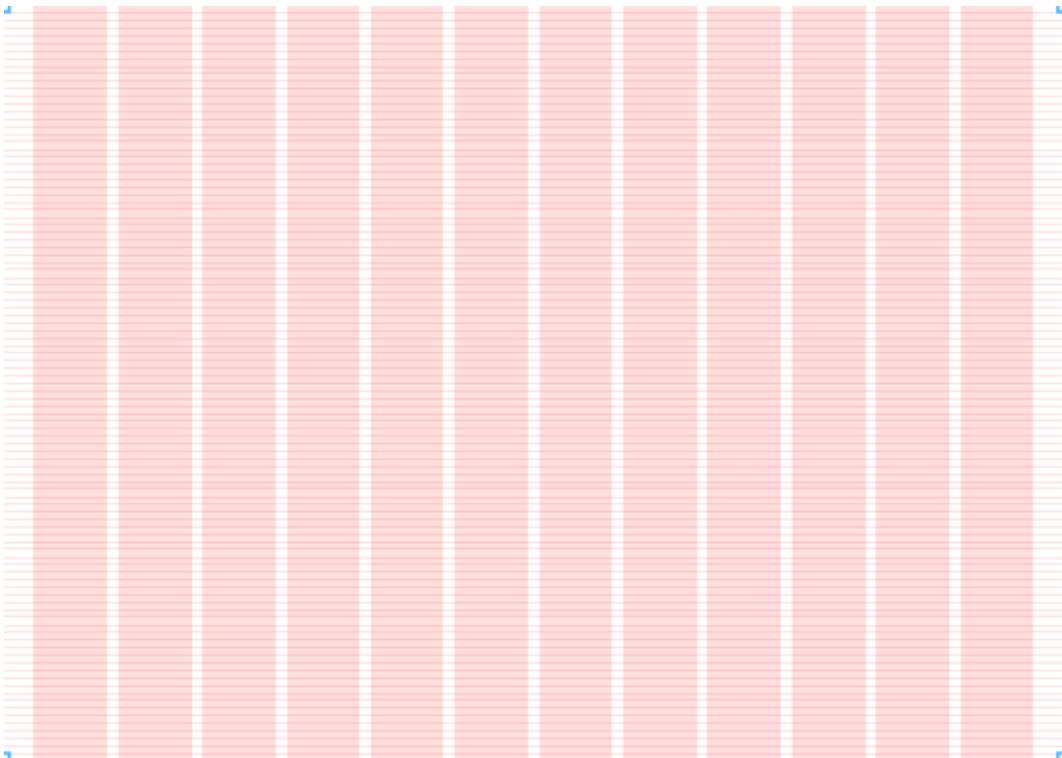
Flowchart perancangan UI website Inline Craft membantu memastikan bahwa proses pengembangan berlangsung secara terarah dan efisien. Setiap tahapan saling berkaitan dan berkontribusi terhadap kualitas akhir dari tampilan dan fungsi website sebagai sarana promosi visual yang efektif.



Gambar 2.15 Flowchart

4.5.10 Grid App

Dalam proses perancangan UI website Inline Craft, penggunaan grid app menjadi elemen penting untuk menciptakan tampilan yang rapi, terstruktur, dan profesional. Grid app mengacu pada sistem tata letak berbasis grid (kolom dan baris) yang digunakan oleh desainer untuk menyusun konten secara visual konsisten di seluruh halaman website.



Gambar 2.16 Grid App

4.5.11 Low Fidelity

Dalam proses perancangan UI website Inline Craft, pembuatan low fidelity menjadi salah satu tahap awal yang sangat penting sebelum desain dikembangkan lebih jauh ke tahap visual final. Low fidelity (lo-fi) adalah representasi awal dari rancangan antarmuka yang berfokus pada struktur, alur navigasi, dan fungsi dasar, tanpa memperhatikan elemen estetika seperti warna, gambar detail, atau tipografi final.

Untuk Inline Craft, yang bergerak di bidang custom hard cover packaging dengan target audience B2B, lo-fi membantu tim desain memahami bagaimana pengunjung akan menjelajahi halaman website. Mulai dari bagaimana mereka menemukan informasi produk, melihat katalog custom packaging seperti softbox, paperbag, hingga lanyard, sampai bagaimana mereka melakukan kontak pemesanan.

Dalam tahap ini, lo-fi dibuat menggunakan elemen visual sederhana seperti kotak, garis, dan ikon kasar, yang menggambarkan susunan konten dan tombol-tombol utama. Meski tampilannya belum sempurna, namun lo-fi mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai alur pengalaman pengguna (user flow) dan memudahkan proses iterasi sebelum masuk ke tahap desain visual yang lebih kompleks.

