

## ABSTRAK

Selama pandemi minat berbelanja beralih menjadi *online*. Peralihan cara belanja *online* yang meningkat ini masih belum efektif secara keseluruhan. Menimbulkan penurunan minat untuk belanja pakaian menurun sebab *fashion brands* tidak dapat membuka toko atau mengadakan *event*. Pengalaman berbelanja melalui *online* berbeda dengan pengalaman berbelanja secara langsung. Melihat secara langsung produk pakaian yang ditawarkan ketika berbelanja langsung tidak dirasakan konsumen secara utuh. Sosial media menjadi perantara *fashion brands* dengan konsumen terhubung secara *online*, sedangkan *website* sebagai tempat berjualan secara online. *Fashion Brands* harus adaptif dengan situasi, sehingga penyampaian informasi produk tidak kalah dengan pengalaman berbelanja secara langsung. Dibutuhkannya sebuah representasi konsumen secara digital melalui kustomisasi avatar 2D. Dengan memberikan konsumen pilihan fitur karakter yang dapat disesuaikan dengan produk secara digital di website.

Kata Kunci : Web, Kustomisasi avatar 2D, Earth Major.