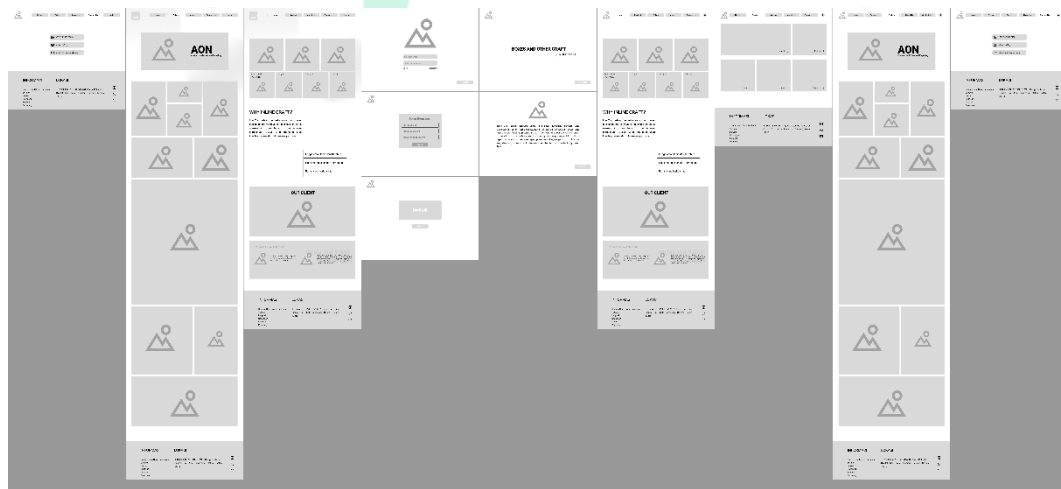


Gambar 2.17 Low Fidelity (Lo-Fi)

4.5.12 Wireframe

Wireframe merupakan kerangka visual dasar dari sebuah halaman website yang menggambarkan struktur, tata letak, dan alur navigasi tanpa terpengaruh oleh elemen visual akhir seperti warna, gambar, atau tipografi.

Wireframe berfungsi sebagai peta awal dalam membangun pengalaman pengguna (UX) yang efisien dan intuitif. Dengan pendekatan yang bersifat low fidelity (sederhana dan fokus pada struktur), wireframe membantu tim desain, pengembang, dan klien memiliki pemahaman yang sama tentang bagaimana konten akan disusun dan bagaimana pengguna akan berinteraksi dengan setiap elemen di halaman website.



Gambar 2.18 Wireframe

4.5.13 High Fidelity

Dalam tahapan perancangan UI website untuk Inline Craft sebagai media promosi, salah satu fase penting yang tidak dapat dilewatkan adalah pembuatan high-fidelity design. High-fidelity (hi-fi) merujuk pada representasi visual antarmuka yang paling mendekati tampilan akhir website — baik dari segi tata letak, warna, tipografi, hingga interaktivitas.

Setelah melalui tahap wireframe (kerangka kasar) dan pemilihan gaya visual, high-fidelity menjadi jembatan antara ide desain dan implementasi nyata. Dalam konteks Inline Craft, hi-fi design dibuat untuk menampilkan produk kerajinan secara maksimal, memperkuat identitas merek, dan memastikan pengalaman pengguna yang menyenangkan serta intuitif.



Gambar 2.19 High Fidelity (Hi-Fi)

4.5.14 Prototype Design

Dalam tahapan perancangan UI website Inline Craft, setelah melewati proses sketch dan wireframe, langkah berikutnya yang sangat penting adalah pembuatan prototype desain. Prototype desain merupakan simulasi interaktif dari tampilan dan fungsi website yang dirancang menyerupai versi akhir, meskipun belum sepenuhnya dikembangkan secara teknis (belum live secara coding).

4.5.14.1 Tujuan Prototype Desain

1. Menampilkan produk secara premium dan profesional.
2. Memberikan alur navigasi yang jelas dan cepat.
3. Mampu menjelaskan layanan secara visual dan efisien.



Gambar 2.20 Prototype Desain

4.5.15 Media Pendukung

Dalam merancang website sebagai media promosi untuk Inline Craft, keberadaan media pendukung sangat penting untuk memperkuat jangkauan dan efektivitas promosi secara digital. Dua media sosial yang sangat relevan dan berpengaruh saat ini adalah Instagram dan TikTok. Keduanya tidak hanya berperan sebagai saluran komunikasi tambahan, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi desain dan integrasi konten website.

1. Instagram Sebagai Media Pendukung

Instagram merupakan platform visual yang sangat cocok untuk mempromosikan produk-produk kerajinan tangan seperti yang ditawarkan oleh Inline Craft. Estetika yang kuat, fitur galeri, reels, dan story memungkinkan brand untuk menampilkan hasil karya secara konsisten dan menarik.

2. Poster

Poster berfungsi sebagai media pendukung dalam menyampaikan pesan promosi dari inline craft. Meskipun karya craft itu sendiri sudah memiliki nilai estetika dan daya tarik fisik, poster memberikan konteks visual dan verbal yang memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Melalui penggunaan ilustrasi, tipografi, dan komposisi visual yang terencana, poster membantu menjelaskan identitas, filosofi, serta nilai dari produk craft tersebut secara informatif dan persuasif.